

**Forever<sup>®</sup>  
& Ever**  
Best quality plants

**2021  
Collection**

Best quality  
plants





## **Beste relatie,**

Voor u ligt de nieuwe catalogus van

**Forever&Ever®. Sinds de vorige uitgave is alweer een half jaar verstreken, het lijkt zo kort! Zes maanden waarin we druk waren met het vertalen van ontwikkelingen in de markt (online wordt groter in informatie delen) en de behoeften van de consument (inspiratie, beleving en transparantie over het merk) naar concrete activiteiten voor de komende tijd.**

Zo breiden we onze collectie dit jaar verder uit. Meer over deze selectie vindt u in het vertrouwde overzicht van de gehele collectie en het handige scanbook.

Inspelend op de trends en ontwikkelingen die we zien, kunt u dit jaar uitkijken naar:

- Forever&Ever® op TV. Trends: inspiratie en beleving.  
We laten onze merkbeloofte nog eens duidelijk zien.  
Trend: transparantie over het merk.
- Onze aangepaste POS materialen en andere uitingen zodat we de herkenbaarheid van ons merk blijven versterken (lekker paars!). Deze materialen zijn uitstekend te gebruiken in onze presentatiemeubels en zorgen voor een duidelijke jaarronde koop prikkel bij de consument op uw winkelvloer. Bij bestelling van onze producten zijn deze materialen vaak nog gratis ook, informeer naar ons 'seizoensmenu'! Trend: beleving.
- Verdere differentiatie in communicatie en positionering van het assortiment naar toepassing: in volle grond (de tuinselectie) en in sierpot (de terras- en balkonselectie). Trends: informatie online en transparantie over het merk.

Dit keer nemen we u ook wat uitgebreider mee achter de schermen van ons merk. We lichten innovaties op het gebied van duurzaamheid van Forever&Ever® toe en we gaan wat dieper in gesprek met PEP, de marketing- & communicatiepartner van Forever&Ever®, over de waarde van een merk.

Wij hopen u hiermee weer te informeren en inspireren met ons prachtige merk Forever&Ever®. En voor de veredelaars en kwekers onder u: heeft u een (nieuw) onderscheidend product dat past bij onze merkbeloofte en gelooft u in de waarde van een sterk merk? Wij nodigen u van harte uit zich aan te sluiten bij de Forever&Ever® familie.

Namens Forever&Ever® 'Best quality plants',  
Maikel Loots



## Sehr geehrte Geschäftspartnerin, sehr geehrter Geschäftspartner,

Sie halten den neuen Katalog von Forever&Ever® in Händen. Seit der letzten Ausgabe ist ein halbes Jahr vergangen, die Zeit vergeht wie im Flug! Sechs Monate, in denen wir intensiv mit der Übertragung von Marktentwicklungen (der Online-Informationsteil wird erweitert) und den Bedürfnissen der Verbraucher (Inspiration, Erleben und Transparenz der Marke) beschäftigt waren.

Daher erweitern wir unsere Kollektion in diesem Jahr. Mehr zu dieser Selektion erfahren Sie in der vertrauten Übersicht über die Gesamtkollektion und im praktischen Scanbook.

Als Antwort auf die Trends und Entwicklungen können Sie sich in diesem Jahr freuen auf:

- Forever&Ever® im TV. Trends: *Inspiration und Erleben*. Wir präsentierten unser Markenversprechen nochmals klar und deutlich. Trend: *Markentransparenz*.
- Angepasstes POS-Material und andere Präsentationen, die den Wiedererkennungswert unserer Marke unterstützen (natürlich im schönen lila!). Bei Bestellung unserer Produkte sind diese Materialien häufig kostenlos für Sie, werfen Sie einen Blick in die „Saisonkarte“! Trend: *Erleben*.
- Weitere Differenzierung unserer Kommunikation und Positionierung des Sortiments nach Anwendungsbereichen: Abspaltung in die Erde (Gartenselektion) und in den Ziertopf (Terrassen- und Balkonselektion). Trends: *Online-Informationen und Markentransparenz*.

Diesmal führen wir Sie auch hinter die Kulissen unserer Marke. Wir erklären die Nachhaltigkeitsinnovationen von Forever&Ever® und vertiefen den Dialog mit PEP, dem Marketing- & Kommunikationspartner von Forever&Ever®, über den Wert einer Marke.

Wir hoffen, Sie so wieder über unsere schöne Marke Forever&Ever® zu informieren und Inspirationen liefern zu können. Und für die Veredler und Züchter unter Ihnen: Führen Sie ein (neues) innovatives Produkt, das zu unserem Markenversprechen passt und glauben Sie an den Wert einer starken Marke? Dann laden wir Sie herzlich ein, Teil der Forever&Ever®-Familie zu werden!

Im Namen von Forever&Ever® „Best quality plants“,  
Maikel Loots



## Dear relation,

Welcome to the new Forever&Ever® catalogue. Six months have passed since the previous edition, yet it seems like yesterday! Six months in which we have worked hard to translate market developments (online is gaining importance for information sharing) and consumer needs (inspiration, perception and brand transparency).

This year, we're delighted to continue to extend our range. You'll find more about this selection in the overview of the entire collection and the handy scan book.

In response to the trends and developments we've seen, this year you can look forward to:

- Forever&Ever® on TV. Trends: *inspiration and perception*. We'll once again be making our brand promise clear. Trend: *brand transparency*.
- Adapted POS materials and other manifestations in order to continue to reinforce our brand recognition (lush purple!). These materials are often free of charge when ordering our products; ask about our 'seasonal menu'! Trend: *perception*.
- Further differentiation in communication and positioning of the range according to its use: in the open ground (the garden selection) and in decorative pots (the patio and balcony selection). Trends: *online information and brand transparency*.

This time we will also take you behind the scenes of our brand. We'll explain Forever&Ever® sustainability innovations and have a closer look at the value of a brand with PEP, the marketing & communications partner of Forever&Ever®.

We hope to have informed you, and to have inspired you with our beautiful brand Forever&Ever®. And for the breeders and growers among you: do you have a (new) distinctive product that fits our brand promise, and do you believe in the value of a strong brand? We'd like to invite you to join the Forever&Ever® family.

On behalf of Forever&Ever® 'Best quality plants',  
Maikel Loots

## SYMBOLEN - SYMBOLE - ICONS



Verantwoord gekweekt - verantwoordlich  
kultiveert - responsibly cultivated



Bloem - Blüme - Flowers



Max. hoogte - Max. Höhe - Max. height



Niet snoeien - Kein Rückschnitt - No pruning



Snoeien - Rückschnitt - Pruning



Vorst - Frost - Frost



Extra groot - Extra groß - Extra large



Vruchten - Früchte - Fruits



Balkon & Terras selectie -  
Balkon & Kübelpflanzensortiment -  
Balcony & Patio selection



Tuin selectie - Gartenauswahl -  
Garden selection

## Colofon

Forever&Ever®

Piushaven 6 | 5017 AN | Tilburg

+31(0)13 511 11 51

info@forever-ever.eu

www.forever-ever.eu

Design & Photography: PEP Business Creators

# Inhoud | Inhalt | Content

## BEHIND THE SCENES

Marketing brand & target group	7-10
Purple pot   Eco-Loop	11-12

## COLLECTION 2021

Forever&Ever® Hydrangea macrophylla	15-16
Forever&Ever® Hydrangea macrophylla Teller	17-18
Forever&Ever® Hydrangea macrophylla Small	19-20
Forever&Ever® Hydrangea macrophylla XXL	21-22
Forever&Ever® Hydrangea macrophylla on stem	23-24
Forever&Ever® Hydrangea macrophylla Double color	25-26
Forever&Ever® Hydrangea paniculata	27-28
Forever&Ever® Calla	29-30
Forever&Ever® Dipladenia	31-32
Forever&Ever® Buddleja 'Tiny'	33-34
Forever&Ever® Hortbux	35-36

## SCANBOOK

Scanbook	39-40
Overview nursery & barcodes	41-42

## Forever&Ever® on television:

De bloemen en planten van Forever&Ever® zijn  
ook dit jaar wekelijks te zien in de nieuwe afleveringen van  
'De Grote Tuinverbouwing' op SBS6.





11



15



25



33



27





Forever  
& Ever  
Best quality

# Behind the scenes

## PEP: MARKETING- EN COMMUNICATIE-PARTNER VANAF HET EERSTE BEGIN



Forever&Ever® kwam op de Europese markt in 2008. Vanaf de start bewust als consumentenmerk. Nog steeds roept deze keuze vragen op, zoals 'heeft een merk echt meerwaarde voor ons'? Een goede reden om eens dieper op de materie in te gaan.

