

Een nieuw millennium, een nieuw geluid

C. Reker

Wat heerlijk. In het begin van deze nieuwe eeuw werd een hoopvolle droom bewaarheid: de PR-manager van Intratuin Nederland, mevrouw Kirsten Vonk, belde naar de VBBN met de vraag of er belangstelling was voor het organiseren van een actie in de filialen van Intratuin. Het doel van de actie zou zijn de speciale aandacht te vestigen op de honingbij en de imker. Hiermee werden de jaren van pogingen, onder meer door het Platform Natuur in de Woonomgeving beloofd.

Tijdens de eerste bespreking van het Hoofdbestuur van de VBBN en Kirsten Vonk, werd al snel duidelijk dat beide partijen het niet alleen goed met elkaar konden vinden, maar ook dat zo'n actie een meerwaarde voor beide partijen zou hebben. Voor de imkerij omdat we erg gebaat zijn bij belangstelling van een 50-tal filialen van Intratuin met zoveel bezoekers uit alle lagen van plantjes- en natuurliefhebbers; voor Intratuin omdat zij gebaat zijn bij een actie waaruit de veranderende instelling blijkt voor de insectenvriendelijke tuin. Hierbij hoort ook het zich steeds uitgebreidende assortiment van Ecostyle, de milieuvriendelijke middelen die de rekken van de Intratuin winkels vullen.

De eis van Intratuin was dat de actie alleen door kon gaan als alle filialen door imkers van materiaal zouden

worden voorzien. Imkers zouden dan gedurende drie dagen in september aanwezig moeten zijn om voorlichting te geven over de honingbij en het belang van imkers om voldoende dracht voor hun volken te vinden. Afsproken werd dat de imkeractie zou plaatsvinden tijdens de fruitdagen met als thema: 'Wat zoekt daar?' op 7, 8 en 9 september. Dat betekende dat in het hele land subverenigingen bereid zouden moeten zijn om in de filialen te staan. Voorwaar geen kleinigheid. De eerste keer dat we het onderwerp bij de imkers aan de orde stelden, was tijdens de Algemene Ledenvergadering eind maart 2000. Enthousiast waren de aanwezigen! Men was van oordeel dat we een zo mooie kans met alle handen moesten aangrijpen om het grote tuinierend publiek kennis te laten maken met de imkerij.

Voorgesteld werd om alle relevante subverenigingen aan te schrijven met de vraag om voor een bepaalde datum hun medewerking toe te zeggen. Praktische moeilijkheid was om in die periode subverenigingen in te lichten omdat meestal vanaf april de vergaderperiode voorbij is.

We zaten ook met het gegeven dat Intratuin acties als deze ver vooruit moet plannen. Al met al duurde het erg lang voordat we Kirsten Vonk konden meedelen dat we voor 45 van de 50 filialen een bezetting konden aanbieden van 45 subverenigingen, mede dankzij het bijspringen van de zuidelijke bonden.

299



Leden van de VBBN subvereniging St. Ambrosius Berlicum in het Intratuinfiliaal te Rosmalen. Achter de tafel van links naar rechts: F. Warmerdam, R. van Lieverloo en H. Pennings. Foto: Marla Smith

Groot was de opluchting toen Intratuin het groene licht gaf.

Inmiddels zaten we bijna in augustus. In verband met de vakantieperiode en bovengenoemd probleem van weinig of niet vergaderen, werden verenigingen die nog steeds niet hadden gereageerd op de vraag tot deelname, nog eens gebeld en eventuele alternatieven werden aangeboord. Zo kon het gebeuren dat we uiteindelijk zelfs dubbele aanmeldingen kregen.

Het eigenlijke werk

Het werd een kwestie van krap organiseren. Na een brief van Intratuin namen de imkers contact op met de filialen van Intratuin om afspraken te maken. Intratuin bood gelegenheid om een tafel te plaatsen voor materialen zoals folders, kunstraat om waskaarsen te rollen en een computer op te zetten om de CD-rom 'De wonderde wereld van de honingbij' te kunnen demonstreren. Zelf leverden ze videoapparatuur met de videoband 'Het boeiende bijenleven' die door hen voor al hun filialen gekopieerd is.

