

KAS MAGAZINE 2023
NUMMER 4 / € 9,95

KAS

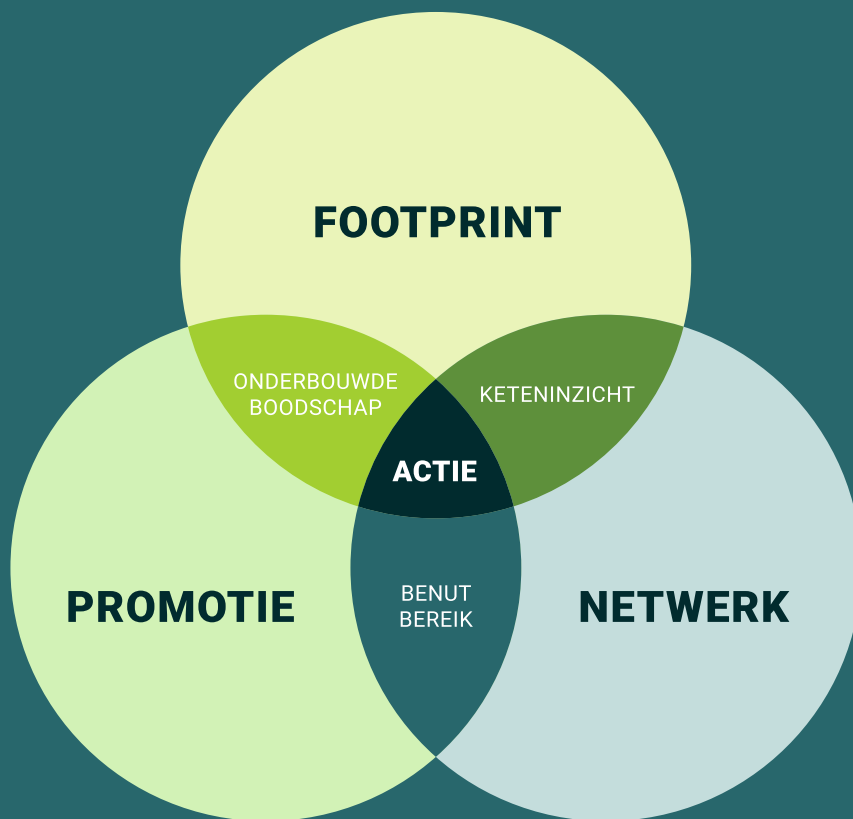
VOOR TUINBOUWONDERNEMERS

CAN KAYA:
IRISKWEKER EN
FAMILIEMAN

VERDER IN DEZE KAS: STOLK BROTHERS / ELEKTRIFICATIE / LEWIS FLOWERS /
WEERBARE SIERTEELT / DUIJVESTIJN TOMATEN / VDE PLANT EN MEER...



Het netwerk van toonaangevende bedrijven dat **duurzaamheid** binnen de hele **tuinbouwketen** inzichtelijk én bespreekbaar maakt



**Klimaatneutrale tuinbouw begint nu!
Samen gaan we over tot actie.**



Sluit aan en profiteer van de voordelen van het netwerk.

WWW.HORTIFOOTPRINT.NL





DUBBEL FEEST!

KAS gaat digitaal! Als verlengstuk van het magazine hebben wij onlangs een gloednieuw online kennisplatform gelanceerd: kasmagazine.nl. Voortaan lees je de artikelen uit KAS Magazine dus op jouw moment en op jouw manier. Vanuit je luie stoel door het hele magazine bladeren of snel even tussendoor op je smartphone door een selectie van de artikelen scrollen, het kan vanaf nu allebei. De artikelen worden gerangschikt op thema, waardoor je verhalen kunt lezen over de onderwerpen die jij belangrijk vindt. Bovendien gaan we de KAS-artikelen opvolgen met relevante persberichten, video's, fotoreportages en podcasts. Zo houden we je dus op de hoogte van ontwikkelingen rond jouw favoriete verhalen en thema's. Als je je inschrijft voor de gratis nieuwsbrief van KAS, houden we je op de hoogte van alle updates op de site.

En daar houdt het goede nieuws niet op... want bij deze uitgave van KAS ontvang je ook weer het speciale magazine 'KAS Werken & Leren'. Met dit magazine zetten we de tuinbouw jaarlijks in de spotlights. Meer dan 50 medewerkers leggen uit waarom het elke dag weer een feest is om in de tuinbouw te werken. Ze vertellen over hun tuinbouwjob en proberen anderen enthousiast te maken voor een carrière in de glastuinbouw. KAS Werken & Leren wordt ook weer naar een groot aantal studenten in Nederland gestuurd, zodat zij kunnen kennismaken met de kansen die de tuinbouw hen biedt. En jawel, alle interviews staan nu al op kasmagazine.nl, dus deel de verhalen met iedereen binnen en buiten de sector!

Dubbel feest dus voor jou als lezer, maar ook bij ons op de redactie. Ik zeg alvast proost op een mooi, gezond en succesvol nieuwjaar vol kennis en inspiratie!

Jacco Strating
Uitgever KAS Magazine



Merry Christmas & a Happy New Year

Het afgelopen jaar heeft KG weer een aantal mooie projecten in binnen- en buitenland mogen afronden.

In 2024 groeien we graag samen verder.



KG GREENHOUSES

kggreenhouses.com
info@keesgreeve.nl
+31 (0)10 5212644

KG SYSTEMS

kgsystems.nl
info@kgsystems.nl
+31 (0)10 5212644

Leeuwenhoekweg 58, 2661 DD Bergschenhoek, Nederland



Samen spierziekten
bij kinderen verslaan

Wij bedanken onze relaties voor de mooie opdrachten van afgelopen jaar, nog mooier is dat KG dankzij jullie een fijne gift kan doen aan Stichting Spieren voor Spieren

