

KAS MAGAZINE 2023
NUMMER 3 / € 9,95

KAS

VOOR TUINBOUWONDERNEMERS

GERARD VAN DEN ASSEM:
**MARINIER MET
TUINBOUWHART**

VERDER IN DEZE KAS: JOLANDA HEISTEK / COMBILO / ALEX DATEMA / STOLZE /
KYRA BROEDERS / DECORUM / JOLANDA WIJSMULLER / KASGROEIT EN MEER...

GROEN PLAN

Krijg inzicht in
je energiekosten
en CO₂-uitstoot

Klimaatneutraal ondernemen begint met inzicht. En dat is precies waar wij je bij kunnen helpen. Samen zetten we de volgende stap met datagedreven energieoplossingen.

agro-energy.nl/groenplan





PAPIER ÉN DIGITAAL

We gaan iets nieuws doen! KAS Magazine krijgt later dit jaar een online platform. Een plek waar je straks de artikelen uit KAS kunt teruglezen, waar je op thema allerlei content eenvoudig kunt opzoeken en waar we je meer gaan bieden dan we met het magazine al deden. Denk naast teksten en foto's ook aan video's, podcasts, interactieve onderdelen en nog veel meer. KAS wordt daarmee een dynamische mediatitel die klaar is voor de toekomst. Jouw toekomst.

Veel mensen vinden het nog altijd prettig om door een magazine te bladeren, de geur van het papier op te snuiven, wellicht een ezelsoor op een pagina te maken en even goed te gaan zitten om verhalen te lezen en foto's te kijken. Ik ben daar zelf één van. Daar gaan we ook helemaal niets aan veranderen. KAS Magazine blijft gewoon bij jou door de bus vallen. Maar we leven ook in een digitale wereld. Een wereld waarin informatie zich razendsnel verspreidt en mensen altijd hun mobiele apparaten bij de hand hebben. Dan is het óók prettig om (vak)media online te kunnen lezen. Op elke gewenste plek, op elk gewenst moment.

Kasmagazine.nl biedt jou straks die mogelijkheid. Met een bijzonder en vernieuwend mediaplatform, dat een verlengstuk vormt van het magazine, willen we jou als ondernemer of medewerker in de tuinbouw verrassen, maar vooral informeren en inspireren. Je vindt er alles wat je wilt lezen, zien en horen over de sector en niet onbelangrijk: al die informatie is gratis toegankelijk. Het enige wat we daarvoor terug vragen is je e-mailadres, zodat we je op de hoogte kunnen houden van nieuwe publicaties met onze gloednieuwe periodieke KAS-nieuwsbrief.

Wil je niets missen van alles wat wij jou te bieden hebben? Stuur je contactgegevens dan alvast naar info@kasmagazine.nl o.v.v. KAS Digitaal en krijg direct vanaf de lancering dit najaar toegang tot het nieuwe digitale platform van KAS.

Tot zover online. Dan mag je nu weer door je vertrouwde papieren magazine gaan bladeren.

Jacco Strating
Uitgever KAS Magazine

LUCHTZUIVERING



In samenwerking met Envinity Group biedt KG Medical de meest geavanceerde luchtzuiveringstechnologie binnen de cannabisindustrie, zonder compromissen te sluiten op het gebied van onderhoud, energieverbruik en degradatie.

De CFS-3000 is de enige luchtreiniger ter wereld met een revolutionaire technologie waarvan onafhankelijk is bewezen dat het de geur consequent met 95-99% vermindert.

Naast het verminderen van ongewenste geur- en stofdeeltjes en schadelijke ziekteverwekkers, verwijdert het filter ook geurige gassen.

Bekijk de website voor meer informatie.



www.kgmedical.nl

Info@keesgreeve.nl

+31 (0)10 521 26 44

Leeuwenhoekweg 58,
2661 DD Bergschenhoek,
Nederland


envinity
group


KG

GROEIEN

Uitdagingen in gewasbescherming / 8
Trial Center High Tech Rijk Zwaan / 30

VERDUURZAMEN

Waarom footprint berekenen? / 28

ONTWIKKELEN

Nieuwe editie Werken & Leren / 6
Koerswijziging Kasgroei in 2024 / 44
Ruimte voor de nieuwe generatie / 62

ONDERNEMEN

Dynamiek van het familiebedrijf / 50
Stolze wil technisch ontzorgen / 54

DIGITALISEREN

Public cloud of private cloud? / 58

ENERGIE

Naar klimaatneutraal telen: hoe? / 66

EVENEMENT

Achter de schermen bij Easyfairs / 74

INTERVIEWS

Alex Datema / 12
Coverinterview: Gerard van den Assem / 18
Jolanda Heistek / 38

COLUMNNS

Thom Persoon / 17
Roger Engelberts / 73
Raymond Hedges / 79

SERIES

Uit de Greenport / 26
Brightlands / 34
Bij Decorum / 42
Bellen met... / 49
Bewust in KAS / 70
A Growers Climate / 80

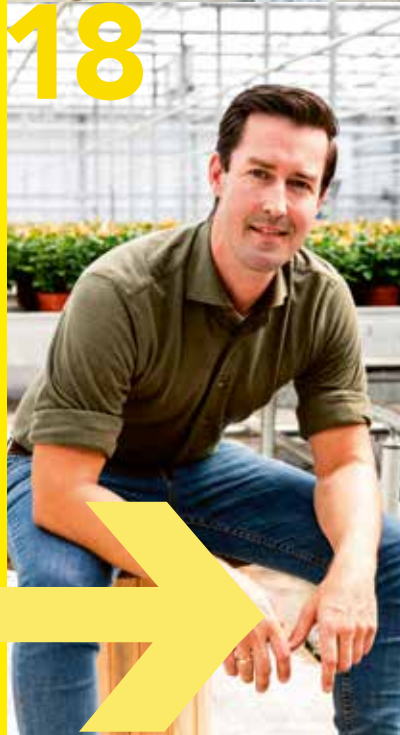
VERDER

Voorwoord / 3
Colofon en volgende uitgave / 82

8



12



18



38

PRESENTEER JEZELF AAN (JONG) TALENT!



Het is weer tijd voor de jaarlijkse Werken & Leren-uitgave van KAS Magazine. Want het vinden van medewerkers is er nog altijd niet makkelijker op geworden. In dit speciale magazine, dat in december verschijnt, kun je vertellen wat jouw bedrijf onderscheidt en wat jij (jong) talent te bieden hebt!

“Met KAS Werken & Leren willen wij werkenden, werkzoekenden en studenten enthousiast maken over de tuinbouw”, vertelt uitgever Jacco Strating. “Wij geven jou de kans om de ervaringen van medewerkers te delen en jouw bedrijf in de spotlights te zetten. Zo kunnen we met elkaar laten zien dat de tuinbouw bestaat uit goede werkgevers die volop ruimte bieden om jezelf te ontwikkelen en door te groeien in een veelheid aan functies.”

Nu ook digitaal!

KAS Werken & Leren is inmiddels een traditie geworden. Sinds enkele jaren staat het thema in december centraal in KAS, sinds vorig jaar voor het eerst als apart magazine. Naast de 4.000 reguliere ontvangers van KAS wordt dit magazine ook verspreid onder 2.000 studenten van groene en technische mbo's, hbo's en universiteiten in Nederland. Nieuw dit jaar is een digitale component. Elke deelnemer krijgt naast een artikel in KAS Werken & Leren een eigen pagina met contactgegevens op de gloednieuwe website van KAS Magazine. Deze website wordt begin december gelanceerd. Daarnaast ontvangen deelnemers magazines om zelf te verspreiden onder relaties of op beurzen en evenementen.

Studententour

En dat is nog niet alles. Want wie volgend jaar maart tevens exposant is op de vakbeurs HortiContact, mag kosteloos deelnemen aan de Werken & Leren Studententour 2024. Deze tour werd al twee keer eerder georganiseerd en brengt studenten naar de beursvloer in Gorinchem. Daar ontmoeten zij de deelnemers aan KAS Werken & Leren en kunnen contacten worden gelegd voor het invullen van vacatures, stageplaatsen en traineeships. “Voorgaande edities van deze tour zijn enthousiast ontvangen door zowel deelnemers als studenten. En er zijn zelfs direct afspraken gemaakt over vacatures en stages, dus het is meer dan alleen een vrijblijvende rondleiding. Je kunt ook daadwerkelijk spijkers



Scan en bekijk het
magazine van 2022!

met koppen slaan”, aldus Strating. De Werken & Leren Studententour wordt georganiseerd door KAS Magazine in samenwerking met beursorganisator Easyfairs en Hogeschool Inholland.

Artikel en fotografie

Wie wil deelnemen aan KAS Werken & Leren, kan kiezen uit twee opties: 2 pagina's of 4 pagina's in het magazine. De invulling gebeurt in overleg. Zo kan de directeur of HR-manager van het bedrijf aan het woord komen, maar zijn het doorgaans vooral de medewerkers die de show

stelen. Met enthousiaste verhalen over hun werk en de tuinbouw in het algemeen en bruikbare tips voor potentiële collega's. Maar ook met schitterende onderscheidende foto's. De redacteurs van KAS schrijven alle teksten voor jou, de professionele fotografie wordt verzorgd door Lianne Torn van Salted by Salt.

Doe je ook mee? Informeer naar de mogelijkheden en reserveer jouw plek vóór 9 oktober a.s. via info@kasmagazine.nl of tel. 06-18827446. KAS Werken & Leren valt medio december door de bus en komt gelijktijdig online.



GEEN TIJD TE VERLIEZEN:



Richard van Spronsen, Van Iperen

Tekst: Ank van Lier

Fotografie: Sharon van den Berg

Het pakket aan chemische gewasbeschermingsmiddelen wordt in rap tempo kleiner. En die tendens zal de komende jaren verder doorzetten, benadrukken gewasbeschermingspecialisten in een rondetafelgesprek met KAS. Dat brengt grote - hele grote! - uitdagingen met zich mee voor de glastuinbouwsector. Om deze te tackelen, is actie geboden. Volgens de specialisten is met name preventie cruciaal, net zoals samenwerking in en met de keten. "Alleen op die manier kunnen we in ons land economisch rendabel blijven telen."

'PREVENTIE CRUCIAAL'

'Hoe kan de tuinbouw in de toekomst ziekten en plagen het hoofd blijven bieden en goede producten blijven afleveren, op economisch haalbare wijze?' Dat is de centrale vraag in een rondetafelgesprek waarbij drie 'zwaargewichten' op het gebied van gewasbescherming aanschuiven: Jolanda Wijsmuller van Bayer, Kyra Broeders van Glastuinbouw Nederland en Richard van Spronsen van Van Iperen. Allemaal benadrukken zij dat de verdere vergroening van de sector in volle gang is en het pakket aan chemische middelen in sneltreinvaart inkrimpt. "Deze trend werd al in 2009 ingezet, vanuit Europa", vertelt Jolanda Wijsmuller, Value Chain, Biologics and Minor Crop Manager bij Bayer. "De laatste jaren worden de duimschroeven echter steeds verder aangedraaid. Tekenend hiervoor is het beperkt aantal chemische actieve stoffen dat afgelopen vijf jaar werd goedgekeurd door Europa; hierbij ging het zowel om nieuwe stoffen als om bestaande stoffen, waarvoor een herregistratie nodig was. In totaal werden 124 chemische actieve stoffen beoordeeld en slechts 22 kwamen er 'ongeschonden' uit de strijd. Dat geeft wel aan dat de wet- en regelgeving steeds strenger wordt: het gaatje waar je doorheen moet kruipen wordt almaar kleiner."

'Me too's'

De geschetste trend zal de komende jaren ongetwijfeld verder doorzetten, geven de betrokkenen aan. Dat bleek ook uit een rapport dat Wageningen Economic Research dit voorjaar opstelde in opdracht van Glastuinbouw Nederland. "Hierbij is gekeken welke impact het Europese gewasbeschermingsbeleid richting de toekomst zal gaan hebben", vertelt Kyra Broeders, Beleidsspecialist Plantgezondheid bij Glastuinbouw Nederland. "Dit onderzoek wees uit dat de komende vier jaar veertig procent van de chemische actieve stoffen die in de glastuinbouw zijn geregistreerd zal verdwijnen. Dat is dus fors. En er is breder gekeken dan alleen chemische middelen: als je kijkt naar alle middelen - inclusief biologisch - dan verdwijnt er 25 tot 30 procent." Wijsmuller schat in dat dit getal voor de stoffen die in de brede land- en tuinbouw zijn geregistreerd wel richting de zeventig procent kan gaan, als de trend van de afgelopen vijf jaar doorzet. "Je ziet wel dat groene middelen over het algemeen vaker door de selectie komen. Maar dat zijn redelijk wat 'me too's': middelen die sterk op elkaar lijken, er is weinig sprake van echte innovaties. Ook weet de praktijk nog niet altijd hoe deze middelen optimaal in te zetten."



Jolanda Wijsmuller, Bayer

Richard van Spronsen, Productmanager Sierteelt bij Van Iperen, bevestigt dat. "Wat dit betreft is het vaak méér van hetzelfde. Door de geschetste ontwikkeling zien wij in steeds meer gewassen problemen ontstaan. Zo is mineervlieg in chrysan bijvoorbeeld een steeds groter issue. Hiervoor zijn alleen de groene middelen beschikbaar op basis van Azadiractine. Deze werkzame stof kan sluipwespen ondersteunen in de bestrijding van mineervlieg, maar blijkt helaas niet altijd voldoende te zijn in een geïntrigeerde strategie. Voorheen konden we in geval van nood ondersteunen met het chemisch middel Trigard, later met Mainspring. Dit had de afgelopen drie jaar een 120 dagen-toelating in chrysan. Sinds dit jaar is er echter geen correctiemiddel meer voorhanden, waardoor de problemen met mineervlieg duidelijk toenemen en er in sommige gevallen economische schade optreedt. De biologische bestrijders redden het gewoonweg niet altijd in hun eentje."

Minder remmen

Kyra Broeders voegt toe dat de selectieve middelen die wegvalen dikwijls de middelen zijn die goed samengaan met biologie. "Deze middelen heb je hard nodig voor een goed integreerbaar systeem. Het is zuur dat juist deze worden geschrapt." Wijsmuller is het daarmee eens: "Feit is dat je af en toe gewoon correctiemiddelen nodig hebt, als de plaagdruk een bepaalde grens overschrijdt. Dan moet je kunnen ingrijpen om te zorgen dat de biologische bestrijders het weer aankunnen. Maar we hebben steeds minder van dergelijke remmen op de fiets." Broeders vreest dat telers hierdoor wellicht terughoudender worden wat betreft de inzet van biologische bestrijders. "Deze vergen immers een forse investering en dan wil je als teler vanzelfsprekend wel dat deze effect sorteren. Wanneer telers hier niet meer in investeren, zetten we dus stappen achteruit. En dat is juist wat we niet willen. Daarbij: Nederland loopt voorop in de inzet van biologische bestrijders, deze worden ingezet op 95 procent van het glastuinbouwareaal. Daar zijn we trots op en dat willen we graag zo houden."

Preventie als speerpunt

De hamvraag is nu: hoe verder binnen het geschetste speelveld? De betrokkenen geven aan dat actie geboden is en dat preventie in dit geval cruciaal is. "We moeten problemen vóór zijn", zegt Richard van Spronsen. "Onder meer insectengaas is wat dit betreft een belangrijke troef. Enkele jaren geleden werd een proef hiermee opgezet in chrysan, die zeer succesvol uitpakte. En we pakken wat dit betreft ook steeds meer projecten op samen met andere partijen. Met dit gaas kun je veel plagen buiten de deur houden. En komt er onverhoopt toch een beestje binnen, dan is dit makkelijker te tackelen door de biologie. We zien inmiddels dat ook telers van andere gewassen insectengaas gaan installeren, om een aantal plagen buiten de deur te

houden en op die manier de biologie beter tot zijn recht te laten komen."

Als het gaat om preventie is ook monitoring cruciaal, geeft Broeders aan. "Wanneer we in staat zijn om monitoringsystemen verder te optimaliseren, kunnen we een ziekte of plaag eerder signaleren en dus ook sneller actie ondernemen. Verder is inzetten op een weerbare teelt belangrijk. Dat betekent concreet dat je op heel veel vlakken de puntjes op de i moet zetten: qua bemesting, substraat, hygiëne, et cetera. En wees bijvoorbeeld alert op schoon uitgangsmateriaal en voorkom verschuivingen van product tussen afdelingen zoveel als mogelijk. Ook ingangscntroles worden steeds belangrijker. Met dergelijke zaken zijn flinke slagen te maken. En op die manier kunnen we het hopelijk toch redden met groene middelen en biologie. Versnellen en vergroenen is nodig, maar zal zeker niet makkelijk zijn." Wijsmuller beaamt dat: "We blijven de chemische correctiemiddelen - het medicijnkastje - zo nu en dan nodig hebben om groene middelen te laten functioneren."

Samenwerken

Naast preventie is ook samenwerken volgens de betrokkenen essentieel om ziekten en plagen in de toekomst goed het hoofd te kunnen blijven bieden. "Zoals aangegeven: er is geen tijd te verliezen", zegt Broeders. "We roepen telers dan ook op om met elkaar in gesprek te gaan, van elkaar te leren. Maar schakel ook adviseurs en andere ketenpartijen in. We zullen het echt sámen moeten doen; alleen zo kunnen we economisch rendabel blijven telen in ons land." Desondanks zijn de drie specialisten bezorgd. "De evenwichtsbalk waarop we balanceren wordt steeds smaller", zegt Wijsmuller. "En alle genoemde maatregelen drijven de kosten voor ondernemers verder op, terwijl de teeltrisico's alleen maar groter worden. Daarbij moet de sector de tijd krijgen om de benodigde transitie te maken; het is zaak dat de overheid zich dat realiseert. Het kan niet zo zijn dat er straks bedrijven verdwijnen die al goed op weg zijn, puur vanwege het feit dat de tijdspanne te kort is."

Kyra Broeders benadrukt dat Glastuinbouw Nederland zich vooral zorgen maakt over de toekomst van de kleinere teelten. "Voor de grotere teelten zullen er waarschijnlijk voldoende mogelijkheden blijven, maar bij de kleinere teelten is dat een ander verhaal. In het ergste geval zijn bepaalde teelten helemaal niet meer mogelijk. Ook ligt verschraling van het assortiment op de loer." Richard van Spronsen ziet dit laatste nu al gebeuren. "Sommige chrysanensoorten zijn bijvoorbeeld dusdanig gevoelig voor trips dat telers deze in de toekomst moeten gaan schrappen, aangezien ze niet meer kunnen corrigeren. Een uitermate zorgelijke ontwikkeling. En dat geldt niet alleen voor chrysan, maar ook voor de rest van de Nederlandse sierteelt."



Kyra Broeders, Glastuinbouw Nederland

'**VERSCHRALING VAN HET ASSORTIMENT LIGT OP DE LOER**'

A man with light brown, wavy hair and a slight smile is wearing a white button-down shirt. He is standing in a greenhouse, surrounded by large green plants, possibly tomatoes, with long green stems and leaves. The background is filled with more green foliage.

'GOEDE PLANNEN
FINANCIEREN, **MAAR**
NIET ALLES KAN MEER'

De ondernemer van de toekomst moet nog meer oog hebben voor zijn omgeving. Dat is cruciaal voor het voortbestaan van de sector. Dat stelt Alex Datema, de nieuwe directeur Food & Agri Nederland van Rabobank. "De consument moet de branche blijven waarderen, dat vraagt om een herpositionering van de glastuinbouw. Rabobank wil daar als transitiebank in meedenken en een voortrekkersrol in pakken."

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Sharon van den Berg

Je bent nu ruim 100 dagen bankdirecteur. Waarom ben je bij Rabobank aan de slag gegaan?

"De reden dat ik 'ja' tegen deze functie heb gezegd, is dat de land- en tuinbouw aan de vooravond van een nieuwe toekomst staat. Rabobank, met 80 procent van de boeren en tuinders als klant, kan daar een impactvolle rol in spelen. Ik wil daar graag aan bijdragen; daar positie in kiezen en die uitdragen. Als je goed luistert, hoor je twee soorten kritiek. In de zoektocht naar een duurzame bedrijfsvoering mag de bank niet op de stoel van de ondernemer gaan zitten en agrariërs die grote stappen willen zetten, treffen een bank die niet kan meebewegen. Dat zijn kritiekpunten waartussen wij moeten opereren. Dat is best een uitdaging."

Wat zou je de komende jaren in je nieuwe rol willen bereiken?

"Mijn inzet is dat de bank over vier jaar een scherp profiel heeft wat de duurzaamheidsvraagstukken betreft en die weet te vertalen in concrete acties, zodat we ondernemers kunnen helpen met financieringen, kennis en kunde. We moeten aan mensen in het veld zichtbaar maken welke stappen we daarin zetten en financieringsvormen aanbieden die het mogelijk maken duurzame oplossingen in de bedrijfsvoering te implementeren."

De glastuinbouw is een relatief onbekende sector voor je. Wat zijn je eerste indrukken?

"De glastuinbouw is een sector die economisch goed draait, er wordt redelijk goed geld verdiend. Het ondernemerschap wordt anders ingevuld dan in bijvoorbeeld de akkerbouw of melkveehouderij. De tuinder opereert meer vanuit het echte ondernemerschap en heeft heel vaak een directe verbintenis met zijn klant. Verder kijk ik met enige bewondering naar het lef en innovatievermogen van de ondernemer, terwijl ook de glastuinbouw in grote regelmaat met onzekere tijden heeft

te maken. Er wordt met durf in allerlei zaken geïnvesteerd. Ten slotte zie je dat veel bedrijven een meerkoppige directie hebben, de sector is niet bang om voor andere organisatievormen te kiezen. Als kennis en kunde van buiten het bedrijf nodig is, schroomt men niet externe mensen aan te trekken om mede-ondernemer te worden."

Wat zijn volgens jou de grote thema's voor de glastuinbouw richting 2040?

"Het is geen nieuws dat de glastuinbouw voor grote uitdagingen staat, zoals klimaat, energie, water, arbeid en gewasbescherming. De sector moet met al die thema's aan de slag. Daarnaast krijgt de tuinder te maken met een gebiedsgerichte benadering: waar is mijn bedrijf gevestigd. Dat gaat voor een deel bepalen welke ruimte en mogelijkheden een ondernemer heeft naar de toekomst toe. Wel of niet als glastuinbouwbedrijf de energietransitie kunnen doormaken, is iets wat per regio verschilt. Wel of niet de beschikbaarheid over restwarmte, geothermie of in de toekomst waterstof hebben, is zeer bepalend voor het transitieperspectief."

