



Keukenhof in 60 jaar van aantrekkingskracht naar factor van economisch belang

LISSE – De missie van Keukenhof is om nu en in de toekomst het internationale en zelfstandige showvenster en platform van de Nederlandse sier teeltsector te zijn, met de nadruk op bolbloemen. Het streven is om jaarlijks zo'n 800.00 bezoekers te ontvangen, maar externe factoren spelen een grote rol in de realisatie. De kredietcrisis en de SARS-uitbraak van enige jaren geleden hebben bijvoorbeeld grote invloed op de bezoekersaantallen, mede omdat meer zo'n 70% van hen uit het buitenland komt. Dat zijn niet alleen individuele bezoekers, maar ook bedrijven en instellingen die aan hun (internationale) gasten willen laten zien wat Nederland te bieden heeft. In een hectisch programma staat een bezoek aan Keukenhof garant voor een moment van rust en inspiratie.

Deze enorme bezoekersaantallen gedurende een beperkte openstellingsperiode van acht weken, maakt Keukenhof daadwerkelijk tot een showvenster. Ze zijn overigens ook nodig om het park te kunnen financieren. Keukenhof krijgt immers geen subsidie. De begroting kan ook mede worden gedekt doordat de bloembollen gratis ter beschikking worden gesteld door de inzenders.

Door de honderdduizenden bezoekers is Keukenhof een factor van belang voor het welzijn van de hele regio. Uit cijfers blijkt dat het totale dagtoerisme in de Bollenstreek een omzet van zo'n 100 miljoen euro genereert. Daarbij komt nog eens een kwart miljard euro uit het verblijfstoerisme. Het bollentoeerisme neemt zo'n 20% van het verblijf voor haar rekening. Een extra factor is, dat er in die periode van het jaar weinig andere toeristentrekkers zijn. De bollensector is daarmee gezichtsbepalend voor het toeristisch imago van Nederland.

Het park heeft een magneetwerking voor buitenlandse toeristen, die overigens steeds minder uit de ons omringende landen in Europa komen, maar steeds meer uit de Verenigde Staten en Azië. Deze groep is vooral interessant, omdat zij over het algemeen meer geld uitgeven tijdens hun verblijf. Met anderhalf tot twee miljoen bezoekers van buiten Nederland is Zuid-Holland de tweede provincie in Nederland als het gaat om internationaal toerisme.

De bollensector levert niet alleen geld en werkgelegenheid op voor de eigen sector en het toerisme, maar ook voor de horeca, de detailhandel, verblijfsaccommodaties, vervoersmaatschappijen, jachthavens, musea en andere attracties en evenementen. In totaal draagt de Bollenstreek rond 25% bij aan de bestedingen en werkgelegenheid in Zuid-Holland en de provincie als geheel is goed voor ongeveer een kwart van de totale bestedingen in het totale Nederlandse toerisme.

Grote publiekstrekker

Buitenlandse toeristen komen voor ruwweg vier dingen naar Nederland: Amsterdam, molens/oude ambachten/kaas, Van Gogh en bloemen en bollen. Binnen de laatste categorie is Keukenhof dé gezichtsbepalende attractie: voor de sierteeltsector, voor de regio en voor Nederland, waarmee het een belangrijke bijdrage levert aan het imago van Nederland. De website van de vermaarde reisgids Lonely Planet opent bijvoorbeeld met een tekst over Keukenhof. De Wikipedia laat slechts één foto van Nederland zien: van Keukenhof.

Keukenhof is, in vergelijking met andere toeristische publiekstrekkers, slechts een gering aantal weken geopend. Zij neemt met afstand de eerste plaats in op de ranglijst van Nederlandse attracties en evenementen, gerekend naar de bezoekersaantallen per week. Vergelijken met andere regionale attracties en evenementen bezet Keukenhof in absolute getallen de vijfde plaats.

De beperkte openingstijd in een periode, dat er in de regio nog weinig toeristisch aanbod is, stelt Keukenhof jaarlijks voor een unieke uitdaging. De organisatie ziet dit ook als haar grote kracht.