ENERGIE

Betaalbare warmte: elektrificatie / 8

GEZONDHEID

Uniek experiment in Moerwijk / 12

Digitaal scouten de standaard / 42

ONDERNEMEN

Groeien met goed werkgeverschap / 32

Wapenen tegen criminaliteit / 46

Kracht van een authentiek verhaal / 66

GROEIEN

Egaal licht bij PanAmerican Seed / 36

GreenSwitch helpt VDE Plant / 78

Bio is booming bij Royal Brinkman / 84

VERDUURZAMEN

Chain portal naar duurzaamheid / 48

Duurzamer door betere zaden / 62

Klimaatneutrale reis Rabobank / 70

DIGITALISEREN

12,5 jaar BICT Groep / 54

ONTWIKKELEN

Studie naar tomatenstengels / 58

INTERVIEWS

Coverinterview: Can Kaya / 18

Ruud Heuvelmans, Easyfairs / 28

COLUMNNS

Thom Persoon / 17

Roger Engelberts / 77

Gerry Kouwenhoven / 83

SERIES

Uit de Greenport / 26

Bij Decorum / 40

Bellen met / 53

Bewust in KAS / 74

VERDER

Voorwoord / 3

Kort / 7

Colofon en volgende uitgave / 86

12



18



28



78

KORT

WEBSITE EN NIEUWSBRIEF



We hebben er lang en hard aan gewerkt, maar op 13 december is jouw nieuwe online kennisplatform gelanceerd. Op kasmagazine.nl kun je voortaan een selectie van de artikelen uit KAS Magazine terugzoeken en lezen, maar je vindt er ook nieuwe exclusieve content in de vorm van video's, fotoreportages en follow-ups op eerdere artikelen. De artikelen zijn op thema gerangschikt, waardoor je niets meer hoeft te missen over de onderwerpen die jij belangrijk vindt. Ook kun je voortaan via de website eenvoudig adreswijzigingen en andere zaken aan ons doorgeven én kun je content bestellen bij ons productiehuis KAS Media. Daarnaast gaan we een nieuwsbrief verzenden om je op de hoogte te houden van de updates. Niet dagelijks, maar alleen als we interessante aanvullingen hebben gepubliceerd op het platform. Wil jij die nieuwsbrief ook ontvangen, schrijf je dan gratis in via kasmagazine.nl. En neem sowieso snel een kijkje op de gloednieuwe website en ontdek alle functionaliteiten!

CONTENT? KAS MEDIA!

Ken jij KAS Media al? Het is de nieuwste tak binnen KAS, waarbij je alle vormen van content kunt laten maken. Heb je behoefte aan persberichten, webteksten, uitgebreide artikelen of testimonials? KAS Media kan je daarin ontzorgen. Een team van professionele schrijvers, fotografen, filmmakers en vormgevers staat op elk moment voor jou klaar. KAS Media maakt de content, maar jij bent en blijft zelf de eigenaar en kunt er dus mee doen wat jij wilt. Meer weten? Kijk op kasmagazine.nl/kas-media of mail naar info@kasmedia.nl.



KAS LIVE! ELKE WEEK OP HORTIBIZ NEWSRADIO

Ben jij al een vaste luisteraar van KAS Live!, het radioprogramma van KAS Magazine op tuinbouwzender Hortibiz Newsradio? KAS Live! wordt gepresenteerd door Jacco Strating en is ook in het nieuwe jaar weer wekelijks op donderdag te horen tussen 11.00 en 12.00 uur. In het programma maken actuele gasten hun opwachting, wordt

een blik geworpen op het nieuws uit de sector en hoor je bovendien heel veel muziek van toen en nu. Je luistert live mee via www.hortibiznewsradio.nl. KAS Live! wordt bovendien elke zaterdagochtend herhaald en komt tevens beschikbaar op goede-morgen.podbean.com om op een ander moment terug te luisteren.



BETAALBARE WARMTE: ELEKTRIFICATIE ALS TOVERWOORD

De inzet van gas wordt de komende jaren fors duurder. Hamvraag is hoe tuinders ervoor kunnen zorgen dat ze ook in de toekomst de beschikking hebben over betaalbare warmte. Elektrificeren biedt op dit moment de meeste potentie voor de tuinbouwsector, met name middels een warmtepomp. Daarnaast is het volgens AgroEnergy belangrijk om voorlopig de nodige flexibiliteit te houden qua warmtevoorziening. Inzet van de WKK blijft de komende jaren daarom zeker nuttig.

Tekst: Ank van Lier

Fotografie: Sharon van den Berg

9

De glastuinbouw staat voor de uitdaging om binnen twintig jaar klimaatneutraal te produceren. Dat is ook vastgelegd in het Convenant Energietransitie Glastuinbouw 2022-2030, waarin de concrete doelstelling is geformuleerd om in 2040 volledig klimaatneutraal te zijn. Ook AgroEnergy heeft volop ambities op dit vlak. "Wij willen al in 2035 klimaatneutraal werken, zowel binnen ons eigen bedrijf als bij klanten", zegt Vincent Klaassens, EnergyOperator bij AgroEnergy. Naast deze doelstellingen op het gebied van CO₂-reductie, met als doel het klimaat minder te belasten, is het ook in financieel opzicht zaak dat tuinders overstappen naar duurzame energiebronnen. "Het gereduceerde tarief aan energiebelasting, dat nu nog geldt voor de glastuinbouw, wordt tussen 2025 en 2035 afgebouwd. Daarnaast komt er vanaf 2025 een CO₂-heffing voor de glastuinbouwsector."

Mogelijke alternatieve warmtebronnen

Samenvattend wordt het gebruik van gas flink duurder. Om als bedrijf rendabel te kunnen blijven draaien, is het dan ook belangrijk om te kiezen voor een alternatieve

warmtebron. Die betaalbaar én duurzaam is. Er zijn meerdere opties:

• WKK OP GROEN GAS

Groen gas is gas dat vrijkomt bij het vergisten van restproducten als mest, gras en hout en vervolgens wordt opgewaardeerd tot aardgaskwaliteit. "Het kabinet ziet veel potentie in de inzet van groen gas", zegt Klaassens. "Hun ambitie is om in 2030 1,6 miljard kuub groen gas per jaar bij te mengen bij het reguliere gas." Feit is echter dat de reststromen om groen gas te produceren beperkt beschikbaar zijn. Dat betekent dat, wanneer straks 1,6 miljard kuub moet worden bijgemengd, de prijs van Groen Gas-certificaten zal oplopen. "Deze certificaten worden verstrekt aan producenten van groen gas en moeten vervolgens worden aangekocht door degene die het gas gaat verstoren. Deze kosten komen bovenop de reguliere gasprijs. Dit maakt de inzet van groen gas een kostbare optie. Hierdoor zal het hoogstwaarschijnlijk niet rendabel zijn om een WKK te laten draaien op groen gas."

• WKK OP WATERSTOF

Waterstof wordt vaak gezien als 'de heilige graal', als het gaat om verduurzaming. Klaassens omschrijft deze brandstof liever als 'een Zwitsers zakmes', vanwege het feit dat waterstof technisch gezien veel verschillende toepassingen kent. "Dat betekent dat de potentiële vraag naar waterstof, alleen al vanuit de grote industrie, zeer groot is. Daar komt bij dat veel elektriciteit nodig is om waterstof te maken. Ter indicatie: om alleen al voldoende waterstof te kunnen produceren voor de grote industrieën in ons land is al 20 gigawatt aan stroom nodig. Dat is enorm veel. Nu wordt in ons land op piekmomenten namelijk 13 tot 17 gigawatt aan elektriciteit verbruikt. En waterstof produceren op een andere plek in de wereld is ook lastig, aangezien transport duur is. Het laten draaien van een WKK op waterstof is de komende vijftien jaar dan ook nog geen optie, zowel vanwege de prijs als vanwege de beschikbaarheid."