En welke ontwikkelingen heeft de sector over vijftien jaar al doorgemaakt?

"Ik voorzie een voortzetting van schaalvergroting, maar er blijft ook ruimte voor nicheproducten. Het aantal ondernemers zal dalen en er vindt geen groei van glas plaats, eerder een lichte afname. De sector is inmiddels klimaatneutraal en chemische middelen zijn veelal vervangen door biologie en groene middelen. De waterkwaliteit in een concentratiegebied als Het Westland blijft echter een spannende: je kunt een kas wel gesloten maken, maar dan moet het watersysteem ook gesloten zijn. De vraag is ook in hoeverre het arbeidsvraagstuk is opgelost. Een deel van de arbeid wordt vervangen door robots, maar er blijven mensenhanden nodig. Daarnaast vraagt hightech tuinbouw om een ander

soort personeel. Hoe ga je die mensen aan je binden? Belangrijk is dus om daarin mee te bewegen, om tot de koplopers te behoren. Dan ben je als bedrijf interessant om toptalent aan je te binden.”

Wat kan de glastuinbouw leren van andere sectoren? En andersom?

“De glastuinbouw heeft nog wel eens de neiging om te zeggen: dat kan bij ons niet. Dat zinnetje, daar krijg ik jeuk van. Alle sectoren staan voor dezelfde uitdagingen: klimaat, schoon water, biodiversiteit. Aan de andere kant is de glastuinbouw veel flexibeler dan de akkerbouw of melkveehouderij. Telers hebben meer contact met hun klanten, ze weten beter wat de markt vraagt. Door op die vraag in te spelen, kunnen ze goed geld verdienen. De financiële dynamiek is groter. Ook is de glastuinbouw gewend de samenwerking op te zoeken, bijvoorbeeld in energievraagstukken. Daar kunnen andere sectoren nog wel wat van leren.”

Rabobank wil een transitiebank zijn. Welke koers gaat de bank de komende jaren varen?

“De Rabo is een coöperatieve bank. We hebben een maatschappelijke verantwoordelijkheid in te vullen. Het is mooi dat de overheid beleid maakt op klimaat, water en biodiversiteit, maar als we als bank vinden dat dat niet genoeg is, moeten we zelf de verantwoordelijkheid nemen en een stapje harder lopen. Als de bank wil dat de glastuinbouw sneller verduurzaamt, moeten we dat als organisatie wel faciliteren. Dat kan met andere financieringsvormen, maar ook met kennis en kunde en het ondersteunen van samenwerkingsverbanden. Tegelijkertijd moeten we met de sector in gesprek blijven: waar staan we over een paar jaar, hebben we daar hetzelfde gevoel bij en is het voldoende?”

Wat mogen de klanten daarbij van de Rabo verwachten? Zegt de bank eerder ja of nee?

“Rabobank is gewend bij financiële aanvragen/plannen vooral naar het verleden te kijken: wat zijn de cijfers en hoeveel geld wordt op een bedrijf verdiend. Wil je jezelf een transitiebank noemen, dan moet je juist vooruit kijken. De organisatie zal financieringsaanvragen nog meer gaan beoordelen op duurzaamheid. Dat brengt een ander te beoordelen risicoprofiel met zich mee en dat daagt ook de bank uit extra stappen te zetten. De vraag is bijvoorbeeld: wanneer neem je een risico? Als een bedrijf wil verduurzamen met een risicovolle investering of als het niets doet? Wij moeten daar als bank ook zelf nog een weg in vinden om daar wellicht scherpere afwegingen in te maken. Dat verduurzaming doorgaat, staat als een paal boven water,

maar het moet economisch wel kunnen. Aan de andere kant: niets doen kan ook een groot risico zijn!”

Veel opgaven richting 2040, zoals water en energietransitie, zijn niet door de individuele tuinder alleen op te pakken, maar moeten in de regio worden aangepakt. Welke rol ziet Rabobank hier voor zichzelf in?

“Een van mijn taken als bankdirecteur is de gebiedsgerichte aanpak, samen met de banking for food-directeuren in de veertien kringen. Het gebied waarin een bedrijf is gevestigd, heeft invloed op wat wel en niet kan. Wees daar als tuinder bewust van en kijk om je heen. Soms is het beter om in een bepaald gebied met elkaar samen te werken, bijvoorbeeld als je op een plek zit waar geothermie mogelijk is. Dat soort zaken bepalen hoeveel kansen en mogelijkheden een bedrijf heeft om zich aan te passen. Rabobank wil in gebiedsprocessen een faciliterende rol spelen, door verbindingen tussen verschillende sectoren te leggen die niet direct worden gezien. Want die zoektocht moet sectorbreed worden opgepakt.”

Dus alles kan overal nog of juist niet?

“Nee, niet alles kan overal. De ondernemer van de toekomst moet nog meer oog hebben voor zijn omgeving: hoe kijkt de maatschappij naar de sector, naar mijn bedrijf? We wonen in een dichtbevolkt land, de fysieke ruimte voor de land- en tuinbouw wordt kleiner. Je moet je plek in de maatschappij verdienen, mensen moeten de glastuinbouw, haar producten en hoe die verantwoord worden geproduceerd, blijven waarderen. Dat gaat uiteindelijk cruciaal worden voor het voortbestaan van de sector. De glastuinbouw is technisch als geen ander in staat om uitdagingen op het gebied van klimaat, energie, water, etc. op te lossen, maar als de maatschappij je daar geen ruimte voor biedt, houdt het op. Dat vraagt om een herpositionering van de sector.”

Tot slot, betekent de val van het kabinet nog meer onzekerheid voor de glastuinbouw en hoe gaat Rabobank daarmee om?

“We kunnen als land- en tuinbouw niet wachten op een nieuw kabinet en nieuw beleid. Dat kan wel één tot anderhalf jaar duren. Rabobank en ondernemers moeten doorgaan met de dingen die we wel kunnen doen. Daarnaast willen we de zaken waar we de politiek bij nodig hebben onder de aandacht blijven brengen, al heb ik meer hoop op het eerste dan op het tweede spoor. Feitelijk worden goede plannen van ondernemers nog steeds gefinancierd. Daar gaan we gewoon mee door.”



Alex Datema en Arne Bac van Rabobank

ALEX DATEMA IN HET KORT

Alex Datema (56) is sinds 1 mei directeur Food & Agri Nederland van Rabobank. Datema is afkomstig uit het Groningse Briltel, waar hij samen met een compagnon in maatschap een melkveebedrijf heeft. Hij was sinds 2016 voorzitter van BoerenNatuur, een koepelorganisatie voor agrarische collectieven. Datema heeft binnen Rabobank drie belangrijke taken: het uitdragen van het Rabo-beleid binnen en buiten de bank; meedenken en meepraten over het land- en tuinbouwbeleid van de bank en de gebiedsgerichte aanpak, samen met de banking for food-directeuren van de veertien kringen. Datema was als jonge boer twee jaar vicevoorzitter van het Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt (NAJK), volgens hem de 'beste kweekvijver voor allerlei bestuurlijk talent'. Bij Rabobank was hij eerder alleen klant.

HET TELEN
— van de —
TOEKOMST

Samen groeien
naar een groene
toekomst



Ga voor meer
informatie naar:
iperen.com



VAN IPEREN
groeispecialist sinds 1921



SCAN EN VOLG!
VOLG KAS OP INSTAGRAM

STOP THE GLORIFICATION OF BUSY

Een tijdje geleden kwam mijn collega Remco op kantoor met de opgedane quote: 'Stop the glorification of busy'. Een mooie uitdrukking, waar ik wat meer over ben gaan nadenken. Want het is inderdaad zo, we hebben het allemaal tegenwoordig maar druk. Druk op werk, druk met sport, druk met kinderen, druk met sociale aangelegenheden, altijd druk.

Het druk hebben of druk zijn is wat mij betreft wel een keuze en het gaat er met name om hoe je 'drukte' ervaart. Door het stellen van juiste prioriteiten en het goed plannen van alle verschillende activiteiten hoeft het in ieder geval niet als 'te' druk ervaren te worden. Maar waarom is het dan tegenwoordig toch zo normaal geworden om de vraag 'hoe gaat het met je?' te beantwoorden met 'ja lekker druk'?

Er zit hier wel iets achter wat mij zorgen baart, want durven we het nog wel 'rustig' te hebben, of is het druk hebben een manier om te voldoen aan een (denkbeeldige) verwachting van de omgeving? Als je soms leest over de toenemende druk onder jongeren en studenten, dan lijkt er toch wel iets aan de hand te zijn in onze maatschappij. Een altijd hoge werkdruk of prestatiedruk. Maar hebben we het nou echt zo druk? Of maken we ons vooral druk over de verwachtingen van onze omgeving? Ik ben van mening dat social media zeker geen positieve bijdrage heeft geleverd aan deze trend. Hoe moet je omgaan met alle prikkels die je continu via allerlei communicatiekanalen binnenkrijgt?

Onlangs ben ik voor de eerste keer vader geworden van

onze mooie dochter Pip. Nu nog zo klein dat de prikkels van bijvoorbeeld een hard geluid al veel kunnen zijn. Dat soort prikkels zijn natuurlijk nog niks vergeleken met de prikkels die je tegenwoordig krijgt van alle onlinekanalen, televisie, e-mail etc. Daarom vind ik het nu al belangrijk om erover na te denken hoe we 'generatie Alpha' ervoor kunnen behoeden om niet in de problemen te komen door een overkill aan continue informatie en prikkels. Hoe is nog een hele uitdaging, maar laten we in ieder geval maar basic beginnen met het minimaliseren van schermtijd of zoiets.

De zomervakantie is ondertussen weer voorbij, maar een mooie manier om even los te koppelen van het druk zijn is op vakantie gaan. De kunst tijdens zo'n vakantie is dan wel om je helemaal los te koppelen van alles wat je normaal gesproken heel de dag 'prikkels' geeft. Want hoe verleidelijk is het om toch nog even die mail te checken, toch nog even de zakelijke whatsappjes te beantwoorden etc. Best nog wel lastig om strak aan te houden vind ik persoonlijk, maar het is wel duidelijk dat hoe strakker je dit aanhoudt, hoe eerder je echt tot rust komt. In mijn optiek is het mooiste een vakantie van twee weken, waarin je in de eerste week volledig tot rust kunt komen en vervolgens in de tweede week ruimte krijgt in je hoofd om van een afstandje te kijken waar je zakelijk gezien mee bezig bent. Als je vanuit rust eens anders tegen bepaalde zaken aankijkt, kom je vaak tot mooie nieuwe inzichten. Die nieuwe inzichten geven je vervolgens weer energie om na de vakantie er weer volop voor te gaan. Dan weet je in ieder geval zeker dat het niet te lang duurt voordat je weer 'lekker druk' bent...

17

Thom Persoon

is directeur bij
Forever Plants Group





GERARD VAN DEN ASSEM (34):

'ONZE HORTIVALLEY HEEFT BEHOEFTE AAN VISIONAIRS'

Na drie jaar werkzaam te zijn als vestigingsmanager bij Pligt Professionals stapte Gerard van den Assem vorig jaar over naar de salesafdeling van de plantenkwekerij. Een bewuste carrièrekeuze die hij mede op gevoel maakte. Om daarnaast zijn blik op de tuinbouw te verbreden neemt hij deel aan het Young Executives-programma van Floric. Maar Gerard wil ook nieuw talent binnen Pligt Professionals verder helpen. "De huidige tijd vraagt om 'dienend leiderschap', waarbij meer wordt gekeken naar individuen en waarbij de opkomende generatie wordt geïnspireerd en gemotiveerd."

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

Geboren in Dordrecht, opgegroeid in Puttershoek. Gerard van den Assem is geen 'typische Westlander', maar werkt wel al sinds zijn 12e in de tuinbouw. Toen nog op de oorspronkelijke locatie van Pligt Professionals in Heinenoord. "Mijn broer werkte daar al, dus ben ik hem gevolgd. In eerste instantie als zaterdagbaantje, maar soms ging ik in de piektijd 's ochtends ook voor school nog even langs. Ik ging in Rotterdam naar school, dus het lag toch op de route. Ik moest alleen mijn wekker wat eerder zetten."

Perspectief geboden

In die periode nam Gert van der Pligt het bedrijf over van zijn vader en oom en paste hij direct de koers aan. "Gert is een ondernemer die dicht bij de mensen staat. Hij vindt het werk belangrijk, maar realiseert zich heel goed dat het de medewerkers zijn die het doen. En ondanks de groei die het bedrijf door de jaren heen heeft gemaakt, is dat nog steeds hoe hij erin staat", aldus Gerard die in dienst trad bij de kwekerij toen hij klaar was met school. "Ik mocht direct medewerkers aansturen en kreeg ook daadwerkelijk perspectief aangeboden. Dat sprak mij enorm aan. Toen in 2008 de vestiging in Maasdijk werd aangekocht, kreeg ik een rol bij het opstarten van die locatie. Het assortiment werd daarbij flink uitgebreid, wat het bedrijf nog interessanter en veelzijdiger maakte om voor te werken."

Toch besloot Gerard een ander pad te kiezen. "Ik had altijd de droom gehad om bij defensie te werken en kon naar de Koninklijke Marine. Die kans wilde ik niet laten lopen." Gerard liet de tuinbouw achter zich, nam deel aan militaire missies, ging de wereld over en groeide op persoonlijk vlak, zo geeft hij aan. "Mijn tijd bij de Marine was geweldig en heeft mij vooral heel veel bijgebracht qua hiërarchie en hoe je met elkaar omgaat. Dat lijkt de huidige jeugd soms vergeten te zijn. Ik heb in die periode heel veel verantwoordelijkheidsgevoel ontwikkeld. Om die reden zou een herinvoering van de dienstplicht helemaal niet verkeerd zijn. Bij defensie krijg je de juiste normen en waarden mee, wat in je verdere leven heel waardevol is. Het heeft mij

in ieder geval gevormd tot wie ik vandaag de dag ben."

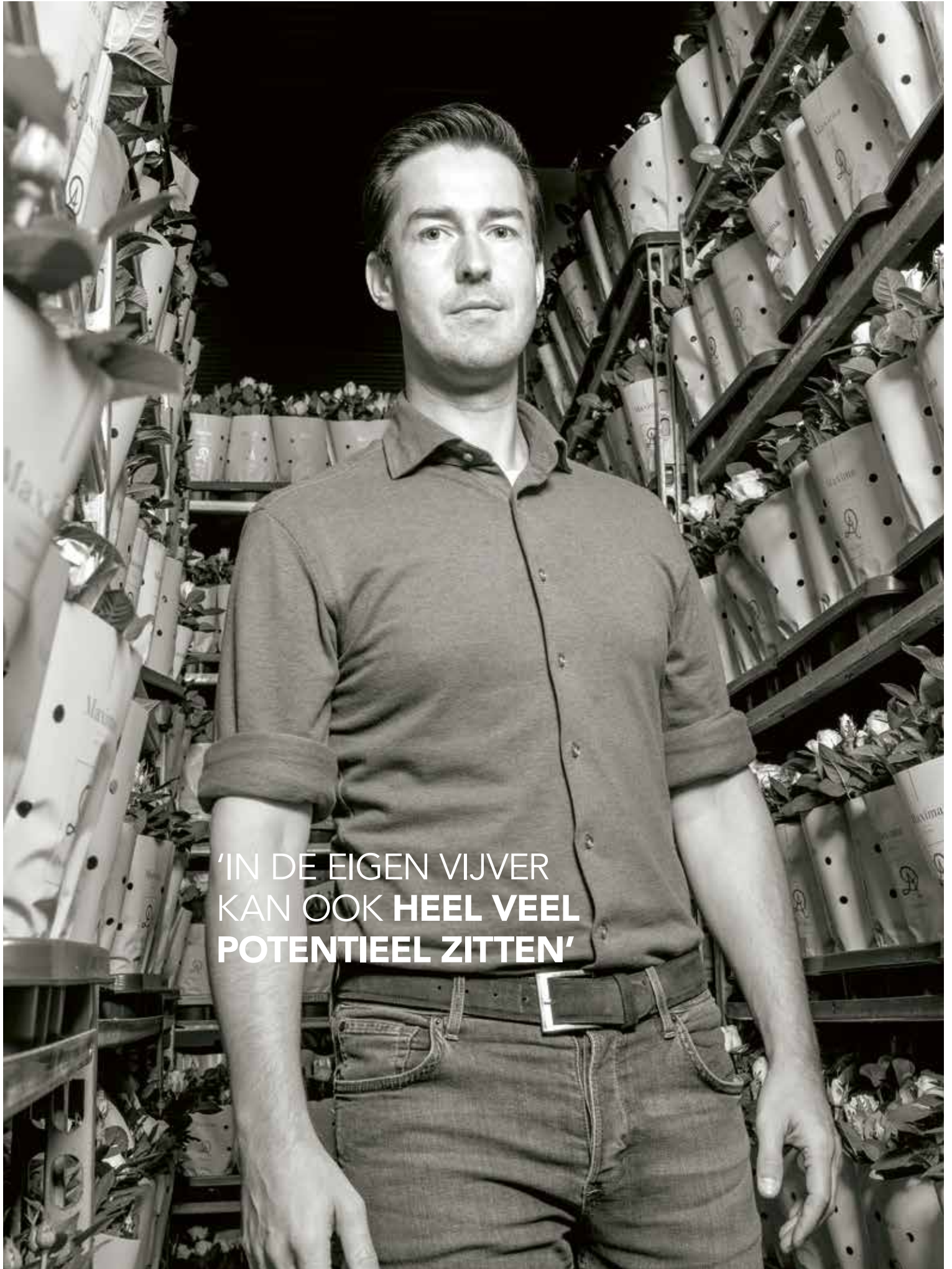
Oog voor creativiteit

Het is dan ook niet toevallig dat juist Gerard een 'Young Capital Program' opzette binnen Pligt Professionals, een initiatief gericht op scholieren en aanstormend talent. "We willen jonge mensen inspireren, boeien en aan ons binden", zegt Gerard. "Ik ben de kartrekker van dit initiatief omdat ik graag meehelp om jonge mensen te laten groeien. Zoals ik zelf als jong mannetje de kans kreeg om mijzelf binnen deze organisatie te ontplooiën. We organiseren vier bijeenkomsten per jaar om aan onze scholieren te laten zien wat het belang is van het werk dat we hier doen. Het is een combinatie van educatie, fun en interactie. Zo hebben we hen een keer gevraagd om mee te denken over een merknaam voor een van onze nieuwe producten en je ziet direct dat er enorm veel creativiteit loskomt." Volgens Gerard is het belangrijk om daarvoor oog te hebben en dat te stimuleren. "Door de krapte op de arbeidsmarkt ben je snel geneigd om naar detacheringbureaus te stappen om specifieke functies in te vullen. Terwijl er in de eigen vijver misschien ook heel veel potentieel zit. Ik denk dat het belangrijk is om juist daarop in te zetten en de nieuwe generatie enthousiast te krijgen. Door hen verantwoordelijkheden te geven en in hun kracht te zetten, kun je ervoor zorgen dat je goede mensen binnenboord houdt en een kans biedt."

Maar even terug naar Gerard's eigen carrière. Want hoe kwam zijn comeback in de tuinbouw tot stand? Het was de liefde die hem na zes jaar bij de marine toch weer terugleidde naar Pligt Professionals, zo geeft hij aan. "Toen ik mijn vrouw ontmoette, vond ik het steeds moeilijker om lang van huis weg te zijn en toen onze eerste zoon werd geboren, koos ik ervoor om hem te zien opgroeien." Gerard nam contact op met Gert van der Pligt en eigenlijk was de klik tussen beiden direct weer als vanouds. "Ik startte op de orderverwerking en planning, maar had de ambitie om meer te doen, mijzelf te ontwikkelen en meer verantwoordelijkheid te nemen." Die



**'TIJD BIJ DE MARINE
HEEFT MIJ GEVORMD
TOT WIE IK BEN'**



'IN DE EIGEN VIJVER
KAN OOK **HEEL VEEL**
POTENTIEEL ZITTEN'

kans kreeg hij toen vestiging Heenweg werd gebouwd, waar hij als bedrijfsleider aan de slag kon. "Ik heb het hele proces vanaf het slaan van de eerste paal meegemaakt en kreeg bovendien de kans om een eigen team te vormen. Ik had daar op dat moment geen ervaring in, maar kende het bedrijf wel goed. Daardoor voelde het voor mij heel natuurlijk aan om die taak op mij te nemen."

Uitzonderlijke jaren

2020 moest het eerste volledige productiejaar op de nieuwe locatie worden, met potrozen als hoofdproduct. Maar toen was daar corona. "Dat hakte er behoorlijk in", vertelt Gerard. "De eerste zes tot acht weken moesten we alles weggooien, dat was heel heftig. Juist ook omdat we net op stoom kwamen. Maar gelukkig ging de markt na twee maanden weer aantrekken." 2021 werd vervolgens een topjaar voor het bedrijf en eigenlijk voor de hele sector. "En voor 2022 waren de verwachtingen ook goed, totdat de oorlog in Oekraïne uitbrak en de gascrisis een stempel op de tuinbouw ging drukken. Wat dat betreft hebben we wel uitzonderlijke jaren achter de rug die ook grote consequenties hebben gehad voor de toekomst van de sector. Verschillende collega's verlaagden de productie of zijn zelfs gestopt en de energieprijzen zijn nog altijd hoger dan ze voor deze periode waren. Pligt Professionals daarentegen breidde de productie fors uit door een nieuwe kas te bouwen. Onze lange termijn visie heeft ons er echter doorheen geholpen."

Want bij de pakken neerzitten, was er volgens Gerard niet bij. "Dat zit bij Pligt Professionals niet in het DNA. In plaats van denken in onmogelijkheden, gingen we juist kijken wat er wél mogelijk was. We kwamen in een strijdmodus, waarbij we het gesprek zijn aangegaan met onze leveranciers en klanten om samen tot oplossingen te komen. En we hebben ook de medewerkers bij dat proces betrokken, om ook bij hen zoveel mogelijk onzekerheid weg te nemen." Vlak voor corona was samen met Florpartners een strategisch plan opgesteld voor 2019-2025. Daarin werd een plan gemaakt voor de verkoop, cultuur en bedrijfsprocessen binnen Pligt Professionals. "We hadden dat plan 'on hold' kunnen zetten, maar zagen het juist als een unieke kans om die veranderingen versneld door te voeren. Want een

strategie voor de lange termijn is belangrijk voor een onderneming, maar als ondernemer moet je ook in staat zijn om snel te schakelen als daarom wordt gevraagd. En dat hebben wij denk ik goed gedaan."