*Lees verder op pagina 8*

## PEP: MARKETING- UND KOMMUNIKATIONS- PARTNER VOM ERSTEN TAG



Im Jahr 2008 kam Forever&Ever® auf den europäischen Markt. Von Beginn an bewusst als Verbrauchermarke. Noch immer führt diese Entscheidung zu Fragen wie „bringt eine Marke für uns echten Mehrwert?“. Ein guter Grund, darauf näher einzugehen.

*Lesen Sie weiter auf Seite 8*

## PEP: MARKETING AND COMMUNICATIONS PARTNER RIGHT FROM SQUARE ONE



Forever&Ever® was launched on the European market in 2008. Specifically as a consumer brand from the very start. This choice still elicits questions, such as 'can a brand really offer us added value'? A good reason to take a closer look at the issue.

*Read more on page 8*

# Hoezo een merk?

Laten we beginnen bij het begin. Wat is het voordeel om een product of plant onder een merk op de markt te brengen? Een merk biedt duidelijkheid en beleving. Consumenten houden van merken en zoeken naar herkenning in de merkbepoefte van een merk. Dit vermindert keuzestress en vergroot de tevredenheid na aankoop. Maikel Loots van PEP licht toe hoe merken het koopgedrag van consumenten (on)bewust beïnvloeden: “door een sterk merk te bouwen, stuur je consumenten naar jouw product. Daarmee vergroot je de kans dat ze jouw product uitkiezen wanneer ze in bijvoorbeeld het tuincentrum staan.”

## DE BELOFTE VAN HET MERK

Het merk werd bekend met de *Hydrangea macrophylla*, bloeiend op één- en tweejarig hout. De merkbepoefte: doorbloeiend, compact en weinig onderhoud. Drie jaar geleden werd een verbreding van het assortiment ingezet. Doel? Meer continuïteit voor de verkoop door het jaar heen en meer continuïteit voor de consument. Door het hele jaar door aanwezig te zijn, blijft Forever&Ever® in beeld en behoudt het merk zijn waarde. Onze merkbepoefte nu? Forever&Ever®

belooft volop tuinplezier – ook zonder groene vingers – met een assortiment dat de beste selectie uit de markt vertegenwoordigt. Uniek in zijn uitbundige bloei, grotere potmaten, beperkte onderhoud en weerbaarheid. Dat alles in de herkenbare paarse pot.

## BELOFTE MAAKT SCHULD

Als je iets belooft, wil je dat natuurlijk waarmaken. Hoe doet Forever&Ever® dat? Allereerst door de productkant van het merk te waarborgen. “Forever&Ever® werkt alleen samen met kwekers die de best mogelijke plantsoort leveren binnen een bepaalde periode als vast onderdeel van het assortiment, zo bouwen we een tuin- en terras/ balkonselectie voor de consument die past bij de behoefte van onze doelgroep. Duurzaamheid en verantwoord produceren zijn overigens ook belangrijke criteria.” Daarnaast door de presentatie van - en communicatie vanuit het merk consistent en goed weg te zetten en zorgvuldig met klanten om te gaan. Daar komt de rol van PEP als partner van Forever&Ever® duidelijk om de hoek kijken.

[Lees verder op pagina 9](#)

# Warum eine marke?

Blicken wir einmal zurück auf den Anfang. Welchen Vorteil hat es, ein Produkt oder eine Pflanze als Marke auf dem Markt zu präsentieren? Eine Marke bringt Klarheit und Erleben. Verbraucher schätzen Marken und suchen im Markenversprechen nach Wiedererkennung. Das reduziert Entscheidungsstress und erhöht die Zufriedenheit nach dem Kauf. Maikel Loots von PEP erläutert, wie Marken das Kaufverhalten von Verbrauchern (un-)bewusst beeinflussen: „Durch den Aufbau einer starken Marke leiten Sie den Kunden zu Ihrem Produkt. Damit erhöht man die Chance, dass Ihr Produkt beispielsweise im Gartencenter ausgewählt wird.“

## DAS VERSPRECHEN DER MARKE

Die Marke wurde mit der *Hydrangea macrophylla* bekannt, die am ein- und zweijährigen Holz blüht. Das Markenversprechen: mehrfach blühend, kompakt und pflegeleicht. Vor drei Jahren wurde das Sortiment erweitert. Ziel? Mehr

Kontinuität für den Verkauf über das gesamte Jahr und mehr Kontinuität für den Verbraucher. Durch das ganzjährige Angebot bleibt Forever&Ever® präsent und die Marke bewahrt ihren Wert. Unser aktuelles Markenversprechen? Forever&Ever® verspricht erfüllendes Gartenvergnügen – auch ohne grünen Daumen – mit einem Sortiment, das die beste Auswahl des Marktes präsentiert. Einmalig mit üppiger Blüte, größeren Topfmaßen, wenig Pflege und hoher Widerstandsfähigkeit. Das alles im unverwechselbaren, lila Topf.

## VERSPRECHEN VERPFLICHTET

Wenn man etwas verspricht, muss man es natürlich auch halten. Wie wird das bei Forever&Ever® umgesetzt? In erster Linie, indem die Produktseite der Marke garantiert wird. „Forever&Ever® kooperiert nur mit Züchtern, die bestmögliche Pflanzensorten innerhalb eines bestimmten Zeitraums als festen Bestandteil des Sortiments liefern.“



So komponieren wir für den Verbraucher ein Sortiment für Garten, Terrasse und Balkon, das den Bedürfnissen unserer Zielgruppe entspricht. Nachhaltigkeit und verantwortungsbewusste Produktion sind dabei ebenfalls wichtige Kriterien.“

Außerdem wird durch die Präsentation der Marke und die Kommunikation über sie ein guter Weg für den sorgfältigen Umgang mit dem Kunden geschaffen. Hier kommt die Rolle von PEP als Partner von Forever&Ever® klar zum Tragen.

Lesen Sie mehr auf Seite 10

## So why a brand?

Let's start at the beginning. What's the advantage of marketing a product or plant under a brand name? A brand offers clarity and perception. Consumers like brands, and look for recognisable aspects in the brand promise of a brand. It reduces the stress of choosing and increases post-purchase satisfaction. Maikel Loots of PEP explains how brands (sub)consciously affect consumer purchasing behaviour: “by developing a strong brand, you are guiding consumers towards your product. This increases the chance of them choosing your product during their visit to the garden centre, for example.”

### THE BRAND PROMISE

The brand gained a name thanks to the Hydrangea macrophylla, flowering on annual and perennial wood. The brand promise: long-flowering, compact and little maintenance. The range was extended three years ago. Why? More continuity of sales throughout the year and more continuity for consumers. By being available all year round, Forever&Ever® remains visible, and the brand retains its value. Our brand promise now? Forever&Ever® promises no end of

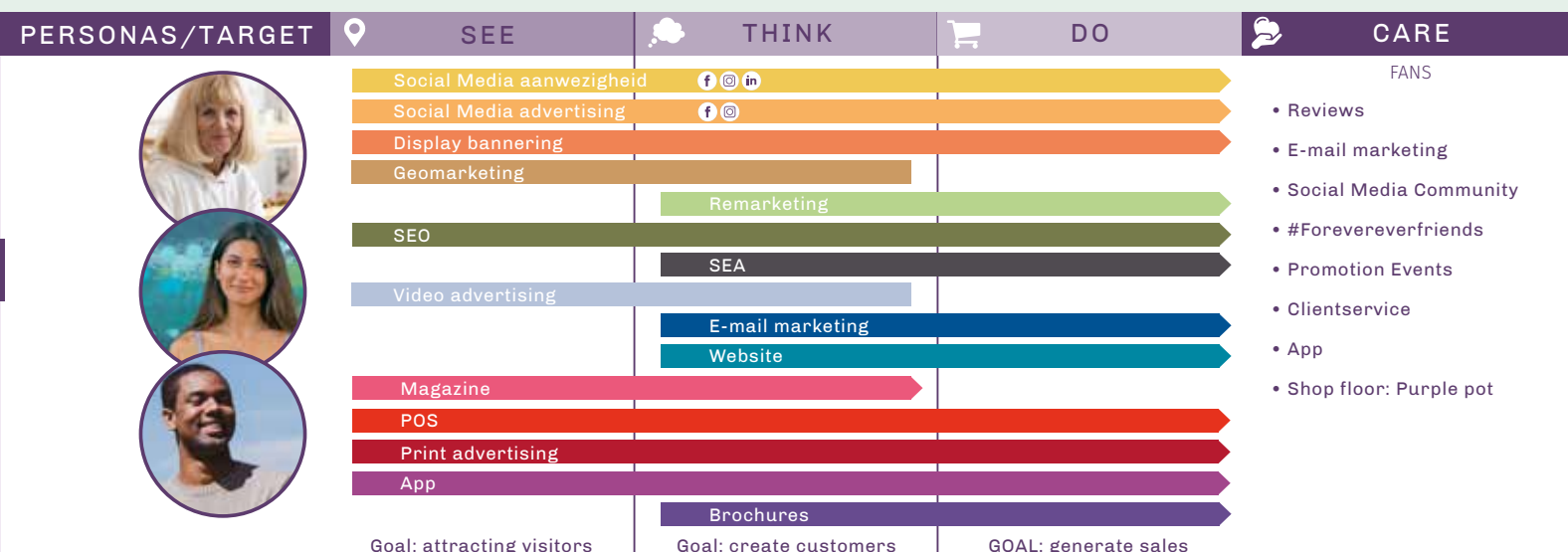
gardening enjoyment – even without green fingers – with a range that represents the best selection on the market. Unique in its exuberant flowering, larger pot sizes, limited maintenance, and resistance to disease. All this in the familiar purple pot.