• AARD- EN RESTWARMTE

De inzet van aardwarmte of restwarmte - deze kan bijvoorbeeld afkomstig zijn van de industrie - kan voor sommige tuinders een oplossing zijn. Maar Klaassens ziet dit niet als dé oplossing voor de hele tuinbouwsector. Aardwarmte is namelijk niet in iedere regio beschikbaar én er komt alsnog CO₂ vrij bij de productie. "Dat is weliswaar veel minder dan bij een WKK, maar volledig CO₂-neutraal is aardwarmte niet. Daarbij zijn de investeringskosten hoog, waardoor ondernemers samen moeten optrekken. Ook restwarmte is niet in ieder gebied voorhanden en dergelijke projecten moeten door meerdere partijen worden opgepakt."

• BIOMASSA-INSTALLATIE

Het imago van biomassa-installaties, waarin biomassa wordt verbrand, liep de afgelopen jaren een deuk op. Onder meer doordat hierin ook wel hout uit overzeese gebieden werd verstoekt. Daarnaast was soms sprake van menging van vervuilde en schone reststromen. "Door dit alles nam de maatschappelijke weerstand toe, ook is het lastiger geworden om een vergunning te verkrijgen. Daar komt bij dat een biomassa-installatie een hoge investering vergt en om die reden alleen is weggelegd voor echt grote bedrijven. Voor de gemiddelde tuinder is dit niet rond te rekenen."

• E-BOILER EN WARMTEPOMP

Klaassens is er heel duidelijk over: elektrificatie is voor tuinders dé universele manier om ook in de toekomst op een betaalbare manier te kunnen voorzien in hun

warmtebehoefte. Zowel een e-boiler als een warmtepomp komen dan in beeld. "Deze maken beiden warmte uit elektriciteit. De voorkeur gaat echter uit naar een warmtepomp, aangezien deze efficiënter werkt dan een e-boiler. Een dergelijke pomp kan van 1 MW aan elektrische energie soms wel 3 tot 5 MW aan thermische energie maken. Hierdoor is de investering, die doorgaans hoger is dan bij een e-boiler, ook goed terug te verdienen. Maar feit is natuurlijk wel dat je deze investering als ondernemer moet kunnen dragen én plek moet hebben voor een warmtepomp. Daarnaast moet er restwarmte, bodemwater of buitenlucht beschikbaar zijn, waaruit de pomp warmte kan winnen. Maar desondanks is de warmtepomp, rekening houdend met alle factoren, zonder twijfel de best mogelijke en meest betaalbare verduurzamingsoptie voor telers." Een belangrijk aandachtspunt is volgens Klaassens wel om tijdig een toereikende elektriciteitsaansluiting aan te vragen. "Dit kan soms enkele jaren duren."

Flexibiliteit cruciaal

Bovenstaande opsomming maakt duidelijk dat elektrificatie middels een warmtepomp de meeste potentie biedt voor de tuinbouwsector. Desondanks adviseert de EnergyOperator ondernemers om, vanwege schommelingen op de energiemarkten, de nodige flexibiliteit te houden in hun warmtevoorziening. Om die reden is het zaak om de WKK voorlopig nog niet de deur uit te doen. "Op momenten dat de elektriciteitsprijzen laag zijn, is het interessant om de warmtepomp te laten draaien. Zijn de prijzen hoger, dan komt alsnog de WKK in beeld. Tot 2035 zijn er absoluut nog veel uren waarop het rendabel is om de WKK te laten draaien. En dat is ook essentieel om het elektriciteitsnet in balans te houden. Ter indicatie: 70 procent van het opregelvermogen op de noodvermogenmarkt komt momenteel uit de glastuinbouw. Dus de WKK's hebben een duidelijke functie. En dat zal niet zomaar veranderen."

Efficiënt warmteverbruik

Klaassens geeft ondernemers daarnaast het advies mee om efficiënt en verantwoord om te gaan met warmteverbruik. "Immers: iedere eenheid energie die je niet verbruikt, hoeft je ook niet te maken. Kijk daarnaast hoe je zo optimaal mogelijk actief kunt zijn op de energiemarkten, wanneer je het beste bepaalde assets kunt inzetten. Hierbij kunnen de specialisten en de diensten van AgroEnergy ondersteunen: wij helpen ondernemers graag om er energietechnisch het maximale uit te halen."

'IEDERE EENHEID ENERGIE
DIE JE NIET VERBRUIKT, **HOEF**
JE OOK NIET TE MAKEN'



UNIEK EXPERIMENT ROND GEZOND EN VITAAAL LEVEN

Zo'n vijftig trouwe bezoekers van buurtkamer De Luyk in de Haagse wijk Moerwijk gaan in het nieuwe jaar een uniek experiment aan. In januari krijgen ze allemaal een sensor op hun bovenarm die 24 uur per dag hun glucosegehalte gaat meten. En dat zes weken lang. Ze nemen deel aan een bijzonder project van Greenport West-Holland om gezond en vitaal leven hoger op de agenda te krijgen.

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Sharon van den Berg

Dat de kassen in Greenport West-Holland een enorme stroom gezonde producten voortbrengen is genoegzaam bekend. En dat lekker veel verse groenten en fruit bijdragen aan een gezonder leven is ook geen geheim. Wetenschappers hebben er veel onderzoek naar gedaan en er zijn stapels rapporten over geschreven. Toch lukt het maar niet om dat bij de doorsnee consument en bij de beleidsmakers zó tussen de oren te krijgen dat er daadwerkelijk iets verandert. En juist daarom is Natasja van der Lely (programmamanager Gezondheid en Geluk bij de Greenport) extra blij met dit Haagse experiment. Moerwijk is een van de ongezondste wijken van Den Haag. Onder meer diabetes, obesitas, hart- en vaatziekten en chronische ziektes komen er relatief vaak voor.

“En juist hier zijn het de bewoners zelf die met hun gezondheid aan de slag willen. Samen met o.a. huisartsen, de GGD, de gemeente en verschillende ondernemers uit de tuinbouw.”