Met elkaar sterker

Op persoonlijk vlak maakte Gerard ook een keuze. Zijn functie van vestigingsmanager ruilde hij vorig jaar in voor de functie van accountmanager in het salesteam. "Ik ben een teamplayer en vind het fijn om met een team van mensen samen te werken, maar de commercie heeft mij ook altijd aangesproken en is altijd aan mij blijven trekken. Doordat we met 2 hectare uitbreidden, moeten er ook meer planten worden verkocht. Voor mij de uitgelezen kans om die taak op mij te nemen." Gerard werd opgevolgd door een bedrijfsleider die hij zelf opleidde. "Op die manier krijgt iedereen de kans om door te groeien binnen de organisatie. En ik krijg ook de gelegenheid om mijzelf verder te ontwikkelen. Zo neem ik nu deel aan het Young Executives-programma van Floric, dat onderdeel is van Florpartners. Het zorgt ervoor dat ik een bredere blik op de tuinbouw krijg, het is goed voor het uitbreiden van mijn netwerk en het geeft mij weer nieuwe inzichten." Gerard vindt het belangrijk om met andere mensen in contact te komen, ook van buiten de sierteelt. "Hoe doen zij de dingen op hun bedrijf? Wat kan ik daarvan leren? Je moet niet te veel binnen je eigen cocon blijven, dat verbreedt je wereld niet. Juist door regelmatig over de schutting te kijken, kun je als mens groeien. Wij zijn als bedrijf ook niet zo ver gekomen door het alleen maar bij onszelf te zoeken. Dat komt ook door inzichten van andere bedrijven en merken. Doordat ik mij voor langere tijd committeer aan het bedrijf, krijg ik vanuit Pligt Professionals de kans geboden om het programma van Floric te volgen. In de wetenschap dat we uiteindelijk met elkaar sterker worden richting de toekomst."

Respectvol, betekenisvol, resultaat op één, passie, flexibel en betrouwbaar. Dat zijn de zes kernwaarden van Pligt Professionals. Waarden die ook worden gehanteerd bij het aannemen van nieuwe mensen. "Ieder mens is anders, maar het is fijn om dit als een liniaal langs sollicitanten te leggen. Dat geeft duidelijkheid naar ons, maar ook

naar de sollicitant. En wij zijn ervan overtuigd dat deze kernwaarden ons verder brengen. We zijn een bedrijf waar de mensen het beste met elkaar voor hebben, waar we dankbaar zijn voor het werk dat we mogen doen, waar we onze klanten blij willen maken, waar kwaliteit altijd van ons mag worden verwacht en waar we elke dag opnieuw vol passie prachtige cadeaus klaar maken. Tegelijkertijd zijn we flexibel en blijven we onszelf ontwikkelen waar dat nodig is of waar dat ons beter maakt. Zo hebben we de laatste jaren flinke stappen gezet op gebied van automatisering en robotisering. We werken inmiddels met geavanceerde stekrobots en camerasorteersystemen. Dat zijn flinke investeringen, maar het zorgt voor continuïteit, kwaliteit en betrouwbaarheid. En op termijn gaan we ook naar een circulaire kas kijken, om daarmee onze verantwoordelijkheid te nemen op het gebied van duurzaamheid. Het is belangrijk om oog te hebben voor wat de maatschappij van ons verwacht en na te denken over een duurzame rol in de toekomst.”

Meerwaarde voor maatschappij

Al is Gerard van mening dat de glastuinbouw dat al veel langer doet. “In de discussie over de boeren en de stikstof hoor en lees je tussen de regels door wel eens dat wij in onze sector de volgende zullen zijn op dat gebied vanwege de energiebelasting. Maar ik denk juist dat de tuinbouw in het algemeen relevanter is dan dat de sector ooit is geweest. Met name omdat wij in de hele energietransitie een enorme rol van betekenis spelen. Wij zorgen met onze WKK's voor stabiliteit in het stroomnet en gaan uitermate efficiënt om met energie. En kijk wat we doen met warmteopslag, de toepassing van LED, het afvangen van CO2 om in te zetten als groeimiddel voor planten, maar ook het reduceren van plastic en zelfs het verwaarden van reststromen. Zo gaan onze stekresten naar Blijdorp, zodat de dieren daarvan kunnen eten. Als sector moeten we die boodschap veel meer uitdragen en laten zien welke meerwaarde we hebben voor de maatschappij. Zodat mensen ons niet zien als 'energieslurpers' maar als energieleveranciers! We kunnen de tuinbouw veel mooier neerzetten dan nu vaak gebeurt.”

Zelf voelt Gerard zich volledig thuis in de glastuinbouw. Helemaal nu hij de juiste balans tussen werk en privé heeft gevonden. “In de opstartfase van deze locatie werd er soms best een beroep op mijn flexibiliteit gedaan, waardoor de werkdagen erg lang konden zijn. Maar nu is de verdeling goed.” Gerard woont met zijn gezin in Krimpen aan den IJssel, best nog een eindje rijden van en naar werk. “Maar dat vind ik zelf wel prettig. Die rit zorgt ervoor dat ik de focus weer op thuis krijg en alles in het juiste perspectief kan plaatsen. Ik luister soms een podcast en doe wat telefoontjes, dus het is zeker geen verloren tijd. En als ik thuis ben, ben ik ook echt thuis. Ik heb inmiddels vijf kinderen en geniet ervan hoe zij opgroeien. We trekken er graag op uit met z'n allen. Lekker wandelen of fietsen. Maar ik hou ook van een goede fles wijn en heb een cursus gevolgd om mij meer in de achtergronden te verdiepen. Daarnaast probeer ik samen met mijn vrouw één keer per jaar naar een sterrenrestaurant te gaan. De passie die je daar terugziet voor voeding en de topsport die daar wordt bedreven, dat inspireert mij ook weer.”

Beste keuzes maken

Mensen met passie en visie, dat is ook wat de tuinbouw de komende jaren verder kan brengen, meent Gerard. “Onze hortivalley heeft behoefte aan visionairs die de wereld van 2040 of 2050 nu al voor zich zien en op basis daarvan een strategie kunnen bepalen. We zijn best nog kwaliteit- en prijsgericht als sector, terwijl onze producten ook een bepaalde waarde vertegenwoordigen. Hoe maak je daar de beste keuzes in als de markt nog altijd wordt gestuurd door vraag en aanbod? Met de juiste mensen op de juiste plaats kunnen we onszelf als sector blijven door ontwikkelen.” Dat vraagt volgens Gerard ook om een ander soort leiderschap binnen de sector. “Het is belangrijk dat de opkomende generatie wordt geïnspireerd en gemotiveerd en dat er meer oog is voor het individu. Deze tijd vraagt om dienend leiderschap, waarbij niet alles wordt opgelegd, maar waarbij er ruimte is voor creativiteit en ideeën. Ik hoop daar de komende jaren binnen Pligt Professionals, in welke functie dan ook, een rol in te mogen spelen.”

A man with short dark hair and blue eyes, wearing a green polo shirt, is leaning on a dark wooden table. He is smiling slightly and looking directly at the camera. The background is a modern office interior with large windows, plants, and other people in the distance. The lighting is warm and focused on the man.

'ZORGEN DAT MENSEN
ONS **MINDER GAAN ZIEN**
ALS **ENERGIESLURPERS**'

UIT DE GREENPORT: COMBILO

In elke KAS Magazine komt een tuinbouwondernemer aan het woord over zijn bedrijf, de toekomst en de meerwaarde die Greenport West-Holland voor deze onderneming heeft. Dit keer spraken wij met Annemarijn van Rossum, marketing- en communicatiemanager bij CombiLo.

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Astrid Grootcholten



Combilo is een familiebedrijf dat zich focust op de productie, distributie en afzet van agf-producten. Het bedrijf, dat volgend jaar 100 jaar bestaat, is gespecialiseerd in Hollandse glasgroenten, maar levert ook vollegrondsgroenten en hard en zacht fruit en exoten. “We combineren en verpakken naar wens van de klant en exporteren onze producten door heel Europa”, vertelt Annemarijn van Rossum (24). “Daarbij streven we naar een duurzame bedrijfsvoering. We zien dat er te veel kilogram product niet bij de eindklant terecht komt. Vandaar dat wij zijn gaan nadenken over de verwaarding van reststromen.”

Dynamische sector

De agf-sector is een dynamische sector, altijd in beweging, vindt Van Rossum. Ze vergelijkt haar business wel eens met surfen. “We bevinden ons op een surfplank op een golf. Die golf is de markt, die kan rustig zijn, maar ook onvoorspelbaar; het mooie aan vraag en aanbod. De uitdaging is om de juiste balans te vinden tussen de belangen van onze telers en afnemers. Wij zijn nodig voor de logistieke dienstverlening, we zijn de verbinding tussen teler en retail. Zo kunnen we gezamenlijk een mooie keten vormen om de consument van gezond en vers voedsel te voorzien.”

Annemarijn van Rossum is onlangs het bedrijf Combilo Food Solutions gestart, om een toegevoegde waarde aan reststromen mee te geven. Hiervoor deed ze samen met een collega onderzoek naar de mogelijkheden van niet-verkochte kasgroenten. Daar kwam veel feedback op, maar er werden geen concrete oplossingen aangedragen. “Wij willen dat wel concreet maken, om voedselverspilling tegen te gaan”, zegt ze. “We hebben nu een aantal lijntjes uitstaan en zijn met projecten bezig, met als doel verduurzaming en productontwikkeling in één te realiseren. Het is nog te prematuur om daar al iets over te zeggen. Laten we het houden bij: de paprika is daarna niet meer heel.”

Netwerk verbreden

In haar missie om voedselverspilling tegen te gaan, werd Van Rossum opgemerkt door Greenport West-Holland. Ze werd uitgenodigd om zitting te nemen in de paneldiscussie van het Jaarevent van

de Greenport, met als thema: ‘De betekenis-economie: wat is onze impact?’ Een mooie ervaring, zegt de Zuid-Hollandse. “Het panel bestond zowel uit jonge als oudere mensen, het was superinteressant om daar mijn mening en visie te mogen vertellen.”

Via de Greenport rolde ze in een ander event over voedselverspilling. “Ik vind het een goede zaak dat de sector daar ook de jongere generatie bij betreft en onze mening daarover waardeert. Ik zou zelf niet zo snel mensen benaderen, maar als je wordt gevraagd, is dat een hele eer. Ik heb ook andere jonge mensen uit het werkveld van de Greenport leren kennen. Je verbreedt je netwerk. Je spreekt jonge ondernemers uit andere sectoren, met wie je in je dagelijkse business misschien niet zoveel te maken hebt, maar van wie je wel veel kunt leren.”

Ambities waarmaken

Annemarijn van Rossum ziet een goede toekomst voor zichzelf weggelegd in het familiebedrijf. Ze start na de zomer met de master Food & Retail van EMFI Business School en Rijksuniversiteit Groningen om een verdiepingsslag te maken. “De agf-sector is een mooie sector, als je er eenmaal in zit, kom je er niet meer uit. Er zit dynamiek, passie en snelheid in. Ik ben het bedrijf ingegaan voor de langere termijn, ik heb ambities. De toekomst zal uitwijzen hoe die ambities worden waargemaakt. We kunnen een enorme impact maken met Combilo. Als je weet welke route een versproduct moet afleggen voordat het op het bord van de consument ligt, denk je ‘wow’. Dat triggert mij om dat nog mooier, duurzamer en efficiënter te doen.”

**‘DE UITDAGING IS OM DE
JUISTE BALANS TE VINDEN
TUSSEN DE BELANGEN
VAN ONZE TELERS EN
AFNEMERS’**

MILIEU-FOOTPRINT VOOR IEDEREEN RELEVANT



28

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Greenhouse Sustainability

Moesten ze zich bij Greenhouse Sustainability tien jaar geleden nog de blaren op de tong praten om telers aan te zetten tot een footprintberekening van hun CO₂-uitstoot, vandaag de dag gaat dat een stuk soepeler. "Er is meer bewustwording. Milieu wordt steeds belangrijker én telers beginnen de hete adem van grote retailers te voelen. Vanaf 2024 schroeven die, mede door Europese regelgeving, hun eisen aan duurzame productie op en dat treft ook hun toeleveranciers."

Sandra Uitenbroek-van Schie is commercieel manager bij Greenhouse Sustainability, dat behalve tuinbouwbedrijven onder andere ook transportbedrijven, houthandelaren en ICT-bedrijven begeleidt bij het berekenen, reduceren en compenseren van de footprint. "De weerstand neemt merkbaar af. In het verleden werd er geklaagd over de bureaucratie – 'we moeten al zoveel bijhouden' – en werd er nog wat onverschilliger gereageerd – 'het zal toch wel loslopen met dat klimaat?'. Maar nu we steeds meer gevolgen zien van klimaatverandering is dat wel anders."

Europese regels

En zelfs als je je totaal niet om het klimaat zou bekommeren, dan nog is er een goede aanleiding om je te verdiepen in een footprint berekening. Om de doodeenvoudige reden dat jouw klanten straks de milieu-impact van jouw producten en jouw activiteiten niet alleen willen weten, maar op basis van Europese regels ook moeten weten. En produceer je niet duurzaam genoeg, dan is het voor jou al snel 'einde oefening' en kun je via dat kanaal niet meer leveren. Nog een argument om serieus werk te maken van je footprintberekening is omdat banken en investeringsmaatschappijen erom vragen. "Die willen duurzaam investeren. Als je dus bij hen aanklopt voor geld, dan moet je niet alleen de terugverdientijd aan kunnen geven, maar ook wat die investering betekent voor de verduurzaming. Om dat aantoonbaar te maken heb je dus ook weer die berekening nodig", aldus Uitenbroek-van Schie.

Allerlei scenario's

In een adem voegt ze daaraan toe dat bijvoorbeeld met de Flori Footprint Tool het maken van die sommen steeds makkelijker wordt. In dat programma kun je een heleboel parameters invullen en daarmee kun je ook berekenen welke milieueffecten je investeringen hebben. Daarbij gaat het niet alleen om de uitstoot van CO₂, maar bijvoorbeeld ook om verlaging van het waterverbruik of reductie van pesticiden. "Overschakelen op aardwarmte, andere schermen in de kas; je kunt eindeloos veel scenario's doorrekenen. Wat daarbij opvalt is dat met name de jongere generatie telers er actief mee aan de slag gaat."

Niet afwachten

De verklaring daarvoor is tweërlei volgens Uitenbroek-van Schie. Zo is er het gegeven dat milieu bij deze generatie nu eenmaal hoger op de agenda staat. Een oudere teler gaf dat ook ronduit toe aan haar, toen hij opmerkte: 'duurzaamheid is iets voor de volgende generatie'. Een tweede reden is dat de nieuwe generatie misschien wat minder geduldig is. "Die gaan niet zitten wachten tot straks hun afnemers aankloppen en om een footprint komen vragen. Zij nemen liever het heft in eigen handen. Die gaan nu al meedoen en berekeningen uitvoeren. Aan de hand daarvan kunnen ze vooruitblikken op welke investeringen ze moeten gaan doen en hebben ze de antwoorden klaar als straks de vragen komen."

29

VIJF KEIHARDE REDENEN OM NU JE FOOTPRINT TE BEREKENEN

- Om je klanten te behouden. Vanaf 2024 zijn grote retailers gehouden aan de Europese CSRD-richtlijn (Corporate Sustainability Reporting Directive) en verplicht te rapporteren over de impact van hun activiteiten, inclusief jouw producten en diensten, op mens en milieu
- Om investeerders over de streep te trekken; banken en investeringsmaatschappijen kijken bij hun investeringen voor de lange termijn steeds kritischer naar milieu-impact
- Om je bedrijf voor te bereiden op de toekomst. De milieu-impact van bedrijfsactiviteiten gaat steeds zwaarder wegen dus zorg dat je tijdig weet waar je staat
- Om je product duurzaam in de markt te zetten zonder 'greenwashing'. Dus geen gebakken lucht maar een nuchtere onderbouwing van de feiten
- Om te weten waar je nou moet beginnen. Verduurzamingsoplossingen vliegen je om de oren. Een footprint berekening biedt duidelijkheid waar de eerste aandacht naar uit moet gaan

TRIAL CENTER HIGH TECH DRAAIT OP VOLLE TOEREN

Sinds het Trial Center High Tech van Rijk Zwaan in De Lier vorige zomer is geopend, lopen telers en retailers er de deur plat. Uniek aan het TCHT is dat er drie gewassen uit de hightech tuinbouw te zien zijn: komkommer, paprika en tomaat. “Wat wij hier laten zien is een ‘live’ versie van onze catalogus, compleet met de laatste gewas- en teeltdata, in een state-of-the-art kas. Telers herkennen zich daarin en komen graag nog een keer langs voor een rassenkeusbeslismoment om zo de ervaring van onze demo mee te laten wegen in hun uiteindelijke keuze. Dat is waar wij ons voor hebben ingezet.”

Tekst: Mario Bentvelsen

Fotografie: Rijk Zwaan

30 Opvallend aan de entree van het modern vormgegeven democenter aan de Burgemeester Crezeelaan, op een steenworp afstand van het hoofdkantoor van Rijk Zwaan, is de ‘wasstraat’. Voor binnenkomst moeten bezoekers er verschillende keren hun handen wassen, krijgen ze een overjas, een haarnetje, bedrijfsschoenen en plastic handschoenen. Telefoons, laptops, sleutelbossen en pennen worden in een locker netjes opgeborgen. “De regels voor bezoekers zijn erg strikt, dat klopt”, zegt Erwin Weerheim, crop coördinator voor paprika. De hygiënemaatregelen die wij nemen zijn volgens de laatste richtlijnen, daar krijgen wij ook veel complimenten over. Maar ook over de stuurbaarheid en uitvoering per afdeling, ‘Ferrari’s onder de kassen’, die zijn gebouwd volgens de laatste standaarden. In zeven afdelingen tonen we alle commerciële rassen uit onze catalogus die wereldwijd beschikbaar zijn, inclusief de veelbelovende proeven. Daarin zijn wij uniek.”

Virusproblematiek

Het TCHT is sinds oktober 2022 in gebruik, maar is pas dit voorjaar, informeel geopend vanwege de ToBRFV-problematiek. “Het staat op de plek van een paprikabedrijf dat wij over konden nemen. Hij teelde er oranje blokpaprika’s, een hele goede teler hoor, maar hij wilde stoppen. Als je 5 tot 10 ha paprika’s hebt gaat het nog wel, maar onder de 5 ha doe je niet meer mee.” Het huidige Trial Center High

Tech meet ruim 15.000 m² beteelbare oppervlakte, waaronder drie kassen van elk 1.100 m² met komkommers, twee kassen van 4.000 m² en 3.000 m² met tomaten, en een kas met 4.000 m² paprika’s. Weerheim vervolgt: “We hebben ook nog een flexruimte, daar staan nu tomaten in. Wij kunnen daar eens in de zoveel jaar proeven doen met aubergine, daarin hebben wij ook een vrij groot marktaandeel. Of een komkommerproef met een bepaalde stengeldichtheid. Je kan ook denken aan een combinatie met een oogstrobot, al is dat voorlopig nog toekomstmuziek. Wij willen met elk gewas zo nauw mogelijk aansluiten bij de huidige praktijk.” “In komkommer zijn we gestart met SON-T, maar komende winter zullen we ook een afdeling met LED erbij krijgen. In tomaat is het hybride, en een onbelichte afdeling. Wij volgen de praktijk op de voet,” aldus crop coördinator Marcel van Koppen

Gesprekspartner blijven

Het TCHT is geen veredelingslocatie, maar puur een testcentrum. Op de hoofdlocatie en veredelingslocaties wereldwijd doet Rijk Zwaan veredelingsproeven, ofwel het maken en selecteren van kruisingen. De beste rassen die daaruit voortkomen worden getest in de praktijk, maar komen ook in het TCHT te staan. Verzamelen en beschikbaar stellen van teelt- en gewasdata staat voorop, zodat er meer kennis kan worden vergaard en verspreid over de



Blocky Orange
Jack Miller RZ
Sympathy RZ

Blocky Yellow
Morbidelli RZ
35-BY1592 RZ

Blocky Yellow
Agostini RZ
Camier RZ

Blocky Yellow
Rookle RZ
Jeremy RZ

Blocky Yellow
Allrounder RZ
Baselga RZ

Blocky Yellow
Hastick RZ
Soren RZ

Blocky Yellow
Dennis RZ
Haskins RZ

Blocky Yellow
73-861589 RZ
73-861589 RZ

Blocky Yellow
Capri RZ
71-861589 RZ

Blocky Yellow
Pavetta RZ
71-861589 RZ

Blocky Yellow
71-861589 RZ
71-861589 RZ

Blocky Yellow
71-861589 RZ
71-861589 RZ

Blocky Yellow
71-861589 RZ
71-861589 RZ

Blocky Yellow
71-861589 RZ
71-861589 RZ

Blocky Yellow
71-861589 RZ
71-861589 RZ

Blocky Yellow
71-861589 RZ
71-861589 RZ

Blocky Yellow
71-861589 RZ
71-861589 RZ

eigenschappen en prestaties van Rijk Zwaan-rassen. De crop coördinatoren fungeren daarbij als spin in het web. Weerheim: "Wij zijn als crop coördinatoren internationaal verantwoordelijk voor een gewas en daarnaast zijn wij accountmanager voor Nederland, wat een hele mooie combinatie is. Als je internationaal gesprekspartner wil zijn helpt het ook enorm als je weet wat er in Nederland speelt en dat meekrijgt van je eigen klanten. Ik ben ook nauw verbonden met Breeding, dat doorlopend nieuwe rassen ontwikkelt. Omdat wij ook de internationale scope hebben, ben je ook voor deze collega's gesprekspartner. Wij zijn de spin in het web tussen markten wereldwijd, waaronder de Nederlandse markt, en de collega's van veredeling. Wij zorgen voor het juiste productprofiel, wat zoekt de klant, zodat de veredelaars de juiste prioriteiten in hun programma's kunnen stellen en de eigenschappen aanpakken die het meest relevant zijn."

Het vinden van het juiste team voor het TCTH was de grootste uitdaging voor Rijk Zwaan, dat bestaat uit een vaste kern van tien medewerkers met een flexibele schil van nog eens tien. "Vanwege de hygiënemaatregelen hebben zij niet veel contact met andere collega's, maar dat is ook wel weer leuk. Het is een klein team, dat goed op elkaar is ingespeeld. We proberen de collega's met zorg te selecteren zodat ze passen bij de normen en waarden van Rijk Zwaan, zodat het er professioneel en prettig aan toe gaat. Uiteindelijk zijn we daar goed in geslaagd, denk ik. Van teeltmensen met specifieke gewaservaring, tot technische mensen, die verstand hebben van alle installaties en regeltechniek, tot aan het management. Dat was best wel een uitdaging", aldus Weerheim.

