



Forever® & Ever

Best quality plants

2022 Collection

Best quality
plants



www.forever-ever.eu



Beste relatie,

Voor u ligt de nieuwe catalogus van Forever&Ever®. Wederom hebben we de actuele ontwikkelingen in de markt in combinatie met het consumentengedrag en de consumentenbehoeften (inspiratie, beleving en transparantie over en van het merk) vertaald naar een marketing- en verkoopplan voor 2022. Concrete activiteiten en publicaties in de vakpers en consumentenbladen, zowel offline als online.

Opvolgend vindt u onze collectie voor 2022, wederom in het vertrouwde overzicht met alle EAN codes. Makkelijk om te scannen.

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

- Forever&Ever® wekelijks op TV in een lifestyleprogramma, tijdens het verkoopseizoen.
Trends, inspiratie, toepassing en beleving.
- POS materialen voor op de winkelvloer of klantspecifieke uitingen worden weer uitgeleverd en opgemaakt.
Wilt u samen met Forever&Ever® een unieke en individuele presentatie maken? Laat het ons weten en we ondersteunen u met de opmaak en aanlevering van drukwerkbestanden ter optimalisatie van uw verkoop.
- Communicatie via de (vak)pers. Ook in 2022 zal intensief worden samengewerkt met de vakpers voor inspiratie, uitleg en informatie over de toepassingen van de Forever&Ever® collectie. Wederom zal er in 2022 speciale aandacht zijn voor de Franstalige en Duitstalige markten.
- Een duidelijke online propositie waarin informatie en vertrouwen centraal staat. Een toegewijde klantenservice voor consumentenvragen of opmerkingen. Op werkdagen bereikbaar via mail, telefoon maar ook live chat. Zowel in de Nederlandse als Duitse, Engelse en Franse taal.
- Verdere ontwikkelingen op gebied van duurzaamheid. Forever&Ever® staat niet stil en is in vergevorderd stadium in aanpassingen van o.a. de potgrond. Doel: het vergroten van de duurzaamheid door minimalisatie van grondstoffen die schadelijk zijn voor onze samenleving.
- Structureel aandacht via de sociale-mediakanalen met tips, advies en inspiratie voor onze klanten.

Ook voor 2022 blijven wij ook u als gewaarde klant informeren en betrekken bij de ontwikkelingen van Forever&Ever®; een sterk merk met een unieke collectie tuinplanten

Namens alle producenten van Forever&Ever® alvast bedankt voor uw interesse en inspanningen om samen een mooi Forever&Ever® tuinseizoen neer te zetten in 2022!

Maikel Loots
Forever&Ever® 'Best Quality Plants'



**Sehr geehrte Geschäftspartnerin,
sehr geehrter Geschäftspartner,**

Wir freuen uns, Ihnen den neuen Forever&Ever®-Katalog zu präsentieren. Erneut haben wir die aktuellen Entwicklungen im Markt in Kombination mit dem Verbraucherverhalten und den Verbraucherbedürfnissen (Inspiration, Erlebnis und Transparenz über die Marke) in einen Marketing- und Vertriebsplan für 2022 übersetzt. Dieser Plan besteht aus konkreten Aktivitäten und Veröffentlichungen in der Fachpresse und Verbrauchermagazinen, unterstützt durch sowohl offline als online Kommunikation.

Im Anschluss an diese Einleitung wird unsere Kollektion für 2022 präsentiert in der gewohnten Übersicht mit allen EAN-Codes, die leicht zu scannen sind.