### PROMISES ARE MADE TO BE KEPT

If you make a promise, you must of course keep it. So how does Forever&Ever® do that? Firstly by safeguarding the product side of the brand. “Forever&Ever® works only with growers who deliver the best possible species of plants within a certain period of the year, as a fixed part of the range. And so we are able to develop a garden and patio/balcony range for consumers, in keeping with the needs of our target group. Sustainability and responsible production are of course also essential criteria.”

Equally important is the consistent and effective presentation of and communication from the brand, as well as careful attention for customers. And that is where PEP, as the partner of Forever&Ever®, clearly comes into play.

Read more on page 10



\* Für die EU (außerhalb der Niederlande) haben wir eine Auswahl von Aktivitäten getroffen.  
 \* For the EU (outside the Netherlands) we have made a selection of activities.

# Ken je doelgroep

Voor duidelijke merkcommunicatie is het belangrijk te weten wie je doelgroep is. Daarin adviseert PEP Forever&Ever®. De doelgroep (Forever&Ever® kent er drie: Babs, Wessel en Janske) volgen we op de voet. Wat zijn de trends, behoeften en verwachtingen? Samen met de markt- en brancheontwikkelingen input voor keuzes die het merk verder uitbouwen. "De Forever&Ever® App met gratis advies over onderhoud en verzorging van de collectie werd bijvoorbeeld geïntroduceerd als antwoord op de behoeften van doelgroep 'Babs'. Deze App wordt vaak gedownload en we zien dat mensen vooral de verzorgingstips lezen: precies waar we de behoefte voorzagen".

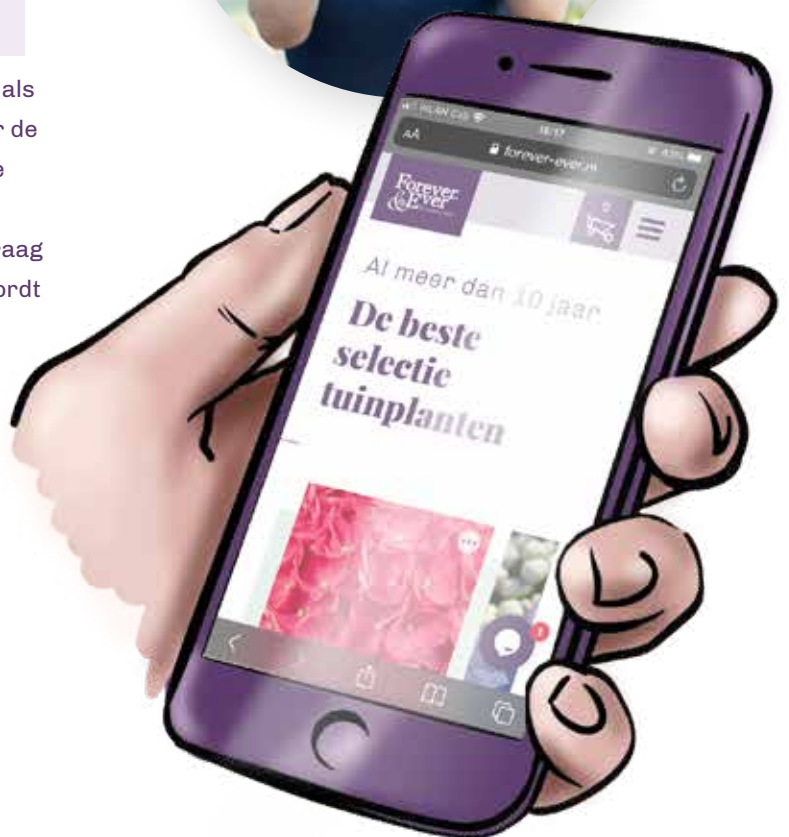
## BEN HERKENBAAR

Voor een merk is herkenbaarheid heel belangrijk. Voor Forever&Ever® is de paarse pot daarbij de belangrijkste peiler. De kleur paars voeren we dan ook consequent door in alle communicatie uitingen voor op de winkelvloer, beurzen, evenementen en online. "Aanvullend op deze uitingen, wordt de totale collectie van Forever&Ever® dit jaar meegenomen in de TV opnamen van De Grote Tuinverbouwing: het hele jaar is het merk Forever&Ever® bijna wekelijks op TV en wordt elke plant uit onze collectie herkenbaar uit- en toegelicht."

## SLUIT AAN

"In een notendop: de positionering van Forever&Ever® als merk in de consumentenmarkt, creëert een vraag naar de producten van Forever&Ever® en garandeert daarmee verkoop. Verkoop die vaak een hogere marge kent dan merkloze planten: de consument betaalt nu eenmaal graag meer voor een garandeerde merkbeplofte". Een merk wordt pas echt sterk wanneer het slagkracht heeft. Dus collectiviteit en samenwerking tussen de juiste kwekers met hun specialisme is essentieel. Aarzel daarom niet om contact op te nemen wanneer jij met jouw product past bij de merkbeplofte van Forever&Ever®, wij staan altijd open voor versterking van het collectief!

[www.pepbc.nl](http://www.pepbc.nl)



# Vertrautheit mit der Zielgruppe

Für klare Markenkommunikation ist es wichtig, die Zielgruppe zu kennen. Dabei wird Forever&Ever® von PEP beraten. Die Zielgruppe (bei Forever&Ever® von drei Personen repräsentiert: Babs, Wessel und Janske) wird von uns eng begleitet. Wie sehen die Trends, Bedürfnisse und Erwartungen aus? Und wie der Input aus Markt- und Branchenentwicklungen für Entscheidungen, die beim weiteren Ausbau der Marke helfen? „Die Forever&Ever®-App mit kostenlosen Empfehlungen zu Pflege und Versorgung des Sortiments werden zum Beispiel als Antwort auf die Bedürfnisse der Zielgruppe „Babs“ präsentiert. Diese App wird oft heruntergeladen und wir sehen, dass die Nutzer vor allem auch die Pflgetipps lesen: Genau der Bedarf, den wir vorhergesagt haben.“

## WIEDERERKENNUNGSWERT SCHAFFEN

Für eine Marke ist Wiedererkennung ausschlaggebend. Für Forever&Ever® spielt der lila Topf dabei die wichtigste Rolle. Die Farbe Lila ist daher auch konsequent in sämtlicher Kommunikation für den Einzelhandel, auf Messen, Veranstaltungen und in der Online-Präsenz vertreten. „Ergänzend zu diesen Präsentationen wird die Gesamtkollektion von Forever&Ever® dieses Jahr in die TV-Aufnahmen für die Gartensendung De Grote Tuinverbouwing integriert: im ganzen Jahr ist die Marke Forever&Ever® nahezu wöchentlich im Fernsehen vertreten. Dabei wird jede Pflanze unserer Kollektion erkennbar vorgestellt und erläutert.“

## ANSCHLUSS HALTEN

„Kurz gesagt: die Positionierung von Forever&Ever® als Marke auf dem Verbrauchermarkt schafft Nachfrage nach den Produkten von Forever&Ever® und garantiert so den Verkauf. Verkauf, mit dem häufig eine höhere Marge als mit No-Name-Produkten verbunden ist: Der Verbraucher zahlt gern etwas mehr für ein garantiertes Markenversprechen.“ Eine Marke wird jedoch erst stark mit der richtigen Durchsetzungskraft. Daher sind Konsens und Kooperation zwischen den richtigen Züchtern mit ihrer jeweiligen Spezialisierung essenziell. Zögern Sie daher nicht, mit uns Kontakt aufzunehmen, wenn Ihr Produkt zum Markenversprechen von Forever&Ever® passt. Wir freuen uns immer über Verstärkung unserer Gemeinschaft!

# Know your target group

In order to communicate your brand clearly, it's essential to know your target group. PEP advises Forever&Ever® on this. We follow the target group (Forever&Ever® has three: Babs, Wessel and Janske) closely. What are the main developments, needs and trends? Together with the market and industry developments, this is the input for choices regarding further brand development. "The Forever&Ever® App with free advice on maintenance and caring for the range was introduced to meet the needs of the 'Babs' target group, for example. This App is downloaded frequently and we see that people mainly read the plant care tips: exactly the requirement we had predicted."