Niet alleen telers maar ook retailers bezoeken het TCTH frequent. Daarvoor is een aparte ruimte ingericht waar de producten zijn uitgesteld. Maar de belangrijkste doelgroep is toch wel de professionele tuinder, wereldwijd. Wat zijn hun reacties tot nu toe?

Ben Zwinkels, al 35 jaar werkzaam bij Rijk Zwaan, nu crop specialist voor tomaat en crop coördinator voor onderstammen: "Eigenlijk heel positief. Tomatentuinders die hier komen vinden het interessant dat hier ook paprika's en komkommers staan. Dat vinden ze een mooie ontwikkeling. Ook retailers willen zich hier graag laten informeren, wat er de laatste jaren allemaal in het assortiment gebeurt en wat zij kunnen verwachten in het schap. We telen hier veertig verschillende tomatenrassen, belicht en onbelicht. Dat zijn allemaal hoog resistente rassen, want daar vraagt de praktijk nu om. De klant wil goed presterende rassen met een hoge productie, kwaliteit en smaak, die minder energie vragen en ook goed onder LED-belichting te telen zijn. Een mooie uitdaging voor ons als veredelingsbedrijf."

Ook bij komkommer zijn resistenties momenteel topprioriteit. Marcel van Koppen: "Bijna alle rassen hebben nu resistentie tegen meeldauw en komkommerbontvirus. Het verschil met vatbare, meer productievare rassen wordt steeds kleiner. Telers hebben te maken met een nieuwe energiewerkelijkheid. Dus gaan ze energie besparen, met zaken als LED-belichting, ontvochtiging en 'Het Nieuwe Telen'. Wij moeten daarop inspelen. Denk aan rassen die sneller bloeien of een natuurlijke resistentie hebben tegen Mycosphaerella. Je bent dus nooit klaar."





NIET ALLEEN TELERS MAAR OOK
**RETAILERS BEZOEKEN HET TRIAL
CENTER HIGH TECH FREQUENT**

VAN AFVAL NAAR GRONDSTOF

Plaatmateriaal van paprikastengels, diervoeding op basis van eiwitten uit prei en tomatenloof, nieuwe producten van gebruikt afdekfolie voor asperges. Platform Tuinbouwreststromen wil, met uitvalsbasis Brightlands in Venlo, nieuwe ketens smeden die met reststromen uit de tuinbouw hoogwaardige grondstoffen en producten maken.

Tekst: Lise Schregardus

Fotografie: Brightlands Campus



Telersverenigingen Fossa Eugenia, Koninklijke Co-operatieve Telersvereniging Zuidoost-Nederland, SunFresh, LLTB en SIGN hebben zo'n vijf jaar geleden het Platform Tuinbouwreststromen opgericht. De telers willen via dit platform kennis en expertise bij elkaar te brengen om tot een (hogere) verwaardiging van tuinbouwreststromen te komen en zo bij te dragen aan een circulair verdienmodel voor de telers. Aardbeienteler Marcel Dings is voorzitter van het platform. "Plantenresten en andere reststromen uit de tuinbouw zoals touw en folie worden gezien als afval, waar je voor moet betalen om het af te voeren. Het is tijd voor een andere benadering: wat kunnen we zelf met deze reststromen? We nemen hiermee als telers onze verantwoordelijkheid, drukken onze kosten én verhogen het rendement."

Ketens opzetten

Het platform wil nieuwe, betere en snellere verwaardingsketens voor telers creëren waarbij economische haalbaarheid en waardecreatie belangrijke drijfveren zijn. "Ons doel is om partijen bij elkaar te brengen die met reststromen uit onze sector nieuwe en hoogwaardige producten kunnen maken, waarmee we als telers ook zelf aan deze reststromen kunnen verdienen."

Via het platform zijn er vijf potentiële ketens opgezet waarbij partijen van binnen en buiten de sector met elkaar samenwerken om tuinbouwreststromen om te zetten in nieuwe producten. Bij een van die ketens draait het om paprikastengels: die verdwijnen normaal gesproken op de composthoop of in de verbrandingsoven, maar worden nu omgezet tot duurzaam plaatmateriaal voor meubels, muren, plafonds en deuren.

Plaatmateriaal van paprika

Een van de drijvende krachten achter deze nieuwe keten is Allard van der Slikke van ECOR. Dit bedrijf maakt circulaire panelen zonder verdere toevoegingen en schadelijke stoffen door gebruik te maken van water, druk, warmte en cellulose. "Die cellulose halen we nu uit reststromen zoals papier en (berm) gras. Maar deze vezels zitten ook in andere agristromen zoals paprikastengels", vertelt Van der Slikke. Hij is samen met Robbert van Kaathoven en John van Meel van Drupl en paprikateler Ad Gubbels van Fresh Peppers BV gaan onderzoeken of ze ook paprikastengels kunnen gebruiken in het plaatmateriaal. Met succes: er zijn nu platen die bestaan uit 40 procent paprikaloof en 60 procent gerecycled oud papier. Dit duurzame plaatmateriaal kan gebruikt worden voor

onder andere plafonds en wanden. Na gebruik kan het materiaal volledig hergebruikt worden en weer opnieuw als grondstof dienen voor nieuw plaatmateriaal en producten. Het is daarbij wel een voorwaarde dat eventueel gebruikte verf of top laag verwijderd kunnen worden, maar hier zijn al verschillende oplossingen voor bedacht. "De 'paprikaplaat' is er en heeft zich bewezen. We zitten nu in de fase waarin we het productieproces efficiënter willen maken zodat de prijs van de panelen naar beneden kan. Ook de schaalgrootte moet omhoog. Er is eigenlijk maar één nadeel: je kunt ze alleen binnenshuis gebruiken. De platen zijn 100 procent duurzaam en afbreekbaar: dat betekent dat ze zonder extra coating niet tegen water kunnen."

Nek uitsteken

Het succes van deze nieuwe keten zit 'm volgens Van der Slikke vooral in de samenwerking. "Dit kun je niet als teler, droger of fabrikant alleen: je hebt elkaar echt nodig om iets nieuws te creëren. We hebben alle drie onze nek uitgestoken omdat we geloven dat we van een reststroom een hoogwaardig én verkoopbaar product kunnen maken. Het resultaat mag er zijn: ik ga ervan uit dat deze platen binnen een jaar of twee bij de bouwmarkt liggen. En we zijn nog lang niet klaar met de reststromen van de tuinbouw. Cellulose zit in bijna alles wat groeit, niet alleen in paprikastengels. We kunnen dus nog even vooruit!"

Afdekfolie

Het platform heeft nog vier andere ketens ontwikkeld. Zo wordt er gekeken of het afdekfolie voor aspergeteelt en de loopfolie in kassen omgezet kan worden in nieuwe producten. "Het is technisch mogelijk om dit vaak vervuilde landbouwplastic om te zetten in nieuwe producten. We zijn nu aan het kijken wat voor producten dit kunnen zijn en of hier vraag naar is, denk bijvoorbeeld aan plastic klinkers", vertelt Marcel Dings. Bij de tweede keten wordt gekeken of er eiwitten gewonnen kunnen worden uit gewassen zoals gras, prei en tomatenloof. Deze duurzaam geproduceerde eiwitten kunnen ingezet worden voor de feed (diervoeder) en food (humane consumptie) industrie. De derde keten gaat over het kokossubstraat waarop aardbeien geteeld worden. Dings: "Normaal gesproken gaat het oude substraat door de shredder, vervolgens naar de composteerder om daarna te worden ingezet als bodemverbeteraar. Nu wordt het steeds meer bewerkt en hergebruikt als substraat voor de

professionele tuinbouw en de consumentenmarkt." De laatste keten gaat over klasse 2 en 3 producten in het zachtfruit zoals frambozen, aardbeien en bramen. "Deze producten zijn niet meer geschikt voor de verkoop omdat ze bijvoorbeeld overrijp zijn. Maar als ze snel worden opgehaald en de vriezer ingaan, kan de voedselverwerkende industrie deze producten nog prima verwerken tot puree en concentraat."

Kansen zien

Het is volgens Dings belangrijk dat telers hun afval gaan zien als reststromen, die je kunt verwaarden. "We zien dat met name de vollegrondtelers hier minder mee bezig zijn omdat ze hun reststromen bijna altijd op het land kunnen gebruiken als bodemverbeteraar. Maar hoe mooi

is het als je er een hoogwaardig product van kan maken, waarmee je ook nog een leuke boterham kunt verdienen? Het is een hele uitdaging om de telers de kansen te laten zien. Maar als de nieuwe ketens zich bewijzen, verwacht ik veel volgers."

Ook de druk vanuit de consument, de politiek en de retail op de sector om meer circulair te werken, neemt toe. "Het wordt niet meer geaccepteerd dat er goed en waardevol voedsel wordt weggegooid. Dat kunnen we ons ook niet meer veroorloven op deze wereldbol: de grondstoffen zijn beperkt en alles wat we gebruiken, moeten we goed benutten. We hebben als sector ons afval lang weggegooid en daar moet nu een einde aan komen. Vanuit het platform proberen we telers hierbij te helpen."



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.



Jan van den Berg, paprikateler in Zevenhuizen

“Een sprong vooruit”

Tas Paprika B.V. heeft een passie voor blokpaprika's, die het bedrijf op 40 hectare in Zevenhuizen en Luttelgeest teelt. Jan van den Berg, teeltmanager in Zevenhuizen, gaat voor het beste ras. 'Voor rode paprika's is dat Alzamora RZ. Bij een prima kwaliteit was de productie zo'n 5% hoger en waren de stookkosten 15% lager. Dat is een sprong vooruit.'

#sharingahealthyfuture

De beste paprika's, dat is wat Jan van den Berg van Tas Paprika B.V. zijn klanten biedt. Rijk Zwaan, wereldwijde speler in groenteveredeling, deelt het streven van Jan. Samen werken we aan een gezonde toekomst.

Lees meer op rijkzwaan.nl

Sharing
a healthy
future





'SNEL ACTEREN IN CRISISTIJD KAN ALLEEN MET STERK NETWERK'

Op 1 september jl. ging Jolanda Heistek aan de slag als Manager Coöperatieve Diensten bij Royal FloraHolland. Daarmee sloot voor haar het boek 'Greenport West-Holland' na negen jaar. In gesprek met KAS blikt zij terug op de successen en teleurstellingen tijdens haar periode als directeur. "Om verandering te realiseren heb je zowel een smal als een diep draagvlak nodig."

Tekst: Jacco Strating

Fotografie: Simon Metselaar

1 november 2014, op die datum startte Jolanda Heistek toen nog bij Greenport Westland-Oostland. Ze was benaderd om mee te bouwen en inhoudelijke invulling te geven aan een netwerkorganisatie voor bedrijven, overheden en kennisinstellingen in de westelijke Greenport. Want het tuinbouwbedrijfsleven had weliswaar een toekomstvisie, maar hoe moest die worden uitgevoerd? Heistek had op dat moment ervaring als Innovatiemanager in het noorden van het land bij Innovatieplatform Biobased & Agribusiness. Daar werkte zij eveneens vanuit de Triple Helix: Ondernemers, Onderwijs/Onderzoek en Overheid. "Ik heb altijd in die vorm van samenwerking geloofd, maar ik kende de Greenport op dat moment alleen als overlegvorm. Op gebied van ondernemerschap en innovatie had ik daar nog niet veel van teruggezien. Terwijl ik zelf wel altijd vanuit kennisinstellingen en samen met ondernemers rond het tuinbouwcluster had gewerkt. Daarom heb ik mij serieus afgevraagd of ik wel de juiste persoon voor deze opdracht was."

Niet alles overhoop

Toch besloot Heistek in te stappen. "Want als je dit cluster, net als de haven van Rotterdam, écht op de kaart wilt zetten, dat móet je met elkaar samenwerken. Dan heb je

de overheid nodig om ruimte te geven, heb je de ondernemers nodig voor de uitvoering en heb je onderwijs en onderzoek nodig voor de kennis. Toen ik hoorde dat ik daartoe echt de kans kreeg, heb ik volmondig 'ja' gezegd en zijn we aan de slag gegaan." Samen met het bestuur en 17 partners van het eerste uur zette Heistek een netwerkstructuur en een inhoudelijk programma op voor de uitvoering van de BedrijfslevenVisie 2030 Greenport Westland-Oostland. "De visie was er al en iedereen stond daar ook achter. En tot de dag van vandaag is die ook relevant. Maar die visie was ook heel algemeen. De vraag was dus: wat gaan we concreet doen en hoe gaan we dat doen? Toen ik begon was er al een team met mensen vanuit onder andere Royal FloraHolland, de gemeente Westland, Inholland en de provincie Zuid-Holland. Ik wilde niet direct alles overhoop gooien en ben met dat team om de tafel gegaan om de oorspronkelijke ideeën verder uit te werken. Dat werd de start van het huidige projectteam."

Een paar maanden na haar aantreden kwamen de eerste inhoudelijk resultaten op tafel. Daarin bracht Heistek zelf ook nieuwe elementen in. "Zoals het thema biobased, waarmee ik ervaring had opgedaan en wat in het pro-

gramma van de Greenport nog ontbrak. Als je dan het verschil wilt maken als programmamanager, moet je ook met nieuwe innovatieve verdienmodellen komen. Dit was er één, die ook nu nog steeds een groot succes is." Een andere stap was het aanwijzen van thema coördinatoren. "Ik wilde iedereen graag bij het programma betrokken houden en dus zijn we mensen gaan koppelen aan de inhoud. Vanuit de partners werd iemand naar voren geschoven als trekker van een specifieke ambitie. Op elke ambitie maakten we een inhoudelijk programma, waarvoor we programmaregisseurs van buitenaf inhuurden. Daarmee zorgden we ervoor dat het netwerk werd versterkt."

Meekrijgen in het verhaal

Dat gebeurde ook door steeds meer partijen aan te laten haken naast de 17 oorspronkelijke partners. "Vanuit het onderwijs hebben we bijvoorbeeld ook Lentiz en Haagse Hogeschool erbij gehaald en op een thema als energie AgroEnergy en Westland Infra. En de stad Den Haag als sterke regiopartner. Daarmee is het netwerk van partners binnen de Greenport de afgelopen jaren gegroeid naar 50. Allemaal op basis van kopjes koffie drinken, praten, uitleggen wat de meerwaarde van het netwerk is en hoe je daar ook zelf beter van kunt worden. Mensen enthousiasmeren en meekrijgen in het Greenport-verhaal, daar heb ik heel veel tijd ingestoken en met succes."

In de eerste jaren trad Heistek vooral op als programmamanager, de laatste jaren steeds meer als directeur. "Zonder inhoud komt zo'n samenwerking niet van de grond, dus was die rol van programmamanager op dat moment nodig. Ik vond het bovendien heerlijk om de diepte in te gaan, samen met ondernemers en andere stakeholders. Maar hoe groter het programma, het netwerk en het Greenportteam werden, hoe belangrijker het ook werd om dat geheel goed te managen. Ik denk dat die verschuiving vrij natuurlijk is verlopen, al heb ik de inhoud nooit helemaal losgelaten en ben ik dat contact met ondernemers blijven behouden."

Als leeuw gevechten

In 2017 werd 'Greenport West-Holland' de officiële naam van de netwerkorganisatie, nadat het gebied en werkveld van de Greenport zich inmiddels flink had uitgebreid. Die groei én de wijze waarop de vele thema's, projecten, pacts, ambities en akkoorden door de jaren heen tot stand zijn gekomen en ingevuld, maken Heistek trots. "We hebben een geweldige netwerk-organisatie-

structuur gebouwd op verschillende thema's, waaruit onder andere het Innovatiepact, het Energieakkoord, het Biobased programma en het Cyberweerbaarheidscentrum Greenport zijn voortgekomen. En ik ben ongelooflijk trots dat de Katapult-aanvraag is goedgekeurd voor het versterken van de samenwerking tussen ondernemers en het onderwijs. Dat is iets waarvoor ik persoonlijk als een leeuw heb gevochten. Bovendien zitten er nu 200 tot 250 unieke partijen in de samenwerkingsboom van Greenport West-Holland. Allemaal partijen die met elkaar netwerken om te kunnen groeien. Want netwerken is niet samen vier kopjes koffie per jaar drinken, maar elkaar écht verder willen helpen. De Greenport als Triple Helix-organisatie is wat dat betreft dus heel goed gelukt!"

Daarvan konden ook in slechte tijden de vruchten worden geplukt, geeft Heistek aan. "Toen de veilingen in coronatijd massaal product moesten storten, konden wij razendsnel reageren vanuit het biobased programma. Externe partners zijn de sierteeltproducten gaan doormeten om te bepalen welke bestandsdelen in andere producten gebruikt konden worden en vervolgens zijn er ook desinfectiegel, thee en andere producten van gemaakt. Met die snelheid acteren in tijd van crisis kan alleen als je al een sterk netwerk om je heen hebt gevormd, zoals wij in de jaren ervoor hadden gedaan."

Dag en nacht bouwen

Toch zijn er ook zaken waar Heistek minder positief over is. "Ik geloof in werken in netwerken zonder hiërarchie. Maar het kostte soms veel tijd om anderen daarvan te overtuigen, waardoor veel tijd verloren ging. Ik heb negen jaar met bloed, zweet en tranen en vol liefde aan deze organisatie gewerkt en ga met een goed gevoel weg, maar ik denk dat we dit ook in twee tot vier jaar hadden kunnen realiseren. Dat heeft alles te maken met vertrouwen. Mensen moeten wennen aan elkaar en aan nieuwe ideeën. Dat kost tijd, maar het had sneller gekund." Het brengt haar direct ook op een zorg die zij bij haar opvolger neerlegt. "De basis is goed, er staat een Greenport-huis met goede mensen en een breed netwerk. Maar vertrouwen, persoonlijk contact en een stukje lef en durf maken het verschil. Je moet dus blijven investeren in die relatiemanagement, dag en nacht blijven bouwen aan dat netwerk en jezelf niet verliezen in de hectiek van de organisatie. Tijd om achterover te leunen is er niet. De zaadjes moeten nu al worden geplant, anders ben je te laat voor de oogst van de dag van morgen."

'NETWERKEN IS MEER
DAN SAMEN **VIER KOPJES**
KOFFIE PER JAAR DRINKEN'



KWALITEIT IN DE GENEN



42

In 1995 startte een groep vooruitstrevende telers een eigen kwaliteitsmerk. Nu, 28 jaar later, geldt Decorum nog altijd als een uniek merk voor alleen de allerbeste bloemen en planten die met zorg en passie zijn geteeld. Om die kwaliteitsbelofte jaarrond waar te maken, zijn niet alleen strikte onderlinge afspraken, maar ook grondige productcontroles een vereiste. Zowel op het bedrijf als op de veiling. Peter ten Have, lid van het eerste uur, vertelt hier meer over.

Tekst: Jacco Strating

Fotografie: Astrid Grootcholten/Decorum

Wie Decorum zegt, zegt kwaliteit. En kwaliteit betekent niet alleen het beste product uit de kas. Het betekent ook dat producten met zorg en passie zijn geteeld. Peter ten Have, potplantenteler en Decorum-lid van het eerste uur, kan dat beamen. Zijn bedrijf J&P ten Have focust al 65 jaar op de teelt van kamerplanten van topkwaliteit. Begonia, Gloxinia, Poinsettia en tegenwoordig ook compacte groene planten. "Wij hebben altijd de bovenkant van de markt beleverd", zegt Ten Have. "Doordat wij verschillende hoofdteelten hebben, kunnen we vraag en aanbod goed op elkaar af te stemmen. We willen niet over de gevraagde volumes heengaan, omdat dat invloed heeft op de verkoopprijs. Wij zijn dus niet van steeds meer, maar steeds beter."

Koplopers

Ten Have is een van de oprichters van Decorum. "Iedereen praat altijd over kwaliteit, maar ik zeg altijd dat kwaliteit in je genen moet zitten. Als kwaliteit niet echt je uitgangspunt is, gaat het ook nooit gebeuren. Vóór Decorum selecteerden wij altijd al de zwaarste kwaliteit en verkochten die in een aparte hoes aan specifieke klanten. Dat ging om 20 tot 30 procent van onze productie. In feite doen we dat nu nog steeds, maar dan samen met de beste siertelers van Nederland. In Decorum zitten alleen de koplopers van hun productgroep. Telers die net als wij kwaliteit in de genen hebben."

Maar hoe bepaal je dan wat kwaliteit is? "Het gaat om de perceptie dat het altijd nóg beter kan", geeft Ten Have aan. "Ook al heb je 90 procent topkwaliteit staan, dan is er altijd nog 10 procent die nóg beter is. Als je dat wilt onderscheiden en daar meerwaarde uit wilt creëren, dan is het Decorum-merk perfect geschikt." Bij J&P ten Have wordt met camera's gesorteerd. Die camera's zijn voor Decorum ingesteld op sorteringgrootte 3/4. "Het gevaar is dat je in tijd van grote vraag een beetje met die sortering gaat spelen", zegt Ten Have. "Maar het gaat om de discipline om daar nooit voor te zwichten. Nooit. Elke teler binnen Decorum heeft zelf de plicht om die grenzen te bewaken."

Productkeuringen

Toch worden de aangeleverde producten vanuit Decorum nogmaals gekeurd om de hoge standaard van het merk te ga-



Wil je meer weten over Decorum?
Kijk dan op decorumplantsflowers.com

randeren. "Dit gebeurt zowel tijdens het verpakken als op de veiling en dat gebeurt heel streng. Dag in dag uit wordt daar aandacht aan besteed. Zo worden er ook houdbaarheidsproeven gedaan om het vaasleven te controleren. En voldoet een product niet aan de kwaliteitseisen van Decorum, dan krijg je als teler een gele kaart. Die informatie wordt ook binnen de groep gedeeld. Dus we zien en lezen het van elkaar, wat weer een extra stimulans geeft om altijd te presteren. Want met één verkeerd plantje benadeel je zeventig collega's. Die verantwoordelijkheid draag je dus met elkaar." Natuurlijk kan er altijd iets misgaan, geeft Ten Have aan. "We werken met levende producten. Dat geeft niets, maar dan moet dat product niet onder Decorum-merk de markt op. Daarom zijn die strenge productkeuringen, maar ook de sociale controle zo belangrijk."