Gemotiveerd

Deelnemers aan de proef krijgen onder andere een aantal weken gratis kiemplanten vol gezonde voedingsstoffen van Koppert Cress. Met een glucosemeter kunnen deelnemers zelf hun bloedsuikerspiegel meten. Met bezoeken aan tuinders, leefstijlsessies en smaaklessen worden de deelnemers verder gestimuleerd om iets aan hun eetgewoonten te veranderen. Natasja: “We hebben inmiddels een super enthousiaste groep bewoners – jong en oud – die geïnteresseerd



K



BETER EETPATROON

Xaviera Cameron is praktijkondersteuner bij huisartsenpraktijk Medicor in Moerwijk. Veel mensen die bij haar in de spreekkamer komen hebben vaak al te maken met chronische ziektes zoals diabetes en hart- en vaatziekten. "Dit project is een mooie manier om deze patiënten op een andere manier te helpen, en ze aan een beter eetpatroon te laten werken. Of het lastig is het eetgedrag van mensen ter discussie te stellen? Voor mij niet. Bij deze groep is er een goede reden waarom het anders moet."

zijn in wat ze eten. Ze zijn letterlijk hongerig naar meer informatie, en dat legt een goede bodem onder dit project. Er wordt niks van bovenaf opgelegd, nee ze zijn uit zichzelf geïnteresseerd en enorm gemotiveerd. ‘Wanneer gaan we weer naar de kas?’ wat is de volgende stap?’ in het buurthuis worden we doorlopend bestookt met vragen.”

Adempauze

Het project zou eigenlijk al in 2023 beginnen, maar er doken wat verrassingen op. Zo moest een medisch-ethische commissie zich er nog over uitspreken – omdat er medische informatie wordt verzameld – en dan was er ook nog een verbouwing van het buurthuis. Inmiddels zijn alle rimpels gladgestreken. De adempauze werd benut om alvast wat kleine experimenten te houden. Zo kon het werken met de sensor en de app van Clear bio uitgetest worden. Natasja meldde zich ook aan als testpersoon. Ze kreeg voor een periode van twee weken een sensor op haar bovenarm bevestigd. “Met je smartphone kun je die uitlezen en zo je glucosespiegel volgen. Je ziet meteen het effect als je iets eet of drinkt. Maar ook het gevolg van je gedrag wordt zichtbaar. Een stukje gaan lopen of een glas water drinken doet je waardes direct dalen.”

Een lange adem

Natasja houdt zich al meer dan 10 jaar bezig om de maatschappelijk impact van de gezonde producten die de tuinbouw voortbrengt voor het voetlicht te brengen. De tuinbouw kan in het veld van gezondheid enorme impact maken, volgens haar, maar dat is een lange en uitdagende strijd. “Op straat loopt vliegen de reclames voor ongezonde producten je om de oren. Het aanbod aan ongezonde producten als hamburgers en pizza’s is enorm. Om die patronen te doorbreken, en als sector die staat voor gezondheid o.a. bij de overheid een voet tussen de deur te krijgen, vereist een lange adem.” Lichtpunten ziet ze overigens óók. Zo signaleert ze hoe in de bedrijfscatering al een mooie omwenteling heeft plaatsgevonden. “De lunch wordt nu steeds meer gebruikt om de ‘groente-intake’ te benutten. Een duurzaam en gezond aanbod wordt een vast onderdeel van elke tender.”

De nu lopende pilot beschouwt Natasja als een mooi voorbeeld van voorsorteren op wat komen gaat en deels al gaande is. Gemeenten en provincies zijn volop bezig met het opstellen van preventieakkoorden en voedselstrategieën om de bevolking een gezonder leefpatroon aan te leren. Een laagdrempelig en door de doelgroep gedragen experiment als in Moerwijk laat zich makkelijk toepassen en overhevelen naar andere wijken en steden. “Het gaat niet alleen om het verkopen van gezonde producten; in de wijk willen we onderzoek toepassen, experimenteren en mensen bewust maken van de rol van het glastuinbouwcluster bij gezondheidsuitdagingen in de stedelijke omgeving.”

Gratis deelname

De mensen van buurtkamer De Luyk die deelnemen aan het gezonder-eten-experiment hoeven daarvoor de portemonnee niet te trekken. Alleen al de kosten voor de sensoren bedragen € 250,- per persoon, maar dankzij bijdragen van o.a. het Impactfonds van Rabobank en geld van de Gemeente Den Haag kan iedereen gratis deelnemen. Bij een experiment is dat geen ongebruikelijke gang van zaken. Maar als er straks een werkbaar model ligt om de bevolking met tuinbouwproducten gezonder en vitaler te houden, dan zal er ook een bijpassend businessmodel gevonden moeten worden. Want maatschappelijk-sociale impact creëren is één, maar dat is niet het volledige verhaal. Natasja: “Wij zijn voedselproducenten, dus het zal ook financieel uit moeten kunnen. Dat is een interessante zoektocht, waarvoor wij als Greenport West-Holland graag in contact komen met tuinbouwondernemers die gedachten hebben hoe je hiermee economisch waarde kunt creëren. Die ondernemers nodig ik van harte uit contact op te nemen met mij via Greenport West-Holland, zodat we samen onderzoeken waar kansen liggen en die verder ontwikkelen.”

Aan de door Greenport West-Holland geïnitieerde pilot in Moerwijk werken o.a. mee Gezond en Gelukkig Den Haag, Gemeente Den Haag, GGD Haaglanden, Buurtkamer De Luyk, huisartsenpraktijk Medicor, Rabobank, Haagse Hogeschool, Koppert Cress en Clear Bio.

Kennispartner van de Nederlandse tuinbouw

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

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



Meer weten over de opleiding Tuinbouw & Agribusiness deeltijd?

Scan de QR-code!



inholland
hogeschool



ABAB

VAN BETEKENIS.

Blijve medewerkers presteren beter: Investeer in de groei en ontwikkeling van uw medewerkers

Tevreden medewerkers zijn gemotiveerder, maken minder fouten en ook het ziekteverzuim is lager. Daarom is het zo belangrijk om te investeren in een werkomgeving waar sociale veiligheid, gezondheid en personeelsontwikkeling centraal staan.

ABAB is al jaren gespecialiseerd in de begeleiding van tuinbouwbedrijven. Onze ervaren personeelsadviseurs ondersteunen u graag met concrete stappen op weg naar een optimale werkbeleving. Met onze kennis, inzichten en multidisciplinaire aanpak haalt u het maximale uit uw tuinbouwbedrijf.

www.abab.nl

ENERGIETRANSITIE VERBINDT ONS JUIST

Het einde van het jaar is toch altijd wel een beetje de periode van bezinning. Je mijmert over de toekomst en denkt na over goede voornemens voor jezelf en je rol in de wereld en tegelijkertijd word je door de nostalgische kerstklanken en de Top2000 weer teruggebracht naar het verleden. Veel mensen zullen dat gevoel wel herkennen, vermoed ik. Het staat ook wel symbool voor iets waardevols, namelijk koesteren wat goed is, maar ook de drive hebben om te veranderen.