Als Reaktion auf die Trends und Entwicklungen, die wir beobachtet haben, können Sie sich dieses Jahr auf Folgendes freuen;

- Forever&Ever® wird in der Verkaufssaison wöchentlich in einer Lifestyle-Sendung im Fernsehen zu sehen sein. Trends: Inspiration, Anwendung und Erfahrung.
- POS-Materialien für den Verkaufsraum oder händlerspezifisches Werbematerial werden wieder geliefert und gestaltet. Möchten Sie gemeinsam mit Forever&Ever® ein einzigartiges und individuelles Display kreieren? Kontaktieren Sie uns und wir unterstützen Ihnen bei der Gestaltung und Lieferung von Druckdateien zur Optimierung Ihren Verkauf.
- Kommunikation über die (Fach-)Presse. Im Jahr 2022 werden wir erneut eng mit der Fachpresse zusammenarbeiten, um sie zu inspirieren und informieren über die Anwendungen der Forever&Ever®-Kollektion. Auch im Jahr 2022 wird den deutsch- und französischsprachigen Märkten besondere Aufmerksamkeit gewidmet.
- Ein klarer Online-Vorschlag, bei dem Informieren und Vertrauen schaffen im Mittelpunkt stehen. Ein engagierter Kundendienst für das Beantworten von Fragen und Anmerkungen der Verbraucher. An Werktagen per E-Mail, Telefon und Live-Chat erreichbar auf Niederländisch, Deutsch, Englisch und Französisch.
- Weitere Entwicklungen zum Thema Nachhaltigkeit. Forever&Ever® stellt sich proaktiv auf und befindet in einem fortgeschrittenen Stadium nachhaltiger Änderungen an der, unter anderen, Blumenerde. Ziel ist es, die Nachhaltigkeit zu erhöhen, indem die Verwendung von Rohstoffen, die für unsere Gesellschaft schädlich sind, minimiert wird.
- Strukturelle Marketingaufmerksamkeit und Bemühungen über die Social-Media-Kanäle mit Tipps, Ratschlägen und Inspiration für unsere Kunden.

Auch im Jahr 2022 werden wir Ihnen als geschätzter Kunde weiter informieren und einbeziehen in die Entwicklungen von Forever&Ever®; eine starke Marke mit einer einzigartigen Kollektion von Gartenpflanzen

Im Namen aller Forever&Ever®-Produzenten danken wir Ihnen im Voraus für Ihr Interesse und Ihre Bemühungen, gemeinsam eine schöne Forever&Ever®-Gartensaison 2022 zu gestalten!

Maikel Loots
Forever&Ever® 'Best Quality Plants'



Dear relation,

We proudly present the new Forever&Ever® catalogue. Once again, we've translated the current developments in the market in combination with consumer behaviour and consumer needs (inspiration, experience, and transparency about and from the brand) into a marketing and sales plan for 2022. Clear and concise activities and publications in the trade press and consumer magazines, both offline and online.

Following this introduction our collection for 2022, is presented in the familiar overview with all EAN codes which are easy to scan.

Based on anticipating and catering to trends and developments that we have observed, this year you can look forward to:

- Forever&Ever®'s weekly appearance on TV in a lifestyle program, during in the selling season. Trends: inspiration, application, and experience.
- POS materials for the store floor or retailer specific advertising material are again delivered and designed. Would you like to create a unique and individual display together with Forever&Ever®? Let us know! We will support you with the layout and delivery of print files to optimize your sales.
- Communication via the (trade) press. Continuing in 2022 we will work closely with the trade press for inspiration, explanation, and information about the applications of the Forever&Ever® collection. Transitioning into 2022 there will be continued special attention for the French and German-speaking markets.
- A clear online proposition in which information and trust are central. A dedicated customer service for consumer questions or comments. Available on working days via email, telephone, and live chat. In Dutch, German, English and French.
- Further developments on the topic of sustainability. Forever&Ever® is being proactive and is in an advanced stage of sustainable modifications to the potting soil, among other things. The goal is to increase sustainability by minimizing the use of raw materials that are harmful to our society.
- Structural marketing efforts via social media channels with tips, advice, and inspiration for our customers.

Carrying on in 2022 we will continue to inform and involve you as a valued customer in the developments of Forever&Ever®, a strong brand with a unique collection of garden plants.

On behalf of all Forever&Ever® producers, thank you in advance for your interest and efforts to create a beautiful Forever&Ever® garden season together in 2022!

