

KAS MAGAZINE 2024
NUMMER 1 / € 9,95

KAS

VOOR TUINBOUWONDERNEMERS

JAN VAN DAM:

'KRITIEK HOUDT
SECTOR SCHERP'

VERDER IN DEZE KAS: CONGESTIE / EVERYD FLOWERS / HEALTH FOOD WALL / FOTONIO /
GROENE EDUCATIE / NOVASTAR LILIES / FRESHWATER / MANS ALLURE GERBERA EN MEER...



horticonnect
gorinchem

GRAAG TOT ZIENS OP 18,19 & 20 FEBRUARI 2025!

**SAVE
THE
DATE**

HORTICONNECT 2024:

- 318 EXPOSANTEN
- 7.812 BEZOEKERS
- DRIE THEMAPAVILJOENEN
- NATIONAAL HORTI SYMPOSIUM

WWW.HORTICONNECT.NL



KLAAS KNOT, BEDANKT!

Er is de afgelopen weken al veel over gezegd en geschreven. De uitspraken van Klaas Knot, die ervoor pleitte om te stoppen met de glastuinbouw in Nederland, kwamen hard aan. Hoewel de President van de Nederlandsche Bank later enigszins op zijn woorden terug kwam, voelden velen zich aangevallen. Hoezo wegen de maatschappelijke baten van de sector niet meer op tegen de kosten? We zijn toch zo goed bezig met zijn allen?

Het valt inderdaad niet te ontkennen dat de Nederlandse glastuinbouw op vele fronten voorloper en 'gamechanger' is. Of het nu gaat om duurzaamheid, energiemangement, technische innovatie of data gedreven werken, als sector onderscheiden we ons op een positieve manier. Wereldwijd zijn we een voorbeeld voor anderen. In eigen land draagt de tuinbouw bovendien zo'n 24 miljard euro bij aan de economie en met ruim 246.000 banen is de sector goed voor 3,1 procent van de totale werkgelegenheid. Dat verdient complimenten, geen kritiek. Zou je zeggen.

Toch moeten we ons die kritiek wel aantrekken. Want kennelijk weten we het verhaal van de tuinbouw nog altijd onvoldoende voor het voetlicht te brengen. Wij weten het met z'n allen wel, maar de buitenwacht heeft geen idee. Er is dus werk aan de winkel. We moeten de wereld vertellen en tonen hoe waardevol de glastuinbouw daadwerkelijk is. En tegelijkertijd moeten we onze ogen niet sluiten voor de dingen die beter kunnen. Kunnen we nóg groener worden? Zeker! Kunnen we nóg meer aandacht besteden aan internationale medewerkers? Absoluut! En kunnen we nóg zuiniger met energie en water omgaan? Zonder twijfel!

Laten we de kritiek van Klaas Knot en anderen daarom juist omarmen en gebruiken om als sector nóg beter en nóg waardevoller te worden dan we nu al zijn. Laten we uit die verdedigingsmodus komen en een offensief starten waarin ons positieve verhaal leidend wordt. Door alle kritiek zijn we weer bij de les en kunnen we met vereende krachten doorbouwen aan de toekomst van de sector. Dat is misschien wel de grootste winst uit dit alles. Bedankt, Klaas!

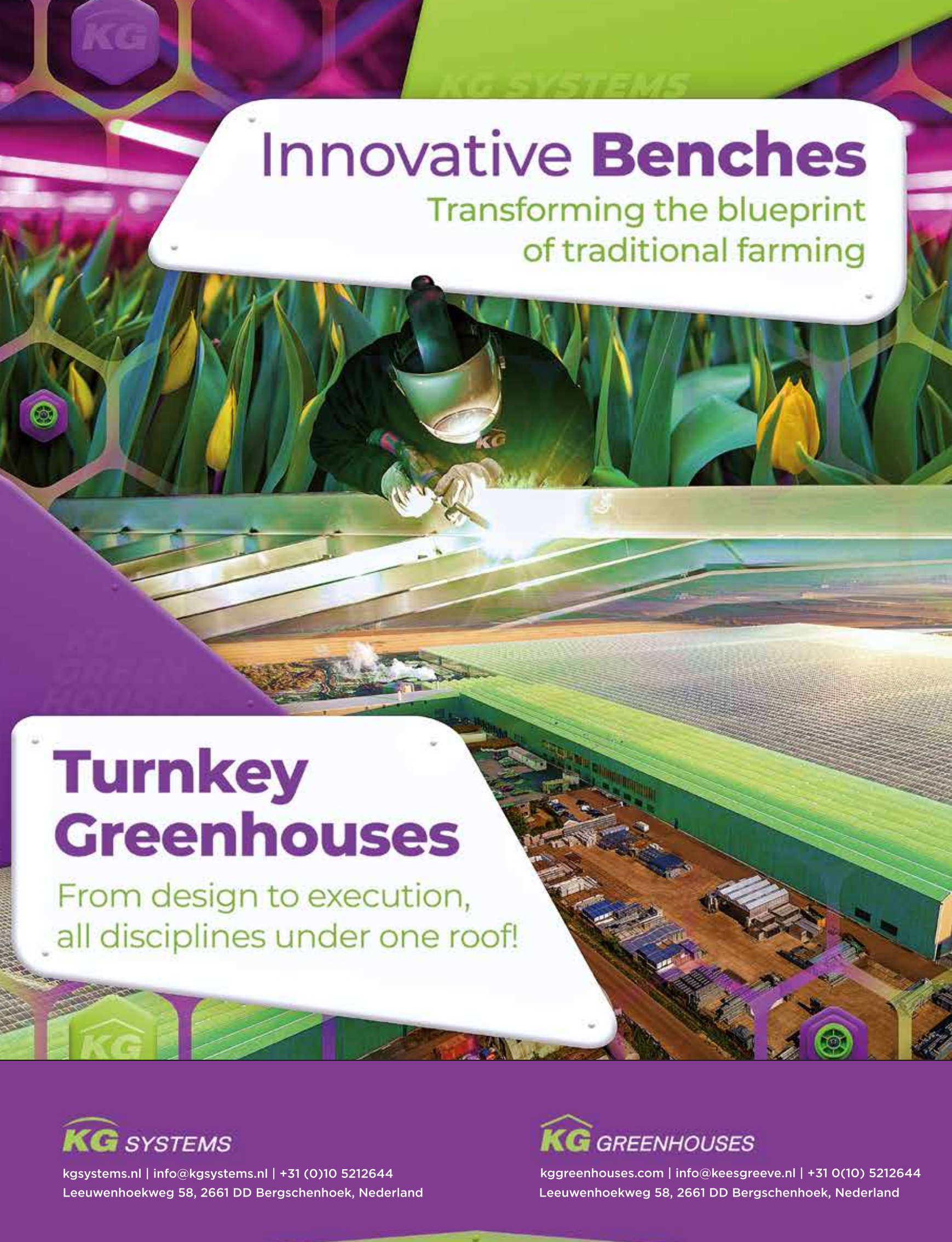
Jacco Strating
Uitgever KAS Magazine



KG SYSTEMS

Innovative Benches

Transforming the blueprint of traditional farming



Turnkey Greenhouses

From design to execution, all disciplines under one roof!

KG SYSTEMS

kgsystems.nl | info@kgsystems.nl | +31 (0)10 5212644
Leeuwenhoekweg 58, 2661 DD Bergschenhoek, Nederland

KG GREENHOUSES

kgreenhouses.com | info@keesgreeve.nl | +31 0(10) 5212644
Leeuwenhoekweg 58, 2661 DD Bergschenhoek, Nederland

ENERGIE

Congestie: uitdagingen en kansen / 8

GROEIEN

Fieldlab Vertical Farming / 12

INNOVEREN

FreshWater voorziet 'revolutie' / 28

Enthousiasme over Entomatic / 30

De slimme koelkast / 46

Spraycoating van Fotoniq / 62

ONDERNEMEN

Duurzame oplossingen zoeken / 34

Moedig leiderschap en creativiteit / 58

VERDUURZAMEN

Vergroenen bij EveryD Flowers / 42

DIGITALISEREN

Samenwerking Debo en KAS / 48

ONTWIKKELEN

Groen Doen in de Klas / 66

GEZONDHEID

Alles op alles voor de lelie / 72

INTERNATIONAAL

Rijk Zwaan gaat stap verder / 76

INTERVIEWS

Coverinterview: Jan van Dam / 18

COLUMNNS

Mike Gitzels / 17

Roger Engelberts / 71

Frank van der Helm / 81

SERIES

Uit de Greenport / 26

A Growers Climate / 38

Bij Decorum / 40

Bellen met... / 53

Brightlands / 54

VERDER

Voorwoord / 3

Kort / 6

Colofon en volgende uitgave / 82

18



30



42



46

KORT

10X GRATIS KAS TAS!

Tijdens HortiContact kon je in de KAS Netwerklounge een unieke KAS TAS verdienen door een snelkoppeling op je telefoon te maken naar www.kasmagazine.nl. Heb je ons gemist en ben je daardoor de KAS TAS misgelopen? Speciaal voor onze trouwe lezers geven wij nog tien extra tassen weg. Wil jij de handige KAS TAS alsnog ontvangen, stuur dan vóór 8 april a.s. een e-mail naar info@kasmagazine.nl met je naam en adresgegevens. Onder alle inzendingen verloten we 10 tassen. De winnaars ontvangen persoonlijk bericht en krijgen de tas gratis thuisgestuurd.

HORTI GRAND PRIX POSTER

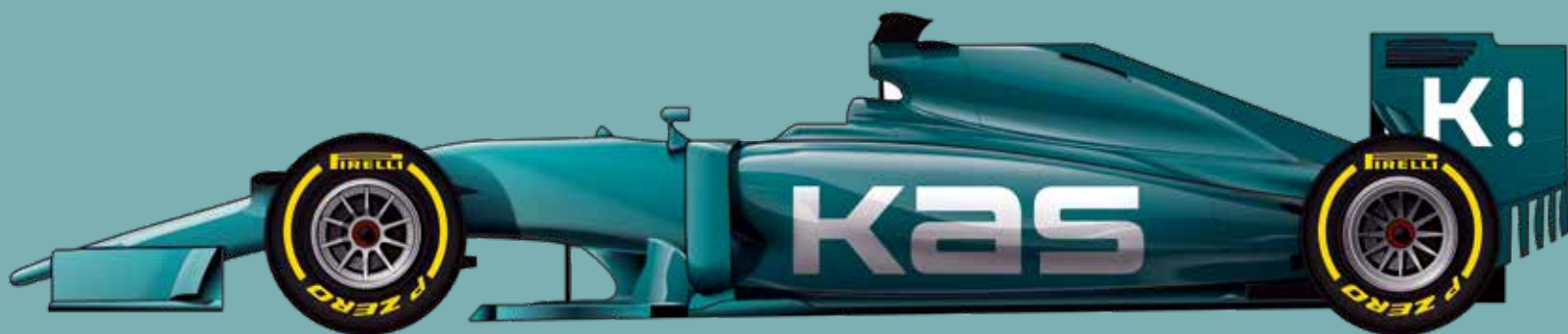
Het is weer zover: onze collega's van Holland Hortimedia hebben net als voorgaande jaren weer een fraaie Formule 1-poster gemaakt. Op de Horti Grand Prix Poster staat het volledige wedstrijdschema van het nieuwe Formule 1-seizoen. Als lezer van KAS ontvang je de poster gratis bij deze uitgave. Hang de poster op kantoor, in de loods, in de kantine of gewoon thuis boven je bed en je weet altijd exact wanneer Max & Co de baan op gaan. Op de poster kun je bovendien de uitslagen bijhouden, waardoor je aan het einde van het seizoen een mooi overzicht hebt. De poster wordt mede mogelijk gemaakt door een groot aantal partijen uit de tuinbouw. Wil je extra exemplaren van de poster ontvangen, stuur dan een mailtje naar redactie@hollandhortimedia.nl.



NIEUWE COLUMNIST

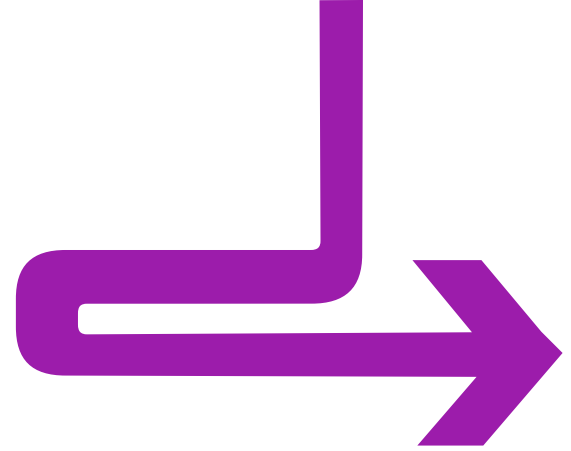
Met ingang van deze uitgave heeft KAS weer een nieuwe columnist. Mike Gitzels van Plantenkwekerij Gitzels neemt het stokje over van Thom Persoon, die in 2023 een jaar lang KAS-columnist was. Mike staat sinds kort aan het roer van het familiebedrijf en zal zijn ervaringen met jou delen. Maar natuurlijk zal hij ook andere onderwerpen ter sprake brengen die hem bezighouden. Je vindt zijn eerste column op pagina 17 in dit magazine, waarbij hij zich aan je voorstelt en de vraag stelt waarom de tijd toch altijd zo snel gaat. Mike schrijft zijn columns exclusief voor KAS en deze zijn alleen in het magazine zelf te lezen.

7



A middle-aged man with short, light brown hair is the central figure. He is wearing a dark purple blazer over a light-colored shirt with a small, repeating geometric pattern. He is looking slightly to the right of the camera with a thoughtful expression. The background is a dense field of green plants, possibly a vineyard or a field of young trees, with some leaves in the foreground slightly out of focus.

**CONGESTIE: NIEUWE
UITDAGINGEN,
MAAR OOK KANSEN**



Door de opmars van duurzame bronnen is regelmatig sprake van congestie op het elektriciteitsnet. Dat betekent dat meer stroom moet worden getransporteerd dan het net aankan. Om dit op te lossen, kloppen netbeheerders steeds vaker bij telers aan met het verzoek om tijdelijk geen WKK-stroom terug te leveren. Ook tomatenteler Arno Verbocht kreeg die vraag. AgroEnergy helpt hem om inzichtelijk te krijgen wat dit betekent en gaat daarnaast het gesprek aan met de netbeheerder. Doel is om te komen tot een oplossing die voor de teler het beste past.

Tekst: Ank van Lier

Fotografie: Jordy Caris

De WKK speelt een sleutelrol in de bedrijfsvoering van tomatenteler Arno Verbocht (54) in het West-Brabantse dorpje Heerle. Op Kwekerij Herelse Heide B.V. worden, op een oppervlak van 4 hectare, Intense-tomaten geteeld voor onder andere snijderijen. "We starten altijd rond 10 januari met de teelt en trekken dan door tot begin november", vertelt Verbocht. "Voor het verwarmen van ons bedrijf zijn we volledig aangewezen op onze WKK, die een vermogen heeft van 1,6 MW. De opgewekte stroom leveren we terug aan het net. Ik oriënteer me wel op de mogelijkheden voor verdere verduurzaming middels een warmtepomp, maar het verkrijgen van een zwaardere netaansluiting is niet eenvoudig. Voorlopig kunnen we nog niet zonder onze WKK."

Verzoek van netbeheerder

Eind vorig jaar klopte de beheerder van het elektriciteitsnet echter bij Verbocht aan met de vraag of hij bepaalde momenten géén elektriciteit wilde terugleveren aan het net. Ofwel: of hij zijn WKK dan wilde uitzetten. De teler geeft aan dat hij enigszins perplex stond van dit verzoek. "Het uitzetten van de WKK, heeft immers grote gevolgen voor de bedrijfsvoering. We kunnen dan niet verwarmen, of we moeten terugvallen op duur ketelgas. Ook wekken we geen CO₂ op wanneer de WKK stilstaat. En een gebrek aan

CO₂ kost productie. Daarnaast hebben we programma's draaien voor de handel op diverse elektriciteitsmarkten. Ook die komen dan tot stilstand. Kortom: het stilzetten van de WKK heeft nogal wat gevolgen. Ik had het gevoel dat de netbeheerder daar onvoldoende van doordrongen was. Er werd wel gesproken over een vergoeding voor het stilzetten van de WKK, maar men kwam niet met concrete bedragen. Ook werd gesuggereerd dat ik - wanneer we er samen niet uit zouden komen - gedwongen kon worden om de WKK uit te zetten. Navraag wees uit dat dit gelukkig alleen in het uiterste geval aan de orde is."

Filevorming op elektriciteitsnet

Verbocht was op zijn zachtst gezegd niet blij met het verzoek van de netbeheerder. "Je krijgt het gevoel dat ze op de stoel van de ondernemer willen gaan zitten, jouw bedrijfsvoering willen overnemen. Dat is nogal wat. En het is nog onduidelijk wat hier dan financieel tegenover staat." De teler klopte daarop aan bij AgroEnergy, waar hij al jarenlang klant is. Volgens Kees Tetteroo, Senior EnergieSpecialist bij AgroEnergy, staat de situatie bij Verbocht niet op zichzelf. "We krijgen steeds meer berichten van klanten, die van hun netbeheerder het verzoek krijgen om hun WKK op bepaalde momenten uit te zetten. Dit heeft alles te maken met de toenemen-

de congestie op het elektriciteitsnet. Vroeger werd elektriciteit centraal opgewekt, in elektriciteitscentrales. Tegenwoordig spelen duurzame bronnen, zoals windmolens en zonnepanelen, een steeds grotere rol hierin. Hierdoor is het elektriciteitsaanbod minder goed te sturen: wanneer de zon schijnt of het waait, wordt er meer stroom ingevoerd dan het net aankan. Dat noemen we congestie, een soort filevorming op het elektriciteitsnet. Het net heeft dan onvoldoende transportcapaciteit."

In hun zoektocht om deze congestie op te lossen, kloppen netbeheerders dus regelmatig bij tuinbouwbedrijven aan. Wanneer tuinders - op momenten dat sprake is van congestie - geen stroom van hun WKK terugleveren, kan dit helpen om het 'fileprobleem' op te lossen, zo is de gedachte. "In tegenstelling tot wind en zon is een WKK immers 'regelbaar'. Maar de impact van dit zogeheten congestiemanagement op de bedrijfsvoering is groot, zoals Arno al schetste. Het is de vraag of netbeheerders zich daar voldoende van bewust zijn. De verzoeken zorgen in ieder geval voor veel vragen en onrust bij telers." Tetteroo geeft wel aan dat de impact van het stilzetten van een WKK ook afhankelijk is van de positie die deze inneemt in de bedrijfsvoering. "Bij Arno vervult deze een sleutelfunctie, maar er zijn ook WKK's die veel minder uren draaien. Dan heeft het stilzetten logischer ook minder impact. En dit is voor netbeheerder toch relevant, aangezien zij er vooral zeker van willen

zijn dat er - op momenten dat sprake is van congestie geen stroom van een bepaalde WKK wordt ingevoerd."

Congestie Service Provider

De vraag is wat AgroEnergy op dit vlak kan betekenen voor telers, en ook voor Verbocht? Tetteroo geeft aan dat de specialisten van AgroEnergy in de eerste plaats meer helderheid en inzichten kunnen verschaffen. "Wij brengen voor klanten in kaart welke financiële nadelen het stilzetten van de WKK heeft voor hun bedrijf. Bijvoorbeeld doordat ze minder warmte hebben, niet beschikken over CO₂ en financiële risico's lopen op de handelsmarkten voor elektriciteit. Met deze informatie op zak kunnen telers bepalen wat voor hen een realistische compensatie is voor het al dan niet uitzetten van de WKK. Ofwel: wanneer dit voor hen interessant wordt."

Netbeheerder TenneT erkende AgroEnergy onlangs ook als Congestie Service Provider. "Dit betekent concreet dat we congestiemanagement-diensten mogen aanbieden aan onze klanten", legt Tetteroo uit. "Wij kunnen straks WKK-vermogen tegen een bepaalde prijs gaan inbieden op de GOPACS-markt, die congestie faciliteert. AgroEnergy stelt deze markt dan dus als het ware beschikbaar voor haar klanten. De teler bepaalt dan voor welke prijs hij zijn vermogen wil inbieden op deze markt, die nu nog in ontwikkeling is. Op die manier kan congestiemanage-





ment op termijn een interessante inkomstenbron gaan vormen voor sommige tuinders. We starten nu ook een pilot om helder te krijgen op welke manier het inbieden van flexibel vermogen via GOPACS verdienkansen oplevert voor klanten.”

Als Congestie Service Provider mag AgroEnergy ook fungeren als tussenpersoon tussen de tuinder en de netbeheerder. “Wanneer een teler bij ons aanklopt, nemen we contact op met de netbeheerder om te komen tot afspraken die voor beide partijen acceptabel zijn. Hiervoor hebben we een specialist aangesteld, die de gesprekken met alle netbeheerders voert en daardoor goed thuis is in deze materie.”