Wij proberen in ons bedrijf ook zoveel mogelijk aan dit principe vast te houden. Planten zorgen al sinds mensenheugenis voor blijdschap en een gezonde leefomgeving en omdat de wereld steeds meer verstedelijkt, moeten we de natuur echt een handje helpen door het groen voor die 'urban jungle' in onze kassen te telen. Als je toch eens stilstaat bij de functie van kamerplanten in gebouwen, dat is ongekend. En dat moeten we dus vasthouden en als sector ook blijven benadrukken. Als sierteelt hebben we gewoon een onwijs belangrijke rol in de verduurzaming van de wereld. Wetenschappelijk bewezen is inmiddels de luchtzuiverende werking en het stress verminderende effect van kamerplanten. Ik durf te stellen dat het gevoel van verbinding met natuur, klimaatadaptatie en een prettige omgang tussen

mensen ook in dat rijtje van positieve effecten hoort. Maar wat we dan zeker niet willen, is dat er aan deze prachtige planten 'een luchtje zit'. Dat betekent dat we ons tot het uiterste moeten inspannen om de productie van onze wereldverbeteraars (ja, zo noemen wij ze bij Forever Plants) zo snel mogelijk helemaal schoon en klimaatneutraal te krijgen. En met dat goede voorneemen wachten wij niet tot 1 januari. Dat staat al jaren hoog op de agenda. Wel gaan we het proces komend jaar proberen te versnellen met onze deelname aan het project Energietransitie Broekpolder2040.

Met de ondernemers en bewoners in de polder en andere stakeholders als Glastuinbouw Nederland, Greenport West-Holland, Gemeente Westland, Westland Infra en de aardwarmteprojecten in polder gaan we aan de slag om letterlijk en figuurlijk de technische, bestuurlijke en economische kansen aan elkaar te knopen. Warmtenetwerk Westland is zelfs al gestart met de koppeling van verschillende warmtenetwerken. Het wordt een complexe en interessante puzzel waarin iedereen zijn of haar stukje moet gaan leggen en moet meedenken over het eindresultaat, een klimaatneutrale Broekpolder. Het is wel duidelijk dat de energietransitie ons helemaal niet uit elkaar drijft, maar juist verbindt.

Thom Persoon
is directeur bij
Forever Plants Group





K!

CAN KAYA (24):

'IN MIJN FAMILIE DOEN WE ALLES VOOR ELKAAR'

Vader Murat Kaya kwam in de jaren negentig als gastarbeider van Turkije naar Nederland. Hij ging aan het werk bij een iriskwekerij, maar had al snel door dat hij dat zelf veel beter kon. En dus startte hij in 2001 zijn eigen kwekerij. Nu, 22 jaar later, is de tweede generatie aan zet. Zoon Can Kaya is trots en ambitieus. Met 17 miljoen irissen per jaar, een gloednieuwe teeltlocatie in eigendom én een kwekerij in Spanje is hij nog niet uitgegroeid. "We hebben nog grote plannen voor de toekomst."

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

Een Nederlandse ondernemer van Turkse afkomst in de Nederlandse glastuinbouw. Of het een unicum is, wie weet. Maar bijzonder is het sowieso. "Ik ben de enige Westlandse teler met een baard", zegt Can Kaya met een knipoog. Can werd geboren in Turkije en verhuisde naar Nederland toen hij acht jaar oud was. Zijn vader werkte toen al langer in Nederland. Eerst als medewerker bij een iriskwekerij, daarna als teler van zijn eigen irissen. "Mijn vader kreeg al snel door dat hij het zelf veel beter kon", vertelt Can. "Toen is hij zijn eigen kwekerij begonnen onder de naam Kaya Flowers. Sindsdien telen wij irissen."

Eerste ter wereld

De kwekerij begon met 300.000 irissen per jaar, maar teelt inmiddels 17 miljoen bloemen per jaar. Dat gebeurt op vier locaties in het Westland en één locatie in Spanje. Een initiatief van Can, die zeven jaar geleden in het familiebedrijf stapte dat inmiddels Middenweg Flowers was gaan heten. "Mijn vader vond het altijd belangrijk dat ik ging studeren, en ik heb mijn studie ook afgemaakt, maar dat was niets voor mij. Ik wilde aan het werk en heb dat ook gewoon tegen mijn vader gezegd. Maar dat betekende wel dat ik mij tegenover hem moest bewijzen." En dat deed Can. Toen de vraag naar meer diversiteit in kleur toenam, kwam hij op het idee om irissen te gaan verven. "Wij waren de eerste iriskwekerij ter wereld die geverfde irissen op de markt bracht", zegt Can met trots. "En het werd direct een groot succes. Daarmee liet ik mijn vader zijn dat ik ondernemend ben. Op een gegeven moment zag hij zelf ook wel dat ik op mijn plaats was in het bedrijf. 'Doe je ding maar', zei hij naar een paar jaar. En sindsdien is er veel veranderd."

Tot die tijd werden alle irissen nog aangeboden op de klok. "Maar ik wilde daar minder afhankelijk van zijn en ben gewoon willekeurig klanten gaan bellen om ze onze irissen wilden kopen. Als ik dan weer een

nieuwe klant wist binnen te slepen, was ik zo blij als een kind. En na verloop van tijd hadden we ons eigen klantenbestand opgebouwd dat alleen maar verder bleef groeien." Bij Middenweg Flowers gaat de klant boven alles, geeft Can aan. "Wij doen alles voor hen en zijn heel makkelijk. Is er een probleem? Niet zeiken dan, maar oplossen. Je moet altijd naar de lange termijn kijken en nooit proberen op de korte termijn een conflict te winnen. Daar schiet je uiteindelijk niets mee op. Daardoor zijn onze klanten inmiddels ook gewoon onze vrienden geworden. We hebben een band opgebouwd met de meeste afnemers en gaan heel informeel met elkaar om. Dan spreek je elkaar en is het eerste wat wordt gevraagd: 'hoe gaat het thuis?'. Dat is toch mooi!"