De aandacht voor kwaliteit begon al bij zijn vader, geeft Ten Have aan. "Ruim telen, wijd uitzetten. Als ik op zaterdag door de tuin loop en ik zie de planten te dicht op elkaar staan, dan doe ik daar gelijk iets aan en wacht ik niet tot maandag. Je moet dat soort dingen zien en aanvoelen. Daarnaast telen wij onze Gloxinia uit weefselkweek in plaats van zaad. Dat is weliswaar duurder, maar we krijgen er ook betere producten van." J&P ten Have heeft verder een eigen stekprogramma, eigen veredeling en eigen vermeerdering. "Allemaal keuzes die wij zelf hebben gemaakt om de hoogste kwaliteit na te streven. En ons nieuwe camerasysteem is alweer revolutionair beter dan een paar jaar geleden. Het mooie van camera's is dat zij altijd hetzelfde sorteren, of het nu winter of zomer is. Camera's liegen nooit. Terwijl een mens op maandag anders sorteert dan op woensdag. Dus die hulp van de techniek draagt absoluut bij aan de kwaliteit. We blijven dat verbeteren waar mogelijk."

Perfekte tool

Ten Have is blij dat Decorum zich nadrukkelijk op gebied van kwaliteit blijft onderscheiden in de markt. Hij hoopt dat er de komende jaren meer toptelers bijkomen om het merk verder te versterken. "Als je bij de koplopers van jouw productgroep zit, bereid bent om 30 tot 50 procent van je allerbeste kwaliteit uit te sorteren, je daarmee wilt onderscheiden in de markt én open staat voor kritiek van collega's, dan biedt Decorum jou de perfecte tool."

NIEUWE FOCUS KASGROEIT: 'LEREN EN ONTWIKKELEN'

“De toekomstbestendigheid van je bedrijf valt of staat met het leren en ontwikkelen van je medewerkers. Als je op dat vlak niet investeert in je mensen, dan mis je de boot. De goede mensen vertrekken naar je buurman en over vijf of tien jaar besta je niet meer.”

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Sharon van den Berg

Edwin Zuidgeest is een optimistisch ingesteld iemand, maar op dit punt heeft hij geen enkele twijfel. En hij wordt daarin gesteund door Jacqueline Kroon: “Om je bedrijf verder te helpen moet je innoveren. En dan heb je mensen nodig die in dat verhaal mee kunnen gaan. Die zich doorlopend verder ontwikkelen. Dat vereist van de ondernemer een andere ‘mindset’. Arbeid niet zien als een kostenpost, maar als investeren in menselijk kapitaal. En wees je ervan bewust dat goede medewerkers niet voor het oprapen liggen. Elke vorm van verloop is kapitaalvernietiging.”

Kroon en Zuidgeest hebben KAS Magazine uitgenodigd om wat meer te vertellen over de koerswijziging die Kasgroeit in 2024 inzet. Het platform voor werken, leren en ontwikkelen in de tuinbouw stopt met haar wervingsactiviteiten en zal ook geen vacatures meer op de website publiceren. De komende drie jaar ligt de focus geheel op leren en ontwikkelen. Zuidgeest is sinds twee jaar programmamanager bij Kasgroeit. Kroon is beleidsspecialist Arbeid bij Glastuinbouw Nederland en voorzitter van de begeleidingscommissie die Kasgroeit helpt de koers uit te zetten.

Niet hoog op de agenda

Met alle ontwikkelingen die spelen binnen de tuinbouw – denk aan energietransitie, robotisering, waterverbruik, biologie – stijgt de vraag naar goedgeschoolde medewerkers. Maar het is nog geen vanzelfsprekendheid dat tuindersbedrijven veel aan leren en ontwikkelen doen. Zuidgeest: “Sommige ondernemers pakken het van na-

ture goed op, omdat het past bij hun ondernemerschap. Veel grotere bedrijven hebben HR-professionals rondlopen die zeggen ‘beste directie, dit is belangrijk dus hier moeten we mee aan de slag’. Maar bij veel bedrijven staat het onderwerp niet al te hoog op de agenda.” Aan Glastuinbouw Nederland en uitvoerder Kasgroeit de schone taak om de komende jaren daarin verandering te brengen. Er liepen al acties op dit gebied, en die worden geïntensiveerd. Zoals de bijeenkomsten van de HR-expertisegroepen. Groepjes van 8 tot 12 HR-professionals van uiteenlopende bedrijven die zich vastbijten in actuele thema’s – leren en ontwikkelen bijvoorbeeld, maar ook huisvesting of interpretatie van de CAO – en kennis en ervaring uitwisselen.

De juiste skills

Erg laagdrempelig zijn de workshops die Kasgroeit organiseert. Gewoon een of twee dagdelen met enkele leidinggevenden van één bedrijf om de tafel en dan kijken aan welke knoppen je kunt draaien om leren toegankelijker te maken. Zodat medewerkers sneller de ‘leer-vraag’ kunnen én durven stellen en zich zo verder kunnen ontwikkelen. Dat geldt overigens ook voor leidinggevenden zelf. Velen zijn in de loop der jaren in die rol gegroeid omdat ze expert zijn op gebied van teelt of productie, maar in hoeverre hebben ze ook de menselijke skills om goed leiding te kunnen geven?

Er valt op dat vlak nog een wereld te winnen. Het hoeft niet veel te kosten (de workshops zijn kosteloos voor bedrijven die aangesloten zijn bij Glastuinbouw Nederland)



Om iets te leren hoef je niet per se in de schoolbankjes plaats te nemen. Ook in de kas valt nog genoeg te ontdekken.

'PRACTICE WHAT YOU PREACH'

Overal waar Edwin Zuidgeest en Jacqueline Kroon verschijnen 'preken' ze hoe belangrijk leren en ontwikkelen zijn. Maar hoe zit dat voor henzelf? Zuidgeest leert op dit moment vooral 'on the job'. Bij Kasgroei zijn ze druk met 'marketing automation' en de bouw en positionering van een nieuwe website – einde januari moet die live – en dat is een continu leerproces. Verder is Zuidgeest recent de studie arbeids- en organisatiepsychologie gestart. Kroon volgt momenteel de serie masterclasses 'Future of work' aan de universiteit van Amsterdam. "We zijn druk bezig met de vraag hoe werk in de tuinbouw er in de toekomst uit gaat zien, en daar past deze serie dus prima bij."

en met simpele middelen kun je al flinke stappen zetten. Edwin Zuidgeest: "Mensen hebben soms het idee dat je om iets te leren in een leslokaal moet zitten. 'Daar heb ik helemaal geen zin in' hoor je dan. Maar leren kan ook prima in de kas. Laat ze eens op een andere tuin kijken. Laat ze een dagje meelopen op een andere afdeling. Een kijkje bij sales of marketing kan ook nuttig zijn. Als medewerkers meer snappen van de interne processen en het onderling begrip toeneemt, zullen ze zich ook meer met de onderneming verbonden voelen. Dat verhoogt het werkplezier en dat levert per saldo beter werk op."

Voorsorteren

Jacqueline Kroon: "Leren en ontwikkelen wordt ook nog te vaak als iets aparts gezien. 'Ik ben nu bezig met energie, en heb dus even geen tijd om mijn mensen iets nieuws te laten leren'. Maar die zaken zijn juist onlosmakelijk met elkaar verbonden. Als jij aan de slag gaat met een warmtepomp of met robots, zijn je medewerkers dan ook voorbereid om met die machines te werken? En wat voor gevolgen heeft dat op de langere termijn? Dat besef is er nog niet overal, en dus is het belangrijk dat Kasgroei leidinggevenden handvatten aanreikt om daarmee om te gaan." Medewerkers tijdig betrekken betekent ook dat je als bedrijf kunt voorsorteren op toekomstige ontwikkelingen. Dat bevordert niet alleen de motivatie, maar kan ook een positief effect op de bedrijfsresultaten hebben, zo betoogt Zuidgeest: "Neem bijvoorbeeld de CO₂-footprintberekeningen. Dat lijkt nog ver weg, maar zit er wel aan te komen. In de nabije toekomst verwacht de consument deze informatie. Vraag dus je medewerkers nu al om daar over mee te denken. En ga dan gezamenlijk zoeken naar waar winst te halen valt door de CO₂-uitstoot naar beneden te brengen. Dan ben je voorbereid als deze vraag concreter wordt."

Kantelpunt

Dat Kasgroei het juist nu over een andere boeg gooit is geen toeval. Zuidgeest: "Veel bedrijven staan op een kantelpunt; arbeid was lange tijd geen probleem, er waren mensen genoeg. Nu is arbeid schaars. Daar komt bij dat bedrijven steeds groter worden en de vragen steeds complexer. Je hebt dus goeie en goedgeschoolde mensen nodig. Alleen; die kunnen ook bij een heleboel andere bedrijven aan de slag. Binnen onze branche, maar ook daarbuiten. Je moet dus een goede werkgever zijn om je mensen te behouden. Bedrijven die nu investeren in leren en ontwikkelen plukken daar later de vruchten van."





GEZOCHT: ADVISEUR OPLEIDING EN ONTWIKKELING

Kasgroeit is een initiatief van de werkgevers- en werknemersorganisaties in de glastuinbouw. Het begon in 2009 als Mobiliteitscentrum Glastuinbouw toen, als gevolg van de bankencrisis, veel bedrijven in zwaar weer verkeerden. Kasgroeit heeft sindsdien bijna 8.000 mensen naar ander werk binnen de sector bemiddeld. De komende jaren richt de organisatie zich op het thema 'leren en ontwikkelen'. Ze zoeken nog een adviseur 'opleiding en ontwikkeling' die telers en medewerkers daarbij gaat helpen. Kijk op www.kasgroeit.nl.

KAS media

➤ CONTENT? DOEN WE!

Meer informatie?

Mail naar Info@kasmagazine.nl



TEKST / FOTO / VIDEO / MAGAZINE



BELLEN MET... NICO VAN HEMERT

KAS Magazine belt elke editie met een van de medewerkers van Greenport West-Holland, het regionale samenwerkingsverband van ondernemers, overheden, onderwijs- en kennisinstellingen. Dit keer: Nico van Hemert, programmaregisseur van de Greenport Horti Campus.

Nico, voor wie het niet kent: wat is de Greenport Horti Campus?

"Greenport Horti Campus zorgt ervoor dat kennis & innovatie sneller bij de ondernemers komen. Dat doet Greenport Horti Campus als een levend netwerk van bedrijven, overheden en kennis- en onderwijsinstellingen binnen Greenport West-Holland. Daarbij heeft Greenport Horti Campus drie fysieke locaties: Dutch Fresh Port Campus, Horti Science Park en Greenport Horti Campus Westland. Dit zijn de 'clubhuizen' waar ondernemers, onderwijsinstellingen, studenten en onderzoekers samenkomen om te werken aan de Greenport van de toekomst."

Op welke onderwerpen richt Greenport Horti Campus zich?

"De grote vraag is: hoe voeden en vergroenen we de wereldburger van morgen? Het antwoord op die vraag is de strategie 'Feeding & Greening the Mega-Cities' van Greenport West-Holland. Daarvoor is veel kennis nodig, onder meer op het gebied van digitalisering, teelt, logistiek en gezondheid. En dat zijn dus ook de onderwerpen waarop Greenport Horti Campus zich richt. We werken ook aan een meer internationale exposure. Dat doen we sinds enkele jaren, en we hebben samen al enorm veel bereikt. Kijk maar naar de campussen en de innovatieagenda."

Greenport Horti Campus krijgt een bijdrage uit het Groeifonds. Hoe zit dat?

"De partijen achter Greenport Horti Campus hebben als ecosysteem een gezamenlijke aanvraag gedaan bij Katapult. Dit is een landelijk netwerk dat 500 van 'ons' soort ecosystemen en publiek-private samenwerkingen monitort. Katapult analyseerde dat dit type samenwerking van toegevoegde waarde is maar ook verdere impulsen nodig heeft. Daartoe deden ze een gehonoreerde aanvraag bij het Nationaal Groeifonds van 210 miljoen euro. We hebben een aanvraag gedaan in kader van dit programma. Voor de zomer werd bekend dat onze aanvraag als één van de 15 is goedgekeurd. Dat betekent dat Greenport Horti Campus een financiële bijdrage ontvangt voor het verder versterken van de samenwerking tussen bedrijven, voortgezet onderwijs, mbo en hbo rondom leren en innoveren."

Wat gebeurt er met die bijdrage?

"We ontvangen de komende vier jaar 9 miljoen euro vanuit dit Katapult-Nationaal Groeifonds-programma. Opgeteld met investeringen en bijdragen in nature van partners gaat het in totaal om 22 miljoen euro. Dat gaan we inzetten om medewerkers sneller digitaal vaardiger te maken en om ze beter te leren omgaan met de vraagstukken rondom energieneutraal. Ook kijken we hoe we bedrijven kunnen ondersteunen bij hun innovatie-opgaven op deze onderwerpen. Door deze aanpak rondom innovatie en een Leven Lang Ontwikkelen blijven bedrijven in het tuinbouwcluster internationaal concurrerend en kunnen we blijven bijdragen aan die grote vraag: hoe voeden en vergroenen we de wereldburger van morgen?"

BALANS IN ZAKELIJK



Frank Buiks, Relatiemanager ABAB, team Tuinbouw

50

Tekst: Ton van der Vliet
Fotografie: Sharon van den Berg

De jongere generatie in een familiebedrijf die 't liefst 'vol gas' vooruit wil, terwijl vader met het oog op z'n pensioen liever de voet op de rem wil houden. Wél uitvoerige gesprekken aan de keukentafel over de actuele komkommerprijzen, maar géén woord over wat jong en oud over vijf of tien jaar van elkaar verwachten... Op het gebied van communiceren kunnen familiebedrijven nog het nodige verbeteren, zo is de ervaring van het team familieadviseurs van ABAB.

"Het opstellen van een familiestatuuut is een uitstekend middel om familiebelang én zakelijk belang helder in kaart te brengen. Werken aan zo'n statuut, en vooral de bijbehorende gesprekken, geven enorm veel rust en inzicht. Dat krijgen we telkens te horen van de families die wij adviseren." ABAB is een fullservice accountants- en adviesorganisatie met bijna 100 jaar ervaring, ruim 700 medewerkers en 15 vestigingen. Bij ABAB hebben ondernemers een persoonlijke sparringpartner op wie zij kunnen rekenen bij alle aspecten van hun bedrijfsvoering. Die kijkt met hen vooruit om tijdig te anticiperen op kansen en uitdagingen. Anno 2023 heeft de organisatie haar dienstenpakket aanzienlijk uitgebreid, en is ze nog steeds sterk vertegenwoordigd in de agrarische wereld. En daarmee kind aan huis bij veel familiebedrijven die nu eenmaal prominent aanwezig zijn in die sector.

Kennis en ervaring

Harald Teunissen en Marianne van Rooy zijn beide lid van het team familieadviseurs. Teunissen is fiscalist, Van Rooy jurist in

EN FAMILIEBELANG

ondernemingsrecht. Hij groeide op op een agrarisch bedrijf. Zij werkte in haar jeugd bij een tomatenkwekerij en deed vooral in haar adviespraktijk de nodige ervaring op. Beiden beschouwen affiniteit met agrarisch ondernemen als een pré als ze bij een familiebedrijf aanschuiven: Teunissen: "Het is goede bagage om met mensen in gesprek te zijn. Je moet doorzien hoe het bedrijfsproces loopt. Natuurlijk gaat niet alles op gevoel en ervaring. Je bereidt je goed voor. Je moet weten hoe de prijzen zijn en of er problemen zijn met de teelt. Maar ook ingewikkelde processen en cijfers bespreken we, liefst aan de keukentafel. Een persoonlijk gesprek op gelijkwaardig niveau is belangrijk."

Multidisciplinaire aanpak

Buitenstaanders associëren familiebedrijven vaak nog met kleinere bedrijven. Geheel ten onrechte. Zeker in de glastuinbouw gaat het om grote bedrijven met complexe vraagstukken. ABAB werkt met een multidisciplinair team Tuinbouw aan vraagstukken van ondernemers. Team tuinbouw bestaat uit specialisten en sparringpartners met sectorkennis, waaronder een specialistisch team familieadvies. Teunissen: "De familieadviseurs betrekken waar nodig andere specialisten uit onze organisatie: juristen, fiscalisten, bedrijfskundigen, HR-adviseurs. Die verschillende blikken heb je nodig om een goed totaalbeeld te krijgen."

Wil je een familie goed kunnen adviseren, dan heb je naast je vak-kennis ook bepaalde communicatie-skills nodig volgens Van Rooy: "Dat leer je niet op de hogeschool of universiteit, maar is wel belangrijk in dit werk. Je moet ook de non-verbale signalen herkennen. Als een ondernemer spreekt over de bedrijfsoverdracht aan een van zijn kinderen en moeder verstrakt of gaat ineens koffiezetten, dan weet je dat er meer speelt. En je moet verschillende rollen kunnen spelen. Ik ben jurist, maar soms ook coach. Of degene bij wie ze letterlijk even kunnen uithuilen."

Lastige vragen

Om echt van betekenis te kunnen zijn ('Van betekenis' is de nieuwe pay-off waarmee ABAB zich positioneert) schuwen ze de lastige vragen niet. Teunissen: "Ik stel ook gewoon de moeilijke vragen. Onze rol is op zoek te gaan naar de vraag achter de vraag; wat speelt er werkelijk? Wij kunnen wel een perfect fiscaal advies neerleggen, maar als dat niet is wat ze willen omdat er nog iets anders speelt is het niet het goede advies. Advisering is maatwerk, het moet passen als een handgemaakte handschoen." Vraag



Marianne van Rooy, jurist ondernemingsrecht ABAB





Harald Teunissen, fiscalist ABAB



een ondernemer naar de toekomstvisie op zijn bedrijf en hij zit meteen op z'n praatstoel. Maar vraag hem of haar naar de visie op de eigen toekomst of die van de kinderen en het blijft vaak angstvallig stil. Wat wil je doorgeven aan volgende generaties? Welke familiewaarden zijn belangrijk? Om daarop de antwoorden te vinden is best lastig. Hulp van buiten is dan meer dan welkom en de familieadviseurs van ABAB hanteren daarvoor het familiestatuu.

Spiegel voorhouden

Van Rooy: "Je moet daarbij bepaalde patronen zien te doorbreken. Vaak zie je dat er binnen de familie naar de ondernemer gekeken wordt met een houding van 'ja, die zal het wel weten'. Maar als wij de familie begeleiden bij het opstellen van een statuut willen we dat iedereen gehoord wordt. Dus ga ik individuele gesprekken aan met alle familieleden. En ik hou de ondernemer een spiegel voor: 'wat jij nu wilt past misschien in jouw strategie, maar hoe is dat voor de familie? Want je gaat verplichtingen aan die jouw generatie overstijgen.' Dat levert interessante gesprekken op en het helpt doelen scherper te krijgen."

Verwachtingen inzichtelijk maken en ze vervolgens ook weten te managen is een ander belangrijk aspect van het werk van de familieadviseurs. Iedereen kent wel voorbeelden van de 'drie-trapsraket' waarbij generatie één het bedrijf begint, generatie twee de zaak succesvol uitbreidt en een telg van de derde generatie de zaak in no time naar de Filistijnen helpt. Van Rooy: "En hoe komt dat? Omdat tussen generatie twee en drie de verwachtingen niet 'matchen'. We zien nu gelukkig meer en betere gesprekken, maar lange tijd werden bepaalde zaken niet uitgesproken. De oudste zoon moest en zou de zaak overnemen, maar misschien was de dochter wel een betere kandidaat geweest. Of werd stilzwijgend verwacht dat de volgende generatie het stokje wel zou overnemen. Terwijl die helemaal geen zin heeft om ook 80 tot 100 uur in de week te gaan werken, maar dat nooit heeft uitgesproken. Kortom, met verwachtingen uitspreken én ze vervolgens ook managen kun je in een familiebedrijf nooit vroeg genoeg beginnen."

Knetteren

Ja, het kan soms flink knetteren binnen een familie als ze eenmaal het traject starten om tot een familiestatuu te komen. Het uitspreken van toekomstverwachtingen kan confronterend zijn. Soms ook worden er zaken uit het verleden opgehaald – 'Opa heeft zijn bedrijf destijds al veel te goedkoop overgedragen' – die de nodige emoties losmaken. Maar bij ABAB hebben ze liever dat het dán knettert, dan bijvoorbeeld ná de bedrijfsovername, wanneer er niks meer teruggedraaid kan worden. "De ervaring leert dat de families het uiteindelijk ontzettend fijn en verhelderend vinden om die gesprekken te voeren. Het geeft rust. En het legt een basis om zaken tijdig te regelen. Er ligt vaak wel een financiële planning voor het bedrijf, maar niet privé. Een gemiste kans."



Monique van Lieverloo, Marktmanager ABAB, team Tuinbouw

5 REDENEN OM EEN FAMILIESTATUUT OP TE STELLEN

1. Behoud van familiewaarden en visie
2. Eerlijke en transparante processen
3. Routeboek voor het opvolgingsproces
4. Effectieve besluitvorming
5. Conflictoplossing

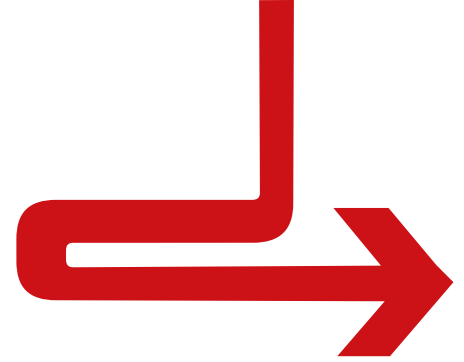


Gratis adviesgesprek?
Scan de QR-code



AMBITIEUS STOLZE WIL TECHNISCH ONTZORGEN

Tekst: Ank van Lier
Fotografie: Astrid Grootcholten



Sinds de oprichting in 1969 ontwikkelde Stolze zich tot een belangrijke wereldwijde speler op het gebied van tuinbouwtechniek en systeemintegratie. Met name de laatste jaren maakte de onderneming een stormachtige groei door. En commercieel manager Niels van den Ende ziet nog volop ontwikkelkansen voor de toekomst, met name internationaal. Een gloednieuw bedrijfspand in Maasdijk, dat recent in gebruik werd genomen, helpt om deze kansen te verzilveren. Maar er zijn ook uitdagingen.

Niels van den Ende vertelt vol verve over 'zijn' bedrijf, Stolze. Hij heeft nog diverse foto's van de eerste jaren, toen werd geopereerd vanuit een garage aan de Waldeck Pyromontstraat in Maasdijk. "Teun Stolze legde in 1969 de basis voor het huidige bedrijf", vertelt de commercieel manager. "Hij deed alles wat met elektrotechniek te maken had. In de tuinbouw, maar ook in andere sectoren. Pas vanaf 1980, toen Stolze Priva-dealer werd, kwam de focus echt op de tuinbouw te liggen."