Rust

Arno Verbocht weet op dit moment nog niet hoe het verdergaat en welke kansen of bedreigingen congestiemanagement precies voor hem biedt. “Maar het feit dat AgroEnergy nu mijn belangen behartigt, geeft rust. Zij kennen deze materie als geen ander en zijn betrouwbaar en integer; dat is goud waard. Ik heb er vertrouwen in dat ik samen met hen tot een oplossing kom, die past bij mijn situatie. En wellicht kan congestiemanagement op termijn nog een nieuwe bron van inkomsten gaan vormen, wanneer ik uiteindelijk besluit om WKK- vermogen te gaan inzetten op de GOPACS-markt. Maar zover is het voorlopig nog niet.”



GEEN 'ONE-SIZE-FITS-ALL' AANPAK INDOOR FARMING



Fieldlab Vertical Farming, gestart in 2020 met Fase 1, is inmiddels Fase 2 ingegaan. Een belangrijke fase, waarin het Nederlandse tuinbouwcluster internationaal moet gaan doorbreken om een positie op te bouwen op het gebied van indoor farming. Het is ook de fase waarin er een nieuwe voucher-regeling komt waarmee telers bedragen van € 5.000 tot € 50.000 aan subsidie kunnen krijgen om bij het fieldlab experimenten uit te voeren op het gebied van vertical farming.

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Sharon Schouten

Projectleider Douwe-Frits Broens is aangetrokken om de nieuwe fase van het project in goede banen te leiden. Hij kijkt met dankbaarheid terug op de eerste fase, die er vooral op was gericht om partijen bij elkaar te brengen. “En elkaar te vinden, te ontdekken en ervaringen op te doen. Dat heeft tot mooie dingen geleid. Nu is het tijd om die synergie verder te gebruiken en te zorgen dat de lessen die we geleerd hebben hun vruchten gaan afwerpen.”

Veel voordelen

Dat het daglichtloos telen in een gesloten, volledig geconditioneerde omgeving veel voordelen biedt is genoegzaam bekend. Het ruimtebeslag is minimaal en je kunt werken zonder chemische gewasbeschermingsmiddelen. Midden in de woestijn of in het hartje van een miljoenstad? Vertical farming is in principe overal mogelijk. Met weinig transportbewegingen kun je in verstedelijkte gebieden volop vers en gezond voedsel aanbieden. Growy, één van de

partners in het Fieldlab en gehuisvest in Amsterdam, is bijvoorbeeld al actief in zowel Koeweit als miljoenenstad Singapore.

De vooruitzichten voor deze manier van telen zijn dan ook veelbelovend, en dat trok volgens Broens allerlei partijen aan. “De wereld van vertical farming is een hele spannende wereld. Er gaan wereldwijd gigantische bedragen in om. Dat trok onder andere ook venture capital partijen aan. Die zijn vooral geïnteresseerd in intellectuele eigendomsrechten en waarde creëren voor hun aandeelhouders, en niet zo zeer in kennisdelen. En juist dat laatste is een uniek en onderscheidend element van het Nederlandse tuinbouwcluster. In de ‘triple helix’ – de driehoek overheid, bedrijven, onderwijs – zijn wij namelijk wél gewend om samen te werken, kennis uit te wisselen en samen te investeren. Omdat we op het gebied van vertical farming nog maar aan het begin van een enorm leertraject staan, ligt hier voor ons een grote

kans. Menig internationaal bedrijf dat voor de muziek uit wilde lopen, heeft daarvoor fiks leergeld betaald. Partijen die nu instappen zijn daarom een stuk voorzichtiger. En kijken vooral naar kennis en ervaring. Juist daar komen wij in beeld. Het unieke Nederlandse model is namelijk dé sleutel om internationaal een positie op te bouwen in vertical farming."

Economisch model

Ingenieur Coert Bregman was ruim twintig jaar teler en is sinds enkele jaren als bedrijfskundig onderzoeker verbonden aan Wageningen Economic Research. Hij is ook de man die voor het Fieldlab een economisch model voor vertical farming in elkaar heeft gezet. Daarin voer je een heleboel variabelen in – soort gewas, plantdichtheid, het aantal lagen waarin je wilt telen, maar ook de elektriciteitsprijs – en dan rolt er een overzichtelijk rapport uit. Bregman: "Op basis daarvan kun je kijken of vertical farming voor jouw bedrijf rendabel is, maar ook waar de kantelpunten liggen en de bottom lines." Nee, het model is nog niet 100 procent af, maar geeft volgens Bregman wel al een mooie indicatie. Het model wordt nu nog verder verfijnd, en op korte termijn wordt ook bekend hoe het beschikbaar komt. De verwachting is dat de bedrijven die als partner bij het Fieldlab zijn aangesloten de primeur zullen hebben, maar dat niet veel later ook tuinders ermee aan de slag kunnen gaan. Het onderwijs is een belangrijke poot onder het Fieldlab, en ook daar gaan er in de nieuwe fase zaken veranderen. Hogeschool Inholland was al vanaf het begin aangehaakt bij het Fieldlab, maar de organisatie streeft naar samenwerking met studen-

ten van alle niveaus, dus uit mbo, hbo en wo. Projectleider Broens verwacht een extra impuls van de bedrijven die straks van de voucher-regeling gebruik gaan maken, en daarbij de hulp van studenten zullen inroepen.

Geen 'one-size-fits-all'

Op de locaties van de partijen die bij het Fieldlab zijn aangesloten lopen momenteel talloze experimenten met vertical farming. Sla, aardbeien, fresia's, uitgangsmateriaal en inmiddels ook hoge teelten, zoals komkommer. Het aantal gewassen dat in de gecontroleerde daglichtloze teelt wordt uitgetoetst neemt met de dag toe. En intussen zijn er ook al hybride vormen ontstaan, waarbij wordt gestart met daglichtloze gecontroleerde teelt en het proces in een gewone kas wordt vervolgd. Broens: "Waarbij wij er steeds op blijven hameren dat gewas en teeltomstandigheden in de experimenten onderling worden afgestemd. Met één duidelijke reden: om ervan te leren. Want er bestaat geen 'one-size-fits-all' aanpak voor telen in een geconditioneerde omgeving. Lokale omstandigheden, de grootte van de cel, hoe de lampen hangen, de inrichting van de klimaatbeheersing, het aantal lagen... er zijn talloze variabelen. En dat is een belangrijk leerpunt uit fase 1 dat we in fase 2 gaan meenemen; kijken hoe je de teelt verder optimaliseert."

Meer weten over de aankomende voucherregeling? Kijk op www.fieldlabverticalfarming.com. De rapportages van voorgaande fase zijn te vinden op www.fieldlabverticalfarming.nl.





STEUNPILAREN EN PARTNERS

Fieldlab Vertical Farming is een samenwerkingsverband van overheid, bedrijfsleven en onderwijs. Het verband heeft negen partners, te weten: Delphy, Greenport Horti Campus, Growy, Hogeschool Inholland, Logiqs, Own Greens, Signify, Vertify en Wageningen University & Research. Het initiatief wordt ondersteund door InnovationQuarter (de regionale

ontwikkelingsmaatschappij voor Zuid-Holland), de provincie Zuid-Holland, Kansen voor West (het Programmamanagement voor West-Nederland dat Europese programma's uitvoert voor de vier Randstadprovincies en de vier grootste steden Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Utrecht) en het wordt medegefinancierd door de Europese Unie.



FOTO & VIDEO

TEKSTEN

EIGEN MAGAZINE

APPLICATIES

WEBSITES

KASmedia

KASMAGAZINE.NL/KAS-MEDIA

TIJD TEKORT?

Ik ben trots te melden dat ik dit jaar het stokje mag overnemen van Thom Persoon als KAS-columnist. Thom en ik kennen elkaar al enige tijd vanuit de eerste YEX-groep van Florpartners, waarbij we meerdere keren per jaar kennis uitwisselen met jonge (tuinbouw) ondernemers vanuit heel het land. Altijd heel waardevol om te kunnen sparren met gelijkgestemden over de dagelijkse en toekomstige uitdagingen van onze bedrijven en de sector.

Sinds 1 januari mag ik officieel leiding geven aan ons familiebedrijf Plantenkwekerij Gitzels, waar we jaarlijks vele miljoenen planten opkweken voor vollegrondsgroentebedrijven en dienstverlening aanbieden voor vrijwel alle zaad- en veredelingsbedrijven in Nederland. Vijf jaar geleden gaf ik bij mijn ouders aan dat ik het stokje graag over wilde nemen en nu is het dan zover. De afgelopen jaren hebben we mooie stappen gezet in de professionalisering van ons bedrijf en ondertussen groeien we gestaag door. Dit jaar mag ik jou via deze weg meenemen in mijn gedachten over het reilen en zeilen binnen ons bedrijf en de sector in het algemeen.

De eerste weken als directeur/eigenaar zijn voorbij gevlogen en ik heb steeds vaker het idee dat de tijd al sneller lijkt te gaan. Maar laatst besepte ik dat er eigenlijk in de hele wereld één constante is: de hoeveelheid tijd in een dag is altijd 24 uur. Dat de tijd toch sneller lijkt te gaan kan te maken hebben met de hoeveelheid taken

en dingen die we in de tijd willen doen en de snelheid waarmee we dat kunnen doen. En ik besef me heel goed dat we uiteindelijk altijd meer willen dan we in werkelijkheid kunnen. Ik vraag me dan ook af hoe ze in Den Haag en Brussel bij alle doelstellingen meteen ook een jaartal kunnen verzinnen. Wie berekent in hoeveel jaar we echt alle chemie kunnen vervangen voor groene middelen? En wie heeft berekend hoe snel we de energietransitie hebben gerealiseerd, doordat we voldoende groene stroom en batterijen hebben?

Binnen ons eigen bedrijf probeer ik met zoveel mogelijk ontwikkelingen mee te gaan en bij te houden. Maar ik merk aan onze mensen en de mensen die ik in de sector spreek dat verandering vaak meer tijd kost dan ons wordt gegeven. Verandering levert pertinent weerstand op en om dit te doorbreken is er tijd nodig. Hoeveel exact weet je echter nooit. Maar als ik dan terugkijk wat we het afgelopen jaar hebben kunnen bereiken, dan blijven we stappen maken. Ook als sector horen we steeds vaker dat het 5 voor 12 is of al 5 over 12 is, maar wie bepaalt wat nu realistisch is? Als we naar de afgelopen vijftien jaar kijken, de periode waarin ik de sector volg, dan hebben we toch ook al heel veel veranderd met elkaar? En uitgaande van de huidige exponentiele ontwikkelingen ben ik heel nieuwsgierig naar de volgende vijftien jaar. Ik heb er vertrouwen in dat we alle doelstellingen gaan halen die ze ons stellen, alleen wanneer durf ik niet te zeggen. Gun ons even de tijd!

Mike Gitzels

is directeur/eigenaar van
plantenkwekerij Gitzels.





JAN VAN DAM (52):

'WE VERGETEN DE EMOTIE VAN BLOEMEN EN PLANTEN SOMS'

In 25 jaar tijd groeide Dutch Flower Group (DFG) uit tot een familie van meer dan 30 gespecialiseerde handelsbedrijven in bloemen en planten. Met een totale jaaromzet van ruim 2 miljard euro behoort het bedrijf tot de absolute wereldtop van de sierteelt. Toch ontbreekt het CEO Jan van Dam niet aan ambitie. Met een focus op duurzaamheid en innovatie wil hij ook de komende jaren blijven groeien met DFG, ook al wordt de sierteeltsector steeds vaker kritisch bejegend. "Willen we relevant blijven, dan moeten we die signalen oppikken en er iets mee doen."

Tekst: Jacco Strating, **Fotografie:** Lianne Torn / Salted by Salt

Dutch Flower Group viert dit jaar haar 25-jarige bestaan. Een bijzondere mijlpaal waar CEO Jan van Dam maar wat trots op is. Sinds 2021 staat hij aan het roer van de organisatie, die in 1999 ontstond door een fusie van de bloemen- en plantenbedrijven OZ Group uit Aalsmeer en Van Duijn Groep uit Naaldwijk. "Zij realiseerden zich dat schaalvergroting nodig was om de steeds groter wordende klanten te kunnen blijven bedienen. Maar wel door de groep van bedrijven zó te organiseren dat er ruimte bleef voor ondernemerschap, zodat iedereen blijft doen waar hij goed in is. En dat is nog altijd een belangrijke waarde binnen onze organisatie. Net zoals wij altijd vanuit de klant terug redeneren naar aanbod, heel goed zorgen voor de medewerkers en aandacht besteden aan de relatie met onze telers."

Het is de afgelopen 25 jaar hard gegaan met DFG, geeft Jan aan. In omvang en in omzet. "We zijn het grootste bloemen- en plantenbedrijf ter wereld geworden met een miljardenomzet. Die groei is vanaf het begin ook ons doel geweest. Want hoe groter je bent, hoe makkelijker de dingen worden. Of het nu gaat om het aantrekken van talent, het doen van investeringen of het doorvoeren van mechanisatie. Maar groei is ook een resultante van dingen die je goed doet. Als je goed zorgt voor klanten, medewerkers en telers, dan komt die groei vanzelf. Dat is je beloning. Wij staren ons niet zozeer blind op specifieke getallen qua omzet, wij willen het vooral heel goed doen voor onze klanten. Zo zitten wij in de wedstrijd."

Een mensenmens

Tot zover even de achtergrond van Dutch Flower Group. Maar wie is Jan van Dam zelf? En hoe kwam hij in de wereld van de bloemen en planten terecht? "Ik ben opgegroeid in Nieuwegein, onder de rook van Utrecht en heb een onbezorgde jeugd gehad met een lieve vader en moeder, een oudere zus en een jongere broer. Ik was een echte voetbaljongen en vond het heerlijk om met vrienden te sporten." Op zijn achttiende trok Jan naar de grote stad. "Ik ging bedrijfskunde studeren in Rotterdam om na mijn studie aan de slag te gaan bij Ahold. Daar heb ik 20 jaar gewerkt in verschillende commerciële en directiefuncties. In 2009 ben ik met mijn vrouw en vier zonen naar het buitenland verhuisd en heb ik vier jaar in Praag en vier jaar in Boston gewoond en gewerkt. Een mooie tijd, waarin ik veel heb geleerd",

aldus Jan, die in 2017 terugkeerde naar Nederland. Hij trad toe tot de directie van Albert Heijn, maar koos in 2020 voor een geheel nieuwe uitdaging bij Dutch Flower Group. Van commissaris werd hij CCO en uiteindelijk in 2021 CEO van het bedrijf. Waarom die stap? "Omdat ik het heel leuk vind om met verse producten te werken. De dynamiek van de supply chain en het internationale karakter van de tuinbouw vind ik heel boeiend. En ik ontdekte al snel dat ik de mensen binnen deze sector ook gewoon heel leuk vind. Ze zijn toegankelijk, open, ondernemend en denken altijd in oplossingen. Natuurlijk wordt er wel geklaagd, maar er worden ook altijd kansen gezien. Ik ben echt een mensenmens en had direct een klik met de mensen binnen de sierteelt. Daarom heb ik deze kans met beide handen aangegrepen."

Dat hij geen achtergrond in de bloemen en planten had, was een voor- en nadeel meent Jan. "Voordeel is dat je heel anders tegen zaken aankijkt, nadeel is wel dat je een aantal dingen gewoon niet weet. Maar ik geloof niet dat één iemand alles moet kunnen, ik geloof in 'incomplete leadership'. Voor de dingen die ik zelf niet kan, verzamel ik mensen om mij heen die dat wel kunnen. De kracht van het team is wat dat betreft groter dan van het individu. En ik ben altijd wel avontuurlijk ingesteld geweest. Avonturen beleven en andere dingen doen, dat vind ik mooi. Ik hou van vernieuwing en met die instelling ben ik ook hier aan de slag gegaan." Natuurlijk was het best wennen in het begin, moet Jan erkennen. "Maar ik ben heel goed opgevangen. Mijn voorganger Marco van Zijverden heeft mij alle kneepjes van het vak bijgebracht en ook Harry Brockhoff en Marcel Zandvliet hebben mij goed op weg geholpen met alle kennis die zij hebben. Zelf kon ik juist weer heel veel ervaring toevoegen uit eerdere functies en sectoren waarin ik actief was. Zoals het centraal stellen van klant en consument en het belang zien van digitalisering, data en e-commerce. Maar ook de transparante manier van samenwerken met partners in de keten. Dus die combinatie van verschillende kwaliteiten binnen DFG is altijd heel sterk geweest."

Van elkaar leren

Anno 2024 is DFG wereldwijd actief in het groothandel- en retailsegment met zowel bloemen als planten. Daarnaast heeft het bedrijf een importtak en is ook e-commerce toegevoegd aan de organisatie. Volgens Jan dankt DFG die succesvolle ontwikkeling aan



DE 15 KEUZES VAN JAN VAN DAM

FEYENOORD – AJAX

RESTAURANT – KROEG

BIER – **WIJN**

PATAT – **FRIET**

VROEG OP – **UITSLAPEN**

SAMSUNG – **APPLE**

KOFFIE – THEE

INTROVERT – **EXTRAVERT**

ZOMERVAKANTIE - WINTERSPORT

STIPT OP TIJD – ALTIJD TE LAAT

GRAPPIG – SERIEUS

ROZEN – **TULPEN**

TOMATEN – **PAPRIKA'S**

MEEGAAND – **KRITISCH**

CASUAL - FORMEEL

'IK ONTDEKTE AL SNEL
DAT IK DE **MENSEN IN**
DEZE SECTOR HEEL
LEUK VIND'

*making life
colourful*

het model dat wordt gehanteerd. “De aangesloten bedrijven worden vrij gelaten om hun segmenten op hun manier te bedienen. Dat is dat ondernemerschap waar ik eerder over sprak. Maar tegelijkertijd leren al die bedrijven ook enorm veel van elkaar. Of het nu gaat over IT, duurzaamheid, inkoop of talentontwikkeling, er is ontzettend veel expertise binnen de groep beschikbaar om uit te putten. Dat is een heel groot goed.”

Een actueel voorbeeld is Artificial Intelligence, geeft Jan aan. “Sommige bedrijven zijn daar heel bedreven in, anderen beginnen pas. Als je dan bij elkaar komt, kun je een enorme versnelling realiseren. De bedrijven binnen Dutch Flower Group zijn allemaal anders en hebben allemaal hun eigen cultuur. En dat moet ook zo blijven. Maar die nieuwsgierigheid en bereidheid om kennis met anderen te delen, is echt wel door de hele groep verweven.” Waarmee hij niet wil beweren dat er altijd synergie binnen de organisatie is. “Juist doordat je met veel verschillende bedrijven te maken hebt, komt het ook wel eens voor dat het wiel twee keer wordt uitgevonden. Dat is de consequentie van de vrijheid die iedereen binnen de groep heeft. Maar vaak is dat niet bewust, want overall is de wil om elkaar verder te helpen absoluut aanwezig.”

Elke dag slimmer

Net als andere bedrijven heeft ook DFG te maken met uitdagingen op gebied van arbeid en IT. En dan zijn er nog externe factoren die hun stempel kunnen drukken, zoals Covid en internationale spanningen. “Natuurlijk moet je daar als bedrijf op anticiperen, hoe lastig dat soms ook is. Maar ik zie in dat soort uitdagingen vaak ook kansen om het net weer even beter te doen. Door niet te veel te denken vanuit het negatieve, niet te snel conclusies te trekken, maar juist verschillende inzichten tot je te nemen en te handelen vanuit de drang om elke dag weer wat slimmer te worden.”

Daarbij is het volgens Jan ook belangrijk om de consument beter te leren kennen. “Want die consument staat op dit moment nog steeds ver weg van de tuinbouw. Hoe maakt hij of zij keuzes? En hoe kunnen wij het op basis van die informatie beter doen richting de bloemist of supermarkt? Ik vind dat mega interessant. Ik ben nu vier jaar als CEO actief bij Dutch Flower Group en zie dat telers daar ook steeds meer mee bezig zijn. Door op reis te gaan, winkels

te bezoeken, zich te verdiepen in de eindgebruikers. Die nieuwsgierigheid vind ik heel mooi om te zien. Maar we zijn er nog niet, we hebben echt nog een enorme slag te maken om zowel de detaillist als de consument nog beter te begrijpen.”

Consument verrassen

Productinnovatie is volgens Jan een belangrijke manier om consumenten te blijven verleiden. “We moeten continu waarde toevoegen aan onze producten en ervoor zorgen dat we geen commodity worden. Of we dat nu doen met onderscheidende kleuren en vormen of met concepten en acties. We moeten de consument blijven verrassen. Bovendien moeten we het met slimme innovaties makkelijker maken om planten te verzorgen, ook die drempel moeten we wegnemen. Dat is onze taak, dat is onze relevantie.” Jan herinnert zich een anekdote van iemand die de bloemenzee voor Buckingham Palace zag na het overlijden van Queen Elizabeth. “Ze vond dat zo prachtig en noemde het de ‘power of flowers’, echt om kippenvel van te krijgen. Dat is wat bloemen kunnen doen met mensen, een gevoel overbrengen. Tijdens Covid zag je dat ook, toen we met bloemen langs bejaardenhuizen gingen. We hebben zo’n krachtig emotioneel product in huis. We slaan dat af en toe wel eens plat tot een product dat we kweken en verkopen. Maar we vergeten soms een beetje dat er ook zoveel emotie en liefde vanuit gaat en dat onze producten heel veel mensen kracht en blijdschap geven. Bloemen vergroten ook de mentale weerbaarheid van mensen, zo is uit onderzoek gebleken. Daar moeten we veel meer mee doen met z’n allen.”