Eer om Decorum-lid te zijn

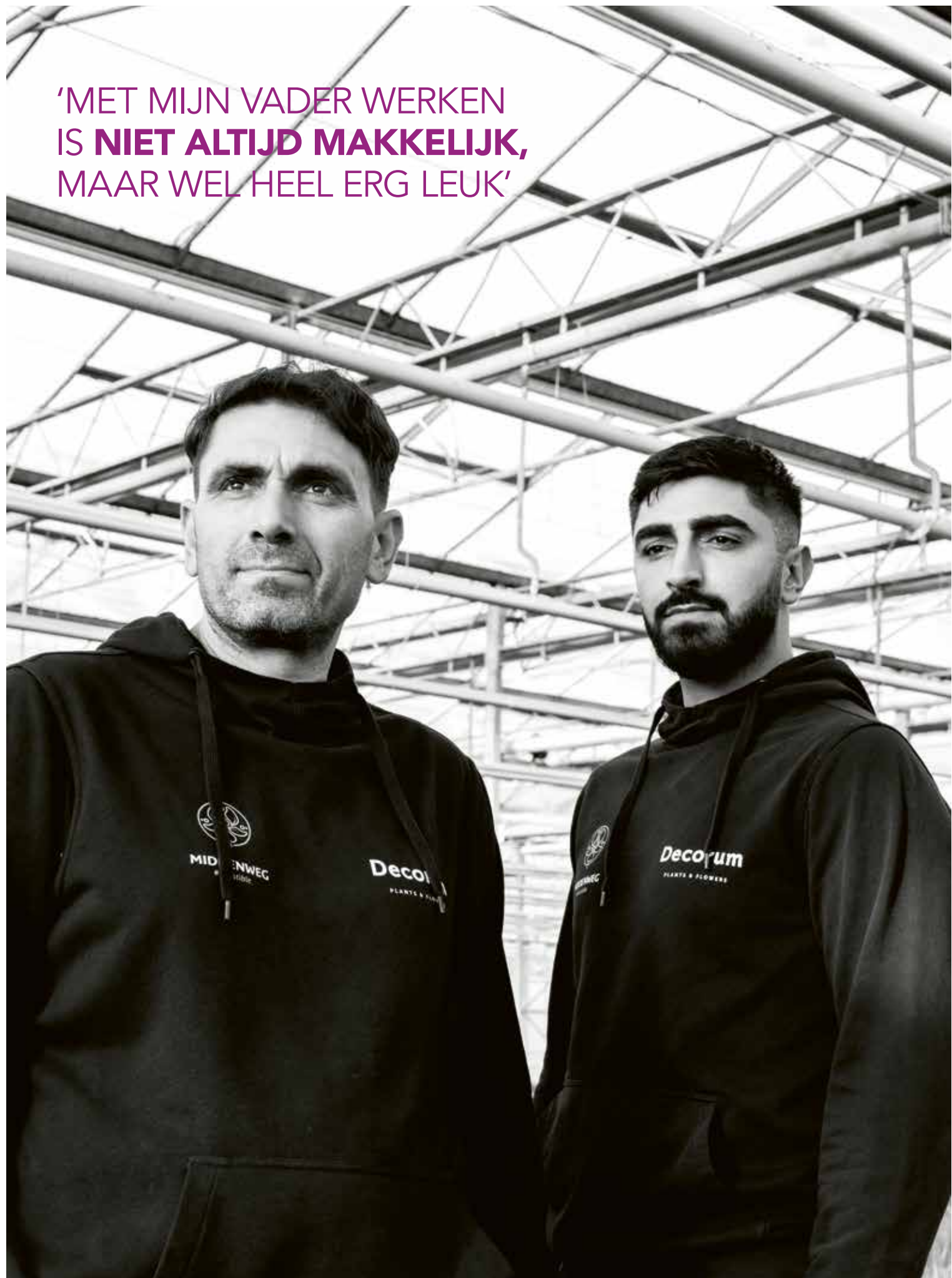
Vanaf het moment dat Middenweg Flowers irissen ging verven, ging het opeens hard. "We groeiden heel hard. Dat kwam ook doordat we lid werden van Decorum. In 2019 raakt ik op de Trade Fair in gesprek en eigenlijk viel alles toen samen. Ik ben altijd, nog steeds, heel trots geweest dat we onderdeel uitmaken van Decorum." Can verklapt iets wat hij niet eerder tegen iemand heeft verteld: "Toen ik als klein kind door het Westland reed, zag ik overal vlaggen van Decorum. Ik dacht toen altijd dat het één heel groot bedrijf was. Maar ik dacht toen al: 'ik wil later ook zoals Decorum zijn'. Hoe bijzonder is het dan dat wij nu zoveel jaren later echt bij de club horen. Dat zij ons benaderden om lid te worden, was echt wel een eer voor mij. Binnen Decorum werken zoveel goede mensen en iedereen doet alles voor elkaar. Ik heb heel veel van anderen geleerd de laatste jaren."

De aansluiting bij Decorum zorgde ervoor dat Middenweg Flowers nog verder moest professionaliseren om te voldoen aan alle kwaliteitseisen. "Mijn vader is heel erg van de discipline, hij is heel netjes. Dus op dat

'OOK TIJDENS **FITNESS**
EN BOKSEN STAAT DE
TELEFOON GEWOON AAN'



'MET MIJN VADER WERKEN
IS **NIET ALTIJD MAKKELIJK**,
MAAR WEL HEEL ERG LEUK'



vlak waren we al heel ver." Bovendien is Kaya senior dé specialist als het om de teelt van irissen gaat, geeft Can aan. "weet echt alles van de iris. Daarom heb ik tegen hem gezegd: als jij de beste irissen kweekt die je op de markt kunt krijgen, dan regel ik alles daaromheen. Ik zorg dat onze producten worden gewaardeerd, dat we de beste prijs krijgen, dat klanten ons weten te vinden en dat het administratief ook allemaal top is geregeld. We vullen elkaar dus goed aan. Ik kan niet zonder hem, hij kan niet zonder mij, samen zijn we een topduo!"

Werk niet mee naar huis

Can is daar blij mee. "Met mijn vader werken is geweldig. Het is niet altijd even makkelijk, maar wel heel erg leuk. Ik woon thuis met mijn vader, moeder, broertje en zusje, dus je ziet elkaar ook buiten het werk. Als je dan een keer een discussie op werk hebt gehad, moet je toch thuis weer met elkaar aan dezelfde eettafel zitten. Als je elkaar een dag niet zou zien, kun je de volgende dag gewoon weer verder. Bij ons gaat dat niet. Maar we houden er ook niet van om het werk mee naar huis te nemen. Thuis praten we er niet over, dan krijgen we op ons kop van mijn moeder. Dus dan is het stil, wat heel awkward kan zijn. Maar ja, het is toch mijn vader en uiteindelijk zet je er dan toch een streep onder."