## BE RECOGNIZABLE

Being recognized is vital for any brand. In terms of Forever&Ever®, the purple pot is the most important gauge of this. The colour purple is therefore consistently applied in all forms of communication on the shop floor, at exhibitions, events and online. "In addition to these manifestations, the complete Forever&Ever® range will be given attention in the TV programme for garden renovation, De Grote Tuinverbouwing: the Forever&Ever® brand will be seen almost weekly on TV all year round, and each of the plants in our range will be presented and described recognizably."

## KEEP CONNECTED

"In a nutshell: the positioning of Forever&Ever® as a brand in the consumer market, creates demand for the Forever&Ever® products and thereby guarantees sales. Sales that often offer higher margins than unbranded plants: consumers are after all willing to pay more for a guaranteed brand promise." A brand can only become truly strong when it can pack a punch. So a collective approach and cooperation between the right growers and their specialism is essential. Please don't hesitate to contact us if you believe that your product fits the brand promise of Forever&Ever®, we are always looking for ways to reinforce the collective!

# Forever&Ever® zet volgende stap in verantwoord en duurzaam ondernemen

**De potten van Forever&Ever® zijn gemaakt van gerecycled huishoudafval, zonder gebruik van carbon. Volledig en dus 100% recyclebaar. Maar nog belangrijker voor de industrie; de paarse potten van Forever&Ever® zijn detecteerbaar in de sorteermachine. En zal dus niet onnodig verbrand worden in het recycle proces. Een onmiskenbare volgende stap in het verantwoord en duurzaam ondernemen.**

## WAT WAS DE AANLEIDING?

De potten van Forever&Ever® worden al langere tijd geproduceerd vanuit industrieel plastic afval. Uit dit proces komt uiteindelijk ook een 'zwarte' korrel in de pot. Hierin zit, door de diversiteit van industrieel plastic afval - zoals bijvoorbeeld een autodashboard - ook carbon verwerkt. Juist dit carbon geeft problemen wanneer een consument de plastic pot bij zijn of haar huis-tuin-keuken plastic deponiert. Door de toevoeging van dat carbon wordt de pot bij veel Europese sorteerbedrijven voor verbranding geselecteerd. Oftewel, geen hergebruik van dit gerecyclede product.

## ONZE OPLOSSING

Met de aanpassing(en) in grondstof zijn de nieuwe Forever&Ever® potten 100% detecteerbaar als recyclebaar en zullen dus vermalen worden tot plastic grondstof. Merkt de consument hier iets van? Nee. De look & feel, kleur, vorm en herkenbaarheid zijn hetzelfde gebleven.

Wel zal Forever&Ever® op het plantetiket een QR-code toevoegen die consumenten kunnen scannen. Ze komen dan terecht op een platform van Eco-Loop. Hier zien zij een video waarin kort wordt uitgelegd hoe wij met deze potten omgaan in de eerste productie en in het recycleproces.

Eco-Loop is een initiatief van enkele betrokken kwekers en producenten die samen een steentje bijdragen door de volgende duurzame stappen te zetten. Uiteraard is Forever&Ever® hierbij aangesloten. Samen zorgen we letterlijk en figuurlijk voor vergroening van de wereld.

## SCAN & WATCH



Pot is gemaakt van 100% gerecycled huishoudelijk plastic afval.

Pot is made from 100% recycled household plastic waste.

Der Topf besteht zu 100% aus recyceltem Haushalts - Plastikmüll.

## Ein lila Topf von Forever&Ever® mit Wiedererkennungswert, der im Kunststoffrecyclingverfahren zu 100 % detektierbar ist.



**Die Töpfe von Forever&Ever® werden aus recyceltem Haushaltsabfall ohne Verwendung von Carbon hergestellt. Kompletz zu 100 % recycelbar. Noch wichtiger für die Industrie: Die lila Töpfe von Forever&Ever® können in der Sortiermaschine detektiert werden. So werden sie beim Recycling-Verfahren nicht unnötig der Verbrennung zugeführt. Eindeutig ein weiterer Schritt zum verantwortungsvollen, nachhaltigen Unternehmertum.**

### WIE KAM ES DAZU?

Die Töpfe von Forever&Ever® werden schon seit einiger Zeit aus industriellem Kunststoffabfall hergestellt. Bei diesem Verfahren gelangt schließlich auch das „schwarze“ Körnchen in den Topf. Darin befindet sich wegen der Diversität des industriellen Kunststoffabfalls wie zum Beispiel bei einem Armaturenbrett auch Carbon. Gerade dieses Carbon führt zu Problemen, wenn ein Verbraucher den Plastiktopf beim „Gelben Punkt“ entsorgt. Durch die Zugabe dieses Carbons wird der Topf in vielen europäischen Sortieranlagen zur Verbrennung selektiert. Mit anderen Worten – dieses Recycling-Produkt wird nicht wiederverwendet.

### UNSERE LÖSUNG

Durch die Anpassung(en) beim Rohstoff sind die neuen Töpfe von Forever&Ever® zu 100 % detektierbar und recycelbar, sie können zu Kunststoffrohstoff gemahlen werden. Merkt das der Verbraucher? Nein. Look & Feel, Farbe, Form und Wiedererkennungswert sind gleich geblieben. Das Pflanzenetikett von Forever&Ever® erhält jedoch einen zusätzlichen QR-Code, den der Kunde scannen kann. Er gelangt dann auf eine Plattform von Eco-Loop. Hier wird ein Video gezeigt, das kurz erklärt, wie wir mit den Töpfen bei erster Produktion und beim Recycling umgehen. Eco-Loop ist eine Initiative einzelner interessierter Gärtnereien und Produzenten, die gemeinsam ein Stück zu den nächsten nachhaltigen Schritten beitragen. Natürlich zählt Forever&Ever® dazu. Gemeinsam sorgen wir buchstäblich und praktisch für eine grünere Welt.

## A recognisable purple Forever&Ever® pot that is 100% detectable within the plastics recycling process.



**The Forever&Ever® pots are made from recycled household waste, without the use of carbon. Completely and therefore 100% recyclable. But even more important for the industry: the purple Forever&Ever® pots are detectable in the sorting machine. They will therefore not be unnecessarily incinerated during the recycling process. An unmistakable next step towards responsible and sustainable business.**

### WHAT WAS THE REASON?

The Forever&Ever® pots have been produced from industrial plastic waste for some time now. This process eventually produces a 'black' grain in the pot. Due to the diversity of industrial plastic waste – a car dashboard for example – this black grain contains carbon. It is precisely this carbon that is problematic when consumers throw away the plastic pot with their general household plastic waste. Many European sorting companies will automatically select the pot for incineration, due to the addition of that carbon. In other words, this recycled product will not be reused.

### OUR SOLUTION

Thanks to adjustment of the materials used, the new Forever&Ever® pots are 100% detectable as being recyclable, and will therefore be ground down to their constituent plastic. Will consumers notice the difference? No. The look & feel, colour, shape and recognisability have all remained unchanged. Forever&Ever® will, however, add a QR code to the plant label, that consumers can scan. This will take them to an Eco-Loop platform. There, they will discover a video giving a short description of how these pots are handled in the initial production and in the recycling process.

Eco-Loop is an initiative by a number of dedicated growers and producers who wish to jointly contribute to taking the next sustainable steps. Forever&Ever® is a member of course. Together, we literally and figuratively ensure a greener planet.



# Collection 2021

- 
- Kijk voor het **actuele aanbod** op:
  - Das **aktuelle Angebot** finden Sie auf:
    - Look for the **current offer** on:

**Floriday**



PINK



PURPLE



WHITE



BLUE



RED



# Hydrangea macrophylla



## Boerenhortensia C5

### KENMERKEN

- Bloeit elk jaar schitterend van het voorjaar tot diep in het najaar
- Reblooming, geeft meerdere bloemen op oud en nieuw hout
- Bloeit elk jaar ongeacht snoei of vorst
- Groeit op vrijwel alle grondsoorten behalve op zware, moeilijk waterdoorlatende klei
- Heeft voorkeur voor licht zure grond
- Blijft compact. Snoeien hoeft niet, mag wel in februari

### BELADING CC

(per laag en vol)

- 17 per laag
- 4 lagen
- Vol CC: 68

### KLEUREN

- Red
- Blue
- Pink
- White
- Purple

### LEVERPERIODE

Week 9-13	Kaal
Week 14-18	Knop
Week 19-35	Knop en bloem



## Bauernhortensie C5

### KENNZEICHEN

- Blüht jedes Jahr prächtig vom Frühjahr bis tief in den Herbst
- Remontierend, mehrere Blüten am alten und neuen Holz
- Blüht jedes Jahr, unabhängig von Rückschnitt oder Frost
- Gedeiht auf nahezu allen Bodenarten, außer auf schwerem, kaum wasserdurchlässigem Lehm
- Bevorzugt leicht sauren Boden
- Bleibt kompakt. Kein Rückschnitt erforderlich, falls jedoch gewünscht im Februar

