

TIPS VAN BECK AAN ALMERE

- Maak er een mooie Floriade van, maar probeer geen dingen te kopiëren.
- Zorg dat service en hospitality belangrijke pijlers worden.
- Begin op tijd met de buitenlandse inzendingen.
- Maak gebruik van de kennis die wordt overgedragen.
- Breng zo snel mogelijk naar buiten wat er gaande is.
- Houd de boog zo lang mogelijk gespannen en ben niet te snel tevreden.
- Betrek de inwoners bij je product.

‘Minstens twee miljoen betalende bezoekers op Floriade’

Met zichtbare trots maakte de directie het afgelopen zondag bekend: de Floriade 2012 trok in totaal 2.046.648 bezoekers. Maar gaat het hier ook om betalende gasten? „Iedereen die om een of andere reden een ticket had voor de Floriade is meegeteld”, aldus woordvoerder Robert Bouten. „Dat is inclusief seizoenskaarthouders, buitenlandse delegaties en pers. Maar voor de goede orde: ook met aftrek van de genodigden hadden we de grens van 2 miljoen overschreden.”

De stempel van Paul Beck

Twee miljoen bezoekers en een beetje. De frietkwestie. Het commerciële denken. De vechtpartij met Mat Bastiaans. Het leven ná de wereldtuinbouwexpo. **Floriade-directeur Paul Beck (63) over zes tropenmaanden, aan de hand van vijf ‘themavelden’.**

door Marco van Kampen

DE DOELSTELLING
„In tegenstelling tot wat er in diverse media beweerd wordt, ben ik erg tevreden met de dik twee miljoen bezoekers die op de Floriade zijn afgekomen. Ja, het klopt dat onze doelstelling vooraf, twee miljoen gasten aan het einde van de rit, aan de voorzichtige kant was. Dat heb ik toen ook uitgesproken. Maar bedenken wel dat het hier gaat om een nieuw product op een nieuwe plek, en dat 70 procent van de doelgroep nog nooit een Floriade heeft bezocht. Daarnaast heb je op sommige zaken geen invloed. Je hebt bijvoorbeeld niet in de hand wat er uit de lucht komt vallen. Natuurlijk had ik gehoopt dat onze verwachtingen overtroffen zouden worden. Ik had zelf een getal tussen de 2,3 en 2,4 miljoen in mijn achterhoofd zitten. Maar gezien de omstandigheden – weken van slecht weer en de economische crisis – is dit een uitstekende prestatie.”

DE STEMPEL VAN BECK
„Ach, wat is de stempel van Beck? Het gaat om het collectief. Je kunt een mooi park hebben, als het personeel bestaat uit lumms die sigaretten roken, heb je nog niets. Ik beschikte over een fantastisch team, en dat is de grote kracht geweest van deze editie. Vóór mijn komst was er vanzelfsprekend al heel lang nagedacht over de invulling van deze Floriade. Ik heb slechts getracht een producttentoonstelling, zoals we die al kenden van de vorige edities, om te vormen tot een belevingsevenement. Dat is het uitgangspunt geweest. Tijdens deze Floriade is meer gedacht vanuit de marketingvisie. De sfeer, *hospitality*, de gevoelsbelevens van de gast moeten centraal staan. Ik wilde heel graag een reuzenrad, of een kabelbaan, maar daar hadden we eigenlijk het budget niet voor. Ik ben blij dat die kabelbaan er toch gekomen is. De visie voor deze Floriade



Paul Beck: voor de catering van de Floriade waren ook regionale bedrijven in beeld, maar de samenwerking was onvoldoende en het financiële risico was te groot.

foto Lé Giesen

ontstond uit een bijeenkomst aan een ronde tafel, een sessie van twee dagen. Die visie is tot op de dag van vandaag overeind gebleven.”

DE CATERING
„We hebben wel degelijk getracht met regionale cateraars in zee te gaan. De samenwerking was echter niet voldoende, en het financiële risico was te groot. Voor de catering van de Floriade hadden we twaalf kandidaten, uiteindelijk hebben we

gekozen voor Sodexo, een bedrijf met internationale ervaring en bovendien kredietwaardig. Het was overigens een wens van mijzelf om geen friet, frikandellen en kroketten aan te bieden. Het paste in mijn ogen niet in het concept van een verantwoorde, duurzame Floriade. Ik merkte echter dat er verschrikkelijk veel vraag naar friet was. En af en toe moet je je principes opzijzetten om mensen tevreden te stellen. Ik heb er zelf voor ge-

zorgd dat er alsnog frieten verkocht werden. Overigens hebben we wel teruggeslagen met de kiosk die groentefriet en *fingerfoodballs* aanbod. Dat is een groot succes geweest. Terugkomend op Sodexo: de kritiek die het bedrijf heeft gekregen, ging meestal niet over de kwaliteit van de catering, maar over de prijsstelling. Die zijn echter altijd marktconform geweest. De gerechten zijn getoetst, het personeel was prima en de prijs was goed. Van

mij krijgt Sodexo een ruime vol-doende.”

HET INCIDENT
„Ik wil het hier (vechtpartij met ondernemer Mat Bastiaans in het kantoorgebouw van de Floriade, MvK) eigenlijk niet over hebben. Ik heb aangifte gedaan en de zaak ligt nu bij de officier van justitie. Wél wil ik kwijt dat dit iedereen had kunnen overkomen. Het was bijzonder onplezierig en ik wens dit niemand

toe. Ja, ik ben behoorlijk geschrokken van de media-aandacht. Maar ik weet ook: hoge bomen vangen veel wind. En ik ben nu eenmaal een publiek figuur.”

HET LEVEN NA DE FLORIAD
„Op 1 juni 2013 loopt mijn contract als directeur van de Floriade af. Er is nog een hoop werk aan de winkel: de financiën moeten op orde, er moet veel geëvalueerd worden en het terrein zelf is onderhevig aan nieuwe ontwikkelingen. Als mijn taak erop zit, sta ik open voor elke uitdaging. Ik durf inmiddels gerust te zeggen dat ik me geruisloos kan aanpassen en invoelen bij een nieuw project. Ik kwam bij de Efteling terecht zonder dat ik ooit naar een pretpark was geweest, ik werd directielid bij Volkswagen terwijl ik niet eens een band kan verwisselen, en ook een Floriade had ik tot dit jaar nog nooit bezocht. Ik zie dus wel wat op mijn pad komt. Ik voel me in elk geval nog te energiek om te stoppen.”