Maikel Loots
Forever&Ever® 'Best Quality Plants'

SYMBOLEN - SYMBOLE - ICONS



Verantwoord gekweekt - verantwortlich
kultiviert - 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 2022

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 merkbelofte 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 merkbelofte: 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 merkbelofte 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

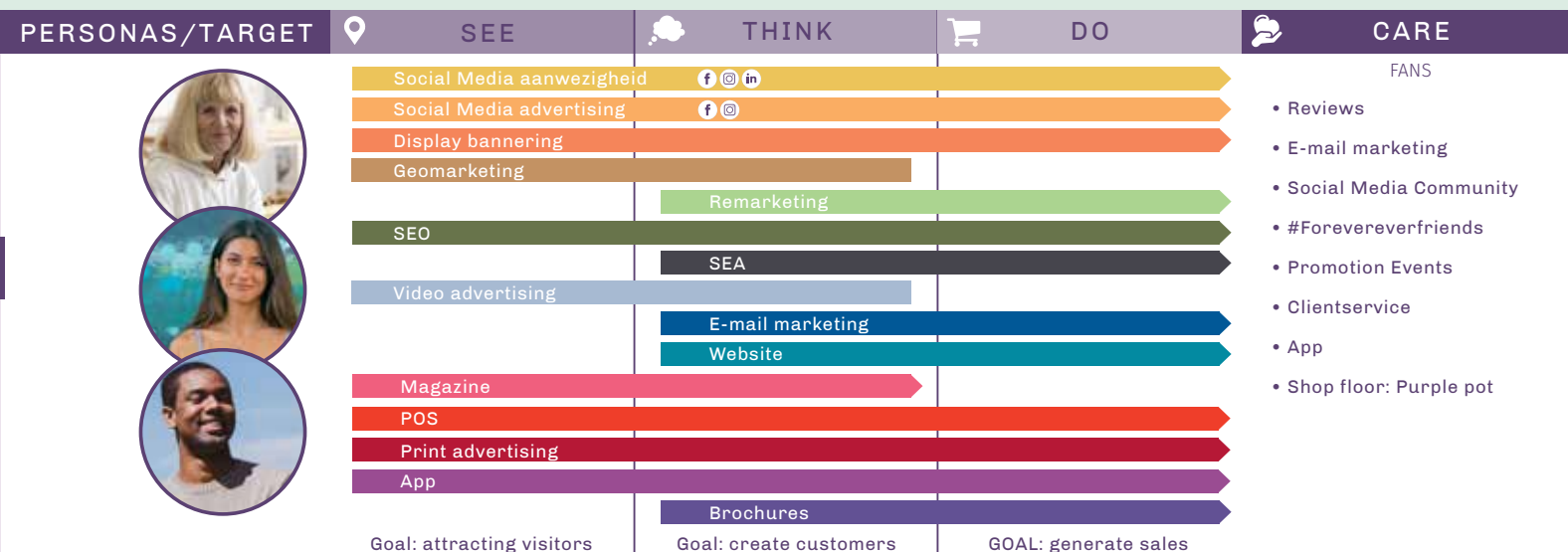
gardening enjoyment – even without green fingers – with a range that represents the best selection on the market. Unique in its exuberant flowering, larger pot sizes, limited maintenance, and resistance to disease. All this in the familiar purple pot.

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.

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 merkbepoefte". 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 merkbepoefte van Forever&Ever®, wij staan altijd open voor versterking van het collectief!



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?

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.

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 deponeert. 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. Komplette 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.