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- 17 pro Lage
- 4 Lagen
- Ganzer CC: 68

### FARBEN

- Red
- Blue
- Pink
- White
- Purple

### LIEFERZEITRAUM

Woche 9-13	Kahl
Woche 14-18	Knospe
Woche 19-35	Knospe und Blüte



## Macrophylla C5

### CHARACTERISTICS

- Flowers brilliantly every year, from spring well into autumn
- Reblooming, produces multiple flowers on old and new wood
- Flowers every year regardless of pruning or frost
- Grows in more or less any soil type, except for heavy, poorly draining clay
- Prefers slightly acidic soils
- Stays compact. No pruning needed but pruning is possible in February

### LOAD

(per layer and full CC)

- 17 per layer
- 4 layers
- Total CC: 68

### COLOURS

- Red
- Blue
- Pink
- White
- Purple

### DELIVERY PERIOD

Weeks 9-13	Bare
Weeks 14-18	Bud
Weeks 19-35	Bud and flower





BLUE



PINK



WHITE

# Hydrangea macrophylla Teller



## Boerenhortensia Teller C5

### KENMERKEN

- Bloeit elk jaar schitterend van het voorjaar tot diep in het najaar
- Reblooming, geeft meerdere bloemen op oud en nieuw hout
- Bloeit elk jaar ongeacht snoei of vorst
- Groeit op vrijwel alle grondsoorten behalve op zware, moeilijk waterdoorlatende klei
- Heeft voorkeur voor licht zure grond
- Blijft compact. Snoeien hoeft niet, mag wel in februari

### BELADING CC

(per laag en vol)

- 17 per laag
- 4 lagen
- Vol CC: 68

### KLEUREN

- Blue
- Pink
- White

### LEVERPERIODE

Week 9-13	Kaal
Week 14-18	Knop
Week 19-35	Knop en bloem



## Bauernhortensie Teller C5

### KENNZEICHEN

- Blüht jedes Jahr prächtig vom Frühjahr bis tief in den Herbst
- Remontierend, mehrere Blüten am alten und neuen Holz
- Blüht jedes Jahr, unabhängig von Rückschnitt oder Frost
- Gedeiht auf nahezu allen Bodenarten, außer auf schwerem, kaum wasserdurchlässigem Lehm
- Bevorzugt leicht sauren Boden
- Bleibt kompakt. Kein Rückschnitt erforderlich, falls jedoch gewünscht im Februar

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- 17 pro Lage
- 4 Lagen
- Ganzer CC: 68

### FARBEN

- Blue
- Pink
- White

### LIEFERZEITRAUM

Woche 9-13	Kahl
Woche 14-18	Knospe
Woche 19-35	Knospe und Blüte



## Macrophylla Teller C5

### CHARACTERISTICS

- Flowers brilliantly every year, from spring well into autumn
- Reblooming, produces multiple flowers on old and new wood
- Flowers every year regardless of pruning or frost
- Grows in more or less any soil type, except for heavy, poorly draining clay
- Prefers slightly acidic soils
- Stays compact. No pruning needed but pruning is possible in February

### LOAD

(per layer and full CC)

- 17 per layer
- 4 layers
- Total CC: 68

### COLOURS

- Blue
- Pink
- White

### DELIVERY PERIOD

Weeks 9-13	Bare
Weeks 14-18	Bud
Weeks 19-35	Bud and flower





BLUE



PINK



PURPLE



RED



WHITE



## Boerenhortensia Small C2

### KENMERKEN

- Bloeit elk jaar schitterend van het voorjaar tot diep in het najaar
- Reblooming, geeft meerdere bloemen op oud en nieuw hout
- Bloeit elk jaar ongeacht snoei of vorst
- Groeit op vrijwel alle grondsoorten behalve op zware, moeilijk waterdoorlatende klei
- Heeft voorkeur voor licht zure grond
- Blijft compact. Snoeien hoeft niet, mag wel in februari

### BELADING CC

(per laag en vol)

- Per laag:  
4 x 6 in tray
- Totaal per CC:  
16 x 6 in tray

### KLEUREN

- Blue
- Pink
- Purple
- Red
- White

### LEVERPERIODE

Week 1-13	Kaal
Week 14-18	Knop
Week 19-35	Knop en bloem

## Bauernhortensie Small C2

### KENNZEICHEN

- Blüht jedes Jahr prächtig vom Frühjahr bis tief in den Herbst
- Remontierend, mehrere Blüten am alten und neuen Holz
- Blüht jedes Jahr, unabhängig von Rückschnitt oder Frost
- Gedeiht auf nahezu allen Bodenarten, außer auf schwerem, kaum wasserdurchlässigem Lehm
- Bevorzugt leicht sauren Boden
- Bleibt kompakt. Kein Rückschnitt erforderlich, falls jedoch gewünscht im Februar

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- Pro Lage:  
4 x 6 im Tray
- Ganzer CC:  
16 x 6 im Tray

### FARBEN

- Blue
- Pink
- Purple
- Red
- White

### LIEFERZEITRAUM

Woche 1-13	Kahl
Woche 14-18	Knospe
Woche 19-35	Knospe und Blüte

## Macrophylla Small C2

### CHARACTERISTICS

- Flowers brilliantly every year, from spring well into autumn
- Reblooming, produces multiple flowers on old and new wood
- Flowers every year regardless of pruning or frost
- Grows in more or less any soil type, except for heavy, poorly draining clay
- Prefers slightly acidic soils
- Stays compact. No pruning needed but pruning is possible in February

### LOAD

(per layer and full CC)

- Per layer:  
4 x 6 in tray
- Total CC:  
4 x 6 in tray

### COLOURS

- Blue
- Pink
- Purple
- Red
- White

### DELIVERY PERIOD

Weeks 1-13	Bare
Weeks 14-18	Bud
Weeks 19-35	Bud and flower





PINK



PURPLE



WHITE



BLUE



RED

# Hydrangea macrophylla XXL



## Boerenhortensia C10

### KENMERKEN

- Bloeit elk jaar schitterend van het voorjaar tot diep in het najaar
- Reblooming, geeft meerdere bloemen op oud en nieuw hout
- Bloeit elk jaar ongeacht snoei of vorst
- Groeit op vrijwel alle grondsoorten behalve op zware, moeilijk waterdoorlatende klei
- Heeft voorkeur voor licht zure grond
- Blijft compact. Snoeien hoeft niet, mag wel in februari

### BELADING CC C10

(per laag en vol)

- 10 per laag
- 3 lagen per CC
- Vol CC: 30

### KLEUREN

- Red
- Blue
- Pink
- White
- Purple

### LEVERPERIODE

#### C10

Week 9-13	Kaal
Week 14-18	Knop
Week 19-35	Knop en bloem

#### C12

Week 5-8	Kaal
Week 9-18	Kaal
Week 18-25	Knop
Week 25-35	Knop en bloem



## Bauernhortensie C10

### KENNZEICHEN

- Blüht jedes Jahr prächtig vom Frühjahr bis tief in den Herbst
- Remontierend, mehrere Blüten am alten und neuen Holz
- Blüht jedes Jahr, unabhängig von Rückschnitt oder Frost
- Gedeiht auf nahezu allen Bodenarten, außer auf schwerem, kaum wasserdurchlässigem Lehm
- Bevorzugt leicht sauren Boden
- Bleibt kompakt. Kein Rückschnitt erforderlich, falls jedoch gewünscht im Februar

### BELADUNG C10

(pro Lage und ganzem CC)

- 10 pro Lage
- 3 Lagen pro CC
- Ganzer CC: 30

### FARBEN

- Red
- Blue
- Pink
- White
- Purple

### LIEFERZEITRAUM

#### C10

Woche 9-13	Kahl
Woche 14-18	Knospe
Woche 19-35	Knospe und Blüte

#### C12

Woche 5-8	Kahl
Woche 9-18	Kahl
Woche 18-25	Knospe
Woche 25-35	Knospe und Blüte



## Macrophylla C10

### CHARACTERISTICS

- Flowers brilliantly every year, from spring well into autumn
- Reblooming, produces multiple flowers on old and new wood
- Flowers every year regardless of pruning or frost
- Grows in more or less any soil type, except for heavy, poorly draining clay
- Prefers slightly acidic soils
- Stays compact. No pruning needed but pruning is possible in February

### LOAD C10

(per layer and full CC)