Van oorsprong ligt de nadruk op bolbloemen, maar Keukenhof anno 2009 heeft veel meer te bieden. Bezoekers kunnen kennismaken met snijbloemen, planten en boomkwekerijproducten, maar ook de liefhebber van kunst en cultuur komt aan zijn trekken via verschillende tentoonstellingen en workshops. Verder probeert Keukenhof haar bezoekers te inspireren met verschillende stijlen in tuinen en interieurs, waarbij bloembollen en bolbloemen een belangrijke rol spelen. En er is aandacht voor de jeugd.

Eigen cultuur

Keukenhof is een ontmoeting tussen natuur, kunst en cultuur. Als het voorjaar op temperatuur komt en de bolbloemen hun kleurenpracht laten zien, biedt Keukenhof een uitbundige kennismaking met uiteenlopende tuinstijlen. De Engelse landschapstuin is weliswaar de basis van Keukenhof, maar ook de historische tuin met de oude bollensoorten, de natuurtuin met een bijzondere combinatie van bollen, vaste planten en heesters en de Japanse plattelandstuin hebben inmiddels een eigen plaats gevonden en een eigen faam opgebouwd.

Om Keukenhof steeds een ander gezicht te geven, wordt elk jaar een nieuw ontwerp gemaakt voor de beplanting. De samenstelling is uitgekiend, zodat bezoekers gedurende de hele openstelling van bloeiende bolbloemen kunnen genieten. De pakweg zeven miljoen bloembollen voor de beplanting worden gratis geleverd door zo'n honderd inzenders, die zich geen mooier showvenster voor hun product kunnen bedenken.

In de paviljoens wisselen de bloemen- en plantententoonstellingen elkaar af. Bezoekers vinden daar een uitgelezen mogelijkheid om ideeën op te doen voor eigen huis of tuin. Verschillende bekende arrangeurs laten tijdens demonstraties zien hoe (bol)bloemen op een verrassende manier kunnen worden verwerkt in een boeket. De paviljoens vormen tevens het strijdtoneel voor deelnemers aan de bloemenkeuringen. Bij deze onderlinge competitie tussen telers staat de beste teeltprestatie per product centraal. De winnaar gaat naar huis met de Keukenhof Award.

In het Oranje Nassau Paviljoen komt het gebruik van bolbloemen in het interieur aan de orde. Hier is te zien hoe bolbloemen kunnen worden toegepast in verschillende interieurstijlen: van klassiek tot modern. Het Juliana Paviljoen is de spannende ontmoetingsplaats tussen kunst en natuur. Objecten van beginnende kunstenaars, maar ook van gevestigde namen, zijn hier te zien. Op de één of andere manier is er daarbij altijd een relatie met de natuurlijke basis van Keukenhof. Overigens is ook in het park ruimte vrijgemaakt voor kunstobjecten. Gerenommeerde galeries selecteren hiertoe beelden van Nederlandse en buitenlandse kunstenaars, die qua sfeer en stijl aansluiten bij Keukenhof.

Korte lijnen, open communicatie

De Stichting Internationale Bloemententoonstelling Keukenhof wordt bestuurd door de Raad van Bestuur, die het algemene beleid bepaalt. Bestuursleden worden geselecteerd op basis van hun kennis, kunde, ervaring en contacten. Het bestuur werkt grotendeels op afstand, maar is beschikbaar als specifieke deskundigheid wordt gevraagd. Beleidsvoorbereiding en -uitvoering liggen bij de organisatie.

In de directie komen alle formele lijnen samen. Algemeen directeur Piet de Vries staat aan het hoofd van het bedrijf Keukenhof. Hij is verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken en onderhoudt een open communicatie met het bestuur. De directie stuurt het management team aan. Door de hele organisatie is sprake van een intensieve terugkoppeling. Omgekeerd verwacht Keukenhof van medewerkers, dat zij ideeën inbrengen die interessant kunnen zijn voor de organisatie.

Het bedrijf Keukenhof doet er alles aan om het park in de twee maanden van de opstelling te laten schitteren. Dat vraagt om een constructieve samenwerking van alle betrokkenen en een inzet, die breder is dan de feitelijke functieomschrijving. In de open bedrijfscultuur zijn een heldere communicatie en duidelijke afspraken, vertrouwen en respect de sleutelwoorden. De positieve opstelling, die de Keukenhof-medewerkers eigen is, zorgt voor een groot werkplezier. Dit vertaalt zich als vanzelfsprekend in een schitterende voorjaarsstentoonstelling.