Een andere thema dat volgens Jan de komende jaren essentieel is, is duurzaamheid. “Als we dat niet goed oppakken, betekent dat het einde”, aldus Jan. “Omgedraaid: als we het wél goed oppakken, biedt het enorme kansen. We móeten de keten verduurzamen en daar gaan we ook in slagen, daar ben ik van overtuigd. We hebben jarenlang vooral geroepen als sector, maar we gaan nu steeds meer meten en worden daardoor ook steeds wijzer over wat duurzaamheid nu precies inhoudt. Maar we zijn er nog niet. We moeten daarom zelf het voortouw blijven nemen en ons niet afhankelijk maken van de overheid en de retail.” DFG is daar volgens Jan een voorloper in. “We zijn daar al vanaf 2012 heel hard op aan het drukken binnen onze eigen organisatie, maar daar willen we

de rest van de sector ook in meekrijgen. Ik zie dat ook als een persoonlijke uitdaging en een verantwoordelijkheid naar mijn eigen kinderen.”

Opdracht aan de sector

Ondanks die goede inspanningen, krijgt de sier-teeltsector de laatste tijd ook veel kritiek te verduren. In de media wordt de relevantie van bloemen en planten ter discussie gesteld, onlangs nog door Klaas Knot, president van De Nederlandsche Bank. Jan ziet die kritiek vooral als een opdracht aan de sector om dingen nóg beter te doen. “Ik vind het juist ook wel goed dat we kritische bejegend worden, dat houdt ons scherp. We moeten onszelf blijven verbeteren en we moeten het verhaal van de sector meer vertellen. Willen we relevant blijven in de maatschappij, dan moeten we die signalen oppikken en er iets mee doen.” Kijkend naar DFG zit Jan vol ambitie voor de ko-

mende jaren. “We kunnen nog beter worden voor onze medewerkers, klanten en telers, dat meen ik echt. Daarnaast voorzie ik groei in vrijwel alle segmenten en in heel veel internationale markten. En we zullen nóg digitaler moeten worden om mensen te blijven bereiken. Hoe krijgen we de verkoop via e-commerce verder omhoog? Dat vind ik een interessante vraag.” Ook wil Jan met DFG nauwer samenwerken met telers. “Door meer samen op te trekken, kunnen we veel van elkaar leren en kunnen we de markt samen vergroten. Daar geloof ik heilig in. We willen allemaal waarde toevoegen aan onze bloemen en planten. Natuurlijk hebben we wel een inkoop-verkoop-relatie met elkaar, maar we hebben hetzelfde doel. We moeten stoppen met handel versus telers: we moeten elkaar verder helpen en bouwen. Dat geldt ook voor veredelaars. Als keten zijn we samen uiteindelijk vele malen sterker.”

OVER DE KEUZES VAN JAN VAN DAM

Bij elke coverinterview laten we de geïnterviewde dit jaar 15 keuzes maken om de persoon in kwestie beter te leren kennen. Bekijk de keuzes van Jan van Dam op pagina 21. Maar waarom deze keuzes? Jan licht 5 keuzes kort toe.

EXTRAVERT: “Ik krijg veel energie van mensen en ideeën. Maar die prikkels krijg je niet van achter je bureau. Daarom trek ik er graag op uit, zoek ik mensen op en ga ik graag op reis.”

GRAPPIG: “De kracht van humor wordt vaak onderschat. Maar het is belangrijk dat je ook kunt relativeren. Daar bereik je meestal meer mee dan wanneer je altijd alles kristisch en serieus benadert. Humor maakt positieve energie los.”

FEYENOORD: “Mijn vader was een echte Feyenoorder en begin jaren tachtig ging ik zelf voor het eerst naar De Kuip. Geweldig. Ik ben geen grote fan, maar hou wel van mooi voetbal. Twee van mijn zonen zijn voor PSV en twee zonen zijn voor Feyenoord. Dat zorgt voor leuke rivaliteit thuis. En hier in Aalsmeer is het natuurlijk een Ajax-bolwerk. Ik vind het wel leuk om dan een beetje dwars te liggen.”

UITSLAPEN: “Ik heb tegenwoordig geen kleine kinderen meer, dus ik heb er nu meer tijd voor. Dat betekent niet dat ik tot 11.00 uur in bed blijf liggen hoor, maar ik vind het wel lekker om mij nog een keer om te draaien in het weekend.”

WIJN: “Ik ben directeur bij Gall&Gall geweest. De wijnwereld lijkt veel op de bloemenwereld. De trots op het product, het vakmanschap... En ik heb in die tijd ook wijncursussen gehad en vind het een mooi product.”

A close-up portrait of an older man with a purple allium flower held near his face. The man has a thoughtful expression, with his eyes looking slightly to the side. The flower is in sharp focus, contrasting with the slightly blurred background of his face. The lighting is soft, highlighting the textures of his skin and the delicate structure of the flower.

'WE MOETEN ZORGEN DAT
ONZE PRODUCTEN **GEEN**
COMMODITY WORDEN'

UIT DE GREENPORT: CROWN VAN GELDER

In elke KAS Magazine komt een ondernemer aan het woord over zijn bedrijf, de toekomst en de meerwaarde die Greenport West-Holland voor deze onderneming heeft. Dit keer spraken wij met Ad Sies van papierfabriek Crown Van Gelder uit Velsen.

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Astrid Grootcholten

CHANGING
THE WORLD
OF PAPER



Worden tomaten straks verpakt in papieren bakjes of trays gemaakt van tomatenstengels? Ad Sies, Marketing Director van papierfabriek Crown Van Gelder, acht het niet uitgesloten. Met gepaste trots zet hij een kilo suiker op tafel, verpakt in een zak die is gemaakt met... suikerbietenpulp! "Er zijn nog veel meer reststromen die in aanmerking komen voor duurzaam hergebruik. Met Greenport West-Holland zijn we de zoektocht begonnen naar biobased toepassingen voor de papierindustrie met o.a. tomatenstengels."

Een spannende tocht, want er komt heel wat bij kijken voordat een reststroom geschikt is voor hergebruik op de bijna vier meter brede en maar liefst 150 meter lange papiermachine in Velsen. Een papje van houtvezels en water persen tot een superdun laagje en dat drogen; dat is in essentie al meer dan 2.000 jaar de kunst van papier maken. Maar om dat proces op industriële én economische schaal en met andere vezels te doen is andere koek. Drie jaar geleden begon Crown Van Gelder met de verwerking van resten van suikerbieten. Nadat de suiker uit de biet is gehaald wordt de pulp onder andere gebruikt als veevoeder, voor biogas en sinds kort dus ook voor papier. Dit papier, onder de naam Crown Native, mag inmiddels een succes worden genoemd. En dat is mede te danken aan een aantal gunstige omstandigheden. Zoals het feit dat de 9.000 Nederlandse bietentelers aanleveren bij slechts twee fabrieken van Cosun (partner van Crown Van Gelder). De logistiek van de pulp naar Velsen is dus uiterst compact. Nog een voordeel; de vezel van een suikerbiet voegt sterkte toe aan het papier en leent zich prima voor gebruik in papierproductie. "Je kunt het zonder problemen recylen."

Andere reststromen

Met de wetenschap dat we duurzamer met onze grondstoffen om moeten gaan wordt er intussen met veel belangstelling naar tal van andere reststromen voor papierproductie gekeken. "Allerlei soorten gras, stro, paprikastengels, overblijfselen van rietsuiker en appels, cacaodoppen ...het zijn allemaal vezelrijke producten. Maar alles wat bovengronds groeit bevat o.a. lignine, een soort lijmstof. Dat moet je eruit halen voordat je er papier van kunt maken. Bieten, die ondergronds groeien, bevatten die stof niet. En wat er niet in zit hoeft je er ook niet uit te halen. Dat is wel zo duurzaam."

Veel uitdagingen met nieuwe reststromen zijn van technische aard, maar daarover maakt Ad zich de minste zorgen: "Daarvoor vinden onze ingenieurs altijd wel een oplossing. Ons credo is niet voor niks 'changing the world of paper.'" Een lastigere hobbel is om reststromen te vinden die het gehele jaar door voor voldoende volume kunnen zorgen (jaarlijks komt er in Nederland 1 miljoen ton bietenpulp vrij). En om de partijen uit de gehele keten aan tafel te krijgen die bereid zijn om drie tot vijf jaar de tijd te nemen én te investeren in de ontwikkeling van een duurdere verpakking. "Alleen al het opstarten van een papiermachine – er staan er twee in Velsen - kost vele duizenden euro's. Een run van 100 ton papier, dat zijn vier vrachtwagens, is hier niet echt groot. Op industriële schaal produceren betekent enkele duizenden tonnen per jaar. Is die vraag er in de markt? Dat zijn we nu aan het onderzoeken in gesprekken met o.a. Greenport West-Holland, telers, retailers en koepelorganisaties."

STAP VOOR STAP

Willem Kemmers (projectmanager Biobased Circular bij Greenport West-Holland) is enthousiast en optimistisch over de samenwerking met Crown Van Gelder. "Als we alle stappen zorgvuldig doorlopen dan voorzie ik een goede kans dat we op relatief korte termijn grote hoeveelheden van de reststroom uit de tuinbouw kunnen verwerken tot hoogwaardige producten. Dat we beginnen met tomatenstengels is vanwege het grote volume. Als dit lukt gaan we naar reststromen van andere gewassen kijken. We doen het stap voor stap omdat geen enkele reststroom hetzelfde is en ze technisch allemaal anders reageren."

'REVOLUTIE' IN SCHOON WATER

Water zuiveren door ionisatie. De methode is niet nieuw, maar het product dat FreshWater heeft ontwikkeld wel. Daarbij vallen vooral de eenvoud van de toepassing en de lage aanschafprijs op. To good to be true? Niet volgens de telers die het product al gebruiken. "We moeten elkaar niet langer wijsmaken dat de toepassing van chloor en waterstofperoxide zo erg nog niet is."

Tekst: Jacco Strating

Fotografie: Sharon Schouten

Inonisatie is een beproefde methode om water te zuiveren. In de zorgsector wordt al jaren niet anders gedaan. Het bracht uitvinder Aad van der Starre op het idee om ook ionisatietoepassingen voor andere sectoren te ontwikkelen en dat deed hij met succes. In de internationale pluimveehouderij zijn de systemen van zijn bedrijf FreshWater inmiddels de standaard geworden. En nu is ook de glastuinbouw aan de beurt. Want waarom zou het daar niet werken als het elders ook een succes blijkt?

Op natuurlijke manier

Het is aan verkoopconsultants Ron Arends en Hans Smaal om de tuinbouw te overtuigen. Het tweetal kan bouwen op een jarenlange ervaring binnen de sector en gelooft heilig in de FreshWater waterionizer. Smaal was zelf jarenlang teler en had gewild dat hij het product in die tijd in zijn kas had gebruikt. "Telers doen nu zoveel moeite en investeringen om het water in de kas schoon te krijgen, maar dat is helemaal niet nodig. Het kan ook op een natuurlijke manier door middel van ionisatie. En daar is echt geen enorme zuiveringsinstallatie of UV-techniek voor nodig."

De FreshWater waterionizer is een handzame en energiezuinige pomp, die doorlopend ionisatie loslaat op het bassinwater. Hierdoor ontstaan nanobubbels. De nanobubbels zorgen voor een O₂-verbinding met pathogenen, waardoor





micro-organismen zoals bacteriën, algen en virussen op een natuurlijke wijze worden gedood. Ook verdwijnt de biofilm. “Het mooie is dat ionisatie een langdurige bescherming biedt tegen micro-organismen”, geeft Smaal aan. “Daardoor blijft het water dus langer schoon. Daarnaast zorgt ionisatie ervoor dat het water wordt gestructureerd, waardoor planten makkelijker voedingsstoffen kunnen opnemen. Je maakt de plant daarmee veel weerbaarder.”

In een jaar terugverdienen

De resultaten in de praktijk zijn spectaculair, meent Arends. “En je loopt als gebruiker geen enkel risico. Gooi de pomp in het water, zet hem aan en probeer het een

week uit. Werkt het niet, dan krijg je je geld terug. Bovendien zijn de energie- en onderhoudskosten nihil. Dat is bij grote zuiveringsinstallaties wel anders. Terwijl het resultaat er niet minder om is.”

Smaal en Arends hopen de glastuinbouw wakker te schudden met het innovatieve product. Een aantal bedrijven is al overstag, waaronder de kwekerijen PandA Aubergine en Vollering Hortensia. “We moeten elkaar niet langer wijsmaken dat de toepassing van chloor en waterstofperoxide zo erg nog niet is. Met de FreshWater waterionizer wordt het water op een duurzame en natuurlijke manier volledig schoon en vrij van pathogenen. Ik durf wel te stellen dat we een revolutie op gang kunnen brengen in de tuinbouw.”

ENTOMATIC: DE EFFICIËNTE



30

Tekst: Jeannet Pennings
Fotografie: Sharon Schouten

Volledig geautomatiseerd roofmijten in het gewas brengen, dat kan met de Entomatic. Het systeem vervangt een arbeidsintensief proces en zorgt voor een goede verdeling van de roofmijten in het gewas. "Met een heel lage mortaliteit", vertelt Gert-Jan Dillo van Biobest, dat het apparaat ontwikkelde. Telers van onder meer aardbeien en gerbera's zijn enthousiast over de Entomatic.

'OCTOPUS' IN HET GEWAS

Als een octopus met zijn tentakels strak over-eind beweegt de Entomatic langs het gewas. Via de uitstrooipunten wordt op elke vierkante meter planten precies dezelfde hoeveelheid mijten uitgestrooid. "De dosering kun je als teler vooraf instellen via het display", vertelt Gert-Jan Dillo, teamleider van Biobest Nederland. Het bedrijf startte in 2020 met de ontwikkeling van de Entomatic, in samenwerking met Hortiworld. "We zochten naar een apparaat dat roofmijten en andere nuttige insecten automatisch en homogeen in het gewas kan brengen. Arbeid besparen was het voornaamste uitgangspunt, want arbeid is schaars en duur."

Veel handwerk

De behoefte aan een eenvoudige en efficiënte manier om roofmijten in het gewas te brengen groeit. Dillo: "Door Europees beleid neemt de beschikbaarheid van chemische gewasbeschermingsmiddelen af en beweegt de markt steeds meer naar groene oplossingen. Het regelmatig inzetten van natuurlijke vijanden zal alleen maar verder toenemen." Het succes daarvan valt of staat met het op de juiste manier inzetten. "Je wilt dat de insecten zich vestigen op die plek waar ze hun werk moeten doen. Dat kan handwerk zijn en mensen moeten hiervoor worden getraind."

Het gevolg is een zeer arbeidsintensief proces. "In sommige gewassen moet je het uitstrooien wekelijks herhalen. Het is de kunst om dit homogeen te doen, zodat er in pad 1 dezelfde hoeveelheid insecten wordt uitgestrooid als in pad 200. Het maakt mechaniseren interessant. Bovendien ben je met een machine vrij om het juiste moment van toediening te bepalen en dus de meest ideale omstandigheden te kiezen."



Lage mortaliteit

De uitdaging bij de ontwikkeling van de Entomatic was een zeer lage mortaliteit te realiseren. "Je wilt er zo veel mogelijk roofmijten levend uit krijgen en dat deze op de juist plek neerdalen. Er zijn systemen die de insecten als een wolk over het gewas blazen. Dan heb je steevast verliezen; insecten die niet op het gewas, maar in de paden terechtkomen. Dat wilden we op een slimme manier ondervangen, zonder dat dit zou leiden tot een enorme energievraag." Het resultaat is een modulair systeem dat op verschillende machines kan worden gebouwd. In een groot reservoir wordt het product geroerd, zodat de roofmijten goed gemixt blijven met het vulmateriaal. Een as verdeelt de exacte hoeveelheid mijten via (een zelf te kiezen aantal) uitstrooipunten naar het gewas. De roofmijten bewegen met lucht door de slang. Aan het einde zit een doseerpunt waar, door ontluchting, de mijten met de zwaartekracht op het gewas vallen, en niet eraf stuiten.

Meerdere toepassingen

Volgens Dillo is de Entomatic eenvoudig in gebruik. "Als teler hoef je alleen via een display in te voeren hoeveel mijten er per vierkante meter moeten worden gestrooid. Ook kun je de rijnsnelheid bepalen." Inmiddels draaien er ruim tien Entomatics in de praktijk. Onder andere in de teelt van aardbeien, zachtfruit en gebera's. Ook wordt gewerkt aan een variant voor opgaande gewassen, zoals komkommer en paprika. Naast roofmijten kan de Entomatic ook worden gebruikt voor andere toepassingen, zoals de poppen van sluipwespen of de eitjes van gaasvliegen. "Zo kun je in één werkgang meerdere toepassingen op het gewas strooien."

Snel terugverdiend

Bij Mans Allure Gerbera in Brakel draait de Entomatic nu bijna een jaar. "Op HortiContact in Gorinchem zagen we een prototype staan", vertelt Albert Mans. "Het systeem sprak ons enorm aan. Biobest heeft samen met de fabrikant passend maatwerk geleverd." De investering verdient zich volgens de ondernemer door de stijgende arbeidskosten snel terug. "Eén persoon kan nu het hele bedrijf van biologie voorzien, waar we voorheen een groot gedeelte van ons team moesten inzetten om te strooien."

Het gaat gemakkelijker en sneller, merkt de teler van mini-gebera's. Een mooie bijkomstigheid is volgens hem de gelijkmatige verdeling van de roofmijten. "We zien dat duidelijk terug in het gewas. Met de hand krijg je dit nooit voor elkaar. Met een apparaat kun je de precieze hoeveelheid instellen." Ook noemt Mans het een belangrijke eigenschap dat de Entomatic de producten goed mixt. "Bepaalde type roofmijten hebben de neiging om omhoog te lopen. Door de mixer blijven ze, samen met het strooimateriaal, goed verdeeld in de bak."

Sneller anticiperen

Ook bij Royal Berry in Bommel zijn ze enthousiast over de Entomatic. Het aardbeienbedrijf is van begin af aan betrokken bij de ontwikkeling en heeft het apparaat sinds het najaar van 2022 in de praktijk draaien. Een waardevolle investering, meent bedrijfsleider Frank Selman. "Biologie gaat de komende jaren de overhand krijgen naarmate het middelenpakket meer restricties krijgt."

De manier van biologie uitzetten – onder meer via kweekzakjes - was volgens Selman toe aan vernieuwing. "Met roofmijten heb je te maken met meerdere stadia. Dankzij de Entomatic kunnen we direct de active stadia uitzetten en sneller anticiperen op plagen in het gewas. Daarbij zijn we nog maar een achtste van de arbeidsuren kwijt ten opzichte van handmatig biologie uitzetten." Bovendien is het tempo nu altijd hetzelfde en worden de roofmijten homogeen verspreid over het gewas. "Dat krijg je nooit voor elkaar als je met meerdere mensen bezig bent. Ook kun je via het display precies aangeven welke dosis je waar in het gewas wenst. Daar waar de ziektedruk hoger is, kun je bijvoorbeeld eenvoudig de hoeveelheid opvoeren."

Selman vindt het ook een groot voordeel dat je met de Entomatic biologie kunt mengen. "Hierdoor kun je meerdere biologische bestrijders in één werkgang uitzetten. En dat kun je direct doen zodra de biologie binnenkomt. Dat is voor het behoud van je biologie ook beter." Selman noemt de Entomatic zeer gebruiksvriendelijk. "Wij werken met verschillende nationaliteiten, maar de taal is eenvoudig aan te passen. En tot slot, heel belangrijk, is het apparaat niet storingsgevoelig. De techniek heeft zich bewezen."



**'ZO'N GELIJKMATIGE VERDELING
VAN ROOFMIJTEN KRIJG JE MET DE
HAND NOOIT VOOR ELKAAR'**

SAMEN ZOEKEN NAAR **DUURZAME** **OPLOSSINGEN**

In een tijd waarin duurzaamheid en innovatie hoog op de agenda staan, is het essentieel voor tuinbouwondernemers om mee te bewegen. Marianne van Rooy (senior jurist ondernemingsrecht bij ABAB) en Hans Jacobs (manager innovatie bij Epiic) delen hun inzichten over de opkomende ontwikkelingen die de toekomst van de sector vormgeven.

34

Tekst: Ashley Grobben

Fotografie: Sharon Schouten

Als we het hebben over een duurzame bedrijfsstrategie, dan hebben we het over het duurzaam voortzetten van het bedrijf. Dat betekent niet alleen innoveren op sociaal gebied, zoals het omgaan met personeelstekorten of het vinden van de juiste opvolger, maar ook op het gebied van duurzaamheid. Eén van de belangrijkste uitdagingen voor tuinbouwondernemers op dit moment is het energievraagstuk.

“Ik vertel niets nieuws wanneer ik zeg dat de tuinbouwsector een grote energieverbruiker is,” vertelt Jacobs. “Het verminderen van de afhankelijkheid van traditionele energiebronnen is van essentieel belang.” Concrete voorbeelden hiervan zijn zonnepanelen op kassen en het opwekken van warmte met elektrische boilers. Of warmtepompen in combinatie met een Warmte Koude Opslag (WKO), waarbij warmte en kou in de bodem worden opgeslagen.