- 10 per layer
- 3 layers per CC
- Total CC: 30

### COLOURS

- Red
- Blue
- Pink
- White
- Purple

### DELIVERY PERIOD

#### C10

Weeks 9-13	Bare
Weeks 14-18	Bud
Weeks 19-35	Bud and flower

#### C12

Weeks 5-8	Bare
Weeks 9-18	Bare
Weeks 18-25	Bud
Weeks 25-35	Bud and flower





PINK



WHITE



BLUE



RED



# Hydrangea macrophylla on stem



## Boerenhortensia op stam C9

### KENMERKEN

- Bloeit elk jaar schitterend van het voorjaar tot diep in het najaar
- Reblooming, geeft meerdere bloemen op oud en nieuw hout
- Bloeit elk jaar ongeacht snoei of vorst
- Groeit op vrijwel alle grondsoorten behalve op zware, moeilijk waterdoorlatende klei
- Heeft voorkeur voor licht zure grond
- Blijft compact. Snoeien hoeft niet, mag wel in februari

### BELADING CC

(per laag en vol)

- 10 per laag
- 2 lagen per CC
- Vol CC: 20

### KLEUREN

- Red
- Blue
- Pink
- White

### LEVERPERIODE

Week 9-13	Kaal
Week 14-18	Knop
Week 19-35	Knop en bloem



## Bauernhortensie auf Stamm C9

### KENNZEICHEN

- Blüht jedes Jahr prächtig vom Frühjahr bis tief in den Herbst
- Remontierend, mehrere Blüten am alten und neuen Holz
- Blüht jedes Jahr, unabhängig von Rückschnitt oder Frost
- Gedeiht auf nahezu allen Bodenarten, außer auf schwerem, kaum wasserdurchlässigem Lehm
- Bevorzugt leicht sauren Boden
- Bleibt kompakt. Kein Rückschnitt erforderlich, falls jedoch gewünscht im Februar

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- 10 pro Lage
- 2 Lagen pro CC
- Ganzer CC: 20

### FARBEN

- Red
- Blue
- Pink
- White

### LIEFERZEITRAUM

Woche 9-13	Kahl
Woche 14-18	Knospe
Woche 19-35	Knospe und Blüte



## Macrophylla on stem C9

### CHARACTERISTICS

- Flowers brilliantly every year, from spring well into autumn
- Reblooming, produces multiple flowers on old and new wood
- Flowers every year regardless of pruning or frost
- Grows in more or less any soil type, except for heavy, poorly draining clay
- Prefers slightly acidic soils
- Stays compact. No pruning needed but pruning is possible in February

### LOAD C10/12

(per layer and full CC)

- 10 per layer
- 2 layers per CC
- Total CC: 20

### COLOURS

- Red
- Blue
- Pink
- White

### DELIVERY PERIOD

Weeks 9-13	Bare
Weeks 14-18	Bud
Weeks 19-35	Bud and flower





RED-WHITE

# Hydrangea macrophylla double color

NEW

LIMITED EDITION



## Boerenhortensia C5

### KENMERKEN

- Bloeit elk jaar schitterend van het voorjaar tot diep in het najaar
- Reblooming, geeft meerdere bloemen op oud en nieuw hout
- Bloeit elk jaar ongeacht snoei of vorst
- Groeit op vrijwel alle grondsoorten behalve op zware, moeilijk waterdoorlatende klei
- Heeft voorkeur voor licht zure grond
- Blijft compact. Snoeien hoeft niet, mag wel in februari

### BELADING CC

(per laag en vol)

- 17 per laag
- 4 lagen
- Vol CC: 68

### KLEUREN

- Red-White

### LEVERPERIODE

Week 19-35 Knop en bloem



## Bauernhortensie C5

### KENNZEICHEN

- Blüht jedes Jahr prächtig vom Frühjahr bis tief in den Herbst
- Remontierend, mehrere Blüten am alten und neuen Holz
- Blüht jedes Jahr, unabhängig von Rückschnitt oder Frost
- Gedeiht auf nahezu allen Bodenarten, außer auf schwerem, kaum wasserdurchlässigem Lehm
- Bevorzugt leicht sauren Boden
- Bleibt kompakt. Kein Rückschnitt erforderlich, falls jedoch gewünscht im Februar

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- 17 pro Lage
- 4 Lagen
- Ganzer CC: 68

### FARBEN

- Red-White

### LIEFERZEITRAUM

Woche 19-35 Knospe und Blüte



## Macrophylla C5

### CHARACTERISTICS

- Flowers brilliantly every year, from spring well into autumn
- Reblooming, produces multiple flowers on old and new wood
- Flowers every year regardless of pruning or frost
- Grows in more or less any soil type, except for heavy, poorly draining clay
- Prefers slightly acidic soils
- Stays compact. No pruning needed but pruning is possible in February

### LOAD

(per layer and full CC)

- 17 per layer
- 4 layers
- Total CC: 68

### COLORS

- Red-White

### DELIVERY PERIOD

Weeks 19-35 Bud and flower





WHITE



WHITE-PINK



LIMEGREEN



## Pluimhortensia C5

### KENMERKEN

- Bloeit elk jaar schitterend van begin zomer tot in het najaar
- Mooie kegelvormige bloemen
- Bloeit elk jaar ongeacht snoei of vorst
- Heeft voorkeur voor vochtige, licht zure en goed doorlatende grond
- Groeit op vrijwel alle grondsoorten, behalve op zware, moeilijk waterdoorlatende klei
- Compact

### BELADING CC

(per laag en vol)

- 17 per laag
- 3 lagen per CC
- Totaal CC: 51

### KLEUREN

- White
- White-Pink
- Limegreen

### LEVERPERIODE

Week 5-13	Kaal
Week 14-22	Kaal en struik
Week 23-39	Knop en bloem

## Rispen-Hortensie C5

### KENNZEICHEN

- Blüht jedes Jahr prächtig vom Sommeranfang bis tief in den Herbst
- Schöne kegelförmige Blüten
- Blüht jedes Jahr, unabhängig von Rückschnitt oder Frost
- Bevorzugt feuchten, leicht sauren und gut durchlässigen Boden
- Gedeiht auf nahezu allen Bodenarten, außer auf schwerem, kaum wasser-durchlässigem Lehm
- Kompakt

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- 17 pro Lage
- 3 Lagen
- Ganzer CC: 51

### FARBEN

- White
- White-Pink
- Limegreen

### LIEFERZEITRAUM

Woche 5-13	Kahl
Woche 14-22	Kahl und Büschel
Woche 23-39	Knospe und Blüte

## Paniculata C5

### CHARACTERISTICS

- Flowers brilliantly every year, from summer into autumn
- Beautiful cone-shaped flowers
- Flowers every year regardless of pruning or frost
- Prefers moist, slightly acidic and highly permeable soil
- Grows in more or less any soil type, except for heavy, poorly draining clay
- Compact

### LOAD

(per layer and full CC)

- 17 per layer
- 3 layers
- Total CC: 51

### COLORS

- White
- White-Pink
- Limegreen

### DELIVERY PERIOD

Weeks 5-13	Bare
Weeks 14-22	Bare and shrub
Weeks 23-39	Bud and flower





RED



WHITE



PINK



YELLOW



BLACK



ORANGE



PURPLE



## Calla C3

### KENMERKEN

- Veel sierwaarde door de vele bloemen
- Blijft 5 tot 8 weken bloeien
- Zeer geschikt als terrasplant
- Grote potmaat

### BELADING CC

(per laag en vol)

- Per laag: los of in tray
- Los: 21 x 1 los
- Tray: 7 x 3 in tray
- Fust: 955
- Totaal per CC: 21 x 3 los of 21 x 3 in tray

### KLEUREN

- Red
- White
- Pink
- Yellow
- Black
- Orange
- Purple

### LEVERPERIODE

Week 14-28 Bloem - alle kleuren



## Calla C3

### KENNZEICHEN

- Hoher Zierwert durch viele Blüten
- Blühdauer 5 bis 8 Wochen
- Ideal als Terrassenpflanze
- Große Topfgröße

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- Pro Lage: lose beladen oder im Tray
- Lose: 21 x 1 lose
- Tray: 7 x 3 im Tray
- Transportverpackung: 955
- Ganzer CC: 21 x 3 lose oder 21 x 3 im Tray

### FARBEN

- Red
- White
- Pink
- Yellow
- Black
- Orange
- Purple

### LIEFERZEITRAUM

Woche 14-28 Blüte - alle Farben



## Calla C3

### CHARACTERISTICS

- A lot of ornamental value thanks to the many flowers
- Continues to flower for 5 to 8 weeks
- Very suitable as terrace plant
- Large pot size

### LOAD

(per layer and full CC)

- Per layer: Separated or in a tray
- Separately: 21 x 1 separately
- Tray: 7 x 3 in tray
- Cask: 955
- Total CC: 21 x 3 separately or 21 x 3 in tray