Inmiddels is het producten- en dienstenpakket van Stolze fors uitgebreid: het bedrijf focust anno 2023 op elektro- en watertechniek, groeilicht en automatisering. "En internationaal bieden we ook oplossingen voor klimaattechniek. Denk aan verwarming, ontvochtiging et cetera. We zijn inmiddels in 40 tot 50 landen actief. Stolze is een 'system integrator': alles wat er onder glas gebeurt, integreren wij met elkaar. Er zijn maar weinig bedrijven die zo breed, en toch technisch diepgaand, actief zijn."

Laagdrempelige cultuur

Niels van den Ende groeide op met het bedrijf: zijn vader, Bram van den Ende, was namelijk de eerste werknemer van Stolze. Later nam hij samen met Theo - de zoon van Teun Stolze - de onderneming over. "In juli van dit jaar nam mijn vader, die inmiddels 68 is, afscheid van het bedrijf. Hij is vijftig jaar werkzaam geweest in de tuinbouw en heeft de ontwikkelingen in de sector van dichtbij meegemaakt. In het begin trok hij de kabels

door de kas met een A-trap, inmiddels zijn de tuinbouw-bedrijven hightech en worden installaties met platforms gerealiseerd. Tijdens zijn afscheid zei ik dan ook: 'Jij hebt de evolutie in de tuinbouw niet meegemaakt, maar mede mogelijk gemaakt!' En eerlijk is eerlijk: dat geldt natuurlijk ook voor veel andere toeleveranciers."

Hoewel Van den Ende in zijn jeugd ieder vrij uurtje bij Stolze doorbracht, ging hij na zijn studies MTS Elektrotechniek en HTS Bedrijfskunde eerst aan de slag bij Electrocel in Den Haag. "Ik wilde weten wat er nog meer te koop was. Maar na twee jaar was voor mij duidelijk dat Stolze mijn bedrijf is; in januari 2011 kwam ik in dienst. Waarom? Vanwege de dynamische ontwikkelingen in de tuinbouw, maar ook vanwege de laagdrempelige cultuur binnen Stolze. Mijn vader begon ooit als monteur en groeide uiteindelijk door tot algemeen directeur. Die doorgroeikansen zijn er nog steeds: met hard en slim werken kun je ver komen binnen Stolze. We hebben inmiddels 160 mensen aan het werk en willen hun kracht zoveel mogelijk benutten. Overigens merk je duidelijk dat - doordat de tuinbouw steeds meer een hightech sector wordt - meer jonge mensen enthousiast zijn over het werken in deze branche. Er is echt een kanteling zichtbaar."

Onderdeel GreenV

Het jaar 2021 markeerde een belangrijke verandering voor Stolze: het bedrijf werd toen namelijk, samen met Prins Group, onderdeel van GreenV, met als grootaan-

deelhouder het familiebedrijf HAL. "We namen deze stap heel bewust. Als installateur en familiebedrijf hadden we al een forse groei doorgemaakt. Maar we zagen ook dat samenwerking met andere partijen een must was om de kansen die er internationaal liggen te pakken. Veel opdrachtgevers doen liever geen zaken met meerdere partijen, maar wensen één aanspreekpunt voor een nieuwbouwproject. Inmiddels hebben diverse toeleveranciers in de tuinbouw zich aangesloten bij GreenV: we werken intensief samen en pakken projecten gezamenlijk op. Kortom: de stap om onderdeel te worden van GreenV maakte het mogelijk om verder te groeien en te professionaliseren." Van den Ende benadrukte dat Stolze desondanks nog steeds onafhankelijk opereert. "We doen ook zaken met bedrijven die geen onderdeel zijn van GreenV."

Nieuw onderkomen

Op 1 januari van dit jaar volgde een nieuwe mijlpaal: Stolze betrok een nieuw bedrijfspand aan het Honderdland in Maasdijk. De verhuizing was

absolute noodzaak, geeft Van den Ende aan. "Na diverse verhuizingen zaten we jarenlang aan de Bandijkweg in Maasdijk. Dit pand was echter te klein geworden en we werkten vanuit verschillende loodsen. Toen we de kans kregen om nieuw te bouwen aan het Honderdland grepen we die dan ook aan." De nieuwe locatie, die 12.500 m² telt, is volgens Van den Ende niet alleen ruim, maar ook uiterst efficiënt ingericht. "Doordat we vanaf nul begonnen, konden we goed nadenken over de juiste routing en de inrichting van logistieke processen binnen ons bedrijf. Deze zijn nu optimaal, waardoor we veel meer werkzaamheden kunnen verrichten in de werkplaatsen. Het is de uitdaging een speelveld te vinden tussen flexibiliteit en efficiëntie; dat is ons gelukt in het nieuwe pand. Veel onderdelen - waterunits, panelen, de SLS-systemen - worden namelijk prefab gefabriceerd, om ze vervolgens op locatie te installeren. Dit bespaart enorm veel installatie-uren bij onze klanten. Deze efficiënte inrichting is ook een voordeel richting de toekomst; er is op deze locatie volop ruimte voor verdere groei. En die moet





er ook komen: onze ambitie is om wereldwijd een topspeler in de tuinbouw te blijven, op het gebied van tuinbouwtechniek en systeemintegratie.”

Bij de nieuwbouw was ook veel aandacht voor een goed werkklimaat en goede arbeidsomstandigheden. Zo kunnen medewerkers in de werkplaats op hoogte werken en is er zelfs een sportschool ondergebracht in het pand. “Dergelijke zaken vinden we belangrijk. Daarnaast hopen we onze medewerkers op deze manier nog meer aan ons te kunnen binden.”

Positief over toekomst

Hoewel Stolze met name de laatste jaren flink groeide, is momenteel even sprake van een dip in de markt, geeft Van den Ende aan. “Dit heeft diverse redenen: onder meer de energiecrisis, de hogere rentes, het ToBRFV-virus, et cetera. Maar de eerste signalen wijzen erop dat het in 2024 weer gaat aantrekken.” De commercieel manager is positief over de toekomst van de glastuinbouw wereldwijd. Met name omdat volgens hem in veel landen nog

inefficiënt - in de open lucht of onder lowtech plastic - wordt geteeld. “Wereldwijd bestaat echter de behoefte om te verduurzamen - bijvoorbeeld door te besparen op water - en om gezondere producten te gaan telen. Om die reden zullen er meer mid- en hightech kassen gebouwd gaan worden. Dat biedt ook kansen voor ons.”

Er zijn echter ook uitdagingen, benadrukt hij. “Wij kunnen als toeleveranciers wel een kas van tien hectare bouwen en installeren, maar het betreffende bedrijf moet vervolgens ook technisch goed draaien en kwalitatief hoogwaardige producten kunnen leveren. Dat is steeds meer een uitdaging; er zijn weinig mensen die de benodigde knowhow in huis hebben. Daarin willen wij als Stolze ook een rol aannemen; bijvoorbeeld door ons op internationaal vlak meer te gaan richten op service en technische begeleiding na oplevering. Dat is ook nodig om een verdere groei van ons bedrijf mogelijk te maken. En wellicht gaan nieuwe technieken als AI en Autonoom Telen daar een positieve rol in spelen. Kortom: er ligt een hele mooie uitdaging voor de toekomst.”





WERKEN IN DE CLOUD: PUBLIC OF PRIVATE?

Iedereen heeft tegenwoordig wel een mailadres bij Gmail of Hotmail. En wie maakt er géén back-up van zijn foto's op iCloud of Google Drive? Clouddiensten zijn dan ook de gewoonste zaak van de wereld geworden in ons dagelijks leven. Maar hoe zit dat op zakelijk vlak? Wat zijn dan je opties? Waar moet je rekening mee houden? En wat zijn sowieso de voordelen van werken in de cloud? BICT Groep helpt je op weg.

Tekst: Jacco Strating

Fotografie: Sharon van den Berg

Net als jouw persoonlijke data en mobiele apps, staan ook de bestanden en software van jouw bedrijf ergens opgeslagen. Vaak gebeurt dat nog op een lokale computer of bedrijfsserver. Maar ook zakelijk gezien is het opslaan van jouw gegevens mogelijk in de cloud. In tegenstelling tot een computer of server is de cloud geen tastbare opslagplek. Jouw gegevens worden elders op een server opgeslagen, waardoor je zelf geen fysieke opslagruimte hoeft aan te schaffen. Toegang tot jouw gegevens gaat via internet, waardoor je in feite vanaf elke locatie documenten kunt openen en software kunt gebruiken.

Iedereen kent de grote publieke bedrijven als Google, Microsoft en Apple wel, die ruimte in de cloud aanbieden. Maar ook BICT Groep biedt deze mogelijkheid,

specifiek voor bedrijven. "We maken onderscheid tussen de public cloud en de private cloud", legt algemeen directeur Kevin Bogaards uit. "Bij de public cloud moet je denken aan diensten van de grote techbedrijven, zoals Microsoft Office 365, Dropbox en Google Drive. Daar wordt wereldwijd veel gebruik van gemaakt. Die bedrijven zorgen ervoor dat jouw data beschikbaar is op het moment dat je het nodig hebt. Mits je een internetverbinding hebt." Maar er kleven ook nadelen aan de public cloud, meent Bogaards. Bijvoorbeeld waar het om de beveiliging van data gaat. "Omdat deze clouddiensten voor iedereen beschikbaar zijn, bestaat het risico op een datalek of ongeautoriseerde toegang. Bedrijven als Google maken namelijk gebruik van grote servers waar de data van meerdere klanten opstaat. Bovendien is de cloud niet van jou, maar van de aanbie-

der. Daardoor heb je niet alle controle over hoe met jouw data en privacy wordt omgegaan." Ook is het niet mogelijk om alle software die je op jouw bedrijf gebruikt in de public cloud te plaatsen en word je vaak gedwongen om specifieke programma's te gebruiken die zijn gekoppeld aan de clouddienst.

Extra veiligheid

Anders is het met de private cloud. Omdat je hiermee jouw eigen cloudomgeving hebt, heb je wél volledige controle over de wijze waarop deze wordt ingericht en toegepast, geeft Bogaards aan. "Ons datacenter garandeert een optimale betrouwbaarheid, veiligheid en continuïteit. Wij beheren het datacenter, het netwerk en de cloudomgeving zelf, waardoor de gegevens van onze klanten in vertrouwde handen zijn. De server waar jouw data op staat is alleen voor jou bestemd, je hoeft die dus niet te delen met andere klanten. Het maakt private clouddiensten veiliger om in te werken, omdat alleen geautoriseerde gebruikers bij jouw gegevens kunnen komen." De meeste public clouddiensten maken gebruik van tweestapverificatie voor de beveiliging. Na het inloggen met jouw gebruikersnaam en wachtwoord wordt dan nog een extra toegangscode verzonden naar bijvoorbeeld jouw telefoon. BICT Groep gaat echter nog een stap verder, zo laat Bogaards weten. "Wij bieden onze klanten een eigen server in ons datacenter in Naaldwijk, waarbij wij aan de voorkant extra veiligheid bieden voordat een gebruiker überhaupt een programma of gegevens opent. Ongeacht het device dat wordt gebruikt, zorgen wij ervoor dat gebruikers op een veilige manier inloggen via onze server in Naaldwijk, om pas van daaruit online te gaan. Bovendien kunnen we de beveiliging aanpassen aan jouw wensen. De scheidslijn tussen veiligheid en gemak is dun. Veiligheid gaat bij ons boven alles, maar het moet ook niet ten koste gaan van het gebruikersgemak. Samen met de klanten zoeken we naar de beste optie."

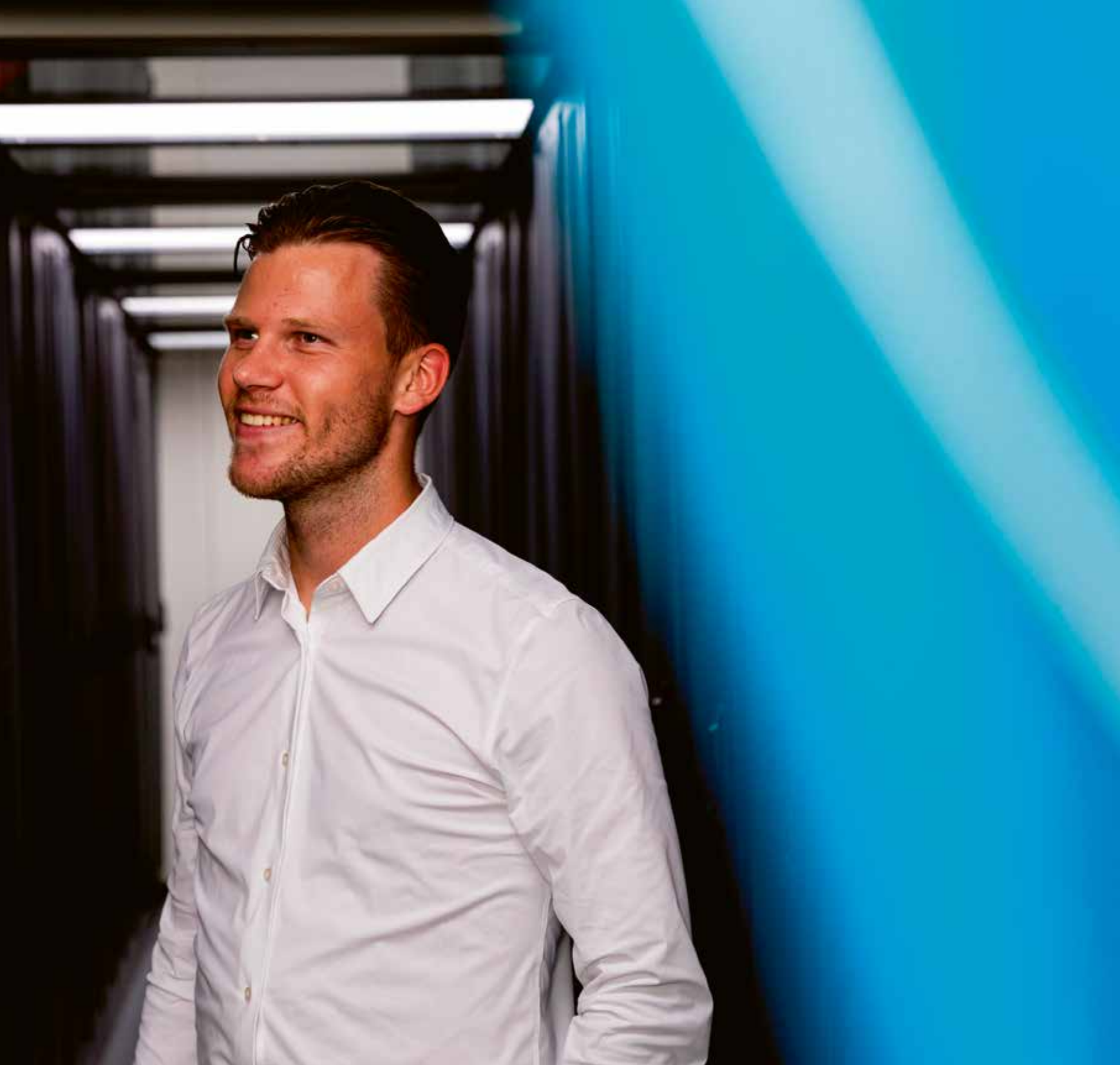
Bedrijven moeten volgens Bogaards voor zichzelf een afweging maken wat de beste oplossing is, afhankelijk van het gebruik ervan. "Wij kunnen helpen bij het maken van die afweging en keuze. Op het oog lijken de public cloud en privat cloud op dezelfde manier te werken, maar er zijn diverse verschillen in techniek en gebruik waarover wij meer duidelijkheid kunnen geven. Bedenk ook goed wat je mee wilt nemen naar de cloud. Maak je gebruik van specifieke software, check dan of die software ook een online oplossing biedt. Dat is lang niet altijd het geval. Zoals met veel grafische software en tekenpro-

gramma's het geval is. Programma's die onder ander veel worden gebruikt door kassenbouwers. Wij installeren die software op een lokale computer, maar zorgen dat de bestanden in de cloud worden geplaatst, zodat jouw collega's er ook mee kunnen werken. En de veiligheid is zoals gezegd ook een aspect dat de doorslag kan geven. Op dat vlak kunnen wij als bedrijf ook echt het verschil maken."

Eigen datacenter

Zoals gezegd heeft BICT Groep in samenwerking met Worldstream een eigen datacenter in Naaldwijk, waar de servers van klanten te vinden zijn. "We nodigen klanten ook altijd uit om daar een kijkje te nemen, laten alles zien en leggen dan uit hoe een en ander werkt. Daarmee kunnen wij 'werken in de cloud' dus ook echt tastbaar maken. Je kunt letterlijk zien waar jouw data wordt opgeslagen. We merken dat het vertrouwen geeft om klanten daarin mee te nemen." Bedrijven die nu nog met een eigen server op het bedrijf werken of de overstap van public cloud naar private cloud willen maken, kunnen door BICT Groep worden geholpen bij die transitie. Maar soms ligt de oplossing ook in een combinatie van beide, geeft Bogaards aan. Juist ook in de glastuinbouw. "Veel bedrijven kiezen ervoor om gebruik te maken van de zogenoemde hybrid cloud of combi cloud, die de voordelen van zowel public als private cloud biedt. Daarbij werk je zowel in de cloud als lokaal. Voor bedrijven met een klimaatcomputer is dat de beste oplossing omdat die nog niet in de cloud werkt. Maar je wilt wel dat een en ander binnen jouw bedrijf goed met elkaar communiceert. Wij kunnen zorgen voor die koppeling, zodat beide systemen naast elkaar én met elkaar kunnen werken."

En dan is er nog zakelijke telefonie. Waar bedrijven in het verleden een fysieke telefooncentrale hadden, is alle telefonie tegenwoordig in een cloudomgeving ondergebracht. BICT Groep biedt hiertoe VoIP telefonie aan, wat staat voor 'Voice over IP' oftewel bellen via het internet. "Hoe groot of klein een bedrijf ook is, wij zorgen er met onze clouddiensten voor dat de medewerkers altijd en overal met elkaar kunnen communiceren. Telefonie hoort daar ook bij", aldus Bogaards, die verwacht dat de cloud op korte termijn meer en meer terrein gaat winnen. "Steeds meer softwareleveranciers gaan uiteindelijk toch over op softwaretoepassingen via internet, ook wel SaaS-oplossingen genoemd. Dat maakt het alleen maar nog makkelijker om als bedrijf over te stappen van een lokale server naar de private cloud."



**'WIJ BEHEREN HET DATACENTER ZELF,
WAARDOOR DE GEGEVENS VAN KLANTEN
IN VERTROUWDE HANDEN ZIJN'**

JR. VONK X SR. VINK = VUURWERK

“Hoe kunnen wij jongeren aan ons verbinden?” Een vraag die we steeds vaker krijgen en een geluid dat rondgaat in de agri-, food- en tuinbouwsectoren. Bedrijven, coöperaties, jongerenraden en jongerenorganisaties hebben behoefte aan nieuwe energie en nieuwe vormen van verbinding. Het is mooi om te zien dat jongeren nu steeds meer gehoord en serieus genomen worden in deze domeinen. Maar er is nog één belangrijke taak die we samen moeten volbrengen: samen werken! Zo kunnen we ervoor zorgen dat deze waardevolle jonge generatie niet overbelast raakt, maar juist vol vertrouwen en met nieuwe ideeën de toekomst tegemoet gaat.

Tekst: Sanne van de Valk

Fotografie: Imagro



Wil je als organisatie of bedrijf in de agri-, food- en tuinbouw jongeren actief betrekken? Dan zul je ze ook écht met open armen moeten ontvangen en actief moeten betrekken bij je activiteiten. Het begint allemaal met écht luisteren naar hun wensen, behoeften, ideeën en inzichten. Geef hen de kans om zich om zichzelf te laten horen. Wil je betrokken mensen, betrek ze dan.

Inclusieve sfeer creëren

Stap twee naar goed samenwerken tussen jong en oud is het creëren van een inclusieve sfeer waarin iedereen, ongeacht leeftijd of ervaring, zich gewaardeerd voelt. Bedrijven kunnen bijvoorbeeld mentorprogramma's opzetten waar ervaren professionals de jongeren begeleiden en ondersteunen in hun persoonlijke en professionele groei. Zo kunnen jongeren hun vaardigheden en kennis vergroten, terwijl de ouderen nieuwe perspectieven en frisse ideeën omarmen.

Een ander groot voordeel van jong x oud is dat traditie en vernieuwing hand in hand kunnen gaan. Jongeren brengen nieuwe technologieën, trends en duurzaamheidsinzichten in, terwijl de ervaren rotten waardevolle lessen uit het verleden en best practices delen. Je werkt aan een gevoel van betekenis en saamhorigheid. Wanneer je samen werkt aan gemeenschappelijke doelen, ontstaat er een hecht teamgevoel en een gevoel van voldoening. Dit zorgt voor een positieve werkomgeving waarin mensen met plezier en passie bijdragen aan de sector. Juist samen kunnen zij de basis leggen voor een sterke en veerkrachtige agri-, food- en tuinbouwsector.

Cruciale rol bedrijfsopvolgers

Bedrijfsopvolgers in de tuinbouwsector kunnen een cruciale rol spelen in het bevorderen van deze samenwerking. Dit zijn namelijk jonge ondernemers die het familiebedrijf willen voortzetten en vernieuwen. Ze brengen nieuwe ideeën, enthousiasme



GENERATIEVERSCHILLEN

Generatieverschillen tussen Gen Z, Gen Y (millennials) en babyboomers zijn duidelijk zichtbaar in hun opvattingen, waarden en gedrag. Babyboomers, geboren tussen 1946 en 1964, zijn opgegroeid in een tijd van economische voorspoed en hechten vaak waarde aan hard werken, hiërarchie en stabiliteit. Gen Y, geboren tussen begin jaren 80 en midden jaren 90, staat bekend om hun technologische geletterdheid, verlangen naar work-life balans en een meer informele werkomgeving. Gen Z, geboren na 1995, is opgegroeid met sociale media en heeft een sterk gevoel voor sociale rechtvaardigheid, inclusiviteit en flexibiliteit op de werkplek. Deze verschillen kunnen tot conflicten leiden, maar bieden juist ook kansen voor samenwerking en groei.



en andere perspectieven mee. Aan de andere kant vragen ze zich ook regelmatig af hoe ze ideeën het beste tot uitvoering kunnen brengen én zich kunnen onderscheiden ten opzichte van de gevestigde orde.