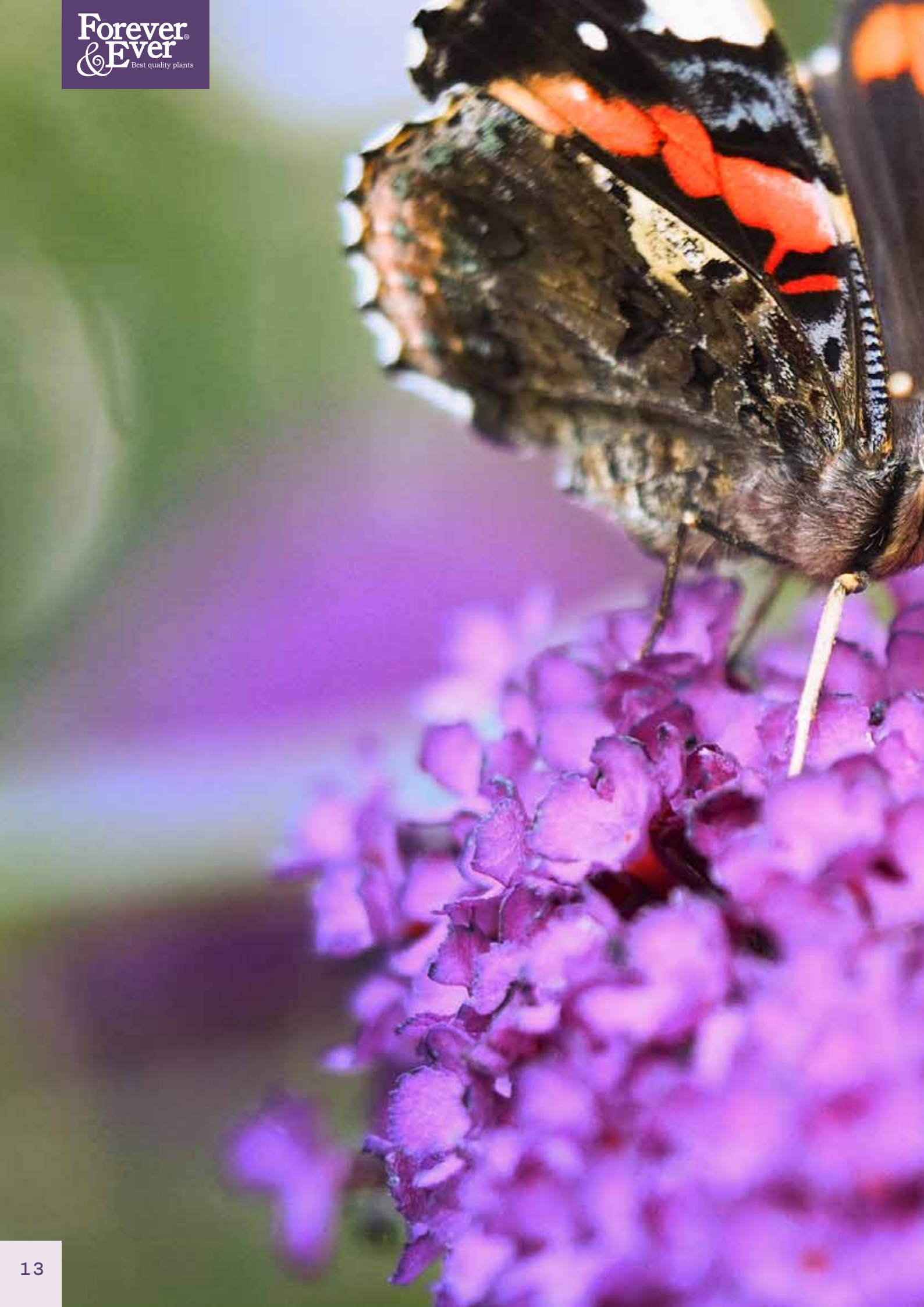
WHAT WAS THE REASON?

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 2022

- 
- 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

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

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





PINK



PURPLE



WHITE



BLUE



RED

Hydrangea macrophylla XXL



Boerenhortensia C10 (C12 opaanvraag)

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 (C12 auf Anfrage)

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 (C12 on demand)