### COLORS

- Red
- White
- Pink
- Yellow
- Black
- Orange
- Purple

### DELIVERY PERIOD

Weeks 14-28 Flower - all colours





RED



WHITE



PINK



LIGHT PINK



# Dipladenia



## Dipladenia C6

### KENMERKEN

- Bloeit lang, voor een heel seizoen tuinplezier
- Unieke soort met extra grote bloemen
- Makkelijk in onderhoud
- Alleen water geven is voldoende
- Niet vorstbestendig

### BELADING CC

(per laag en vol)

- 17 per laag
- 3 lagen per CC
- Totaal per CC: 51

### KLEUREN

- Red
- Light Pink
- Pink
- White

### LEVERPERIODE

Week 5-13 Knop  
Week 14-18 Bloem



## Dipladenia C6

### KENNZEICHEN

- Lange Blühdauer, für eine ganze Saison Gartenvergnügen
- Prachtvolle Sorte mit besonders großen Blüten
- Pflegeleicht
- Einfaches Gießen ist ausreichend
- Nicht winterhart

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- 17 pro Lage
- 3 Lagen pro CC
- Ganzer CC: 51

### FARBEN

- Red
- Light Pink
- Pink
- White

### LIEFERZEITRAUM

Woche 5-13 Knospe  
Woche 14-18 Blüte



## Dipladenia C6

### CHARACTERISTICS

- Long flowering period, for a whole season of gardening pleasure
- Unique variety with extra large flowers
- Low-maintenance.
- All it needs is water
- Not frost-resistant

### LOAD

(per layer and full CC)

- 17 per layer
- 3 layers per CC
- Total CC: 51

### COLORS

- Red
- Light Pink
- Pink
- White

### DELIVERY PERIOD

Weeks 5-13 Bare  
Weeks 14-18 Flowering

Alleen leverbaar via reservering, géén daghandel.





BLUE



WHITE



PURPLE



PINK





## 'Tiny' buddleja

### KENMERKEN

- Bloeit lang, voor een heel seizoen tuinplezier
- Unieke soort, extra compact
- Makkelijk in onderhoud
- Vorstbestendig

### BELADING CC

(per laag en vol)

- 21 per laag
- 3 lagen per CC
- Totaal per CC: 63

### KLEUREN

- Blue
- White
- Purple
- Pink



## 'Tiny' buddleja

### KENNZEICHEN

- Lange Blühdauer, für eine ganze Saison Gartenvergnügen
- Prachtvolle Sorte, extra Kompact
- Pflegeleicht
- Winterhart

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- 21 pro Lage
- 3 Lagen pro CC
- Ganzer CC: 63

### FARBEN

- Blue
- White
- Purple
- Pink



## 'Tiny' butterfly bush

### CHARACTERISTICS

- Long flowering period, for a whole season of gardening pleasure
- Unique variety, extra compact
- Low-maintenance.
- Frost-resistant

### LOAD

(per layer and full CC)

- 21 per layer
- 3 layers per CC
- Total CC: 63

### COLORS

- Blue
- White
- Purple
- Pink

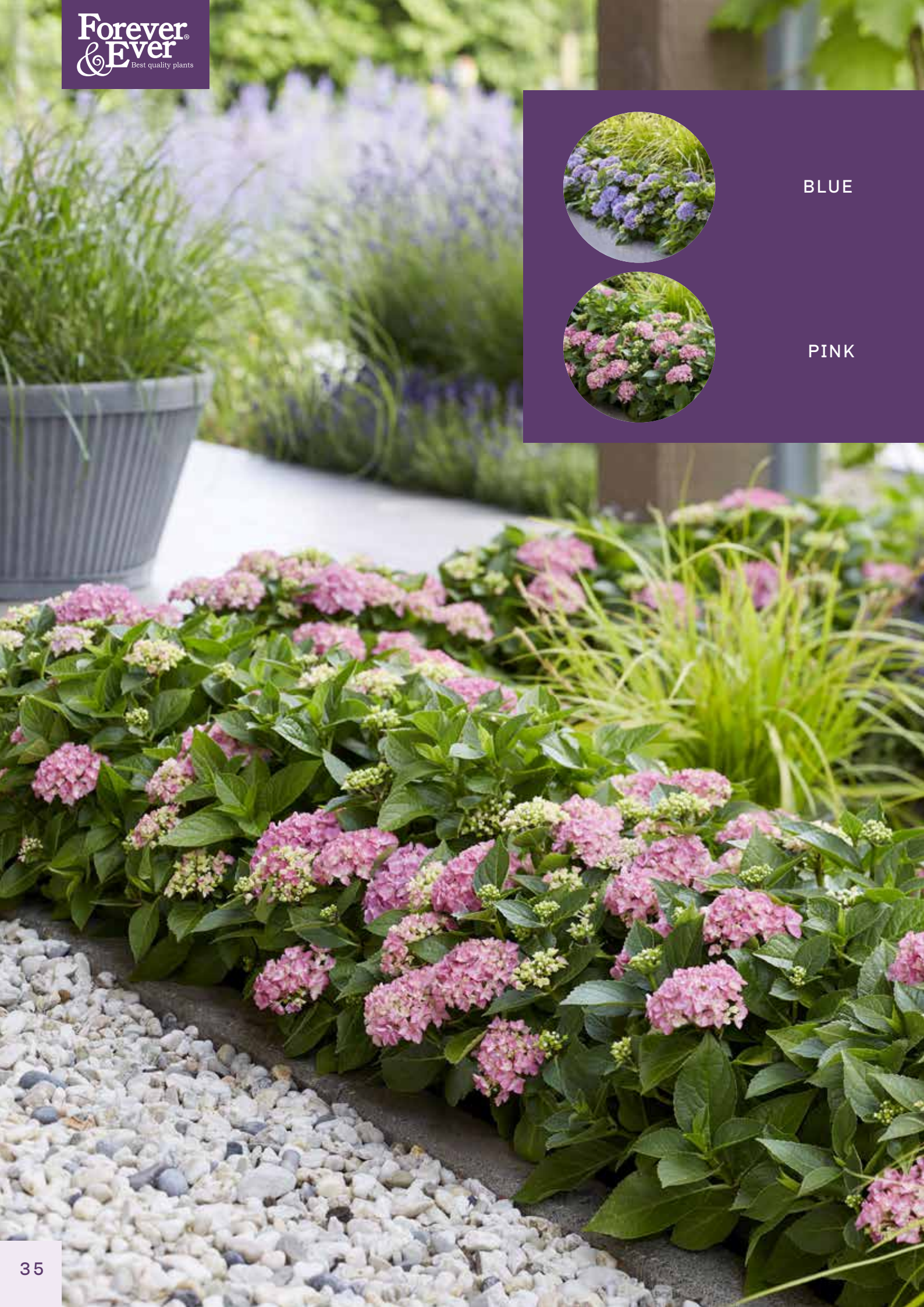




BLUE



PINK





## Hydrangea hortbux extra small

### KENMERKEN

- Bloeit lang, voor een heel seizoen tuinplezier
- Unieke soort, compact
- Makkelijk in onderhoud
- Niet vorstbestendig
- Ideaal voor haag

### BELADING CC

(per laag en vol)

- 17 per laag
- 3 lagen per CC
- Totaal per CC: 51

### KLEUREN

- Blue
- Pink

### LEVERPERIODE

Week 14-18	Knop
Week 19-30	Knop en bloem



## Hydrangea hortbux extra small

### KENNZEICHEN

- Lange Blühdauer, für eine ganze Saison Gartenvergnügen
- Prachtvolle Sorte, Kompact
- Pflegeleicht
- Nicht winterhart
- Ideal zur Absicherung

### BELADUNG

(pro Lage und ganzem CC)

- 17 pro Lage
- 3 Lagen pro CC
- Ganzer CC: 51

### FARBEN

- Blue
- Pink

### LIEFERZEITRAUM

Woche 14-18	Knospe
Woche 19-30	Knospe und Blüte



## Hydrangea hortbux extra small

### CHARACTERISTICS

- Long flowering period, for a whole season of gardening pleasure
- Unique variety, compact
- Low-maintenance.
- Not frost-resistant
- Ideal for hedge

### LOAD

(per layer and full CC)