Om de tuinbouwsector te laten bloeien, is het belangrijk dat bedrijfsopvolgers worden aangemoedigd en de ruimte krijgen om zich te ontwikkelen. Dit kan door netwerken te creëren waarin jonge ondernemers in contact kunnen komen met elkaar én met ervaren ondernemers en vakmensen. Zo kunnen ze niet alleen kennis opdoen, maar ook waardevolle relaties opbouwen. Verder is het cruciaal dat deze jonge ondernemers actief deelnemen aan sectorbrede initiatieven en veranderingen. Ze moeten kunnen meedenken over duurzaamheid, nieuwe technologieën en trends. Hun input is van onschatbare waarde om de tuinbouwsector klaar te maken voor de toekomst.

Flexibiliteit en respect

Wil je als bedrijf zijnde jonge ondernemers goed ondersteunen, dan is open staan voor vernieuwing en flexibiliteit essentieel. Vasthouden aan “dat doen we

altijd zo”, houdt innovatie tegen. Tegelijkertijd is het belangrijk dat jonge ondernemers respect hebben voor de ervaring en expertise van oudere generaties. Ze kunnen veel leren van het verleden en gebruik maken van de waardevolle kennis die in de sector aanwezig is. Bedrijfsopvolgers en andere jonge professionals in de agri-, food- en tuinbouwsector zouden wat mij betreft nóg meer betrokken mogen worden bij het vormgeven van de toekomst van deze best innovatieve, maar traditionele bedrijfstakken. Door een inclusieve cultuur te bevorderen, mentorschappen te faciliteren en ruimte te bieden voor vernieuwing, kunnen jong en oud samen vruchtbaar samenwerken.

Als we de vonk tussen jong en oud aanwakkeren, kunnen we échte ontwikkeling teweegbrengen in de agri-, food- en tuinbouwsector. Ontwikkeling gebaseerd op samenwerking, begrip en respect voor elkaar. Samen bouwen we aan een bloeiende toekomst, waarin we trots kunnen zijn op de duurzame erfenis die we achterlaten voor de volgende generaties.

**‘OM DE TUINBOUWSECTOR TE LATEN BLOEIEN,
IS HET BELANGRIJK DAT BEDRIJFSOPVOLGERS
WORDEN AANGEMOEDIGD’**

BOOST YOUR BUSINESS

LUISTER NU



hortibiz NEWSRADIO

- **ELK 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



 @HORTIBIZNEWS

 HORTIBIZ NEWS & MEDIA

 LEEHOVE 62, DE LIER

KLIMAATNEUTRAAL TELEN: HOE BEREIK JE DAT DOEL?

De glastuinbouw staat voor een flinke uitdaging: binnen twintig jaar moeten we met zijn allen de switch naar klimaatneutraal maken. Dat is geen eenvoudige opgave. Het doel is weliswaar helder, maar de weg ernaartoe in de meeste gevallen niet. AgroEnergy helpt je om structuur aan te brengen, de opties voor jouw bedrijf helder te krijgen én een concreet stappenplan te formuleren richting een klimaatneutrale toekomst. Zodat de 'license to produce' van jouw bedrijf ook in de toekomst gegarandeerd blijft.

66

Tekst: Ank van Lier

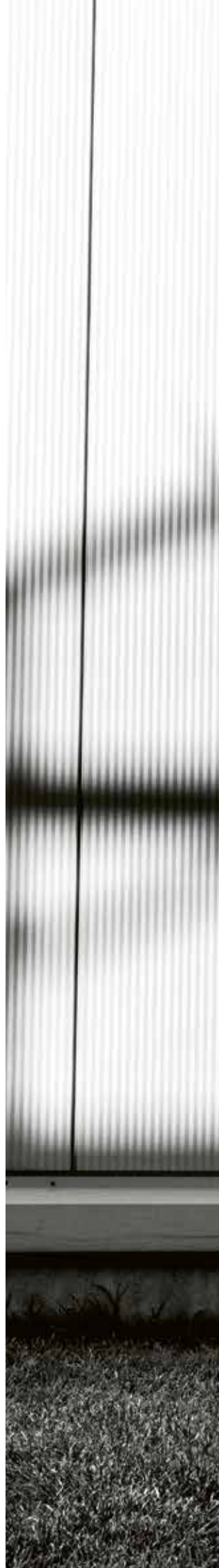
Fotografie: Sharon van den Berg

Dat de glastuinbouw moet verduurzamen, daar is iedereen binnen de sector inmiddels wel van doordrongen. En dit is ook vastgelegd in het Convenant Energietransitie Glastuinbouw 2022-2030. Hierin is opgenomen dat in 2030 een forse reductie van de CO₂-uitstoot moet zijn gerealiseerd en dat de sector in 2040 volledig klimaatneutraal moet zijn. "Daarnaast neemt de overheid ook steeds meer maatregelen die ervoor zorgen dat de inzet van fossiele energie duurder wordt", zegt Rien Bot, directeur bij AgroEnergy, "Dat kwam ook duidelijk naar voren tijdens de laatste Prinsjesdag. Hier werd onder meer bekendgemaakt dat de belastingvrijstelling op WKK-gas in stappen wordt afgeschaft. Daarnaast worden de aparte energiebelastingtarieven op gas - waar de glastuinbouw tot nu toe van kon profiteren - stapsgewijs afgeschaft. Ook economisch gezien is verduurzamen dus een must: ga je hier als teler niet in mee, dan gaat dit de komende jaren zonder twijfel ten koste van je financiële rendement. Overigens zijn wij als AgroEnergy hier zelf ook volop mee bezig: als bedrijf willen we in 2035 klimaatneutraal zijn." Klimaatneutraal werken is

volgens Bot een must om als sector een 'license to produce' te houden. "Ofwel: om te zorgen dat je als bedrijf überhaupt een toekomst hebt. Want los van de overheidsmaatregelen, neemt ook de maatschappelijke druk om duurzamer te werken verder toe. Daarbij stellen steeds meer afnemers eisen op dit vlak."

Verschillende uitgangssituaties

Collega-directeur Peter van den Berg ziet in de praktijk dat vrijwel iedere teler inmiddels nadenkt over verduurzaming. "Iedereen die toekomstgericht bezig is, weet dat deze uitdaging er ligt", geeft hij aan. "Alleen de uitgangssituatie is voor elke ondernemer anders. Voor sommigen ligt de oplossing als het ware voor het oprapen, voor anderen is het een echte zoektocht. Met name voor solitaire bedrijven is de uitdaging vaak groot." Het verduurzamen van de warmtebehoefte is volgens Bot de grootste klus. Hij ziet wat dit betreft twee belangrijke opties: aansluiten op een warmtenet, dat wordt 'gevoed' met bijvoorbeeld aardwarmte en restwarmte van de industrie, of elektrificatie. "Maar om te kunnen elektrificeren, moet je extra trans-





Peter van den Berg

portcapaciteit boeken. En dat is niet altijd overal beschikbaar. Daarnaast is aansluiten op een warmtenet waarschijnlijk economisch interessanter. Je kunt dan als teler aansluiten op een bestaand net, of zelf bijvoorbeeld een aardwarmtebron met warmtenet realiseren. Maar dan moet je wel in een gebied zitten dat zich hiervoor leent en ervoor zorgen dat voldoende omliggende bedrijven kunnen aansluiten op dit warmtenet. Dergelijke investeringen zijn meestal niet rond te rekenen voor individuele bedrijven; dit is alleen interessant voor de echte 'grote jongens'."

Groen plan als leidraad

Het is duidelijk dat er behoorlijk wat op ondernemers afkomt. En dat de aanlegroute verschilt. De vraag is ook: waar te beginnen en welke stappen te zetten? AgroEnergy wil ondernemers helpen om hier structuur in aan te brengen en een concreet stappenplan op te stellen richting een klimaatneutrale toekomst. "We willen een partner zijn in de verduurzamings transitie van ondernemers", stelt Van den Berg. "In dit kader gaan we – op basis van gesprekken met telers en onze kennis en ervaring - een zogeheten 'Groen Plan' opstellen, als dienst voor onze klanten.

In dit plan maken we de transitie van een ondernemer inzichtelijk en verwoorden we deze. Waar staat hij nu en welke stappen zijn nodig om uiterlijk in 2040 te komen tot een klimaatneutrale bedrijfsvoering? Het gaat hierbij ook niet om een eenmalig plan, maar een dynamisch document. Dit wordt continu bijgesteld en bijgewerkt. Gaandeweg leren we immers steeds dingen bij, er zullen nieuwe technieken en verduurzamingsmogelijkheden komen, et cetera. Kortom: we gaan de reis naar klimaatneutraal echt samen aan."

Hij benadrukt dat de energiespecialisten van AgroEnergy ondernemers vooral willen helpen bij het genereren van inzichten en het - op basis hiervan - nemen van goede beslissingen. "Dit doen we onder meer door te kijken welk effect het installeren van een bepaalde asset of installatie heeft op de CO₂-uitstoot en footprint van een ondernemer. Zodat hij weet hoeveel impact dit heeft én wat het effect is op zijn energiekostprijs. Want naast het feit dat we telers willen helpen om te verduurzamen, is ons doel ook nog steeds om zo laag mogelijke energiekosten te realiseren voor de ondernemer. Dit laatste doen we ook door met de aangeschafte installaties ex-





Rien Bot

tra waarde te creëren voor de teler, op de diverse flexmarkten. Door de inzet van nieuwe installaties - warmtepompen en e-boilers voor elektrificatie en aardwarmtebronnen - en door ons in te zetten om de opgewekte energie optimaal te verwaarden. Zodat het economisch rendement van bedrijven op peil blijft.”

Nieuw speelveld, ander afwegingskader

De beide directeuren onderstrepen dat de impact van de verduurzamingstransitie groot zal zijn. Van den Berg geeft aan dat de transitie een heel nieuw speelveld binnen de glastuinbouw zal creëren en dat ook het afwegingskader verandert. “Tot nu toe kozen ondernemers hun bedrijfslocatie op basis van de hoeveelheid licht, de infrastructuur, afzetmarkten, et cetera. Naar de toekomst toe zullen verduurzamingsmogelijkheden mede de plek van een onderneming gaan bepalen.” Ingrijpende beslissingen zullen soms onvermijdelijk zijn, volgens Bot. “Wanneer blijkt dat je als ondernemer geen verduurzamingsmogelijkheden hebt in een gebied, zijn er in feite twee opties: óf de rit uitzitten tot 2040 en dan stoppen óf verhui-

zen naar een ander gebied, waar wel warmtenetten of andere verduurzamingskansen voorhanden zijn. Het doel is helder, maar er is nog geen duidelijke routeplanner. Dat maakt het tot een uitdagende reis, die niet altijd makkelijk zal zijn.”

Geen tijd te verliezen

Bot en Van den Berg benadrukken dat het cruciaal is dat telers tijdig beginnen met het zetten van verduurzamingsstappen. “We kunnen niet allemaal pas in 2039 gaan bewegen”, zegt Bot. “Dan wordt de druk op regio’s waar warmtenetten beschikbaar zijn wel heel groot, wat ongetwijfeld een prijsopdrijvend effect zal hebben. Daarbij: nu zijn de grondprijzen in de betreffende regio’s wellicht nog te behappen, naar de toekomst toe zullen deze waarschijnlijk verder stijgen. En tijdig actie ondernemen is ook belangrijk om te voorkomen dat je als bedrijf economisch hard wordt geraakt door de overheidsmaatregelen die de kosten van fossiele energiebronnen opdrijven. Kortom: er is geen tijd te verliezen. Wij als AgroEnergy helpen, met ons Groen Plan, graag om de koers te bepalen en de juiste stappen te zetten.”

BEWUST IN KAS: PERFECTIONIST & LEVENSGENIETER

Cor van Ruijven begeleidt ondernemers en particulieren op het mentale vlak. Door alles wat hij zelf heeft ervaren, is hij deskundige geworden in het leven met uitdagende omstandigheden. Als coach maakt hij mensen bewust van hun persoonlijkheidseigenschappen en hoe je die het beste kunt aanwenden in het dagelijkse leven. In een serie artikelen in KAS licht hij de zogenoemde 'Enneatypen' toe. Dit keer: de perfectionist en de levensgenieter.

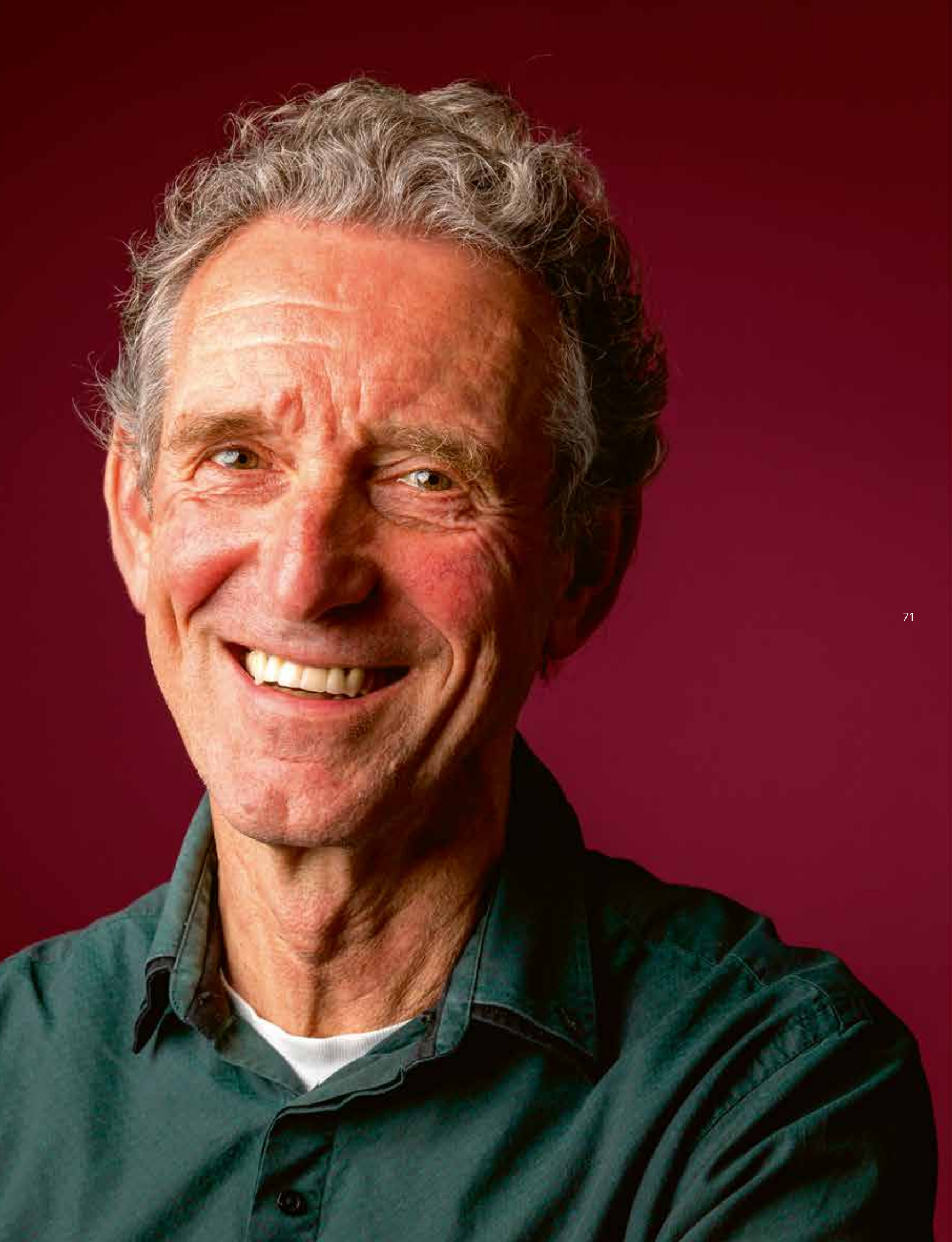
Tijdens het ondernemerschap zijn er vaak meerdere fasen waarin er een noodzaak is om taken te delegeren. Dit komt voor als een jonge onderneming snel groeit of als je een samenwerking start met een of meerdere ondernemers. Als ondernemer ben je vaak niet overal goed in. Een optie is taken aan anderen delegeren die er wél inzicht en plezier in hebben. Als ondernemer krijg je zeker met delegeren te maken als je in de fase bent om de onderneming over te dragen aan je opvolgers. Wat maakt dat ondernemers moeite hebben om taken te delegeren?

Door veel zaken als ondernemer zelf te doen, heb je het gevoel dat je er meer controle over hebt. Maar hoe lang hou je het vol om alle ballen in de lucht te houden? Een andere reden om niet te delegeren is om zoveel mogelijk zelf te doen uit angst om te verliezen. Deze reden is dan groter dan de wil om te winnen. Onder de noemer angst vallen zaken waar we ons niet bewust van zijn en die vaak lastig in woorden uit te drukken zijn. Een andere reden om niet te delegeren is een bepaalde mate van eigenwijsheid. Dat je het altijd beter weet en graag besluiten neemt, helpt niet om dingen aan anderen te delegeren.

TIPS OM TE DELEGEREN:

1. Daag jezelf uit en ga gewoon delegeren. Dwing jezelf om zaken los te laten. Als er wat fout gaat, los je het op. Je komt er dan achter waar je jezelf of de ander mee kan helpen.
2. Je hebt nooit alles onder controle en mensen kan je niet veranderen. Zoek de best passende mensen en geef richting en kaders.
3. Maak er een sport van om de beste mensen aan je bedrijf te binden. Geef je eigenwijsheid op en geef anderen de ruimte

- om zich te ontplooiën.
4. Spreek duidelijk uit wat jij wil en help iemand ontwikkelen. Leid mensen op met jouw ervaringen en kennis en coach ze om hen te laten groeien.
5. Blijf alert op de ontwikkelingen. Stel vragen om anderen zelf na te laten denken over oplossingen.
6. Ga op zelfonderzoek uit als het delegeren niet van de grond komt of zoek deskundige hulp.



ENNEATYPE 1: PERFECTIONIST

De perfectionist is gericht op perfectie, is niet gauw tevreden en zegt dat alles altijd beter kan. Ze stellen graag regels op en verwachten dat anderen zich daaraan houden. Ze zijn principieel en idealistisch en houden er hoge normen en waarden op na. Ze zijn kritisch naar zichzelf en anderen en hebben moeite met vergeven. Ze willen alles verbeteren en zijn bang om fouten te maken. Perfectionisten kunnen moeilijk plezier maken en zijn de workaholics van het Enneagram. Ze zijn goed georganiseerd, zorgen voor logica en hechten veel waarde aan regels en structuren. Ze onderdrukken hun woede die er soms opeens uitkomt. Goed ontwikkelde perfectionisten zijn wijs, realistisch, nobel, hebben een hoog moraal en een sterk rechtvaardigheidsgevoel. Deze enen kunnen ook goed zelfstandig werken, hebben verantwoordelijkheidsgevoel en zijn integer. Deze perfectionisten blijven vaak bij hun eigen mening, maar respecteren de mening van de ander.

Fixatie: Perfectie

Kernovertuiging: Ik ben niet perfect

Verdedigingsmechanisme: Reactieformatie

Blinde vlek: Woede / Kwaadheid

Deugd: Geduld/Sereniteit

Sleutel tot verandering: Het leven is perfect inclusief onvolmaaktheden

Goed ontwikkelde perfectionisten zijn: Gedisciplineerd, idealistisch, betrouwbaar en eerlijk

ENNEATYPE 7: LEVENSGENIETER

Een levensgenieter is productief, druk, altijd optimistisch, spontaan en geniet van het leven. Zevens voelen zich vooral zeker in een groep gelijkgestemde mensen. Ze hebben legio ideeën, maar hebben moeite om die ideeën uit te voeren. Levensgenieters zien onderlinge verbanden en brengen die bij elkaar. Verder moeten ze veel opties hebben om goed te kunnen functioneren. Zelfs als ze gekozen hebben, willen ze opties achter de hand houden voor het geval dat. Ze zijn gek op uitdagingen en zien weinig problemen wel oplossingen. Ze houden er niet van als anderen hen in hun vrijheid beperken. Plannen die ze maken in hun hoofd zijn veel leuker dan ze in werkelijkheid zijn. De levensgenieters zijn ook uitstellers van zaken die ze niet leuk vinden om te doen en maken dingen niet af. Ze zijn gezellig, leuk en charmant, maar hun impulsiviteit kan hen wel eens in problemen brengen. Ze genieten van het leven, maar lopen weg voor pijnlijke momenten. Het zijn charmeurs die het avontuur opzoeken. Zevens overschatten zichzelf en onderschatten anderen. Ze willen uit veel kunnen kiezen en hebben een stimulerende persoonlijkheid.

Fixatie: Plezier

Kernovertuiging: Ik word tekort gedaan / Ik ben een lege huls

Verdedigingsmechanisme: Rationalisatie

Blinde vlek: Gulzigheid

Deugd: Soberheid

Sleutel tot verandering: Laat soberheid toe en maak verbinding met emoties van jezelf en/of anderen

Goed ontwikkelde levensgenieters zijn: Enthousiast, vol energie, hebben een sterke verbeeldingskracht en houden van plezier

MAAK KENNIS!

Ben je nieuwsgierig geworden of Cor van Ruijven ook iets voor jou kan betekenen? Wil je meer weten over de verschillende Enneatypes? Of lijkt het je interessant om kennis te maken met deze bijzondere vorm van persoonlijke coaching? Stuur een e-mail naar info@crrvisie.nl of kijk op crrvisie.nl.

BESTE DILAN, MONA, PIETER OF FRANS...

Regels leiden tot regels. Ze maken hersendood en harteloos. Onze regeldrift is pathologisch; die ziekte heet controlitis. Nederland zit vanuit een stikstofdiscussie muurvast. Ondertussen doen we een half jaar over nieuwe verkiezingen in een tijd dat de wensen voor verandering over elkaar heen buitelen. De bouw, zorg, agri, energie, klimaat en natuur schreeuwen om voorrang. En ondertussen zakt Nederland door z'n hoeven door de regelzucht. Kijk alleen al naar de zorg en de land- en tuinbouw. Het zorgsysteem is een doodzieke patiënt die afstevent op een zorginfarct. Alleen al de zorg houdt 50.000 fte aan het werk om aan 451 externe regels te voldoen, waarbij de totale zorgkosten voor Nederland exploderen naar 140.000 miljoen euro. Ook in de agri en horti willen ondernemers minder bureaucratie, meer duidelijkheid en tijd. Doelvoorschriften in plaats van middelvoorschriften. Rutte beloofde minder regels en bureaucratie. Maar in zijn 13 jaar is het aantal Rijksambtenaren gestegen met 5 procent naar 147.746 stuks. Oja, volgens PwC daalde de productiviteit van de publieke dienst tegelijk met 9 procent. De reden – oh humor – de regels!