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



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

Niet meer te reserveren
ZO GOED ALS UITVERKOCHT
AUSVERKAUFT | SOLD OUT



NEW



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 | Rek | Cilinder

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 | Spalier | Zylinder

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 | Rack | Cylinder

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

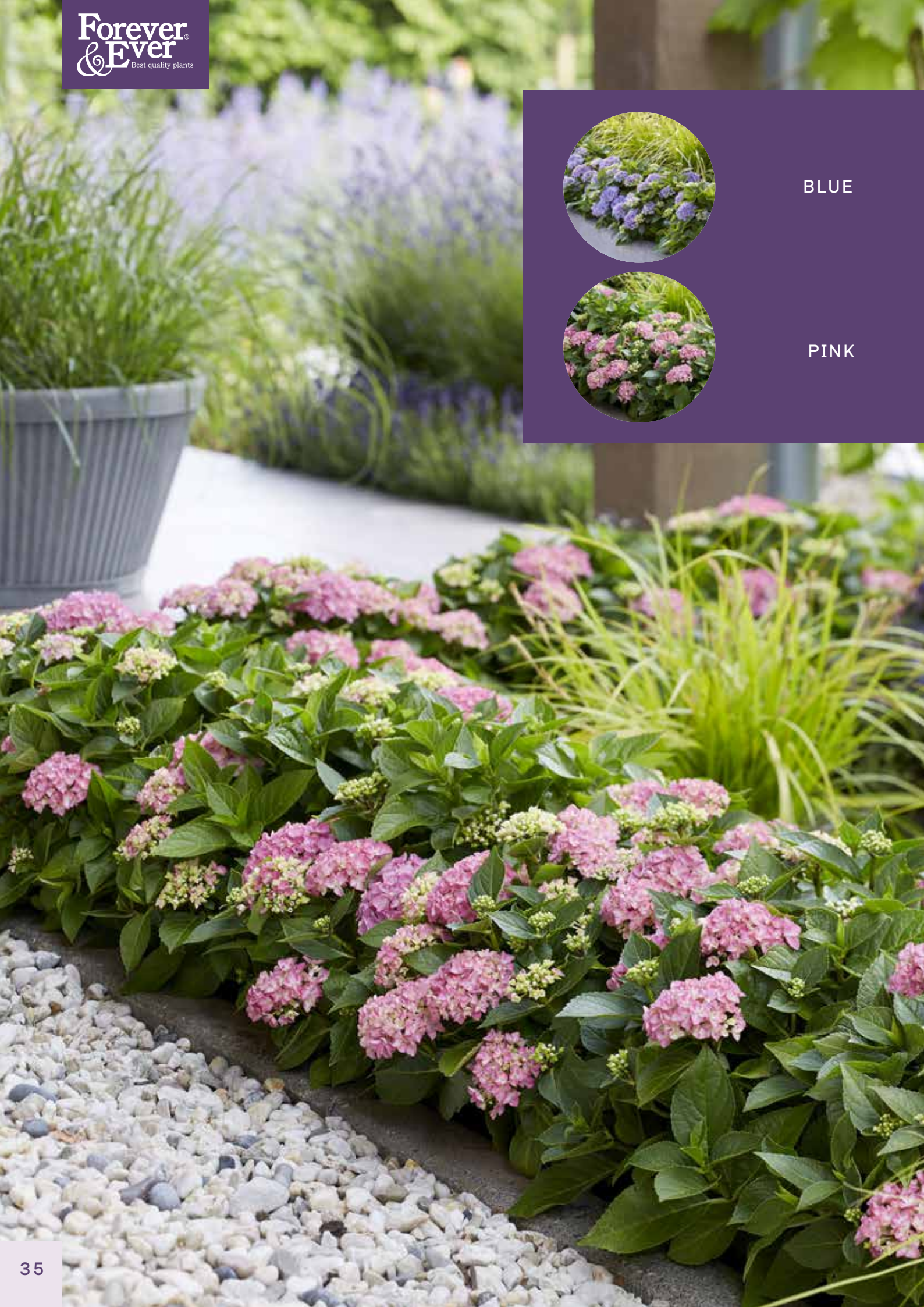




BLUE



PINK





Hydrangea hortbux extra small

KENMERKEN

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

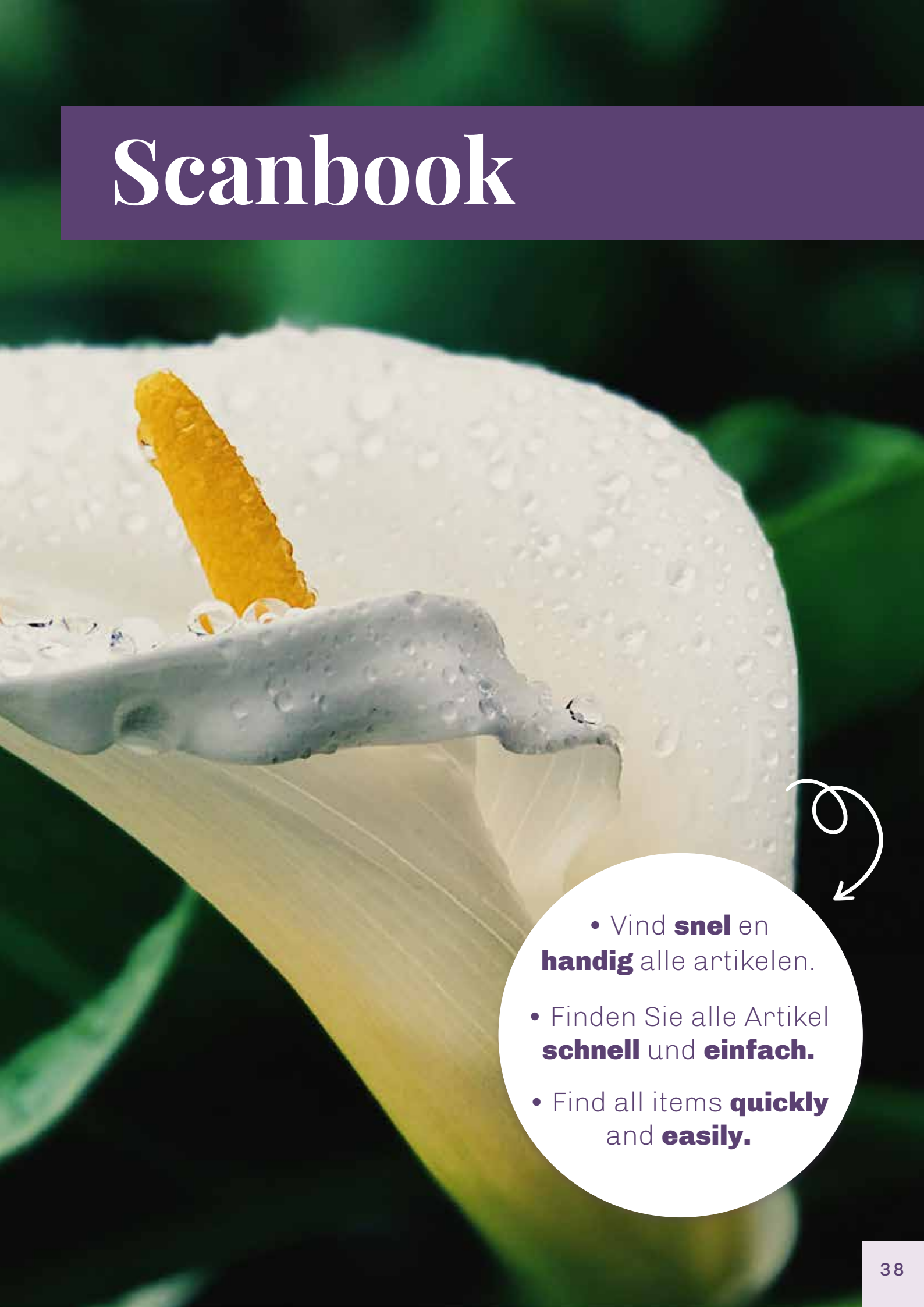
Weeks 14-18	Bud
Weeks 19-30	Bud and flower

Niet meer te reserveren
UITVERKOCHT
 AUSVERKAUFT | SOLD OUT





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

info@forever-ever.eu

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