Dat zijn grote projecten die behoorlijke investeringen vergen.

ABAB en dochteronderneming Epiic zijn van begin tot eind betrokken bij dergelijke projecten. Ze beoordelen of het een goede investering is, welke risico's eraan verbonden zijn, of er aanvullende middelen nodig zijn om het project te financieren en nog veel meer. “Ik kijk vanuit ABAB Legal naar de juridische aspecten van een project. Bijvoorbeeld naar contractvoorwaarden als een externe partij betrokken is bij de ontwikkeling van een project,” vertelt Van Rooy. “En ik ben scherp op het signaleren van nieuwe ontwikkelingen voor de ondernemer,” voegt Jacobs toe. “Zo creëren we bij ABAB een samenspel tussen fiscale, bedrijfseconomische, juridische aspecten en meer.”

Dat tuinbouwondernemers op zoek zijn naar duurzame oplossingen, blijkt uit de projecten waar Van



Rooy en Jacobs de afgelopen tijd bij betrokken zijn. "Het is echt een dynamische sector die openstaat voor vernieuwing en verbetering," vertelt Van Rooy. "Op dit moment wordt er door een jong bedrijf bijvoorbeeld getest met een zeer innovatief teeltsysteem. Het gaat om een ecosysteem waarbij de kas helemaal bedekt is met zonnepanelen. De kas is dus volledig gesloten en er komt geen licht binnen van buitenaf. De elektriciteit, die wordt opgewekt door de zonnepanelen, voorziet de ledlampen, waar de gewassen onder groeien, van stroom. Deze energie wordt ook gebruikt om het volledige klimaatsysteem te laten werken. In de zomerperiode wordt overtollige warmte afgevoerd en opgeslagen in de bodem, klaar om in de winter gebruikt te worden middels de warmtepompen. Zo blijft de temperatuur in de kas het hele jaar door perfect en blijft het systeem volledig gesloten. Ventilatie ramen zijn er niet, waardoor ook CO₂ in de kas wordt behouden. Je hoort het,

het is een circulair ecosysteem. En daar zitten alleen maar voordelen aan: men gebruikt alleen elektrische energie voor de kas, alle warmte wordt benut en CO₂-uitstoot via openstaande ramen wordt voorkomen," legt Jacobs uit.

Een nieuw teelt- en klimaatsysteem, gecombineerd met zonnepanelen op de kas, kan dé oplossing zijn voor verouderde of leegstaande kassen die anders hun functie verliezen. Zo worden kassen niet alleen weer ingezet waarvoor ze bedoeld zijn, het telen van gewassen, maar ook voor duurzame energieopwekking. "Een sprekend voorbeeld is een tuinbouwbedrijf dat overwoog te stoppen met de huidige activiteiten. Na contact te hebben gehad met het innovatieve bedrijf dat een teeltsysteem ontwikkelt, hebben ze gezamenlijk de handschoenen opgepakt," vertelt Van Rooy. Het resultaat is dat de eerste plantjes al groeien in de kas dankzij zonne-energie.

Voorlopen in innovatie

Dit systeem is ontwikkeld door twee jonge ondernemers. Geen telers van origine, maar jongens met een gedegen technische achtergrond en de nodige ervaring in tuinbouwprojecten. Ze zagen ruimte voor vernieuwing en hebben de stoute schoenen aangetrokken. Een frisse wind, die de sector op dit moment goed kan gebruiken. "Het is prachtig om te zien hoe jonge ondernemers gedreven zijn

'ONDERNEMERS BEGELEIDEN DIE INNOVATIEF BEZIG ZIJN OF INNOVATIEF BEZIG WILLEN ZIJN'

36 om mogelijkheden te ontdekken in innovatie. Het is een perfecte oplossing voor tuinbouwondernemers met verouderde kassen, die wellicht niet meer denken aan moderniseren, maar op zoek zijn naar alternatieve manieren om kassen nieuw leven in te blazen," vertelt Jacobs. "Wat dat betreft snijdt het mes aan twee kanten: de jonge ondernemer profiteert van de kennis van de oudere generatie," voegt Van Rooy toe.

Ondertussen zijn alle formele zaken geregeld, liggen de zonnepanelen erop en de eerste planten groeien al in de kas. Nu is het alleen nog een kwestie van finetunen en afwachten wat de resultaten zullen zijn. De uitdaging? De tuinbouwondernemer loopt een stapje voor, en dát maakt het lastig. Marianne van Rooy legt uit: "Nieuwe initiatieven worden soms belemmerd door regelgeving, die helaas gebaseerd is op het traditionele beeld van een tuinbouwkas. Nieuwe ontwikkelingen passen (nog) niet binnen dat beleid." Toch weerhoudt dit ambitieuze ondernemers niet om innovatieve systemen zowel nationaal als internationaal uit te rollen.





'INNOVEREN DOE JE SAMEN'

In de snel innoverende wereld van vandaag is het prettig om iemand te hebben die met je meedenkt. ABAB biedt die helpende hand aan de tuinbouwondernemer op het gebied van accountancy, fiscaliteit, juridische zaken en innovatie. Epiic, de dochteronderneming van ABAB, is gespecialiseerd in innovatieadvies, financiering en subsidies.

"We hebben een divers team van specialisten in huis en zoeken elkaar vaak op als het gaat om het begeleiden van projecten. We werken nauw met elkaar samen. Daar-

door kunnen we tuinbouwondernemers enorm helpen om stappen te zetten naar een duurzaam bedrijf."

Voor tuinbouwondernemers zijn er uitdagingen op het gebied van sociale innovatie, duurzaamheid en energie. "Omdat niet alle mogelijkheden in één keer kunnen worden uitgevoerd, is het belangrijk om een strategie uit te stippelen. Bij ABAB geven we deze strategie vorm en bewaken we deze in alle opzichten. We adviseren ondernemers op het juiste moment bij het nemen van belangrijke beslissingen."

LUXOUS EN LED: 'WARM AANBEVOLEN' COMBINATIE

Wie met LED-belichting energie wil besparen doet er meestal goed aan om tegelijk een tweede, energiebesparend scherm als Luxous 1147 FR aan te schaffen. Reden: LED-modules geven minder voelbare warmte af dan SON-T armaturen, terwijl ze geen infraroodlicht uitstralen. Dit heeft grote gevolgen voor het energieplaatje, waar je als teler rekening mee moet houden.

Tekst: Mario Bentvelsen

Fotografie: Svensson



LED heeft een veel hogere lichtbenuttingsefficiëntie dan SON-T, afhankelijk van de kleur. Bij LED is dat gemiddeld 3,5 $\mu\text{mol}/\text{m}^2.\text{sec}$ terwijl SON-T maar 1,85 $\mu\text{mol}/\text{m}^2.\text{sec}$ haalt. Bij eenzelfde lichtniveau van 200 $\mu\text{mol}/\text{m}^2.\text{sec}$ is het elektriciteitsverbruik bij SON-T 108 W/m^2 en bij LED 57 W/m^2 , ofwel 53 procent. Een aanzienlijke besparing van 47 procent op de stroomrekening, waardoor er meer overblijft voor teruglevering of minder netstroom ingekocht hoeft te worden.

Minder warmte, minder straling

Maar dit heeft ook een keerzijde. Bij gebruik van LED-armaturen breng je namelijk netto veel minder warmte in de kas. Kijk maar naar onderstaande tabel. Er komt dus netto 108-57 = 51 W/m^2 minder energie (warmte) de kas binnen. Anderzijds krijgt het gewas minder straling. Bij SON-T komt er namelijk nog infraroodstraling bij, bij LED niet. Vaak is de verwarmingsinstallatie berekend op de 'oude' situatie met SON-T belichting. Omschakelen naar hybride of LED-belichting kan daarom leiden tot een capaciteitstekort.

Warmtebalans herstellen

Een te kleine verwarmingscapaciteit kan op verschillende manieren worden opgelost. De meest voor de hand liggende en meest efficiënte oplossing is: meer isoleren met een extra energiescherm. Het verdient de voorkeur om dit extra scherm op een apart dradenbed te installeren, zodat het naar wens ingezet kan worden. In de nacht zorgt een tweede scherm voor extra isolatie. En mocht de beschikbare warmte overdag tekortschieten dan kan een transparant scherm ook overdag worden gesloten. Een voordeel van een tweede, transparant energiescherm is dat het de lagere uitstraling van LED op de kop van het gewas grotendeels compenseert, waardoor de warmtebalans zich volledig kan herstellen. Een veel toegepast schermtype hiervoor is Luxous 1147 FR, dat 47 procent energie bespaart. Met name tomaten-, komkommer- en snijbloemen-telers kiezen voor deze oplossing.

Energiescherm plus ontvochtiging

Een groot voordeel van bovengenoemd energiescherm is dat het vochtdoorlatend is. Vocht kan hierdoor worden afgevoerd; de vochtafvoer kan verder verhoogd worden door boven een gesloten scherm gelijkzijdig te luchten. Bij een dubbel scherm neemt de vochtuitwisseling natuurlijk af, waardoor er bij een hoge gewasverdamping en zachte weersomstandigheden tijdelijk een te hoge luchtvochtigheid kan optreden. Dan is een kiertje in het scherm onvermijdelijk, wat weer kan leiden tot horizontale temperatuurverschillen in de afdeling. Om die reden kiezen veel telers voor een ontvochtigingsinstallatie, daarmee kun je kieren in het scherm voorkomen en behoud je altijd een egaal kasklimaat. Een goed voorbeeld van zo'n systeem is ClimaFlow, een verticaal ventilatiesysteem dat droge lucht van boven het scherm de kas in blaast met behulp van Ventilationjets, die vervolgens vermengd wordt met de kaslucht onder het scherm door middel van onder de jet geplaatste verticale ClimaFlow ventilatoren. Kenmerkend voor dit systeem is de betere luchtcirculatie en -verdeling door het gewas heen, waardoor vochtproblemen in het gewas worden voorkomen. Verder zorgt het lage stroomverbruik voor een extreem energiezuinige ontvochtiging.

Vergelijken lichtdoorlatendheid

Wie onbelicht teelt kan ook profiteren van een tweede energiescherm. Ook dan is het zaak om te kiezen voor een zo transparant mogelijk (tweede) scherm. Immers: 1 procent lichtwinst scheelt 1 procent productie. Het verschil in lichtwinst kan oplopen tot wel 10 procent. Let daarom bij het vergelijken van offertes van verschillende fabrikanten altijd op of de lichtdoorlatendheid en hortiscatter-waarden volgens de NEN 2675-norm zijn gemeten. Op een tweede energiescherm en een ontvochtigingsinstallatie is GMO-subsidie via de telersvereniging en ook EIA-belastingaftrek mogelijk.

Neem voor meer informatie contact op met Hugo Plaisier van Svensson, hugo.plaisier@ludvigsvensson.com

Type belichting	Belichtingscapaciteit	Stroomverbruik	Infraroodstraling van de lampen	Voelbare warmte (armatuur wordt warm)
SON-T	200 $\mu\text{mol}/\text{m}^2.\text{sec}$ (41 W/m^2)	108 W/m^2	40 W/m^2	27 W/m^2
LED	200 $\mu\text{mol}/\text{m}^2.\text{sec}$ (37 W/m^2)	57 W/m^2	0 W/m^2	20 W/m^2

25 JAAR EN VOL AMBITIE



40

Decorum bestaat 25 jaar, maar de ambitie van het sierteeltmerk is nog altijd onverminderd groot. Twee leden van het eerste uur blikken terug in de tijd, maar kijken vooral ook naar de toekomst. "We blijven sleutelen aan het assortiment. Kwekers met mooie onderscheidende producten zijn van harte welkom binnen de club."

Tekst: Jacco Strating
Fotografie: Sharon Schouten

Halverwege de jaren negentig zocht een groep Nederlandse plantenkwekers elkaar op. Ze zagen al vroeg in dat samenwerking dé sleutel voor toekomstig succes was. De telers verenigden zich onder de naam Merkontwikkeling Sierteelt (MOS), dat in 1999 voor het eerst planten op de markt bracht met het merk 'Decorum Plants'. Het was het begin van een succesvolle reis die ook na 25 jaar nog niet voorbij is. Decorum is uitgegroeid tot een begrip in binnen- en buitenland en het collectief is nog altijd groeiende.

Eerste jaren zoekend

Richard Scheffers van kwekerij Richplant uit Naaldwijk was vanaf de start bij Decorum betrokken. "De eerste jaren was het best nog zoeken waar we met elkaar heen wilden. Het was duidelijk dat we kwaliteit allemaal hoog in het vaandel hadden staan, maar hoe ga je dat verkopen. Frans Timmermans, in die tijd een toonaangevende exporteur in Nederland, had de eerste groep met telers bij elkaar gebracht en aanvankelijk werden de planten van Decorum ook exclusief via hem verkocht in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland. Dat ging een tijdje goed, maar we konden natuurlijk niet maar voor één exporteur produceren. Uiteindelijk zijn we toen onze eigen weg gegaan en kon Decorum echt groeien."

Rond 1999 had Decorum zo'n 35 leden. "Bij sommigen zat kwaliteit echt in de genen, maar anderen moesten daar echt nog wel stappen in zetten. We hebben elkaar daarin als het ware opgevoed", aldus Scheffers. Decorum kreeg al vrij snel een eigen kantoor en zette grote stappen op marketing en communicatie. "We hebben in die periode heel veel geleerd. Veel initiatieven lukten wel, maar heel veel ook niet. Het was een kwestie van vallen en opstaan." Stap voor stap groeide Decorum uit tot een bekende naam binnen de sector, die garant staat voor kwaliteit. Ook werden focuslanden aangewezen om met scherp te kunnen schieten op een paar landen, in plaats van met hagel op een heel continent. In 2014 breidde Decorum bovendien uit met bloemen. "Onze retailklanten wilden hun bloemen- en plantenschap op een serieuze manier gaan beheren, maar wij konden toen alleen nog planten leveren. Toen kwam vanzelfsprekend de vraag of wij vanuit Decorum ook voor bloemen konden zorgen."



Chemie uitnutten

Rob van Dijk van Van Dijk Flowers uit Honselersdijk was een van de eerste bloemenkwekers die zich bij Decorum aansloot. "Er stond al een hele organisatie, dus voor ons was het makkelijk om in te stappen. Maar bloemen en planten zijn echt wel twee verschillende disciplines, dus dat was voor iedereen wel wennen. Sommige bestaande

leden vonden het ook best wel lastig dat wij er opeens bijkwamen, waar zij Decorum in de jaren ervoor hadden opgebouwd. Maar uiteindelijk realiseerde iedereen zich toch wel dat het de enige manier was om als merk verder te komen", vertelt Van Dijk. "We zijn daarom met elkaar op zoek gegaan naar manieren om de chemie verder uit te nutten, om steeds meer voordeel uit het collectief te halen. En daar zijn we goed in geslaagd, want inmiddels vormen we al heel wat jaren een hechte club waarin iedereen gelijkwaardig is."

Scheffers is het daarmee eens. "Los van de kracht die het merk heeft, is de samenwerking binnen Decorum zoveel waard. Als je iets wilt weten over automatisering, energie of teeltzaken, dan is er altijd wel iemand die jou kan verder helpen. Omdat we allemaal een uniek product aanbieden, zijn we geen concurrenten van elkaar, maar collega's die elkaar aanvullen. Dat is onbetaalbaar."

Blijven meebewegen

Decorum heeft op dit moment 50 leden en biedt ruim 4.000 artikelen aan. Maar als het aan alles en iedereen binnen het collectief ligt, wordt die groep met telers de komende jaren verder uitgebreid. "We blijven sleutelen aan het assortiment, want we missen nog steeds producten in ons aanbod", zegt Van Dijk. "Daarom zijn kwekers met mooie onderscheidende producten van harte welkom om ook lid te worden. Door nóg breder te worden, wordt Decorum nóg interessanter, kunnen we onze merkwaarde verder vergroten en kunnen we uiteindelijk ook een betere prijs voor onze producten krijgen." Scheffers sluit zich daarbij aan: "Zolang we blijven meebewegen met de markt, worden het merk en het collectief alleen maar beter en kan Decorum nog vele jaren blijven voortbestaan."

Decorum
PLANTS

1999

Decorum
PLANTS

2008

Decorum
FEEL THE QUALITY

2016

Decorum
PLANTS & FLOWERS

2021

VERGROENEN IS EEN CONTINU SPEL

Bij EveryD Flowers telen ze gerbera's op karakter: met een flinke portie lef, boordevol ambitie en een tikkeltje eigenwijs. Daar hoort ook de inzet van groene middelen bij, zegt mede-eigenaar Hen Groenewegen. De kwekerij uit De Lier heeft de afgelopen jaren een flinke stap gezet naar vergroening. "Het is een spel dat je continu moet spelen, maar waar je geen blauwdruk van hebt."

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Sharon Schouten

42 Gerbera is een lastige teelt als het om plagen gaat: luis, trips, witte vlieg, mineervlieg en rups, we hebben overall last van, zegt Groenewegen. "En hoe meer we met groene middelen werken, hoe meer verschillende insecten we zien. Neem de oorworm. Die moet er altijd zijn geweest, maar die zijn we bij chemische bestrijding nooit tegen gekomen. Vaak zien we dat groene middelen op één specifieke plaag werken, traditionele breedwerkende middelen nemen ongemerkt ook andere plagen mee. De luis en wolluis zitten bijvoorbeeld pleksgewijs op het gewas, maar op zo'n plek is de aantasting wel heel heftig. Daar hadden we met chemische middelen minder last van."

Biologie veilig opbouwen

EveryD Flowers teelt 12 hectare gerbera's op drie locaties: vestigingen van 3 hectare en 6 hectare in De Lier en een kas van 3 hectare in Naaldwijk. Er wordt alles uit de kast gehaald om zo min mogelijk chemie in te zetten, aldus de teler tijdens het gesprek op de 6 hectare grote tuin. "We werken nu een paar jaar met groene middelen op basis van de werkzame stof azadirachtine, zeker op deze locatie. Dat middel heeft een werking op diverse plaaginsecten, daar hebben we goede ervaringen mee. Gerbera is een driejarige teelt, met deze middelen kunnen we de biologie veilig opbouwen."

Op de tweede locatie in De Lier wordt met bankerplants als Koningskaars (*Verbascum thapsus*) gewerkt, om de eigen biologische bestrijders te vermeerderen. "We hebben het idee dat de roofwants het daar erg naar zijn zin heeft", geeft hij een ander voorbeeld van hoe vergroening wordt ingezet in de bedrijfsvoering.

Werken met jaarschema

De kwekerij heeft drie medewerkers in dienst die zich dagelijks bezighouden met scouten, vangplaattellingen en het uitzetten van biologie. Dat wordt elke week in kaart gebracht en in verslagen vastgelegd, om een goed beeld te hebben van wat er in de kassen aan de hand is, zegt Groenewegen. Een keer in de twee weken komt een adviseur van Van Iperen langs, met wie de resultaten in de verslagen worden doorgesproken. "Gewasbescherming mag er niet bij hangen", zegt de teler daarover. "We hebben dit jaar een jaarschema gemaakt van welke middelen we wanneer willen inzetten. Voor het komende kwartaal hebben we ook al een bestellijst gemaakt. De basis staat; als het moet kunnen we altijd aanpassingen doen."

Bij de jaarplanning is gebruik gemaakt van de data van vorig jaar. Daarmee hoopt de kwekerij de timing van het inzetten van middelen en biologie te verbe-



teren, zodat er al aan de voorkant op een plaag kan worden geanticipeerd in plaats van dat er brandjes moeten worden geblust. "We hebben bijvoorbeeld de cycli van plaaginsecten bij een bepaalde temperatuur in een grafiek gezet, zodat we weten met welk interval de middelen het meest effectief zijn op een bepaald stadium van het plaaginsect. We hebben een hele lijst met groene middelen tot onze beschikking, maar die moeten wel worden afgewisseld vanwege de etikettering."

Parasitaire schimmel

EveryD Flowers gebruikt het groene product Velifer van BASF tegen witte vlieg, trips en spint. Dit is een biologische insecticide op basis van de werkzame stof *Beauveria bassiana* strain PPRI 5339. De sporen van deze parasitaire schimmel kiemen nadat ze in contact komen met het plaaginsect, vertelt Wessel van Vliet, crop manager greenhouse bij BASF. "De schimmel

dringt vervolgens het insect binnen, op de dunne delen van de plaag, en ontwikkelt zich verder in het beestje. Bij een infectie stopt het insect al na een paar uur met eten, maar het kan 48 tot 72 uur duren voordat het ook echt doodgaat. We hebben aan het product een olie toegevoegd die zacht is voor het gewas, er hoeft niet voor gewasschade worden gevreesd. De zachte uitvloeiing zorgt ervoor dat het product zich mooi over het blad heen verspreidt."

Velifer is goed te combineren met alle biologische bestrijders, er zijn geen neveneffecten in het lab en de praktijk gezien, zegt Van Vliet. De schimmel moet zich wel kunnen vermeerderen, daarvoor is een temperatuur van minimaal 13-15 graden Celsius nodig. De luchtvochtigheid rondom het blad is voldoende voor een goede werking. Het middel mag 73 keer worden toegepast, met een interval van vijf dagen. Het kan dus jaarrond worden ingezet, aldus de crop manager. Velifer werkt



tegen alle stadia van witte vlieg, maar de jongste larvale stadia zijn het meest vatbaar. Bij trips zijn de volwassenen het meest vatbaar.