Familie is heel belangrijk voor Can, zijn ouders en zijn broer en zus. "We zijn heel hecht thuis en doen alles voor elkaar. En mijn vader vindt het ook heel bijzonder om het bedrijf samen met mij te runnen. Hij heeft het opgezet, dat zijn zoon dan in het bedrijf stapt is toch wel een droom die uitkomt." Sowieso is alles de afgelopen jaren heel snel gegaan, geeft Can aan. "We komen uit Turkije en mijn vader is naar Nederlands gekomen om werk te vinden. Toen ik jong was, hadden we het niet altijd even makkelijk thuis. We hebben nooit kunnen dromen over een eigen bedrijf, laat

staan dat we ooit een eigen kas zouden kopen zoals we nu in 's-Gravenzande hebben gedaan. Maar we zijn wel altijd doorgegaan, opgeven komt bij ons in de familie niet voor." Die nieuwe kas opent in 2024 en is de eerste aankoop van Can en zijn vader. "Tot nu toe hebben we alleen huurlocaties gehad. Ik ben onwijs trots dat we die stap nu kunnen zetten. Zoals ik ook nog steeds heel trots ben op onze teelt in Spanje." Die buitenlandse locatie werd opgezet om jaarrond een breed aanbod van irissen te hebben. "In de wintermaanden hebben we in Nederland alleen de blauw/witte variant, terwijl we in Spanje onder de zon gewoon alles soorten kunnen telen. Wij zorgen dat daar de bollen worden geleverd en hebben daar een ploeg die de hele productie verder regelt. Maar om de week gaan mijn vader of ik daar naartoe om te bekijken of alles wel op onze manier gaat."

Kort vaasleven

De irissen van Middenweg Flowers gaan de hele wereld over. "Veel bloemen gaan naar Oost-Europa, Kazachstan en Oekraïne, maar we hebben ook klanten in de Verenigde Staten en China. Daarnaast leveren we ook aan grote retailers in heel Europa. Wij leveren al onze irissen via Royal FloraHolland aan exportbedrijven. Klanten in het buitenland bestellen de bloemen dan weer via deze exporteurs in Nederland." In Nederland zelf is de iris minder populair, geeft Can aan. "Consumenten willen hier het liefst zo min mogelijk betalen voor bloemen en dan willen ze ook nog dat ze twee tot drie weken blijven staan. Het vaasleven van een iris is maar een paar dagen, daar kunnen we niet heel veel aan veranderen." Het zorgt er ook voor dat de iris een speciale behandeling vereist. "Het kan best stressvol zijn, want geogste bloemen kunnen niet eerst nog een paar dagen in de koelcel worden gezet. Ze moeten direct door naar de klant, dus moeten we er altijd bovenop zitten."

Waar Can en zijn vader de houdbaarheid van de iris niet kunnen verlengen, werken ze wel voortdurend aan nieuwe soorten. “We zijn bezig met gefranjerde irissen, net als je in de tulpen ziet. Samen met de bollenteler zoeken we altijd naar iets nieuws. In deze business is het belangrijk om altijd creatief te blijven en ook om het lef te hebben om te durven veranderen en te investeren. Daarmee maak je het verschil in de markt.” Het past volgens Can bij zijn karakter als ondernemer. “Ik hou van doorzetten en zoals ik al zei, zit opgeven niet in ons karakter. Wij zijn van ‘niet zeiken, maar doen’. Soms kun je tegen moeilijkheden aanlopen, maar als je naar oplossingen blijft zoeken, komt het ook weer goed. Die moeilijkheden pushen mij als ondernemer, ik word daar alleen maar nog strijdvaardiger van.”

Godin van de regenboog

Can houdt van de iris. “Ik ben tussen deze bloemen opgegroeid, dus ik heb nooit over een ander product nagedacht. De iris hoort gewoon bij ons.” De benaming ‘iris’ komt uit de Griekse mythologie. Iris was de godin van de regenboog. Wanneer zij voorbij was geraasd om een boodschap van de hemel naar de aarde te brengen, was alleen de gloed van haar veelkleurige gewaad te zien, oftewel de regenboog. “De bloem heeft daarom ook een mooie betekenis. Geef je een bos irissen, dan geef je in feite een boodschap aan iemand. Wat die boodschap is, vul je zelf in.” Can werkt er hard aan om de bekendheid van de iris nog verder te vergroten. De introductie van een nieuw logo voor Middenweg Flowers, waarin de bloem op stijlvolle manier is verwerkt, draagt daar aan bij.”

Het nieuwe logo staat ook voor de nieuwe fase waarin Middenweg Flowers is beland. In het voorjaar van 2024 wordt de nieuwe kas in 's-Gravenzande in gebruik genomen, waardoor het bedrijf nog verder kan uitbreiden. Want wie dacht dat het hierbij blijft, heeft het mis. “Het doel is om door

te groeien naar 30 tot 40 miljoen bloemen per jaar. Nu doen we dat in Nederland nog met meerdere locaties, maar ooit zou ik de productie wel willen samenvoegen op één grote vestiging.” Waar dat bedrijf komt, weet Can nu nog niet. “Het Westland is ons thuis. Hier hebben we altijd ons bedrijf gehad en we wonen met het gezin in Den Haag. Op de nieuwe locatie hebben we ook een woning, waar ik straks ga wonen. Het liefst zou ik ook in de toekomst in het Westland blijven, maar de ruimte is hier beperkt. Dus we zien wel wat dan de mogelijkheden zijn in het Westland of daarbuiten.”

Hoofd leegmaken

Gedreven als Can is, is hij eigenlijk altijd met zijn werk bezig. “Afstand nemen lukt eigenlijk nooit. Ik ben nog jong en dan is het best moeilijk soms om te zien dat al je vrienden in het weekend op stap gaan terwijl jij in de kas zit. Maar dan bedenk ik wat we hier hebben bereikt en dan sta ik ook achter die keuze.” Wel maakt Can tijd vrij om te fitnessen en sinds kort ook om te boksen. “Het is fijn om lekker bezig te zijn en je hoofd een beetje leeg te maken. Muziekje aan en proberen nergens anders aan te denken. Maar ook tijdens de training staat de telefoon gewoon aan. Ondernemer ben ik 24/7.”

Maar... versterking is onderweg. Can heeft nog een jongere broer en zus. Zijn broertje van 16 helpt nu al op vrije dagen en in de weekenden mee in het bedrijf. “Net als ik vroeger deed. Hij is nog jong, maar hij vindt het leuk en hij heeft het wel in zich. Dus ik zie hem op termijn wel in het bedrijf stappen. Als het zover is, zullen we de taken onderling verdelen, zoals ik ook met mijn vader heb gedaan. Ik heb zelf nog geen kinderen, maar als het ooit zover komt, zou het wel leuk zijn als zij ook in het bedrijf stappen. Veel bedrijven in het Westland zijn doorgegeven van overgrootvader, op opa, op vader, op zoon. Wij zijn pas bij de tweede generatie nu, maar wie weet...”