Teksten voor foldermateriaal werden door de VBBN aangeleverd. Maar ook aan de kant van Intratuin kampte men met tijdgebrek: in plaats van de voorgenomen kleurenfolder werd een VBBN-folder gebruikt. Wel is in huis-aan-huisbladen de aankondiging verschenen van de honingbij/fruitdagen-actie. Bovendien verscheen in de filialen een aantrekkelijk uitgevoerde brochure met de themanaam: 'Doe meer met fruit. Wat zoekt daar?' over de bijendriedaagse.

Verskil van aanpak

Ook is door Intratuin een enquêteformulier betreffende de actie ontwikkeld, enerzijds om te informeren naar de ervaringen van de imkers. Anderzijds om inzicht te krijgen in de ervaringen van de Intratuin medewerkers. Tijdens de driedaagse uitvoering kwamen de verschillen tussen de verschillende imkersverenigingen naar voren. Sommige verenigingen werkten soepel omdat ze vaker met soortgelijk bijltje hakken. Anderen moesten bij wijze van spreken aan de hand worden meegevoerd op het enge pad van publicitaire zaken. Hieruit blijkt ook weer dat we als bijenhouderij beter met PR moeten leren omgaan en dit overdragen aan verenigingen die het nodig hebben.

Terugblik

Van de 50 enquêteformulieren kwam van de imkers tweederde deel terug, 40 Intratuin filialen stuurden het formulier terug. Zeker is dat beide partijen voor het overgrote deel enthousiast zijn over de samenwerking,

over de herhaling van de actie en de positieve reacties vanuit het publiek. Diverse vestigingen wilden al een vervolgspraak maken voor het geval er niet een nieuwe centrale actie zou komen. Een enkeling was negatief, bij beide partijen. De verschillen zijn wat de imkers betreft vooral te verklaren uit verenigingen waar men de beschikking had over een goede pool imkers en de kleinere die ternaauwernood een dag konden bezetten. Drie dagen vond men over het algemeen te lang.

We zullen dit alles met Intratuin bespreken. Een belangrijke les is vooral dat we tijdig bekend moeten maken wanneer de actiedagen van Intratuin gepland worden. Van cruciaal belang is aantrekkelijk materiaal ter beschikking te stellen om de bezoekers te trekken. Je moet plotseling de publiciteit trekken en die krijg je niet zomaar als je achter je paar vierkante meter in een hoekje van Intratuin staat. En BLIJFT staan: als je wilt communiceren met de bezoekers moet je achter die tafel vandaan komen en de mensen 'overvallen' op een aardige manier met de mooie boodschap van de bloemetjes en de bijtjes, mogelijk de geur van wassmelten. Met een glaasje mede, honingkoek, mooie beelden op video en computer, activiteiten voor de kinderen zoals het rollen van kaarsen en een leuke kleurplaat gaat het een stuk gemakkelijker. Een observatiekast kan hierbij niet gemist worden. En daar overheen het enthousiasme waarmee elke imker over z'n hobby vertelt maakt het een feest om te mogen deelnemen! Dat willen we graag voor de volgende actie met Intratuin bereiken.

Mogelijk volgend jaar herhaling

Van Kirsten Vonk van Intratuin hoorden we dat wat hen betreft het volgend voorjaar weer een bijenactie op touw wordt gezet en dan met het thema dracht! Wat een kans voor de imkerij! Eindelijk de particuliere tuinbezitter tegenover je die jij mag wijzen op de voordelen van drachtplanten boven al die dubbelbloemige en 'plastic' tuinvulling. En een nieuwe mogelijkheid om bij al die mensen de fobie voor de stekende en enge insecten weg te nemen zoals men bijen nog vaak bestempelt.

Afgezien van een paar kleine en af en toe een grote schoonheidsfout, zijn we gelukkig met de contacten met Intratuin en we willen die graag koesteren.

Onze dank aan al die imkers, maar ook de Intratuin-medewerkers die dit mogelijk maakten.