Flexibele groene middelen

Als BASF een nieuw middel op de markt brengt, moet dat goed te combineren zijn met biologie, weet Van Vliet. "Anders heeft het geen zin het in de glastuinbouw te lanceren." Volgens de crop manager zitten er voor de komende jaren nog meer producten in de innovatieve pijplijn van het concern, waarbij veel aandacht is voor milieuprofiel, werknemersveiligheid en integreerbaarheid van natuurlijke vijanden. "Wij merken dat de producten die we de laatste jaren in de markt hebben gezet, zoals Oikos, Velifer en Serifel (bacillus), goed worden ontvangen, vanwege de flexibiliteit, maar ook vanwege goede combinaties die we met deze middelen kunnen maken", zegt hij. "De middelen zijn een groene basis voor een brede aanpak van plagen én schimmels,

mede doordat we deze middelen zo vaak per jaar kunnen toepassen."

Zekerheid inbouwen

Hen Groenewegen is goed te spreken over Velifer. Het middel wordt afgewisseld met een ander product op basis van *Beauveria bassiana*, zegt hij. "We gebruiken dit soort middelen in een standaard strategie, maar ook als een plaag harder gaat dan de biologie die kan bestrijden. Ook al zie je een plaag nog niet: aan de hand van de kalender en de weersvoorspellingen moet je alvast inspelen op hetgeen je verwacht dat er gaat gebeuren. We weten bij de bosmachine exact hoeveel bloemen worden weggegooid vanwege schade in het gewas. Dat kan qua waarde snel oplopen. Daarom kun je beter een euro meer zekerheid inbouwen dan dat je 5 euro aan derving hebt. (Groene) gewasbescherming mag je niet laten versloffen, dat proberen we steeds meer te optimaliseren."

'BASF STREEFT NAAR NET-ZERO IN 2050'

BASF wil niet alleen verduurzamen in de wereld van gewasbescherming, het concern streeft er ook naar de uitstoot van broeikasgassen in 2030 met 25 procent te verminderen ten opzichte van 2018 en in 2050 de emissies naar netto nul te brengen.

De lat wordt door de wet- en regelgeving en bovenwettelijke eisen vanuit de markt steeds hoger gelegd, zegt Wouter Bulk, duurzaamheidsmanager van de agrodivisie van BASF. "Daarnaast nemen wij onze verantwoordelijkheid om te ondernemen met aandacht voor mens, natuur en milieu. We willen ook op dat vlak voorloper zijn."

Een van de stappen die BASF richting verduurzaming zet, is kraken op elektriciteit. Het kraken van de basisgrondstof nafta gebeurt in een stoomkraker. Door de hoge temperaturen die nodig zijn in de stoomkraker, wordt energie verbruikt en komt CO₂ vrij. Er wordt nu onderzocht of het mogelijk is de stoomkraker te elektrificeren met groene stroom, waardoor de emissies met 90 procent kunnen dalen, aldus Bulk.

Chemische recycling

Daarnaast is het concern bezig met chemische recy-

cling. Door middel van thermochemische processen wordt plastic afval afgebroken tot olie of gasvormige producten; die grondstoffen worden voor de chemische industrie. Deze kunnen fossiele grondstoffen vervangen en worden gebruikt voor de productie van nieuwe producten, met name kunststoffen.

Om voldoende elektriciteit voor de vernieuwingsslag te hebben, investeert BASF flink in groene energieprojecten. Zo heeft het concern een deelneming in windpark Hollandse Kust Zuid, zegt de duurzaamheidsmanager. "Samen met Vattenfall en Allianz zijn wij eigenaar van dit grote offshore windpark."

Groene middelen

BASF is een grote speler in de landbouw en dus kunnen duurzame ontwikkelingen in die sector niet achterblijven. We zijn behoorlijk aan het vergroenen, door groene middelen met nematoden, micro-organismen, bacteriën en parasitaire schimmels op de markt te brengen, aldus Bulk. Ook maakt het bedrijf toevoegmiddelen voor meststoffen, zoals ureaseremmers en nitrificatieremmers. "Met onze nitrificatieremmer Vizura wordt gemiddeld 50 procent van de lachgasemissie uit mest gereduceerd", besluit hij.

HEALTH FOOD WALL:



Tekst: Annemarie Gerbrandy
Fotografie: Sharon Schouten

Health Food Wall is de moderne oplossing voor snelle, makkelijke en gezonde take-away producten. De intelligente koelkast won vorig jaar de Topsector T&U Innovation Prize 2023, voor een innovatie die aantoonbaar bijdraagt aan gezonder eten én leven. Oprichters Anouk Snelders en Tom Meijer zijn klaar voor de volgende stap: de datagedreven optimalisatie en automatisering van het fullservice systeem.

Als afgestudeerd diëtist viel het Anouk Snelders op dat ze tijdens treinreizen nergens op een NS-station een verse, gezonde en snelle snack kon vinden. Dat inspireerde haar in 2017 om een businessplan te schrijven voor een 'slimme koelkast'. Samen met businesspartner Tom Meijer ontwikkelde zij Health Food Wall, een gezond alternatief voor de vette hap uit de muur. De eerste locker automaat werd in 2018 geopend in Amsterdam en trok gelijk de aandacht van Schiphol Airport. "En dus zaten we al snel bij Schiphol aan tafel", vertelt Snelders.

Geen voedselverspilling

De automaat op Schiphol werd gevuld met maaltijden, maar de founders ontdekten dat er ook behoefte was aan een ander soort assortiment: de wrap & go-producten, op kantoren, universiteiten/hogescholen, sportscholen en in ziekenhuizen. In 2019 werd de intelligente koelkast geïntroduceerd, een flexibele, 24/7 beschikbare en gezonde kantine-oplossing. Deze koelkasten worden gevuld met foodproducten op basis van data. "De productmix verschilt per sector", zegt Snelders. "Op Schiphol vullen we de automaat met andere producten dan op een kantoor in Eindhoven."

Door de slimme techniek achter de walls weten Meijer en Snelders precies welke producten op welke locatie bestsellers zijn, wat er op welk tijdstip wordt gekocht, of mensen betalen met een pinpas of de speciale Health Food Wall-app en wie een nieuwe of terugkerende klant is. "Daardoor kunnen we de productmix per locatie voortdurend optimaliseren", legt Meijer uit. "We weten ook welke combinaties populair zijn, bijvoorbeeld een wrap met een sapje of een andere combi. En we kunnen exact bepalen wanneer nieuwe aanvoer nodig is en welke producten dat moeten zijn. Daarmee ga je voedselverspilling tegen."

Volledig plantaardig

De producten zijn volledig plantaardig, waarmee Health Food Wall inspeelt op de eiwittransitie die gaande is. Volgens Meijer groeit de behoefte naar plantbased producten, de markt is nog lang niet verzadigd. "We merken dat locaties die voor onze slimme koelkast kiezen, heel bewust inzetten op vegetarische producten. In de beginperiode leverden we een mix van vega en vegan, maar door voor 100 procent plantbased te

DE SLIMME KOELKAST



kiezen, nemen we die verwarring weg." Plantaardig leeft nu ook veel meer dan in 2018, vult Snelders aan. "We hoeven ons aanbod niet uit te leggen of te verdedigen."

Dat betekent overigens niet dat de doelgroep per se vegetarisch is, zegt zij. "Daar richten we ons ook niet op. We zien dat onze klant vooral een flexitariër is, die een lekker, vers en gezond product wil snappen. Onze producten zijn niet bewerkt en niet begast. De wraps worden met de hand gevuld en verpakt, we besteden veel personal care aan ons assortiment en de locaties waar de slimme koelkasten staan. Health Food Wall is veel meer dan een cateringoplossing. Dat wordt gewaardeerd."

Het bedrijf werkt geregeld samen met grote cateraars, als onderaannemer. Snelders: "Wij zijn voor cateraars een aanvulling op hun diensten; een 24/7 verlengstuk van de catering, die vaak maar op bepaalde tijden open is. De verse fridge-oplossing is onze propositie in de markt."

Constante innovatiekracht

Meijer en Snelders zijn erg blij met de Topsector T&U Innovation Prize 2023. Het is hartstikke mooi om erkend te worden voor je werk, zeggen ze. De startup ontving een kennisvoucher van 25.000 euro om samen met Wageningen University & Research (WUR) de innovatie verder uit te werken en eventuele knelpunten op te lossen. Daarnaast mag het bedrijf gebruik maken van de kennis en het netwerk van WUR. Dat is heel waardevol voor een startup, zegt Meijer, daar krijg je niet zomaar toegang toe. De jury prees verder de constante innovatiekracht van Health Food Wall en de impact van het businessmodel in de markt.

En daar ligt ook gelijk de ambitie voor de toekomst: Health Food Wall werkt aan de datagedreven optimalisatie en automatisering van het fullservice systeem. "We komen steeds dichterbij de kern van het businessmodel. We zijn enthousiast en betrokken, dat maakt ons aantrekkelijk", aldus Meijer. "We beheersen elke pilaar en bieden excellente kwaliteit waar we achterstaan. Door met externe partners nog meer aandacht aan de software te besteden, zijn we in staat om kwaliteit te leveren en comfortabel te schalen."



HOE LEKKER ZIT JIJ DIGITAAL IN JE VEL?

Tekst: Jacco Strating

Fotografie: Aranka van Dijk

Eind vorig jaar lanceerde KAS een compleet nieuwe digitale omgeving als online verlengstuk van het magazine. Dit platform werd ontwikkeld in nauwe samenwerking met Debo, dat inmiddels al meer dan honderd bedrijven in de tuinbouw hielp met digitale vraagstukken. Nu staat Debo in de startblokken om ook met jou aan de slag te gaan. "Wij willen samenwerken met ondernemers die snappen dat een gezond digitaal ecosysteem essentieel is voor de gehele bedrijfsvoering."

Je hebt vast al wel een kijkje genomen op het nieuwe digitale kennisplatform van KAS, dat in december werd gelanceerd. Op www.kasmagazine.nl vind je vakgerichte artikelen en video's terug op basis van specifieke thema's, kun je oude uitgaven van KAS Magazine doorbladeren en beluister je straks ook gesproken artikelen en podcasts. Met een opvallende look & feel en originele features is het platform 'anders dan anders'. Het heeft daarmee nadrukkelijk de signatuur van Debo. Zoals ook de websites van Thursd, Greenhouse Sustainability, Parfum Flower Company, Love for Lilies en DivFlo verre van alledaags zijn.

Angstig voor digitaal

Debo, voorheen bekend als Deboprojects, bestaat in de huidige vorm sinds 2016. Het team wilden bedrijven helpen met digitale vraagstukken. "Wij zagen dat ervaren ondernemers om ons heen toch wel angstig waren voor de digitale ontwikkeling, terwijl wij daar juist mee zijn opgegroeid", zegt Harm Koningen. "Door deze ondernemers ondersteuning te bieden op het digitale vlak, konden zij blijven doen waar zij goed in zijn. Een perfecte combinatie." Oorspronkelijk was Debo vooral een 'marketingclub', zegt Koningen. "Wij bouwden websites, deden online marketing en ontwikkelden software. In die tijd zeiden

we eigenlijk overal ja tegen, maar gaandeweg gingen we ontdekken waar echt onze kracht ligt en konden we ons als bedrijf ook verder ontwikkelen."

In de jaren die volgden groeide Debo stap voor stap. "Van de zolderkamer verhuisden we naar een loods, om uiteindelijk een eigen kantoor te openen in het centrum van Aalsmeer. En begin april mogen we onze nieuwe homebase betrekken op steenworp afstand van de bloemenveiling in Aalsmeer. Ondernemers wisten ons steeds beter te vinden en we zijn zelf ook bedrijven gaan benaderen om hulp te bieden bij hun digitale propositie", aldus Koningen, die Debo zag veranderen in een 'developmentclub'. "We gingen ons specialiseren in de bouw van websites, applicaties en software tools, waarbij de slogan 'Samen Groeien' altijd centraal heeft gestaan. Want waar het vaak begon met de bouw van een website, leidde dat al snel tot meer opdrachten, waarmee we samen met de klant dus konden doorbouwen."

Volgens Koningen kan dat alleen als je de samenwerking met klanten echt benadert als een partnerschap. "Je doet het samen en wilt met elkaar stappen zetten. En dat doen we het liefst ook net even anders dan anders." Zo intro-

duceerde Debo 'samen wandelen', wandelsessies met klanten om vanuit een ontspannen en gezonde beweging creativiteit te laten ontstaan. "We zoeken bewust naar verdieping van onze relatie met ondernemers, zodat we weten wat we aan elkaar hebben en op basis van vertrouwen met elkaar aan de slag kunnen."

Digitale ecosystemen

Vandaag de dag bouwt en herstelt Debo de digitale ecosystemen van bedrijven, zo omschrijft Koningen het mooi. "Door te kijken naar jouw bedrijf en naar alle tools die je gebruikt, maken we in feite een blauwdruk van jouw digitale ecosysteem. Hoe gezond is dat ecosysteem eigenlijk? Waarom werkt jouw website niet optimaal op mobiel? Hoe komt het dat je jouw doelgroep alleen met events bereikt maar niet online? Waarom lopen jouw bedrijfsprocessen niet efficiënt? Of waarom klagen medewerkers over de software? Kortom: hoe lekker zit jij digitaal gezien in je vel? We brengen alles in kaart en gaan van daaruit bepalen waar wij onze hulp kunnen aanbieden. Want wij geloven erin dat een goed en gezond digitaal ecosysteem enorm helpt bij het ondernemen. Dus door gebruik te maken van onze diensten helpen wij in feite elkaar om nóg beter te kunnen ondernemen."

50

Vaak willen bedrijven wel, voelen ze de intentie om dingen te verbeteren en zien ze ook dat het zelfs noodzakelijk is, maar is er geen budget of is tijd een beperkende factor. "Dan gaan we samen op zoek naar passende oplossingen", aldus Koningen. "Denk aan gespreid betalen, een barterovereenkomst of een avondje extra doorwerken om het bedrijf te ontlasten. Dat past binnen onze filosofie van 'Samen Groeien'. Wel vinden wij het belangrijk om te weten wat een onder-

nemer drijft. We willen samenwerken met ondernemers die snappen dat het digitale stuk essentieel is voor hun bedrijfsvoering. Eerst zeiden we overal ja tegen, nu zijn we selectiever geworden. We werken met 'drie keer groen, gewoon doen'. Past het bedrijf bij ons dna? Wordt ons team enthousiast van de opdracht? En is het aan het eind van de streep ook financieel interessant en kunnen we er zelf ook van groeien? Is dat allemaal het geval, dan gaan we ervoor. Maar staat een van de seinen op rood, dan gaan we er eerst nog eens goed over nadenken."

Verhaal van de sector

Inmiddels heeft Debo al heel wat websites en applicaties gebouwd waar het team trots op is. Zoals Thursd, de online ontmoetingsplek voor professionals in de sierteelt of het duurzaamheidsplatform van Greenhouse Sustainability. Maar ook de website van bloemen- en plantenexporteur DivFlo en de Matchmaker-app van Love for Lillies spreken erg tot de verbeelding. En vorig jaar kwam daar ook het online kennisplatform van KAS Magazine bij. 'De signatuur van Debo is zó meedenken met de klant dat de merkidentiteit ook technisch en grafisch op sublieme wijze wordt doorvertaald', zo citeert Koningen trots een van zijn klanten. "Door jarenlange ervaring in de tuinbouw spreken wij de taal van de ondernemers. We weten van A tot Z wat er in de sector speelt en kunnen dat vertalen naar digitale oplossingen. Zoals we dat ook hebben gedaan bij mooie bedrijven als Bredefleur, Dutch Lighting, Ko Kolk Hortensia en VIP Roses. Bovendien is het een mega-uitdagende sector om in te werken. Vanuit de maatschappij wordt het bestaansrecht van vooral de sierteelt steeds meer in twijfel getrokken. Daarom moet het verhaal van de sector nog beter worden verteld en dat doe je óók digitaal."





SAMENWERKING DEBO EN KAS

In samenwerking met KAS Magazine en KAS Media wil Debo meer bedrijven in de glastuinbouw helpen met digitale vraagstukken. "Zonder goede content is een website of app namelijk niets waard. Met elkaar kunnen we een totaalpakket aanbieden, waarbij Debo alles aan de technische kant bouwt en KAS voor tekst en fotografie zorgt", aldus Harm Koningen. "Wil je je onderscheiden in de markt en wil je als bedrijf écht het verschil maken, dan ben jij onze droomklant. Samen met jou willen we aan de toekomst bouwen, dus meld je bij ons!" In volgende edities van KAS zoomen we samen met de medewerkers van Debo meer in op de specifieke diensten en kwaliteiten van het bedrijf.



VAN BETEKENIS.

Bent u voorbereid op de toekomst?

Een snel veranderende wereld vraagt om aanpassingsvermogen en een toekomstbestendige bedrijfsstrategie. Zo ook voor een van de belangrijkste uitdagingen voor tuinbouwondernemers: het energievraagstuk.

ABAB is al jaren gespecialiseerd in de begeleiding van bedrijven in de tuinbouw en agribusiness. Onze ervaren adviseurs ondersteunen u graag met concrete stappen op de duurzame voortzetting van uw bedrijf. Met onze kennis, inzichten en multidisciplinaire aanpak haalt u het maximale uit uzelf en uw onderneming.

www.abab.nl

Agri, Food & Life Sciences

Kennispartner van de Nederlandse tuinbouw

Zoek je een opleiding waarin jouw persoonlijke leerbehoefte en ambities of die van jouw medewerkers centraal staan? En waarbij rekening wordt gehouden met de persoonlijke werksituatie? Kies dan voor de flexibele deeltijdopleiding Tuinbouw & Agribusiness van Hogeschool Inholland Delft.

Wie wil leren en zichzelf wil ontwikkelen, is hier helemaal op de juiste plek. Jouw kennis, kwaliteiten, praktijkervaring en de uitdaging van je bedrijf vormen het uitgangspunt van deze hbo-opleiding. Bepaal jouw eigen leerroute en kies voor losse leermodules als dat beter bij jou past. Wil je maatwerk voor jouw bedrijf en medewerkers? Informeer dan naar een in-company-traject.



Meer weten over de opleiding Tuinbouw & Agribusiness deeltijd?

Scan de QR-code!



inholland
hogeschool



BELLEN MET... EVELINE STILMA

Angelique de Wit is Programmamanager Greenport West-Holland, het regionale samenwerkingsverband van ondernemers, overheden, onderwijs- en kennisinstellingen. In elke KAS 'belt' zij met een collega. Dit keer: Eveline Stilma, Programmaregisseuse Biodiversiteit van Greenport West-Holland.

De biodiversiteit neemt af, zeker ook in Nederland. Dat raakt ook het tuinbouwcluster. Zo is het aantal insecten afgelopen decennia enorm gedaald. Terwijl we die insecten nodig hebben als bronmateriaal voor nieuwe natuurlijke vijanden. En diversiteit aan planten hebben we nodig om nieuwe genen te vinden voor veredeling van gewassen. Het is dus voor het cluster belangrijk proactief te handelen. Daarom zet Eveline Stilma zich in voor meer aandacht voor biodiversiteit.

Eveline, wat is het doel van het programma Biodiversiteit?

"Biodiversiteit vraagt om samenwerking. Het mooie is: er zijn al veel organisaties met het thema bezig, zoals overheden, gemeentes, waterschappen, de provincie, ecologen, onderzoekers, telers. Maar naar welke doelen streef je samen? En wat versta je onder biodiversiteit? Daarvoor moet je een gezamenlijke taal spreken. Want iedereen heeft een eigen beeld bij biodiversiteit, én een heel eigen belang."

Wat voor activiteiten vinden plaats binnen het programma?

"We doen veel. De Community of Practice is in 2020 begonnen met biodiversiteit rondom de kas op vier thema's: Effect binnen-buiten, Water-oever-berm, Enthousiasmeren in de keten en Verbinden met groen-blauwe aders (Rottemeren via het kassengebied aan Groenzoom). In 2022 hebben we met stakeholders een Transitiepad natuur-inclusieve tuinbouw uitgestippeld, en vorig jaar organiseerden we een symposium over biodiversiteit en weerbaar telen. In 2023 zijn er werkgroepen opgericht om invulling te geven aan de transitiepaden. Zo is er een groep die onderzoek doet naar biotische stress en biodiversiteit in teeltsystemen. En we werken met de provincie aan een plan voor het Zuid-Hollands Programma Landelijk Gebied."

Wat hoop je te bereiken?

"Er is al een groep tuinders die al natuur-inclusief werkt, een andere groep heeft daar plannen voor. Die telers willen we bereiken. Enerzijds om ze te faciliteren. Maar ook zeker om hun kennis en inzichten te delen met het brede netwerk van de Greenport, zodat de natuur-inclusieve telers de erkenning, ondersteuning en kennisontwikkeling krijgen die ze nodig hebben van overheden, toeleveranciers, onderzoekers enzovoorts om groter te worden. En daardoor zullen meer telers de mogelijkheid krijgen om ook op een natuur-inclusieve wijze aan de slag te gaan."