Nieuw leiderschap is nodig. En als ik een advies mag geven: ga uit van een Sterke Beknopte Visie die velen kan inspireren. Immers een sterke visie creëert nieuwe kennis. Kom met een ambitieus narratief voor 10 jaar voor onder-

nemende mensen, waar alles voor mag wijken. Door je ambitie te tonen ben je al halfweg. Denk aan Kennedy en de maanlanding in 1970. En twee: ga uit van een integrale aanpak. Dus denk niet eendimensionaal of sectoraal maar multimodaal. Val aan op onderwerpen die én de zorg-, energie-, agri-, en gezondheids-, én klimaat-transitie in één synergetische klap aanpakken.

Kiezen moeten we. Loop niet met de kudde mee. Immers als je achteraan de kudde loopt, loop je altijd door de stront. Mijn devies: wat je ook kiest, kies zelf. Kies weloverwogen. Kies dus! Want zonder kiezen blijf je kauwen. Ja. En dan zit er geen smaak meer aan. Kom je bij middelmatigheid. We hebben juist kleur nodig. Daarom: Natuurorganisaties stop met postzegelnatuur en het laten bloeien van duizend stikstofgevoelige bloemen. Land- en tuinbouw: stop met verdere intensivering en productiviteitsstijging, kijk naar waarde. Industrie en consument; stop met nog goedkoper leveren en kopen. In deze nieuwe tijd moeten we van de stokpaardjes af, omdat de samenleving én ons klimaat verandering eisen. Beloning werkt dan veel beter dan beboeten. Nederland is een metropool. En die stad kán de meest duurzame regeneratieve gezonde voedseldelta van de wereld worden. Maar dan heb je wel visie nodig en moeten we durven springen. Dan kunnen we weer GIDS-land worden: Gezond. Innovatief. Duurzaam. Sociaal. Zullen we?

73

Roger Engelberts
is Chief Emotions
Officer bij Imagro BV



ACHTER DE SCHERMEN BIJ HORTICONTACT: 'MET EEN LACH NAAR HUIS'

Netwerken, kennis opdoen en innovaties spotten. Dat is waar het voor veel bezoekers om draait tijdens HortiContact in Evenementenhal Gorinchem. De teams Facility en Hospitality zetten jaarlijks - grotendeels achter de schermen – alles op alles om hen een optimale beursbeleving te bieden. Zij zorgen ervoor dat het bezoekers culinair gezien aan niets ontbreekt, dat de beurs er gelikt uitziet én dat de standhouders beschikken over alle gewenste faciliteiten.

In maart 2024 vindt in Evenementenhal Gorinchem alweer de 20e editie plaats van HortiContact; dé jaarlijkse ontmoetingsplek voor professionals in de glastuinbouw. De laatste editie van de beurs telde 300 exposanten en ruim 8.000 bezoekers. De standhouders willen hun gasten op een professionele manier ontvangen en kunnen beschikken over alle mogelijke faciliteiten. Anderzijds willen bezoekers zich laten informeren én kunnen genieten van een hapje en een drankje. Al deze zaken vallen onder verantwoordelijkheid van de teams Facility en Hospitality. De voorbereidingen voor een nieuwe editie beginnen vrijwel

meteen na afloop van de beurs, vertelt Hein de Jong. Hij is Head of Facility bij Easyfairs Evenementenhal Gorinchem. "Al heel snel na een beurseditie gaan we met het beursteam om tafel, om de plannen voor volgend jaar door te spreken. Het beursteam komt dan dikwijls met nieuwe ideeën voor de volgende editie. Wij als 'operationele mannen' kijken of deze überhaupt uitvoerbaar zijn en zo, ja, wat hiervoor nodig is."

Standbouw deels in eigen beheer

Het 'echte' werk voor de mannen en vrouwen van het fa-

Tekst: Mariëlle van Lier
Fotografie: Johan Seijbel





cilitaire team begint wanneer het salesteam de beursvloer heeft weten te vullen. “Doorgaans krijg ik een week voor de beurs de definitieve plattegrond met de indeling van de stands. Dan kunnen we gaan bouwen”, zegt De Jong. “Vaak hebben we hier maar een paar dagen de tijd voor, omdat eerst nog een andere beurs plaatsvindt. Het begint allemaal met het afplakken van de afmetingen van de diverse stands op de grond. Zo wordt duidelijk waar wat moet komen. Een voordeel is dat wij het merendeel van de stands in eigen beheer bouwen; slechts een deel van de exposanten huurt een eigen standbouwer in. Met een team van 20 tot 25 medewerkers bouwen we gemiddeld genomen zo’n 220 HortiContact stands en regelen we voorzieningen als elektriciteit, water en speciale faciliteiten. Ook plaatsen we indien gewenst zitjes of vitrinekasten in de stands en zorgen we voor de bewegwijzering en de juiste

uitstraling. Het is iedere keer weer een titanenklus. En soms denk je: gaat het wel goedkomen? Maar met veel mankracht en de juiste mensen op de juiste plek, lukt het elke keer weer.” Het grappige is volgens De Jong dat standhouders en bezoekers niet zien wat zijn team voor elkaar bokst. “En dat is ook niet de bedoeling. Datgene waar wij voor zorgen moet als vanzelfsprekend goed geregeld zijn.”

Gevarieerd en vernieuwend aanbod

Ook de voorbereidingen van het Hospitality-team voor een nieuwe editie beginnen al vrijwel meteen na afloop van de voorgaande beurs. “Ook wij gaan dan in overleg met het beursteam, dat aangeeft op welk vlak HortiContact wil groeien en ontwikkelen. Wij kijken hoe we daar met onze Full-Service-Formule op kunnen anticiperen. Deze formule - die garantstaat voor een inclusief

cateringconcept voor standhouders en bezoekers - is één van de belangrijkste pijlers van de Easyfairs-beurzen. Daarnaast bieden we exposanten een diner of lunch aan en organiseren we standaard een exposantenborrel”, zegt Paul Olsthoorn, Head of Hospitality bij Easyfairs Evenementenhal Gorinchem.

Tijdens de draaiboekmeetings presenteert hij ook de ‘culinaire plannen’ voor de nieuwe HortiContact-editie aan het beursteam. “We proberen - in samenspraak met onze chef-kok en horecamanager - ieder jaar een gevarieerd aanbod aan gerechten te bieden voor bezoekers en exposanten. We vinden het belangrijk om regelmatig te vernieuwen. De belegde broodjes, de broodjes hamburger en de soep houden we er sowieso in - dit zijn echte hardlopers -, maar je ziet dat er bijvoorbeeld ook meer interesse is voor vegetarische gerechten.”

Alle hens aan dek

Naarmate duidelijk wordt hoeveel exposanten de beurs gaat tellen, worden de werkzaamheden van het Hospitality-team concreter en veelomvattender. “Ongeveer anderhalve maand vóór de beurs leggen we de eerste contacten met leveranciers”, zegt Olsthoorn. “Je kunt immers niet een week van tevoren nog een bestelling van 6.000 hamburgers plaatsen. Het bepalen van de juiste inkoop aantallen is altijd weer uitdagend. Alhoewel we wel steeds betere inschattingen kunnen maken, op basis van het aantal exposanten, het verwachte aantal bezoekers en de opgebouwde data vanuit het verleden.”

Op de beursdagen zelf is het volgens Olsthoorn een kwestie van ‘alle hens aan dek’. Vooral een goede planning en coördinatie zijn cruciaal. “Er zijn dan dagelijks zo’n tachtig uitzendkrachten aan het werk op de beurs-

vloer, om iedereen te voorzien van hapjes en drankjes. Daarnaast werken ruim veertig uitzendkrachten in de keuken en lopen er drie mensen continu heen en weer tussen de keuken en de beursvloer, om de foodpoints aan te vullen.” De circa acht foodpoints, die voorheen verspreid waren over de beursvloer, werden de afgelopen twee jaar gecombineerd in een ‘foodcourt’. “Maar in 2024 gaan we de foodpoints toch weer verspreiden, om op die manier meer reuring en gezelligheid te brengen op de beursvloer.”

Duurzaamheid als speerpunt

Beide managers geven aan dat het vinden van goed en voldoende personeel vandaag de dag de grootste uitdaging vormt. “Dit wordt steeds lastiger”, zegt De Jong. “Maar daarin zijn we niet uniek; veel bedrijven kampen hiermee.” Daarnaast staat duurzaamheid hoog in het vaandel. Dit betekent concreet dat onder meer wordt ingezet op het beperken van transportbewegingen en het tegengaan van voedselverspilling. “We proberen nóg scherper in te kopen en voedsel dat overblijft te verwerken in andere gerechten. En bij buffetten maken we pas iets nieuws als een gerecht bijna op is. Dat betekent dat gasten soms even moeten wachten, maar voorkomt dat wij veel moeten weggoien”, zegt Olsthoorn.

Tot slot: wanneer is een HortiContact-editie geslaagd voor de managers? “Wanneer ik weet dat we alles hebben gedaan om gasten en bezoekers een geslaagd event te bezorgen en iedereen in de watten hebben kunnen leggen”, zegt Olsthoorn. De Jong geeft aan dat HortiContact voor hem een succes is wanneer exposanten met een ontspannen gevoel de beurs kunnen draaien, doordat ze van a tot z worden ontzorgd. “Iedereen moet met een lach op het gezicht naar huis gaan.”

**‘JE KUNT NIET EEN WEEK
VAN TEVOREN NOG 6.000
HAMBURGERS BESTELLEN’**





ABAB

VAN BETEKENIS.

Afspraken over uw familiebedrijf: **leg ze vast in het familiestatuut**

Een familiebedrijf is een waardevolle onderneming vol historie. Vanuit het hart geboren en gegroeid. Toch kunnen er verschillende belangen en verwachtingen tussen de diverse generaties en familieleden zijn. Voorkom verrassingen: leg afspraken goed vast in een familiestatuut. Zo is uw familiebedrijf klaar voor de toekomst.

ABAB is al jaren gespecialiseerd in de begeleiding van tuinbouwbedrijven. Wij werken veel voor familiebedrijven en kennen alle zakelijke en persoonlijke aspecten die er bij goede bedrijfsvoering komen kijken. Met onze kennis, inzichten en multidisciplinaire aanpak haalt u het maximale uit uw familiebedrijf. Generatie na generatie.

www.abab.nl



Kasgroeit

Werken, leren en ontwikkelen in de glastuinbouw



Neem contact met ons op!

E. info@kasgroeit.nl

T. 088 - 329 20 70

Meer informatie? Kijk op onze website.

SECTOR IS STRAKS IN GOEDE HANDEN

Het leuke van werken in het onderwijs is dat je daarmee een kijkje in de toekomst krijgt. In de collegebanken zie je namelijk de ondernemers, directeurs, specialisten, accountmanagers en innovators van de toekomst. Het is helemaal interessant als je studenten in een zaal zet met Arne Bac, senior sectorspecialist van de Rabobank en toch wel een autoriteit als het gaat om het 'voorspellen van de toekomst'. Arne heeft geen glazenbol, maar wel data. Heel veel data. En hij spreekt veel mensen. Dus Arne en studenten samen in een collegezaal, dat moet een succes worden.

En dat werd het! De opening zal mij in ieder geval blijven. Arne had namelijk die ochtend met een tomatenteler gesproken. Deze teler is bezig met het inzetten van 'Artificial Intelligence' in zijn teelt. Voorlopige conclusie: dat biedt perspectief. Zoveel zelfs, dat er straks minder teeltspecialisten nodig zijn. Dan kijk je even naar de zaal, waar ruim 100 studenten Tuinbouw & Agribusiness zitten en vraag je je af: 'Wie heeft hier straks nog een baan?'. Gelukkig blijft het arbeidsmarktperspectief voor deze jongeren goed, zeker mondiaal. Maar dat het werk anders wordt, dat

is zeker. De boodschap van Arne aan onze studenten was ook confronterend. Niet elke teelt is toekomstbestendig. Niet elk bedrijf is toekomstbestendig. En de razendsnelle ontwikkelingen in AI, digitalisering en robotisering zorgen ervoor dat we werkprocessen anders gaan inrichten.

Een slimme student vroeg: 'Is het onderwijs dat wij hier krijgen achterhaald?'. Goede vraag. Het antwoord is gelukkig nee. Zo hebben wij onze docent Frank van der Helm recent benoemd tot associate lector weerbare teeltsystemen. En wellicht heeft u ook nog scherp op het netvlies staan dat Lentiz MBO en de tuinbouwafdeling van de Hogeschool Inholland zo'n 9 miljoen euro toegekend hebben gekregen om stappen te maken rondom digitalisering, klimaatneutraal en duurzaamheid. De middelen zijn ook bedoeld om hybride docenten in te zetten en studenten nog meer in de praktijk te laten meewerken en onderzoeken.

Als ik met onze studenten spreek, dan ben ik ervan overtuigd dat de tuinbouwsector straks in goede handen is bij hen.

Raymond Hedges

is teamleider Tuinbouw & Agribusiness bij Inholland.



MEER BESPAREN EN BETER KLIMAAT MET DUBBELE SCHERMEN

Sinds twee jaar stappen telers van tomaat, komkommer en paprika versneld over op een dubbel klimaatscherm, onder invloed van de structureel hogere gasprijs en fiscale stimulansen van de overheid. Telers kunnen kiezen uit verschillende opties: een dubbel energiescherm, een combinatie van een verduisteringsscherm en energiescherm of een klimaatscherm met een extra zomerscherm. De besparing kan oplopen tot 70 procent.

Tekst: Mario Bentvelsen

Fotografie: Svensson



In de paprikateelt is een dubbel klimaatscherm al geruime tijd gemeengoed. Logisch, vanwege de hogere dag- en nachttemperaturen verdient een dubbel scherm zich in deze teelt het snelst terug. Een tweede voordeel is dat een dubbel scherm helpt om meer vocht vast te houden, wat zeker aan het begin van de teelt zorgt voor een beter groeiklimaat. "Dat voordeel is bij komkommer en tomaat minder groot, maar niet onbelangrijk. Aubergine is ook een snelle groeier met veel verdamping, waardoor de plant zelf 'klimaat kan maken'. Tomaat wordt ook bij wat lagere temperaturen geteeld. Toch zie je ook bij die gewassen steeds meer belangstelling voor een dubbel beweegbaar scherm", zegt klimaatadviseur Hugo Plaisier.

Folie eruit, energiescherm erin

Volgens Plaisier is het jaarlijkse vaste foliescherm op zijn retour in de paprikateelt. "De investering is relatief laag, maar het inbrengen en verwijderen daarvan is geen lolletje. Het is minder flexibel dan een beweegbaar scherm, en de vraag is altijd: wanneer haal je het weg? Als je denkt dat de kou terugkomt, laat je het langer liggen, maar als die wegblijft gaat het meer en meer in de weg zitten. Zeker bij zachte omstandigheden van 5 tot 10 graden Celsius en een zonnetje. Dan kun je wel gaten in de folie prikken om vocht af te voeren, maar dat kost ook arbeid. En na afloop zit je met een berg plastic afval. Vandaar dat steeds meer paprikatelers kiezen voor een tweede beweegbaar scherm."

In de praktijk kiezen die telers meestal voor twee transparante energieschermen, vervolgt Plaisier. "Een dubbel Luxous dus. Soms wordt als tweede scherm voor het diffuse Luxous 1547 D FR gekozen, alleen laat die 4 tot 6 procent minder licht door dan ons meest transparante energiescherm, Luxous 1147 FR."

Compenseren van stralingswarmte

In tomaat en komkommer zijn door de hoge stroomprijzen veel telers gestopt met belichten, of deden, als ze een hybride systeem hebben, alleen de LED-belichting aan. Sommige tuinders hebben om die reden hun Obscura lichtuitstootscherm aangevuld met een tweede transparante energiescherm. "Voor telers die gestopt zijn met SON-T of overgeschakeld zijn op LED is een tweede energiescherm vaak nodig om het wegvallen van de stralingswarmte te compenseren. LED geeft veel minder stralingswarmte dan SON-T, dat kun je met een tweede energiescherm opvangen. Ook zie je tomaten-telers – net als bij paprika – een foliescherm vervangen

door een tweede beweegbaar energiescherm. De telers die blijven belichten, of die optie willen behouden, kiezen dan voor de combinatie Luxous en Obscura. Bij komkommer zie je dezelfde ontwikkeling."

Maximaal 70% energiebesparing

Het lichtuitstootscherm Obscura 9050 FR W is sinds kort verkrijgbaar in een tweede variant: Obscura 9970 FR A. "Die laatste variant is eerder dit jaar geïntroduceerd. Het nieuwe scherm bespaart zo'n 15 procent meer energie omdat het een volledig aluminium klimaatscherm is. In combinatie met een tweede Luxous scherm bedraagt de meerbesparing rond 8 procent. Met ENERGYPerfect, de combinatie van Luxous en Obscura, kun je door een slimme schermstrategie het meeste besparen. Met beide schermen gesloten is de totale besparing 70 procent. Maar niet iedereen kiest automatisch voor het best isolerende scherm, vervolgt de klimaatadviseur. "Bij een zwaar belichte tomatenteelt heb je te maken met veel warmte-input van je lampen, wat het gebruik van de schermen kan limiteren. Dat kan van invloed zijn op de keuze voor welke variant Obscura gekozen wordt."

Er zijn ook telers die een Harmony zomerscherm als tweede scherm (naast een Obscura of Luxous) laten installeren. "Eén ervan is tomatenteler Looye in Burgerveen. Het is een diffuus scherm met een open structuur, dus het ademt lekker door. Het voordeel is dat je dit scherm in de zomer 100 procent kunt sluiten. Het zomerscherm kan ook worden gebruikt als extra energiescherm. Dat bespaart natuurlijk minder extra energie dan een tweede Luxous scherm, maar toch nog altijd ruim 5 procent."

Subsidiemogelijkheden

Welke optie voor telers het meest rendabel is kan Plaisier onderbouwen met een energierekening. Deze calculatie houdt rekening met de specifieke omstandigheden van de teler. Ook zijn er diverse subsidiemogelijkheden. "Bijvoorbeeld via GMO. Dan moet je wel lid zijn van een telersvereniging die dat in het jaarplan gezet heeft. Verder gaat binnenkort, van 5 tot en met 20 oktober, de EG-subsidie voor een tweede scherm weer open. De subsidie bedraagt 20 procent op scherm en installatie, dus zeer interessant om hier gebruik van te maken."

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

Contact

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

Aan dit nummer werkten mee:

Mario Bentvelsen / Roger Engelberts /
Annemarie Gerbrandy / Raymond Hedges
/ Ank van Lier / Mariëlle van Lier / Thom
Persoon / Cor van Ruijven / Lise Schregardus /
Jacco Strating / Sanne van de Valk /
Ton van der Vliet

Coverfoto:

Lianne Torn / Salted by Salt

Fotografie:

Sharon van den Berg / Brightlands Campus
/ Decorum / Greenhouse Sustainability /
Astrid Grootsholten / Simon Metselaar
/ Rijk Zwaan / Johan Seijbel / Svensson /
Lianne Torn / Unsplash

Vormgeving:

Diseno Vormgeving

Druk:

Vellendrukkerij BDU BV

Uitgever:

Jacco Strating

**Samenwerken met of
adverteren in KAS?**

Mail naar jacco@kasmagazine.nl of bel
met 06-18827446

Abonnement

Mail naar abonnement@kasmagazine.nl en
ontvang KAS ieder kwartaal voor € 39,50
per jaar. Abonnementen op KAS worden ie-
der 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@kasma-
gazine.nl](mailto:jacco@kasma-
gazine.nl) voor een speciaal aanbod. .

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 con-
tentproductie voor eigen gebruik. Van
artikelen, podcasts en video's tot eigen

magazines en complete mediaproducten.
Neem voor informatie contact op via [info@
kasmagazine.nl](mailto:info@
kasmagazine.nl).

Disclaimer/copyright:

De inhoud van KAS is zorgvuldig samen-
gesteld. De uitgever, redactie en auteurs
zijn niet aansprakelijk voor schade die
het gevolg is van beslissingen die worden
genomen op basis van redactie, vorm-
geving 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
verstreekte gegevens worden daarom enkel
gebruikt ter uitvoering van de gesloten
sales- en/of abonnementenovereenkomst
en om u te informeren over relevante
activiteiten en diensten van KAS.



EXTRA: WERKEN & LEREN!

Niet één maar twee magazines vallen in december bij je door de bus. Zoals ieder jaar maken we ook in 2023 weer een speciale Werken & Leren-uitgave waarin werken in de tuinbouw centraal staat. Wil je jouw medewerkers ook in de spotlights zetten? Doe dan mee aan dit speciale magazine, dat ook nog eens naar 2.000 studenten wordt gestuurd! Neem contact op met Jacco Strating via jacco@kasmagazine.nl of tel. 06-18827446. Lees meer over KAS Werken & Leren op pagina 6 van dit magazine en bekijk eerdere edities op www.kasmagazine.nl. Heb je redactionele tips voor de reguliere KAS van december of wil je adverteren, neem dan eveneens contact met ons op.



**FLORI
FOOTPRINT
TOOL**

Bereken nu zelf onafhankelijk uw product footprints

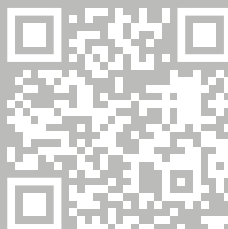
Eenvoudig en inzichtelijk

Of u het nu doet voor de toekomst van de aarde of omdat uw klanten graag willen weten of u duurzaam onderneemt, de berekening van de **milieu-impact** van uw bloemen en planten is essentieel geworden. Met de Flori Footprint Tool berekent u dat gemakkelijk zelf.



**Klaar om de volgende stap
te zetten richting een
duurzame toekomst?**

Scan de QR code en
breng vandaag nog uw
duurzaamheid in kaart!




Aangeboden door

GREENHOUSE
Sustainability 

Powered by **SimaPro**



FLORIFOOTPRINTTOOL.COM



Maximaal licht
op het gewas én
maximaal energie
besparen?

**Challenge
accepted!**

Voor iedere teler een oplossing.

Wil je meer energie besparen én maximaal licht op het gewas? De klimaat-experts van Svensson hebben een antwoord op (bijna) al je uitdagingen. Door de hoge lichtdoorlatendheid, uitzonderlijke kwaliteit, én aanzienlijke energiebesparing is Luxous hét beste klimaatscherm voor de glastuinbouw. En door een tweede Luxous scherm te installeren bespaar je meteen veel extra energie. Juist ook in combinatie met led-belichting. Wat je vraag of uitdaging ook is, Svensson heeft voor iedere teler een oplossing.



Wil je meer informatie
of advies van één van onze
experts voor de juiste keuze
specifiek voor jouw gewas?
Scan de QR-code.