

# Vlucht naar voren



Als vakblad willen we proberen dit soort innovaties te ondersteunen en in zekere zin zelfs te belonen door deze te voorzien van het predicaat Green Innovation Award 2014

De tering naar de nering zetten. Dat is waarschijnlijk het devies waar de groene sector en de bomenwereld zich de komende jaren aan zal moeten houden. Er is minder geld en dat resulteert ook in een verschraving van de markt. Aanbestedingen worden scherper ingestoken, de kwaliteit staat her en der onder druk en we maken ons niet zo druk over zaken die er wat minder toe lijken te doen. Duurzaamheid is dan een makkelijke prooi. Iedereen predikt het evangelie van duurzaamheid, maar dat wil niet zeggen dat dit geloof op alle momenten in de praktijk gebracht wordt. Op momenten dat marktpartijen simpelweg moeten kiezen tussen overleven en Bijbels gedrag, is de keuze makkelijk gemaakt. Misschien is dat niet goed te praten, maar het is wel de realiteit.

**Door de belabberde conjunctuur dreigt er onherroepelijk een scheiding van de schapen en de bokken. En innoverende marktpartijen proberen door slimme innovaties hun marktaandeel van de komende periode vast te zetten**

Gelukkig is er ook een keerzijde. Onder het motto *never waste a good crisis* zijn er ook marktpartijen die misschien wel dankzij de magere marktomstandigheden de vlucht naar voren maken. Een goed voorbeeld daarvan is de boomlabels-app die in deze uitgave van Boomzorg beschreven staat. Het lijkt wel alsof er juist nu extra veel innovaties op de markt komen

waarmee marktpartijen zichzelf willen onderscheiden. In marketingtermen zal zo iets waarschijnlijk worden omschreven als een vlucht naar voren. Door de belabberde conjunctuur dreigt er onherroepelijk een scheiding van de schapen en de bokken. En innoverende marktpartijen proberen door slimme innovaties hun marktaandeel van de komende periode vast te zetten. Als vakblad willen we proberen dit soort innovaties te ondersteunen en in zekere zin zelfs te belonen door deze te voorzien van het predicaat Green Innovation Award 2014. Op onze jaarlijkse Demodag Bomen, die, als het aan mij ligt, de ondertitel 'Boominnovatiedag' krijgt, zal dit resultaten in de verkiezing van de meest bijzondere innovatie. De jury van deze award bent u overigens zelf. Iedereen mag via de social media-tamtam zijn eigen favoriet op het schild hijsen.

Als uitgever heb ik overigens te maken met dezelfde markt. Ook voor ons is de spoeling dun en wij zullen met slimme innovaties onze broek op moeten houden. Een van de dingen die we daarvoor ontwikkeld hebben, is het Green Industry Profile. Een nieuwe service op onze websites, waarmee klanten en adverteerders in één overzicht kunnen zien wat over een bepaald onderwerp is gepubliceerd. Voor ons is dat de oplossing van een oude frustratie. In de meer dan twintig jaar dat wij actief zijn als uitgever, publiceerden wij jaarlijks rond de 3000 pagina's artikelen, maar nadat zo'n artikel eenmaal gepubliceerd is in een onze vakbladen, verdwijnt het ook weer van het venster. Met de nieuwe service proberen we dat zo goed mogelijk tegen te gaan.

Met vriendelijke groet,

Hein van Iersel (hein@nwst.nl)  
Hoofdredacteur



**Stuur of twitter dit artikel door!**  
Scan of ga naar:

[www.boomzorg.nl/artikel.asp?id=19-4552](http://www.boomzorg.nl/artikel.asp?id=19-4552)