KINDEREN ALS CONSUMENTEN VAN DE TOEKOMST

Hoe krijg je kinderen en jongeren aan gezonde voeding zoals groente en fruit, die ze ook nog lekker vinden én waarvan ze hun leven lang plezier hebben? Met deze vraag houdt Remco Havermans, Bijzonder Hoogleraar Jeugd, Voeding, Gezondheid aan de Universiteit Maastricht zich dagelijks bezig.

Tekst: Lise Schregardus,
Fotografie: Ania Liesting

54



Kinderen bezoeken
een paprikateler
tijdens de leerstraat
van Kokkerelli

De statistieken zijn heel duidelijk: de Nederlandse jeugd eet te weinig groente en fruit. Middelbare scholieren zouden dagelijks twee stuks fruit en tweehonderd gram groente moeten eten. Voor kinderen op de basisschool volstaan kleinere porties, maar moeten eigenlijk ook iedere dag groente en fruit eten. Maar ze halen de aanbevolen dagelijkse hoeveelheden niet. Minder dan de helft van alle schoolgaande kinderen tussen de 4 en 16 jaar oud eet elke dag fruit en/of groente. "We kunnen vaststellen dat kinderen te weinig gezonde dingen (groenten, fruit, vis) eten. De voorkeur gaat toch uit naar snoep, koek en snacks", vertelt Havermans.

Op de lange termijn kunnen deze slechte voedingsgewoontes tot ernstige gezondheidsklachten leiden zoals obesitas en diabetes. Uit cijfers van het CBS blijkt dat honderdduizenden kinderen in Nederland overgewicht hebben. Onder kinderen tussen de 4 en 18 jaar schommelt het percentage dat overgewicht heeft al sinds de jaren negentig tussen de 10 en 14 procent. Uit diezelfde cijfers blijkt dat zo'n 2,5% van hen obesitas heeft.

Leuk, lekker en gemakkelijk

Remco Havermans is als bijzonder hoogleraar verbonden aan het programma Jeugd, Voeding en Gezondheid op Brightlands Campus Greenport Venlo. Binnen dit programma doet hij onderzoek naar gezonde voeding, het gedrag ten aanzien van voeding, hoe je dit kunt beïnvloeden en het effect van voeding op het lichaam. Hij richt zich vooral op de gedragscomponent van het eten: waarom eten we wat we eten? Neem pubers, die eten structureel te weinig fruit. "Ze zijn niet echt geïnteresseerd in hun gezondheid, dus het is niet zinvol om uit te leggen wat gezond is en wat niet. Pubers zijn vooral bezig met het bevechten van hun vrijheid, zelfstandig worden en hun eigen keuzes maken. Voor hen geldt: maak gezond voedsel leuk, lekker en gemakkelijk." Havermans deelt de leerstoel op Brightlands in Venlo met kinderarts- endocrinoloog Edgar van Mil. "Als psycholoog kijk ik altijd naar gedragsverandering, maar met Edgars expertise kunnen we echt meten welk effect gedragsverandering heeft op het lichaam van mensen", vertelt Havermans.

Gezond aanbod

Maar waarom eten kinderen en jongeren zo weinig

groente en fruit? Een van de redenen is volgens Havermans dat ze die groene hap op hun bord vaak niet lekker vinden. Maar hoe krijg je het dan toch voor elkaar dat ze die tomaat, komkommer of wortel wél opeten? Dat is volgens de hoogleraar niet makkelijk in de hyperzoete omgeving waarin kinderen opgroeien: er staan frisdrank- en snoepautomaten op school, bij de sportvereniging en in het ziekenhuis.

Havermans: "Iedere winkel is óók snoepwinkel. Je kunt tegenwoordig snoep kopen bij de drogist, het tuincentrum, de kantoorboekhandel, de elektronicazaak en benzinepompstation. Maar ook als we onze boodschappen doen in de supermarkt, is de keuze in snoep, koek en snacks een veelvoud van het aanbod aan verse groente, fruit en vis. We moeten onze kinderen al op jonge leeftijd leren dat er ook andere dingen lekker zijn en dat ze verder kijken dan de snoepafdeling in de supermarkt en de frietkraam.

'JUICHEN BIJ PIZZA EN FRIET, MAAR NIET BIJ BROCCOLI EN SPRUITJES'

Hoe? Door het gezonde aanbod voor kinderen van onderop te vergroten met nieuwe, gezonde(re) producten en concepten voor kinderen."

Havermans werkt hiervoor samen met campusbewoner Kokkerelli in Venlo, een stichting die zich richt op voedseleducatie - en innovatie 'voor en door' kinderen. De filosofie van Kokkerelli is volgens Havermans heel simpel. "Kinderen weten zelf het beste wat ze lekker, leuk en aantrekkelijk vinden. Door ze vroeg te betrekken bij ontwikkeling van voedselproducten voor kinderen, heb je een grotere kans van slagen om iets te ontwikkelen dat ze ook echt lekker vinden."

Voedselinnovatie

Maar voedselinnovatie is volgens Havermans voor deze doelgroep is niet eenvoudig. "Kinderen in de groei zijn gevoeliger en toleranter voor zoete smaken. Voedselproducten voor kinderen zijn meestal zoet. Heel zoet. Ze vinden nieuwe dingen ook vaak



spannend, dus moet je een nieuw en gezond product presenteren als iets waar ze bekend mee zijn. Dan vinden ze het een stuk minder eng om te proeven. Je hoort wel eens dat kinderen iets 6 tot 15 keer moeten proeven om bekend te worden met de smaak en textuur. Maar dat hangt wel heel erg van het product af: bij snoep zijn ze na een keer proeven al verkocht, maar bij groentes die misschien wat taai of bitter zijn, is er wel wat meer voor nodig. Dan zal je ze veel meer moeten verleiden.”

Rol tuinbouw

Hij ziet hierin ook een mooie rol voor de tuinbouw. “Ik denk dat de trend met de snackgroenten, de mini komkommers, snacktomaatjes- en paprika’s een hele goede ontwikkeling is. Het ziet er aantrekkelijk uit, je geeft het gemakkelijk mee aan je kind en je kunt het snel uitdelen op bijvoorbeeld een kinderdagverblijf. Dit zijn bij uitstek producten waarmee je kinderen en jongeren kunt verleiden om gezonder te gaan eten. Hier ligt zeker een kans voor de tuinbouw.”

SERIE: BRIGHTLANDS

Op Brightlands Campus Greenport Venlo werken vernieuwers uit het MKB, startups, wetenschappers en studenten samen aan innovaties op het gebied van gezonde voeding, future farming en bio-circular economy. In KAS Magazine worden specifieke projecten en initiatieven uitgelicht.



Er lopen via de leerstoel allerlei onderzoeken om kinderen al op jonge leeftijd bekend te maken met groente en fruit. Zo werken supermarktketen ALDI en JOGG sinds 2018 samen om een gezonde leefstijl onder gezinnen met jonge kinderen te bevorderen. Uit deze samenwerking is een pilot met het programma Groenteboxjes gerold waaraan 26 kinderdagverblijven in Limburg hebben deelgenomen. Het doel: de groenteconsumptie van jonge kinderen stimuleren. Havermans: "Via dit programma deden kinderen op een speelse manier ervaring op met het dagelijks eten van groente in combinatie met een beloning voor het eten ervan. Vanuit de leerstoel hebben we onderzocht of dit werkt. Het resultaat? We zagen na drie maanden dat groenteconsumptie onder die jonge kinderen significant omhoog was gegaan."

Kennisoverdracht

Havermans hoort vanuit de tuinbouw wel eens geluiden dat zij niet zoveel hebben aan deze onder-

zoeken en de leerstoel Jeugd, Voeding, Gezondheid. Maar hij denkt dat de tuinbouwsector hier juist enorm van kan profiteren. "Wij dragen met kennisoverdracht bij aan de consumenten van de toekomst. Dat zie je als tuinder niet meteen terug in je omzet, maar dit ga je in de toekomst zien. Door kinderen op jonge leeftijd al bekend te maken met groente en fruit, zullen ze op latere leeftijd veel sneller kiezen voor deze gezonde producten. Dat is pure winst voor de sector."

Maar Havermans ziet hierin ook een belangrijke rol voor de ouders: het zou goed zijn als zij hun kinderen ook thuis groente en fruit aanbieden. "Dit is natuurlijk knap lastig. Je kind gaat waarschijnlijk juichen als je pizza en friet op tafel zet, maar zal een stuk minder enthousiast zijn over broccoli of spruitjes. Mijn advies? Ga je kind vooral niet dwingen om die groente op te eten. Maar laat ze het vooral proberen, daar bereik je veel meer mee. Jong geleerd is oud gedaan."

MOEDIG LEIDERSCHAP ÉN CREATIVITEIT VEREIST

Ieder jaar rond deze tijd verschijnt de Edelman Trust barometer. Een wereldwijde thermometer van PR-bureau Edelman over hoe het is gesteld met het vertrouwen in overheden, media, bedrijven en NGO's. Meest interessante observatie uit het onderzoek is een matrix uitgezet over de assen ethiek en competentie. En wat blijkt: van alle organisaties en instituten in de wereld scoren alleen bedrijven een ruime voldoende in het kwadrant ethisch en competent. NGO's scoren beter op ethiek, maar nauwelijks op competentie. Media en - vooral - overheden worden door de 32.000 respondenten in 28 landen als onethisch en incompetent weggezet. Wat zegt dat over de verantwoordelijkheid van bedrijven als we de wereld duurzamer willen maken? Bart de Voogd, Senior Communicatieadviseur bij Imagro, laat er zijn licht over schijnen.

Tekst: Bart de Voogd

Fotografie: Imagro

58 Uit het onderzoek komt naar voren dat respondenten bedrijven het meest vertrouwen als het gaat om de introductie van innovaties in energietransitie, gezondheidszorg en voeding. Dat legt een enorme verantwoordelijkheid bij bedrijven wereldwijd. Wij kijken vooral naar bedrijven om ons mee te nemen in een betere toekomst. Vanaf dit jaar zijn beursgenoteerde bedrijven verplicht om te rapporteren over hun ESG-doelen in de CSRD-rapportage. Om dat goed (lees: ethisch en competent) te doen pleit ik hier voor moedig leiderschap en creativiteit. Moedig leiderschap, want we leven in een ingewikkelde wereld. Creativiteit, want de introductie van AI belooft ons oneindige mogelijkheden, maar is vooralsnog een slimme katalysator van het bekende.

Tijd van kruispunten

Maar hoe tonen we moedig leiderschap in deze onrustige tijden? Onlangs verscheen het Trendrapport 2024 van PIM (platform innovatieve marketing). Deze jaarlijkse inkijk in trends en consumentenopinie voorspelt voor 2024 de 'clash van het zijn'. In deze tijd van geopolitieke, economische en ecologische onrust staan we op een kruispunt, van middelmatigheid en extreme verwondering, een clash van mij kennen en mij gebruiken, en van feminisering van de maatschappij tegenover masculiniteit. Daar voeg ik dan graag de clash van geloof in een duurzame nieuwe

wereld en vertrouwen in oude systemen en gewoonten aan toe. Die clash is van alle tijden, maar lijkt zeker in de agrifood-sector nu meer dan ooit te gelden.

Met name de clash tussen mij kennen en mij gebruiken en de clash van duurzaamheid en oude systemen verdienen het om eens nader te bekijken. Als bedrijven en ook overheden in staat zijn hier een duidelijke positie te bepalen, toont dat leiderschap. De manier waarop zegt dan iets over de creativiteit.

'Mij kennen' en 'mij gebruiken'

Al jaren wordt de correlatie onderzocht tussen klanterving en omzetgroei. Bedrijven kijken naar de invloed van purpose op het koopgedrag. Ondersteunen de sociale en duurzame doelen het koopgedrag en een langdurige relatie tussen bedrijf en stakeholder? Daar lijkt het wel op, zeker als je daar in een eerlijk verhaal bij vertelt. Tony's Chocolonely, bijvoorbeeld, richt zich op een socialere wereld, en vertelt dat 100% slaafvrije chocolade nog niet realiseerbaar is. Een moedig standpunt, dat ze verankerd hebben in een juridisch mechanisme: Mission Guardians hebben juridisch geborgde verantwoordelijkheid om op te treden als aandeelhoudersrevenu boven verantwoordelijkheid dreigt te gaan. Tony's kent zijn doelgroep, je kunt Serious Friend worden als je dezelfde sociale waarden





nastreeft. In ieder geval weet ik als consument dat ik een bijdrage lever aan een socialere wereld als ik een reep Tony's koop.

Er zijn talloze bedrijven en organisaties die zeggen te streven naar een duurzamere wereld, maar dit vergeeten te borgen in hun missie. 'Mij kennen' slaat om in een gevoel van 'mij gebruiken' als inflatie en kostenstijging bedrijven noopt tot waardevermindering (bijvoorbeeld: kleinere verpakking voor zelfde prijs). Consumenten krijgen daar snel een vervelend gevoel bij, zeker als dit stilzwijgend gebeurt. Niet voor niets was in 2023 'graainflatie' het woord van het jaar. Sentiment loopt niet altijd gelijk met de werkelijkheid en menig jaarverslag toont aan dat A-merken de afgelopen jaren behoorlijk hebben ingeteerd op vermogen. Toch staat tegenover het belang van intens begrip van klanten het gevoel dat consumenten steeds meer worden gebruikt. Om stijgende inflatie en kosten te drukken worden verpakkingen kleiner en ingrediënten vervangen voor goedkopere alternatieven.

Emotionele algoritmes bestaan (nog) niet. AI kan bedrijven helpen om koopintentie te doorgronden en contact te maken. Maar hoe slim OpenAI en ChatGPT ook worden in het toevoegen van een menselijke toon aan een gesprek, ze leggen het nog steeds af tegen empathische mensen met een hoog EQ. Vooral als het gaat om het beantwoorden en oplossen van de problemen, vragen en frustraties die nog te complex zijn voor de slimme systemen van vandaag. Emotionele Intelligentie staat in contrast met algoritmen die geen inlevingsvermogen hebben. Wil je als bedrijf moedig leiderschap tonen dan kun je op zoek gaan naar je 'vergevingselasticiteit'. Zo staat in het PIM rapport te lezen. Relaties zijn vaak bereid negatieve ervaringen over het hoofd te zien als je verantwoordelijkheid toont en eerlijk bent in je doelstellingen. Zoals Tony's aantoont. Consumenten weten immers dat er een prijs moet worden betaald als je de oogst van cacao slaafvrij wilt maken.

Nieuwe en oude systemen

Ten tweede is er de clash van de brave new world en dat van oude systemen. En daar zitten we middenin. Er vindt wereldwijd een cultuursplitsing plaats als gevolg van polarisatie en tegenstellingen, oude en nieuwe systemen. Groeiend positivisme aan de ene kant en angsten aan de andere kant. Volgens filosoof

Bart Brandsma, die het wij/zij denken wetenschappelijk benadert, stort een samenleving in als de polarisatie zo vergevorderd is dat het stille midden - dat de boel een beetje in stand houdt - er niet meer is.

Ik schaar mezelf in het positieve kamp, dus denk dat het zo'n vaart niet loopt, maar de publieke opinie rond boerenprotesten en klimaatacties van Extinction Rebellion is de afgelopen drie jaar veel minder genuanceerd geworden. En de voor het sociaaldemocratische deel van onze samenleving schokkende overwinning van de PVV een paar maanden geleden is wel een bewijs dat een genuanceerd midden steeds kleiner wordt.

Mensen die dromen van een duurzame schone nieuwe wereld zoeken steeds vaker de confrontatie. Ze eisen die duurzamere wereld van bedrijven en overheden. Doen ze het niet uit eigen beweging, dan roepen NGO's of burgerinitiatieven hen wel tot verantwoording via een gang naar de rechter. Steeds vaker wordt de verantwoordelijkheid in de raadzaal uitgevochten. Maar zo langzamerhand begint hier een tegenbeweging te ontstaan.

Nieuw evenwicht

Olieberijf Exxon, één van de kampioenen van het oude systeem, spande begin dit jaar een rechtszaak aan tegen twee activistische aandeelhouders van Follow This en in de VS dreigen staten vermogensbeheerders als Black Rock aan te klagen omdat ze te veel werk maken van ESG-doelen. Het FD vermeldde onlangs dat op Wall Street het belegd vermogen in fondsen die investeren volgens ESG-criteria teruglopen. Het doet denken aan het transitie-model van Drift, of de transitie-strategie van Lucas Simons, waar uit beweging en tegenbeweging en nieuw evenwicht ontstaat. Daar gaat altijd een strijd aan vooraf. Het is interessant om te zien waar het nieuwe evenwicht wordt gevonden.

Moedig perspectief

Je hoeft geen visionair te zijn om te stellen dat er een nieuw perspectief nodig is. En dat perspectief komt voort uit de opvatting dat we de moed moeten hebben om anders naar de toekomst te kijken. Moedig leiderschap zit hem dan in eerlijk zijn in wat je aanbiedt. Zo ga je een echte band aan. En dat vereist moed en creativiteit. Ook als je zelf niet weet wat de volgende stap is.

FOTONIQ: MEER PRODUCTIE



MET SPRAYCOATING

De startup Fotoniq timmert flink aan de weg met de duurzame coating PAR+: een duurzame spraycoating voor de glastuinbouw, die diffusiteit biedt zonder verlies van groeilicht. Het bedrijf wil dit jaar uit de pilotfase treden door de coating grootschaliger over de sector uit te rollen. Het Startup en Scale-up Team van Rabobank ondersteunt de Delftse startup in die stap naar een duurzame glastuinbouw.

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Sharon Schouten

Bij Fotoniq, een hightech spin-off van de TU Delft met ontwikkelaars van over de hele wereld, geloven ze dat kassen de toekomst van de landbouw zijn. We zien een toenemende behoefte aan hoogtechnologische kassen om de groeiende wereldbevolking te voorzien van gezonde groenten en fruit, zegt founder Willem Kesteloo. "Het is onze missie om de wereld voedselzekerheid te bieden, door telers te helpen hun productie op een duurzame manier te verhogen. Dat heeft geresulteerd in PAR+, de eerste duurzame spuitcoating in de industrie, waarmee de afvalstromen van seizoensgebonden coatings aanzienlijk worden verminderd."

Geen verlies groeilicht

PAR+ is een spuitbare coating die het hele jaar door diffusiteit in de kas brengt zonder verlies van groeilicht, zegt Kesteloo. Het biedt een gelijkmatige horizontale en verticale lichtverdeling, zodat het licht beter over het gewas wordt verspreid. Zonlicht rijkt dieper in de gewassen en de coating vermindert gewasstress en temperatuurschommelingen in de kas. Dat resulteert in meer klasse 1 producten en een verhoogde gewasgroei. Daarnaast heeft de



teler de mogelijkheid de schermen langer open te laten en ramen gesloten te houden, waardoor luchtvochtigheid en CO₂ worden vastgehouden voor een optimale groei, vertelt hij.

PAR+ voegt tijdens alle seizoenen waarde toe; het is niet nodig seizoensgebonden coatings aan te brengen en te verwijderen, aldus Kesteloo. "Dat bespaart kosten en gedoe en resulteert in minstens tien keer minder afvalmateriaal gedurende de levensduur van de coating. De positieve impact van PAR+ biedt ook de mogelijkheid om de verlichtingsstrategie aan te passen en de hoeveelheid fotosynthetische fotonenflux (PPF) van LED's te verminderen, om daarmee te besparen op elektriciteitskosten."

De coating wordt op de gangbare manier aangebracht: met een spuitpistool, machine of drone. Na het aanbrengen ervan kan de kas op de normale manier worden gewassen en geborsteld met water, zonder daarmee de minimale levensduur van acht jaar te beïnvloeden.

Opschalen van pilots

Met het aanbrengen van de coating worden ook sensoren opgehangen om de daglichtcondities in de kas te monitoren. De resultaten daarvan worden met de teler gedeeld en besproken, zodat die nog beter kan sturen op productie en energiebesparing, vertelt Kesteloo. "We hebben tot nu toe vooral pilots in relatief kleine vakken gedaan. We zien hele goede resultaten, tot 5,4 procent meer productie. Dat is zelfs op zo'n klein vlak al significant meer. We willen nu met de teler de dialoog aangaan hoe hij de voordelen van PAR+ fysiologisch nog beter kan benutten. Daarvoor is het belangrijk dat we opschalen naar volledige klimaatafdelingen."

Fotoniq heeft zich dit jaar als doel gesteld de stap van startup naar scale-up te maken en de pilots uit te rollen over projecten van 0,5 tot 1 hectare. Het product heeft market-fit, zegt Kesteloo, maar de markt is complex. "In kleine vakken heeft de ondernemer vaak niet de flexibiliteit om op teeltstrategie te sturen. In hele klimaatvakken is die mogelijkheid er wel en dat willen we aan de telers laten zien. De duurzame coating is een nog tamelijk onbekende innovatie, maar we komen steeds meer in contact met de markt, conform de dynamiek van die markt."