- 17 per layer
- 3 layers per CC
- Total CC: 51

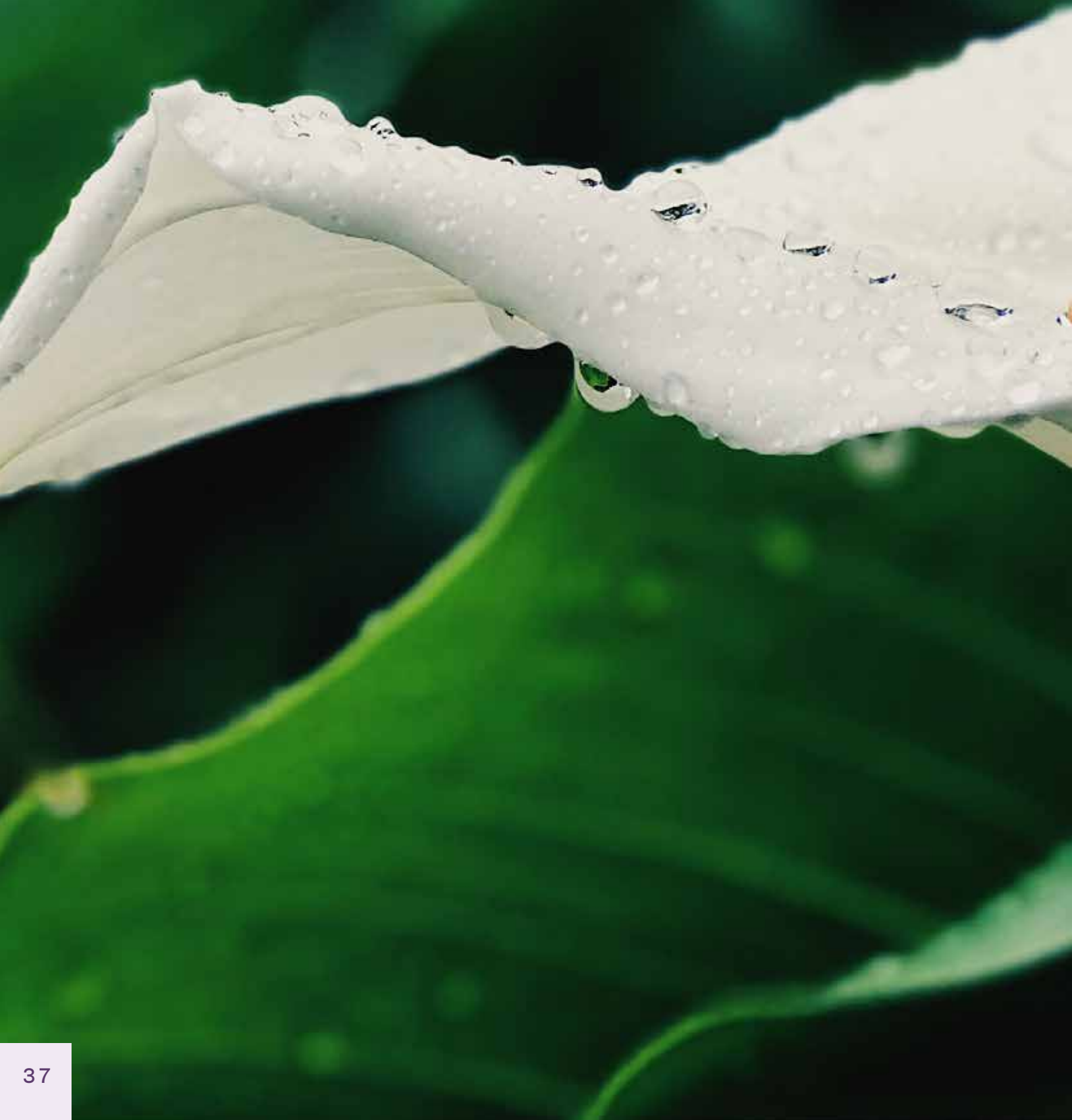
### COLORS

- Blue
- Pink

### DELIVERY PERIOD

Weeks 14-18	Bud
Weeks 19-30	Bud and flower





# Scanbook

- 
- Vind **snel** en **handig** alle artikelen.
  - Finden Sie alle Artikel **schnell** und **einfach**.
  - Find all items **quickly** and **easily**.

## Buddleja 'Tiny'



NEW

NAME	EAN	COLOR
Pink	8 719324 285711	
Purple	8 719324 285728	
White	8 719324 285698	
Blue	8 719324 285704	

## Dipladenia



NAME	EAN	COLOR
Dipladenia Red	8 719324 285407	
Dipladenia Light Pink	8 719324 285438	
Dipladenia Pink	8 719324 285421	
Dipladenia White	8 719324 285445	

## Hydrangea paniculata



NAME	EAN	COLOR
Limegreen	8 719324 285070	
White-Pink	8 719324 285087	
White	8 719324 285100	

## Calla



NAME	EAN	COLOR
Calla Red	8 719324 285162	
Calla White	8 719324 285216	
Calla Pink	8 719324 285186	
Calla Yellow	8 719324 285230	
Calla Black	8 719324 285209	
Calla Orange	8 719324 285193	
Calla Purple	8 719324 285179	

## Hydrangea macrophylla



NAME	EAN	COLOR
macrophylla Blue C5	8 717953 138330	
macrophylla Pink C5	8 717953 138323	
macrophylla White C5	8 717953 138347	
macrophylla Red C5	8 717953 138316	
macrophylla Purple C5	8 719324 285056	



## Hydrangea macrophylla on stem



NAME	EAN	COLOR
macrophylla Blue C9	8 719324 285032	
macrophylla Pink C9	8 719324 285049	
macrophylla White C9	8 719324 285018	
macrophylla Red C9	8 719324 285025	

## Hydrangea macrophylla Teller



NAME	EAN	COLOR
Teller Blue	8 719324 285674	
Teller White	8 719324 285681	
Teller Pink	8 719324 285667	

## Hydrangea macrophylla small with potcover



NAME	EAN	COLOR
Blue	8 719324 285971	
Pink	8 719324 285964	
Purple	8 719324 285933	
Red	8 719324 285957	
White	8 719324 285940	

## Hydrangea (hortbux) extra small



NAME	EAN	COLOR
Pink	8 720254 345093	
Blue	8 720254 345109	

## Hydrangea macrophylla double color



NAME	EAN	COLOR
Red-White	8 720254 345086	

## Hydrangea macrophylla XXL



NAME	EAN	COLOR
macrophylla Blue C10	8 717953 138378	
macrophylla Pink C10	8 717953 138361	
macrophylla White C10	8 717953 138385	
macrophylla Red C10	8 717953 138354	
macrophylla Purple C10	8 719324 285063	

# Overzicht kwekerijen

KWEKERIJ(EN) | ZUCHTBETRIEB(E) | NURSERY

## Hydrangea macrophylla



Jonkers Elshout BV  
Wolfshoek 53, 5154 AB Elshout  
The Netherlands



Desmartis Pépinières  
Route d'Agen, 24100 Bergerac  
France



De Jong Plant B.V.  
Alfensvaart 11, 2771 NM Boskoop  
The Netherlands



Duet s.j. Konopka, Pelka  
Emilanow 31, 05-250 Radzymin  
Poland

## Hydrangea macrophylla Teller | Hydrangea paniculata



Jonkers Elshout BV  
Wolfshoek 53, 5154 AB Elshout  
The Netherlands



De Jong Plant B.V.  
Alfensvaart 11, 2771 NM Boskoop  
The Netherlands

## Hydrangea macrophylla Small with potcover



De Jong Plant B.V.  
Alfensvaart 11, 2771 NM Boskoop  
The Netherlands

## Hydrangea macrophylla XXL



Sterke Kwekerijen B.V.  
Heesakker 10, 5076 PR Haaren  
The Netherlands



Desmartis Pépinières  
Route d'Agen, 24100 Bergerac  
France



Brunn Pflanzen-Export GmbH & Co.KG  
Johann-Brunn-Allee 1, 26160 Bad Zwischenah  
Germany



De Jong Plant B.V.  
Alfensvaart 11, 2771 NM Boskoop  
The Netherlands

## Hydrangea macrophylla on stem



B&B Plant BV  
Grubbenvorsterweg 26a, 5973 NB Lottum  
The Netherlands



Duet s.j. Konopka, Pelka  
Emilanow 31, 05-250 Radzymin  
Poland



Desmartis Pépinières  
Route d'Agen, 24100 Bergerac  
France

## Hydrangea macrophylla Double color



Jonkers Elshout BV  
Wolfshoek 53, 5154 AB Elshout  
The Netherlands



De Jong Plant B.V.  
Alfensvaart 11, 2771 NM Boskoop  
The Netherlands

## Calla



KB Plants BV  
Lange Kruisweg 28c, 2676BL Maasdijk  
The Netherlands

## Dipladenia

Tropical Coast

Cultivating Quality Plants (Horticultura Ruiz S.A)  
Paseo de la Reina 47, 18340 Fuente Vaqueros  
Spain

## Buddleja 'Tiny'



Jonkers Elshout BV  
Wolfshoek 53, 5154 AB Elshout  
The Netherlands

## Hortbux



De Jong Plant B.V.  
Alfensvaart 11, 2771 NM Boskoop  
The Netherlands



[www.forever-ever.eu](http://www.forever-ever.eu)

[info@forever-ever.eu](mailto:info@forever-ever.eu)

[#forevereverplants](https://www.instagram.com/forevereverplants)