Kennis, netwerk, funding

Het Startup en Scale-up Team van Rabobank onder-

steunt jonge, snelgroeiende bedrijven bij hun ambities en groei met kennis, netwerk en funding, vertelt Dyon Veenboer, Startup en Scale-up adviseur bij Rabobank. De organisatie beschikt over sector-specialisten die innovators als Fotoniq kunnen helpen de markt te leren kennen zoals wij die zien, zegt hij. "Ook beschikken we over een groot netwerk, waarin we innovaties breed kenbaar kunnen maken aan onze klanten en partners. Wat funding betreft, heeft Rabobank diverse financiële oplossingen in huis voor elke levensfase van een bedrijf."

Zo heeft Fotoniq in de vroege fase al gebruik gemaakt van de Rabo Innovatie Lening om PAR+ uit te ontwikkelen, geeft Veenboer als voorbeeld. "We zoeken nu met elkaar naar oplossingen voor werkkapitaal om het product breed in de markt te zetten."

Het Startup en Scale-up Team kan innovatieve ondernemingen in alle stadia helpen: van het openen van een rekening tot beursgang (IPO) of verkoop van het bedrijf. "Rabobank timmert vanuit onze missie 'Growing A Better World Together' aan de weg om de wereld duurzamer te maken", zegt Veenboer. "Wij hebben 500 startups via de Rabo Innovatie Lening aan Seed funding geholpen; er staat 500 miljoen euro uit aan scale-up financieringen en we hebben legio partnerships in de Nederlandse startup en scale-up ecosystemen. Zo hebben we een partnership met World Horti Center en participeren we in een project van Greenport West-Holland."

Innovatieve financiering

Willem Kesteloo maakt graag gebruik van de kennis en het netwerk van Rabobank om PAR+ te ontfouwen over de glastuinbouw. De contacten van de bank in de industrie zijn heel waardevol voor ons, zegt hij. "Onze vraag aan het Startup en Scale-up Team is of er manieren zijn waarop de bank ons kan helpen naar een eigen businessmodel. Zitten er in hun portefeuille innovatieve telers die bezig zijn met het verduurzamen van hun kassen? En heeft de bank naast fondsen en leningen ook nog andere instrumenten om ons verder te helpen? PAR+ is een investering voor de langere termijn. Kan de bank met ons een financieringsproduct voor de klant ontwikkelen, waarmee de instapbarrière voor de investering in de duurzame coating wordt verlaagd? Dat zijn thema's waarmee de organisatie ons kan helpen de stap naar een scale-up te maken."



RABO IMPACTFONDS STEUNT STARTUPS

Productontwikkeling gaat vaak gepaard met investeringen. In de vroege fase kan het Rabo Impactfonds soms net het verschil maken om een prototype te kunnen bouwen of een pilot uit te voeren. Jolanda de Zeeuw-Van der Houwen, Ledenraadslid van Rabobank Westland en lid van de Adviesraad Banking4Food legt uit hoe het Impactfonds werkt.

Innovaties die voor het fonds in aanmerking komen, zijn producten, concepten of diensten die een noviteit bieden op maatschappelijk, economisch, technisch en/of ecologisch gebied. De bijdrage moet aan minimaal één van de volgende vijf maatschappelijke thema's een bijdrage leveren: Duurzaam Wonen, Banking4Food, Duurzaam Ondernemen, Energietransitie of Financieel Gezond Leven. Daarbij is het van belang dat het idee een grote toegevoegde waarde biedt aan de markt of consument en binnen een reële termijn (kostendekkend) realiseerbaar is. Een bijdrage vanuit het Rabo Impactfonds voor innovaties

bedraagt minimaal 750 euro en maximaal 25.000 euro.

De Zeeuw vertelt: "Onze leden beslissen mee welke initiatieven we ondersteunen vanuit het Impactfonds. Aanvragers voor innovaties nodigen we uit het idee te komen pitchen. We willen met het fonds transities die een bijdrage aan de verduurzaming van de maatschappij leveren versnellen door innovators een steuntje in de rug te geven. Goede initiatieven die zichzelf nog niet hebben bewezen, maar wel kansrijk zijn."

Kennis en netwerk

Naast een financiële bijdrage delen de leden van de adviesraden ook hun kennis en netwerk met de productontwikkelaars. "Dat is misschien nog wel belangrijker dan geld", aldus De Zeeuw. Het fonds is niet alleen voor startups, ook gevestigde ondernemers die een innovatie in hun bedrijf willen doorvoeren, mogen er een beroep op doen. "De initiatieven moeten wel een positieve maatschappelijke impact hebben", stelt zij.

GROEN DOEN IN DE KLAS

Gerenommeerd bloemsierkunstenaar, oprichter van het online platform Flower Factor, designer, schrijver en educatief auteur: meesterbloembinder Pim van den Akker is van vele markten thuis. ‘Groen’ loopt als rode draad door zijn leven en zijn professionele avonturen. Als bedenker van Groen Doen in de Klas, een hybride leerlijn voor leerlingen van groep 5 tot en met 8, wil hij kinderen enthousiast maken voor een carrière in de groensector. Maar daar heeft hij wel support vanuit de sector voor nodig.

Tekst: Mirjam Flink

Fotografie: Sharon Schouten

66

Groen Doen in de Klas begon als de ambitie van ‘een gekke krullenbol uit Delft’, zoals Pim van den Akker naar zichzelf verwijst. Als kind was hij al een buitenbeentje. Gehinderd door dyslexie, blonk hij niet uit op de basisschool, waar creatieve vakken toch al een ondergeschoven kindje waren. Zijn leraren vermoedden waarschijnlijk niet dat in die krullenbol een schrijver schuil ging. Op het schoolplein was hij vaak het mikpunt van pesterijen. In zijn vrije tijd liet hij de bewoonde wereld dan ook het liefst zo ver mogelijk achter zich en was hij vaak in de natuur te vinden, waar zijn passie voor groen opbloeide.

Flower power

“Ergens rond mijn zestiende wist ik dat ik iets met bloemen wilde gaan doen. Na mijn opleiding tot Bloemsierkunst ben ik in 1999 voor mezelf begonnen als bloemsierkunstenaar. Op mijn eenentwintigste ben ik ook gaan schrijven over mijn passie, wat resulteerde in Floral Composition, mijn eerste boek. Inmiddels heb ik acht boeken geschreven, die in zo’n veertig landen worden uitgegeven. Veel van die landen heb ik ook zelf bezocht om mijn boeken te

promoten, presentaties te geven en demo’s bloembinden te verzorgen”, vertelt Van den Akker.

Sinds 2012 deelt Pim van den Akker zijn florale kennis en passie ook op een andere manier, op het door hem in het leven geroepen online platform Flower Factor. “Dat is ontstaan uit de ambitie om zowel professionals als consumenten te inspireren om méér met bloemen en planten te doen, en zo meer kleur te geven aan hun leven. De website staat vol met tutorials, fotografie en tips & tricks.” Inmiddels is Flower Factor uitgegroeid tot een internationaal podium voor de sierteelt en telers, groothandels, toeleveranciers en brancheorganisaties wereldwijd.

Schot in de roos

In 2016 ontsproot er alweer een nieuw idee aan zijn brein: een ‘groene’ leerlijn voor het basisonderwijs, zodat kinderen al op jonge leeftijd met bloemen, planten, groenten en duurzaamheid in aanraking komen, en leren over de mogelijkheden in de groensector. “Kinderen die bijvoorbeeld bloemist, hovenier of teler willen worden, lopen op het vmbo en



Vroeg- of laatbloeiend?

OPDRACHT



mbo tegen instroomproblemen aan. Op basisscholen is weinig aandacht voor 'groene' beroepen. Die kloof wilde ik dichtten. Toen ben ik met mijn idee de boer op gegaan. Iedereen was enthousiast, maar er waren altijd mitsen en maren. Vervolgens ben ik in mijn eigen netwerk op zoek gegaan en binnen twee jaar was de funding rond. In het voorjaar van 2018 ben ik gestart met de leerlijn voor groep 5/6. Dat was een schot in de roos. Binnen twee weken werkten al zo'n 67.000 kinderen met het boekje Lente", vertelt Van den Akker over de leerlijn, die aan de hand van themalessen de vier seizoenen volgt en dan ook bestaat uit vier werkboekjes, verrijkt met een digitale leeromgeving.

1,8 miljoen leerlingen

"Door de seizoenen te volgen, komen bloemen, planten, groente en fruit écht tot leven. Kinderen leren alles over de kweek en verzorging. Inmiddels is Groen Doen in de Klas ook in groep 7/8 geïntroduceerd. Het lesmateriaal voor groep 3/4 moet nog worden ontwikkeld. Hiervoor zijn we nog op zoek naar funding. Straks is er dus een doorlopende leerlijn voor de hele midden- en bovenbouw in het basisonderwijs. Op dit moment maakt al 14 procent van alle basisscholen in Nederland gebruik van het lesmateriaal. Dat komt neer op circa 250.000 kinderen. Onze ambitie is dat binnen drie jaar 85 procent, of 1,8 miljoen kinderen, met de leerlijn aan de slag gaat. Scholen zijn enthousiast en geven ons een 8,3 als rapportcijfer", vertelt Van den Akker.

Ondanks het goede rapportcijfer, komt Pim van den Akker vaak voor gesloten deuren te staan als hij bij

bedrijven aanklopt voor funding. Terwijl de groensector zich terdege bewust is van de noodzaak om de bedrijfstak te populariseren onder de jeugd. "Er wordt vaak geroepen dat we kinderen en jongeren moeten inspireren en enthousiasmeren voor een loopbaan in het groen. Dan wijs ik op onze mooie leerlijn. Maar als je dan zegt dan je meer middelen nodig hebt om dit te kunnen blijven doen en verder te groeien, wordt het opeens lastig. Dan wijzen bedrijven opeens naar elkaar en zeggen ze dat je bij een ander moet zijn. Als je morgen ergens de vruchten van wilt plukken, moet je vandaag een zaadje planten. De kinderen die met Groen Doen in de Klas aan de slag gaan, zijn over tien, vijftien jaar immers je werknemers en klanten", zegt hij.

Mooi uithangbord voor bedrijven

De structurele krapte op de arbeidsmarkt is een gegeven. "We komen vooral handjes tekort. Groen Doen in de Klas kan bijdragen aan het oplossen van dat probleem door het kweken van mensen met groene vingers én een duurzame mindset. We willen het lesmateriaal zo goedkoop mogelijk houden en toegankelijk maken voor zoveel mogelijk leerlingen. Daar hebben we ambassadeurs, een groter netwerk en eenvoudigweg funding vanuit de sector voor nodig. We hebben inmiddels ook het keurmerk Leren voor duurzame ontwikkeling, wat een mooi uithangbord is voor onszelf én de bedrijven die ons supporten. Als de sector zich en masse achter deze leerlijn schaaft, versterkt dat onze duurzame, groene boodschap. We hebben ook ambities in buurlanden, waarmee Nederland er een mooi exportproduct bij zou kunnen krijgen", besluit Van den Akker.





'WE HEBBEN AMBASSADEURS,
EEN NETWERK ÉN **FUNDING**
VANUIT DE SECTOR NODIG'

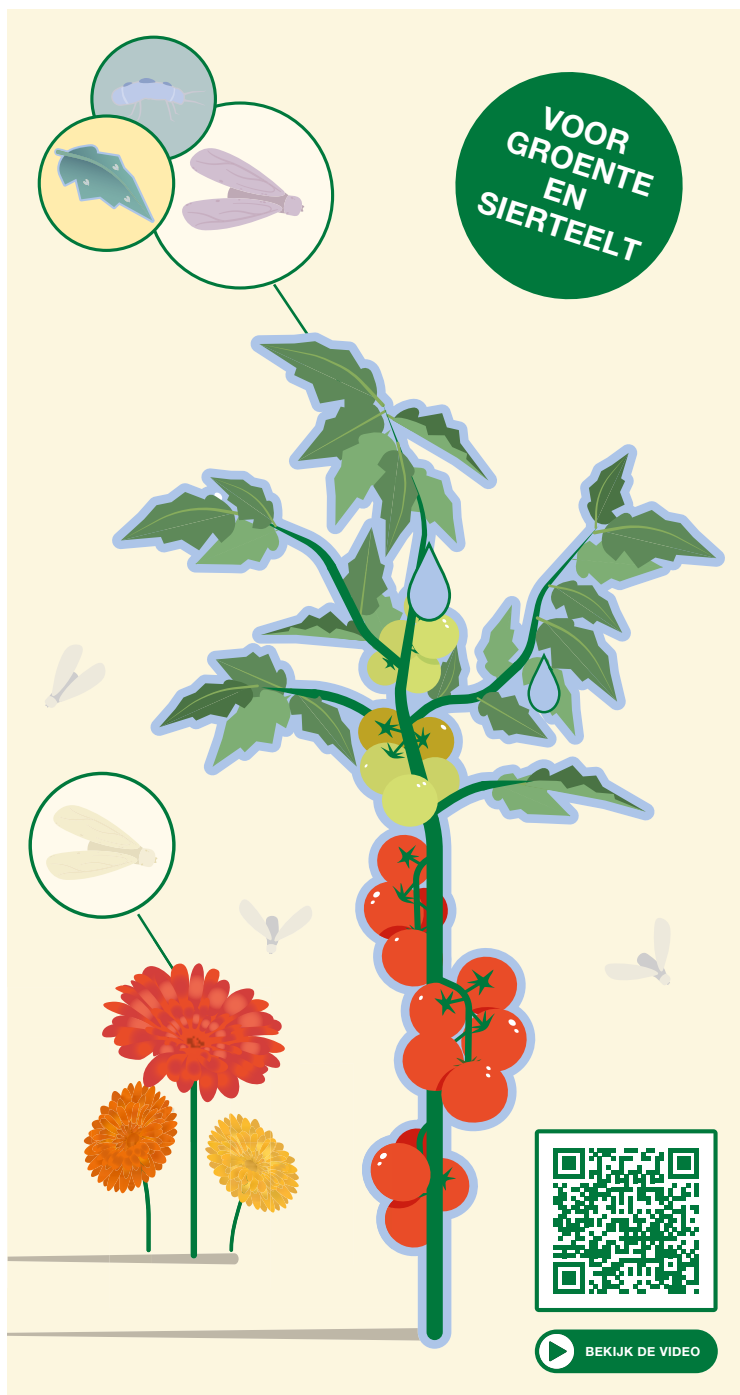
Maak kennis met onze groeispecialisten!

De beste ondersteuning op het gebied van gewasbescherming, bemesting, waterkwaliteit en praktijkgericht onderzoek. Daar gaan onze specialisten voor.

Wilt u weten wat onze groeispecialisten voor u kunnen betekenen? Kijk op iperen.com/tuinbouwspecialisten

**De beste
ondersteuning,
door onze
groeispecialisten.**

iperen.com



**VOOR
GROENTE
EN
SIERTEELT**

BEKIJK DE VIDEO

Velifer®

Biologisch insecticide

- Zeer effectief op witte vlieg en trips
- Sier- en groenteteelt
- Vloeibare formulering
- Zeer gewasveilig

BASF Nederland B.V., Agricultural Solutions, Telefoon (026) 371 72 71,
www.agro.basf.nl Gebruik gewasbeschermingsmiddelen veilig.
Lees voor gebruik eerst het etiket en de productinformatie.

BASF
We create chemistry

WEXIT IN HET WILDE WESTLAND

Het Westland is traditioneel kwadratisch supersterk in z'n ondernemerschap x tuinbouw. Ondernemerschap ontstaat als talent een kans ontmoet. Het gaat vaak over nieuwe verbindingen. Dat is één van de zes sporen om in een blauwe oceaan - een concurrentievrije markt - te komen. Hetzelfde Westland isoleert zich nu op een eiland.

Dat Nederland vastloopt in chaos en wantrouwen is bekend. Er gaat een implosie plaatsvinden in het systeem. Het Grote Afhaken is al lang begonnen. Dat leidt, als de crisis diep genoeg is, uiteindelijk weer tot oogluikende vernieuwing. Maar zover is het nog niet. Door de bank (!) genomen haken Nederlanders af, lezen geen krant meer, kijken geen actualiteiten en stemmen massaal Wild(ers). Steken een grote dikke middelvinger naar het systeem.

Terug naar het Wilde Westland. Wat is er aan de hand? De fractievoorzitter van Gemeentebelang Westland past ervoor – na de aanname van de spreidingswet – om grond beschikbaar te stellen voor een asielzoekerscentrum. En passant pleit een groeiende groep Westlanders voor een Wexit. Zij kunnen het zonder de rest van Nederland. Op naar een Vrij Onafhankelijk Westland! Op de Facebookpagina 'Verzet Westland', goed voor bijna 40.000 leden, wordt er openlijk voor gepleit. Westlanders zijn nuchtere hardwerkende mensen, hart op de tong en krijgen liever 'niets iets van bovenaf opgelegd'. Hebben een eigen mooie cultuur waar ze trots op zijn. Westland voor de Westlanders. Compleet met eigen vlag, eigen scholen, eigen energievoorziening, eigen groenten en fruit, eigen munt (de Watermunt, 'dat zijn biljetten die binden', daarop staan oude tekeningen; Wostalgie) en een eigen Piet.

Hyperidentificatie, als reactie op individualisme. Herwaardering van het lokale, compleet met dialect. Cultureel antropoloog Danielle Braun noemt het een hang naar onafhankelijkheid die past in de maatschappelijk trend van 'eigen gemeenschap eerst'. "We willen heel graag bij een groep horen, die zijn identiteit uitvergroot, à la Extinction Rebellion, de boeren, de Amsterdammers", aldus Braun.

Klaas Knot, de hoogste baas van de Nederlandse Bank zei onlangs dat we onze kostprijssectoren inclusief de tuinbouw maar het land uit moeten zetten. In wat voor een tijdsgewricht leven we?

De Westlanders en Klaas Knot maken beide een kardinale denkfout. In isolement komt niemand verder. De tuinbouw is afhankelijk van veel externe zaken, energie, arbeidsmigranten, en bovenal (inter)nationale afzet. En lieve mensen, een land zonder maakindustrie, zonder primaire tuinbouw heeft in de rest van de keten geen innovatiepotentieel. Het Westland vergeet z'n licence to produce in een tijd dat ondernemerschap niet meer vergund maar gegund wordt. De tuinbouw komt alleen verder als we nieuwe brughoofden blijven slaan. Immers de toekomst van de tuinbouw is in mijn ogen een platformtoekomst. Que? De tuinbouw als basisinkomen met groente, fruit, bloemen en planten en als enabler voor zeer innovatieve nieuwe sectoren. Denk klimaat, licht, water, energie en gezonde voeding. Denk robotisering, ai, digitalisering, technologisering. En uitiem; gezondheid en geluk. Nee, door juist meer inclusief en circulair te denken kunnen we een nieuwe slinger geven aan ons historische fundament tuinbouw.

71

Roger Engelberts

is Chief Emotions
Officer bij Imagro BV



ALLES OP ALLES VOOR DE LELIE!

Dirk Bakker van Van Iperen houdt niet van om de hete brij heen draaien. “Er staat in Nederland geen teelt zó onder druk vanwege het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen als die van lelies. Met het gebruik van chemie zijn we echter in een doodlopend steegje beland, maar we kunnen dit nu nog niet ongestraft minimaliseren. Kortom, willen we de lelieteelt in ons land behouden, dan staan we voor een enorme uitdaging.”

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Sharon Schouten

En die uitdaging gaan ze bij Van Iperen graag aan. Dirk Bakker is er strategisch adviseur, en samen met zijn collega Ruben Bloem (technisch specialist gewasbescherming) is hij graag bereid om de huidige stand van zaken toe te lichten. Dat gebeurt bij Novastar Lilies in 's Gravenzande, het bedrijf dat vorig jaar samenging met Passion for Lilies van Paul Sonneveld. Mede-eigenaar Marc Noordam schuift aan bij het gesprek, maar

gebruikt het fotomoment voorafgaand aan het interview gauw nog even om samen met Bloem wat planten in de kas te scouten.

ICM

In de kassen – zo'n 10 hectare verdeeld over een viertal locaties – zijn ze sinds vorig jaar overgeschakeld op biologische bestrijders door het verblazen van roofmij-





K!

ten, aangevuld met bespuiting met een groen middel. Deze vorm van geïntegreerd gewasbeheer (Integrated Crop Management, ICM) bevalt Marc inmiddels uitstekend. Na een moeizame start, waarbij het een en ander misging, wisten ze na enkele weken aan de juiste knoppen te draaien om de boel op de rit te krijgen. Met als resultaat een win-winsituatie; minder gebruik van chemie en een beter resultaat.

“Het gaat om maatwerk, en in een kas kun je dat wat makkelijker leveren omdat je daar het klimaat kunt sturen, goed kunt monitoren, monsters kunt nemen en kunt bijsturen”, legt Bloem uit. De stadia die daaraan voorafgaan, zoals de bollenteelt in de volle grond en de opslag, zijn lastiger te beheersen. Dirk Bakker: “Maar daar hebben we nu ook flinke stappen gezet, omdat we van mening zijn dat je de lilieteelt enkel kunt behouden

door van voor tot achter in de keten de juiste dingen te doen.” Jarenlang was het zogenaamde ‘kalenderspuiten’ een vast gegeven onder bollentelers. “Elke week, boém, met die spuit eroverheen. Maar dat kan zo niet meer. Wij denken dat het kweken van een weerbaar gewas een veel gerichtere aanpak vereist. Zo hebben we een proef gedaan met fertigatie, waarbij we via slangen in het veld het voedingsaanbod en de bemesting beter kunnen sturen. Met als resultaat een plant die minder vatbaar is. Je hoeft zo ook aanmerkelijk minder te beregenen. De beschikbaarheid van goed water in ons land is immers ook een probleem aan het worden. Zeker op de zandgronden waar de meeste bollen worden geteeld.”

Creatiever worden

Stappen zijn er ook gezet bij een andere belangrijke

schakel in de keten, de opslag van bollen. Om rot en schimmel buiten de deur te houden werd ook daar de nodige chemie ingezet. Bloem: "Vorig jaar zijn we een proef begonnen met de inzet van groene middelen. Met een dusdanig positief resultaat dat we dit jaar bollen die zo behandeld zijn bij meer bedrijven uitzetten." Dirk Bakker kwam in 1985 bij Van Iperen in dienst, in een tijd dat er bij wijze van spreken voor elk probleem in de agrarische sector een nieuw chemisch middel op de markt kwam. "D'r kwamen jaarlijks tussen de vijf en tien nieuwe middelen bij. Nu is dat hooguit één echt nieuw middel per vijf jaar. En er vallen middelen af. Dat dwingt ons creatiever te worden en andere oplossingen te zoeken. Fundamenteel onderzoek van onder andere Wageningen University helpt ons daarbij. Zo ontdekten we bijvoorbeeld dat het succesvol bestrijden van een schimmel de weg uiteindelijk vrij kan maken voor plantparasitaire aaltjes die nog veel schadelijker zijn."

Onmogelijke eisen

Novastar teelt enkel Oriëntals en 95 procent van de productie gaat de Noordzee over en wordt via grote supermarktketens in Engeland en Ierland aan de man gebracht. Retailers en consument bevinden zich helemaal aan het eind van de keten, maar ook daar gaat Van Iperen zich verder in verdiepen. Hun opvatting is dat ze pas echt iets kunnen betekenen als ze bij elke schakel zien wat er gebeurt, wat er eventueel misgaat en wat beter kan. Want alleen met die data kunnen ze ingrijpen en telers oplossingen aanreiken. Makkelijk is dat zeker niet, zo maakt Marc Noordam duidelijk. Supermarkten stellen hoge eisen aan zijn lelies, soms zelfs onmogelijke eisen. Noordam: "Biologisch bestrijden betekent ook dat een beestje een blad kan aanpakken. Daar krijg je dan klachten over.

Maar ja, denk ik dan, wat heb je liever: een natuurlijk product dat soms een tikkie beschadigd is of een product dat bespoten is?" Dirk knikt instemmend bij die woorden: "Dat is best wel lastig. Inkopers kijken daar heel anders naar dan de marketingafdeling die hun supermarkt als heel groen aan de man wil brengen. Maar we moeten die gesprekken wel aangaan."

Strijdbaar

Over één ding zijn de drie mannen aan tafel het roerend eens. De Nederlandse lelieteelt heeft internationaal een ijzersterk imago waar het gaat om het leveren van een kwaliteitsproduct. Bakker: "De kennis van onze telers, akkerbouwers, adviseurs en andere specialisten is ongekend. Er worden in ons land ook bollen uit onder andere Frankrijk en van het zuidelijk halfrond aangeboden, maar die halen het niet bij het Nederlandse product. We zullen dus alles op alles moeten zetten om de lelieteelt voor Nederland te behouden." Van Iperen voelt zich daarbij gesterkt door het feit dat ze al veel kennis in huis hebben. Wat ze weten over het telen van uien en aardappelen vertalen ze waar dat mogelijk is naar het telen van leliebollen. En uiteraard nemen ze informatie over gewasbescherming op andere sierteeltproducten uit de kas mee naar hun lelie-masterplan. "We gaan niet opnieuw het wiel uitvinden."

Ja, de lelieteelt heeft het momenteel zwaar om zich zowel in het veld als in de kas te ontworstelen aan het overvloedig gebruik van chemische middelen. Maar Ruben Bloem heeft er alle vertrouwen dat het goed gaat komen. "Ik zie dat het licht aan het einde van tunnel steeds feller gaat branden met alle goede acties en stappen die tuinders en telers nu zetten."

**'HET LICHT AAN HET EINDE
VAN DE TUNNEL GAAT
STEEDS FELLER BRANDEN'**



'JONGE ONDERNEMERS
HELPEN AAN GEZONDE
BRON VAN INKOMSTEN'

De Nederlandse tuinbouw heeft internationaal voet aan de grond, met onder meer Nederlandse groenten, fruit, bloemen en planten, innovatieve kasttechnologie en zaden en stekken. Uit Nederlandse zaden groeien groenteplanten die de wereld voeden. Rijk Zwaan voegt nog een stap toe: zorgen dat mensen groenten kúnnen telen, om ze zo te helpen aan genoeg en gezond voedsel voor hun families en vrienden en aan een vruchtbaar bestaan. Het groenteveredelingsbedrijf leert mensen over de hele wereld groenten telen en voorziet hen van materialen.

Tekst: Corianne Roza

Fotografie: Rijk Zwaan

Al 25 jaar zet Rijk Zwaan zich via zijn Commissie Ontwikkelingssamenwerking (COS) in voor ontwikkelingswerk. "Wij hebben verstand van groenteteelt. Dus dat staat centraal bij de projecten van de COS. We delen onze kennis over het telen van groenten en leveren materialen, van zaden tot kassen. Zo helpen we families en organisaties om gezond voedsel te produceren", legt Heleen Bos uit. Zij coördineert samen met enkele collega's en adviseurs het werk van de COS.

Minder doktersbezoek

Gezonde groenten leren telen kun je zien als een vorm van gezondheidszorg, blijkt uit projecten van Rijk Zwaan in Peru. "Het is niet zo dat wij er een missie van maken omdat wij nu eenmaal in groentezaden doen, het is iets waar hulporganisaties (ngo's) om vragen. Ngo's zitten tot in de haarvaten van arme samenlevingen. Zij zien goed wat daar nodig is. In Zuidoost-Peru constateerden artsen dat mensen ziek werden door eenzijdige voeding. Groenten zijn daar vooral aardappelen, uien en de oude Incagewassen quinoa en maïs. Maar wortels of tomaten zijn daar bijvoorbeeld niet beschikbaar en een aubergine hadden ze voor wij begonnen nog nooit gezien. Door het beperkte menu leden veel mensen aan aandoeningen als diarree en bloedarmoede en waren ze erg vatbaar voor verkoudheden en andere virussen. Sinds onze inzet – Rijk Zwaan is hier al sinds 2005 actief - eten mensen meer groenten en hebben ze een gevarieerder voedingspatroon. Een grotere diversiteit aan groenten levert een breder palet aan vitamines, mineralen en vezels. De mensen die ik hier ontmoet, vertellen dat ze minder vaak naar de dokter

hoeven en dat hun kinderen minder ziek zijn", vertelt Bos.

Groenten voor het gezin

Rijk Zwaan zette in deze regio samen met hulporganisatie Aprodes verschillende projecten op om families te leren hoe ze een productieve moestuin aanleggen en onderhouden en verschillende gewassen telen. Zo'n 1.300 families heeft Rijk Zwaan inmiddels via Aprodes bereikt. Veel families oogsten uit hun moestuin meer dan ze voor hun gezin nodig hebben. Dat delen ze met hun familie en vrienden of ze verkopen het op de lokale markt. "Zo is het voedingspatroon van een nog veel grotere groep mensen gevarieerder geworden én houden de families er wat geld aan over, waardoor hun levensstandaard verder verbetert", aldus Bos.

Maarten Zwaan Trainingscentra

Rijk Zwaan doneert groentezaden voor de moestuinen en deelt teeltkennis van Rijk Zwaan. "Een medewerker van Aprodes is een aantal weken op de Rijk Zwaan-locatie in Spanje geweest om kennis van moderne teeltmethodes op te doen die hij kan delen met de Peruanen. De moestuinen zijn biologisch, dus de finesses kennen van biologische gewasbescherming is belangrijk", zegt Bos, die naast COS-coördinator ook Rijk Zwaans marketingspecialist is voor biologische teelten. Om goede teelttechnieken bekend te maken bij de bevolking heeft Aprodes in verschillende dorpen trainingscentra opgezet die bestaan uit een eenvoudig kasje en een stuk vollegrondsteelt. Hier leren de families hoe zij goed voor hun planten zorgen en de oogst beschermen tegen ziektes en plagen en het



‘Breder palet aan **vitamines,**
mineralen en vezels’

weer. Veel telers komen hier wekelijks om teeltproblemen te bespreken en hun kennis te vergroten. Bos: "Aprodes heeft ze Maarten Zwaan Trainingscentra genoemd, als eerbetoon aan de oud-eigenaar van Rijk Zwaan en mede-initiatiefnemer van de COS."

"In Peru is het echt belangrijk om gezinnen beter te laten eten. We hebben bijvoorbeeld ook geholpen door een voedingsdeskundige kooklessen en voorlichting te laten geven en kookwedstrijden te organiseren," vertelt Heleen Bos. Zo leren ze hoe ze tot dan onbekende groentes het best kunnen bereiden. "Via hulporganisatie Kusimayo helpen we sinds 2017 families op de koude hoogvlakte Altiplano in Zuid-oost-Peru. Kou en ondervoeding zijn hier een groot probleem. Op 3.800 meter groeien geen groenten buiten. Er zijn dankzij Kusimayo verwarmde woningen, een watervoorziening en 147 kasjes gekomen, waarin gezinnen biologische groenten telen. Zij gebruiken die groenten zelf, maar delen die ook met scholen en crèches. Ook in deze regio is de kwaliteit van leven en de gezondheid sterk verbeterd."

Professionele opleiding

"We kijken wat past in een gebied", zegt Bos. Zo richt Rijk Zwaan zich in Guatemala samen met hulporganisatie FUDI niet op families, maar op jonge ondernemers die op een professionele manier een boterham in de tuinbouw willen verdienen. FUDI heeft een tuinbouwschool, Utz Samaj, in de regio Chimaltenango, ongeveer 25 kilometer van de Guatemalaanse hoofdstad. Zo'n honderd cursisten per jaar uit de wijde omgeving volgen hier een opleiding. Zij krijgen hier een jaar intensief onderwijs en kunnen praktijkervaring opdoen met het telen van groenten. Heleen: "Rijk Zwaan levert al ruim vijftien jaar de zaden voor de schoolkassen. En onze collega's uit Guatemala geven er les. Cursisten leren er onder meer efficiënt omgaan met water en een hoge productie halen op een beperkt oppervlak."

Veel cursisten bouwen na de opleiding een kas, waarin ze meer gecontroleerd kunnen telen. Rijk Zwaan brengt regelmatig nieuwe ondernemers in contact met financiële instellingen die hen bij deze investering willen helpen. Ook de afzetketen is geregeld. De school heeft een coöperatie opgezet die groenten koopt van oud-leerlingen en verkoopt aan supermarktketens in de drukbevolkte steden in de buurt.

"Een afzetkanaal waar individuele telers moeilijk aan komen."

Minder migranten

Bos: "De telers die ik spreek, vertellen dat ze een veel hoger inkomen hebben dan voorheen. Een van de cursisten, een jonge man, zag ik na vijf jaar terug als succesvol tomatenteler. Hij had een goed uitgeruste kas en was bezig met plannen voor uitbreiding met een nieuwe kas. Voorheen was hij bezig met plannen om te gaan werken in de Verenigde Staten om zijn familie te onderhouden. Daar piekerde hij niet meer over. Je ziet zo dat zorgen voor mogelijkheden om in eigen land een professioneel en succesvol teeltbedrijf op te zetten migratie voorkomt. Niet voor niets is USAID ook bij Utz Samaj betrokken."

In Oeganda en Rwanda is Rijk Zwaan met hetzelfde doel bezig: jonge mensen stimuleren om professioneel tuinder te worden. "We werken daar sinds 2020 samen met hulporganisatie Red een kind in een gebied waar weinig groenteteelt is. We redden daarmee niet alleen de jongeren die anders misschien reikhalzend naar een bestaan in de marge in Europa zouden kijken, maar ook de kinderen in de omgeving die meer gezonde groenten te eten krijgen", zegt Bos. Rijk Zwaan heeft als een van de weinige veredelingsbedrijven de afgelopen vijftien jaar een assortiment groentegewassen speciaal voor de Afrikaanse markt opgebouwd. "De bevolking in Afrika groeit snel en al die mensen moeten eten", stelt ze simpelweg. "Onze distributeur voor Oeganda en Rwanda ziet het zitten om samen met ons in dit project te investeren. Dat is wel een voorwaarde. De COS kan niet zonder onze dochters of distributeurs ter plekke."

Glimlach

"Het werk van de COS maakt me trots", zegt Bos. "Dat we er al 25 jaar mee bezig zijn, tekent Rijk Zwaan: zorgen voor continuïteit hoort bij ons. Het is een duurzame manier van hulp bieden: mensen een beter leven geven door ze zelfredzaam en gezonder te maken. Vaak worden ze in de loop van de tijd niet alleen zelfvoorzienend, maar kunnen ze een surplus verkopen. Hún kinderen kunnen hierdoor naar school en nog een veel groter aantal kinderen krijgt gezond voedsel en is minder ziek. De glimlach die ik zo vaak zie bij mensen die een mooier perspectief hebben gekregen en trots zijn op wat ze bereiken... daar doe ik het voor."

BOOST YOUR BUSINESS

LUISTER NU



hortibiz NEWSRADIO

- ELKE KWARTIER TUINBOUWNIEUWS
- DAGELIJKS PROMINENTE STUDIOGASTEN
- KETENWATCHEN MET MAURICE WUBBEN
- LIVE RADIO VANAF EVENTS EN BEURZEN
- ELK UUR ANP NIEUWS
- CLASSICS & HITS VOOR TIJDENS WERK

OOK VOOR DE PODCAST PRODUCTIE VAN JOUW BEDRIJF



WAT DEZE TOEKOMSTIGE TELERS ECHT ZOU HELPEN...

Toen ik een kleine jongen was mocht ik van mijn vader mijn eerste teelt opzetten. Het werden courgettes. De planten groeiden goed op en toen de oogst begon ging ik elke morgen voor dag en dauw met mijn vader naar de veiling. Trots was ik, als mijn courgettes weer als klasse één voor de klok mochten. Na een hele zomer mooie courgettes voor een paar cent naar de veiling te hebben gebracht, had ik nog maar bar weinig verdiend. Toen ging het regenen en werd de kwaliteit al snel minder en de productie lager. Toch verdiende ik in die laatste weken meer dan die hele zomer hard werken. Toen leerde ik dat waar vraag en aanbod de prijs bepalen, de verkoopprijs veel belangrijker is voor hoeveel je verdient dan de kwaliteit en de kostprijs.

En toch, wat ik in nog vaak zie, is een eenzijdig sterke focus op kostprijs en kwaliteit. Dat kunnen we goed in Nederland, tegen lage kosten heel veel mooie en veilige producten telen. Daar zijn we trots op en dan doet het natuurlijk flink pijn als je steeds maar weer gewezen wordt op wat er daarbij allemaal niet goed gaat. Zoals op het absolute energieverbruik en gunstige belastingtarieven, in plaats van de sterk gestegen energie-efficiëntie. Of als je door de president van de Nederlandse bank met een macro-economische bril zelfs wordt geadviseerd je boeltje in te pakken en letterlijk maar naar een lagelonenland te verkassen in plaats van waardering voor je bijdrage aan de voed-

selvoorziening en het nationaal product.

En dus trekt een colonne tractoren naar Den Haag en naar Brussel en zie ik duurzaamheidsambities stranden in electorale paniek. Maar, op de lange termijn is niemand erbij gebaat als telers elkaar op kostprijs de tent uit vechten. Uiteindelijk draait het er toch om dat je als teler gezonde producten kweekt die je voor een goede prijs kan verkopen. De markt kent helaas veel aanbieders en weinig afnemers. Dus die afnemers stellen de eisen en bepalen de prijs. En juist die prijs bepaalt of er wat wordt verdiend, dat leerde ik reeds bij mijn eerste courgetteteelt.

Gelukkig naast mij vele tuinbouwondernemers. Dat merkte ik gisteren maar weer in de klas met mijn derdejaarsstudenten die hun stageopdrachten presenteerde. Duurzaamheid liep als een rode draad door bijna al die stages heen. Een stage over de energietransitie, over natuur-inclusieve teelt, een stage over het verminderen van plastic afval en een stage over weerbaar telen kwamen achter elkaar voorbij. En toen dacht ik, wat deze toekomstige telers echt zou helpen is het gelijkstellen van eisen aan producten voor de Europese markt, ondersteuning bij de transitie naar energiezuinige en weerbare teelt en het realiseren van eerlijke verkoopprijzen voor primaire producenten. Wat staat er eigenlijk in die Green Deal?

Frank van der Helm

is associate lector levende plantenteelt-systemen bij de opleiding Tuinbouw en Agribusiness van Inholland hogeschool.



Contact

Industrieweg 12
2712 LB Zoetermeer
Tel. 06-18827446
info@kasmagazine.nl
www.kasmagazine.nl

Aan dit nummer werkten mee:

Mario Bentvelsen / Roger Engelberts /
Mirjam Flink / Annemarie Gerbrandy /
Mike Gitzels / Ashley Grobden / Frank van
der Helm / Ank van Lier / Jeannet Pennings
/ Corianne Roza / Lise Schregardus /
Jacco Strating / Ton van der Vliet /
Bart de Voogd / Angélique de Wit

Coverfoto:

Lianne Torn / Salted by Salt

Fotografie:

Sharon Schouten / Jordy Caris / Estelle
Bijker / Aranka van Dijk / Astrid
Grootscholten / Imagro / Ania Liesting /
Rijk Zwaan / Svensson / Lianne Torn /

Vormgeving:

Diseno Vormgeving

Druk:

Vellendrukkerij BDU BV

Uitgever:

Jacco Strating

**Samenwerken met of
adverteren in KAS?**

Mail naar jacco@kasmagazine.nl of bel met
tel. 06-18827446 of bekijk de factsheets op
www.kasmagazine.nl. 6

Abonnement

Vul het contactformulier in op www.kasmagazine.nl en ontvang KAS ieder kwartaal voor € 39,50 per jaar. Abonnementen op KAS worden ieder jaar automatisch verlengd. Beëindiging van het abonnement kan door uiterlijk drie maanden voor het einde van de lopende abonnementstermijn per mail op te zeggen. Indien u meerdere exemplaren van KAS wilt ontvangen binnen uw organisatie, kunt u contact opnemen via jacco@kasmagazine.nl voor een speciaal aanbod. Aanpassingen van abonnementsgegevens kunnen eveneens via het contactformulier op www.kasmagazine.nl.

KAS verschijnt vier keer per jaar en richt zich op ondernemers in de professionele glastuinbouw. KAS is een uitgave van Jacco Strating in Zoetermeer, KVK 27352113.

KAS Media

KAS Media richt zich specifiek op contentproductie voor eigen gebruik. Van artikelen, podcasts en video's tot eigen magazines en complete mediaproducten. Neem voor informatie contact op via

info@kasmagazine.nl of kijk op www.kasmagazine.nl voor de factsheet.

Disclaimer/copyright:

De inhoud van KAS is zorgvuldig samengesteld. De uitgever, redactie en auteurs zijn niet aansprakelijk voor schade die het gevolg is van beslissingen die worden genomen op basis van redactie, vormgeving en advertenties in KAS. Niets in deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen of openbaar worden gemaakt zonder uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van de uitgever, auteur en fotograaf.

Privacy

KAS respecteert uw privacy. De door u verstrekte gegevens worden daarom enkel gebruikt ter uitvoering van de gesloten sales- en/of abonnementsovereenkomst en om u te informeren over relevante activiteiten en diensten van KAS.



TECHNIEK & INNOVATIE!

De volgende uitgave van KAS valt in de eerste week van juni door de bus, voorafgaand aan GreenTech en de FlowerTrials. Uiteraard gaan we aan beide tuinbouwevenementen, die bol staan van innovaties op gebied van techniek en sierteelt, aandacht besteden. Wil jij jouw deelname aan GreenTech of FlowerTrials uitdragen en/of meer vertellen over jouw product of activiteit? Neem dan contact met ons op. Natuurlijk komen ook de vaste kennisthema's van KAS weer aan bod, hebben we weer een verrassend coverinterview én vind je ook de bekende rubrieken en columns. Heb je redactionele tips of andere suggesties? Wil je samenwerken met KAS? Of heb je interesse in adverteren? Neem dan contact op met Jacco Strating via jacco@kasmagazine.nl of tel. 06-18827446 om de mogelijkheden te bespreken of kijk op www.kasmagazine.nl.



www.kasmagazine.nl

**JOUW
NIEUWE
KENNIS-
PLATFORM
IS NU LIVE!**



Meld je aan voor de
gratis nieuwsbrief.



Heb jij al een
**GROEN
PLAN?**

Nieuwe service
voor klanten

Realiseer met zo laag mogelijke
energiekosten een zo laag
mogelijke CO₂-uitstoot

SLIM NAAR KLIMAATNEUTRAAL