'OPGEVEN ZIT NIET IN ONS
KARAKTER. **MOEILIKHEDEN**
PUSHEN MIJ ALLEEN MAAR'



UIT DE GREENPORT: STOLK BROTHERS

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 Pieter Stolk, mede-eigenaar van anthuriumkwekerij Stolk Brothers in Bergschenhoek.

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Astrid Grootscholten



Stolk Brothers werkt al meer dan dertig jaar met biologische bestrijders in anthuriums. Dat is het kenmerk van ons bedrijf en dat maakt ons uniek, zegt Pieter Stolk. Zijn vader Kees kreeg in de jaren negentig last van ernstige eczeem door het gebruik van chemische gewasbescherming, waardoor het bedrijf min of meer werd gedwongen op zoek te gaan naar alternatieven. "Biologische bestrijding werd toen nog gezien als iets geitenwollensokkenachtigs, maar wij denken dat het de basis is voor een gezonde teelt. We kunnen echter nog niet 100 procent zonder chemie. Bij onvoorziene omstandigheden moet je een 'medicijnkastje' hebben om te kunnen corrigeren."

Weerbaar telen

Voor telen met biologie is geduld nodig, aldus Stolk. "Je moet veel aandacht hebben voor het gewas. We proberen dat proces elk jaar te optimaliseren, we steken bijvoorbeeld veel tijd in monitoring. Het is niet alleen bij biologische bestrijding gebleven, we zijn in de loop van de jaren ook bezig gegaan met biostimulanten, om de plant sterker te maken, zodat die weerbaarder is tegen ziekten en plagen. Weerbaar telen heeft met heel veel factoren te maken, zoals klimaat, voeding en bodem. Dat samenspel zorgt ervoor dat de plant op een natuurlijke manier sterker wordt."

De kwekerij is nu tien jaar met weerbaar telen bezig. We weten nog steeds niet hoe alles werkt, zegt Stolk, "maar we zien dat onze planten krachtiger en vitaler worden. Dat krijgen we ook terug vanuit de markt. Onze klanten hebben de ervaring dat onze anthuriums lang vitaal blijven op het schap. Dat is uiteindelijk ook het doel waarvoor we onze planten vitaler en krachtiger maken."

Biodiversiteit buiten kas

Stolk Brothers is niet alleen binnen maar ook buiten de kas met biodiversiteit bezig. De kwekerij participeert sinds twee jaar in het project Functionele biodiversiteit van Greenport West-Holland. "We dachten altijd dat we goed bezig waren met een mooi grasveld en veel beplanting rondom de kas. Tot we bezoek kregen van projectleider Eveline Stilma, die vroeg of we wel eens hadden nagedacht over het samenspel van wat er binnen én buiten de kas gebeurt. Daar had ik nooit zo bij

stilgestaan. Zo zijn we in gesprek geraakt over het project Functionele biodiversiteit."

Samen met WUR is een proefveld aangelegd met onder andere inheemse beplanting en een insectenhotel. Het gaat hier om een vijfjarig project, waarvan nu twee jaar is gedraaid. Stolk: "Er is goed nagedacht over welke planten zijn neergezet, om zoveel mogelijk biodiversiteit te krijgen. We hopen dat we daarmee ook meer biologische bestrijders aantrekken, zodat het aantal ziekten en plagen buiten de kas afneemt."

In het eerste jaar gebeurde nog niet zo veel, maar afgelopen voorjaar zoemde het op het veld van de insecten, aldus de teler. "We laten de beplanting nu meer 'woekeren', er moet een evenwicht komen, hoewel er altijd wat controle zal moeten zijn. We streven ernaar een mooie mix van bloemen en planten te hebben, die goed aanslaat op onze grond én aansluit op deze omgeving."

Evenwichtig verhaal vertellen

Binnen het project Functionele biodiversiteit is een Community of Practice actief, met als doel door samen te werken tot innovaties te komen die partijen individueel niet kunnen bereiken. Daardoor krijgen individuele ontwikkelingen meer impact en draagvlak. Pieter Stolk is enthousiast over het project en de rol van Greenport West-Holland hierin. "De Greenport houdt bijeenkomsten over dit onderwerp en probeert dat breed onder de aandacht te brengen. Dat lukt goed. Ik denk dat er een belangrijke rol voor de organisatie is weggelegd om beleidsmakers in dit soort projecten mee te nemen en het evenwichtige verhaal over de glastuinbouw naar de politiek toe te vertellen."

Een andere rol voor de organisatie ziet hij in de beeldvorming van de sector naar de maatschappij toe. "Beeldvorming is iets heel raars. Je moet met goede voorbeelden komen om mensen te laten zien waar je mee bezig bent. Er is veel onwetendheid. Als mensen langs de kas fietsen en ze zien het biodiversiteitsproject, dan zijn ze heel geïnteresseerd in wat wij hier doen. De consument begrijpt heus wel dat wat binnen en buiten de kas gebeurt, met elkaar in verbinding staat. Ook hierin kunnen sector en Greenport samen optrekken."

HORTICONTACT WIL 365 DAGEN PER JAAR TOP OF MIND ZIJN

Op 5, 6 en 7 maart 2024 is de Evenementenhal Gorinchem drie dagen lang het epicentrum van de Nederlandse glastuinbouw, wanneer de jaarlijkse vakbeurs HortiContact er neerstrijkt. De organisatie heeft goed geluisterd naar de wensen van bezoekers en exposanten, waardoor HortiContact 2024 er anders uitziet dan in voorgaande jaren, zegt Head of Events Ruud Heuvelmans, die zich realiseert dat een beurs altijd wordt afgerekend op de laatste editie. "Als je het de volgende keer niet beter doet, doe je het in feite slechter."

Tekst: Mirjam Flink

Fotografie: Estelle Bijker



De laatste editie van HortiContact verwelkomde 296 exposanten en op de kop af 8.053 bezoekers uit de glastuinbouw, bloembollenteelt, fruitteelt, boomkwekerij en vollegrondsgroenteteelt. Dat bezoekersaantal betekende een stijging van maar liefst een derde ten opzichte van een jaar eerder. Het gros van die bezoekers had de beurs al meerdere keren bezocht en is van plan ook de komende editie te bezoeken. "HortiContact staat midden in de markt. We zijn dé fysieke ontmoetingsplek voor de Nederlandse tuinbouwsec-

tor", zegt Ruud Heuvelman. Hij is sinds 1 september 2023 Head of Events voor HortiContact en de Groene Sector Vakbeurs bij beursorganisator Easyfairs. Zodoende is hij samen met zijn team verantwoordelijk voor de organisatie van HortiContact 2024. De glastuinbouw is nieuw voor Heuvelman, maar groen achter de oren is de Hengeloër allerminst. Dertien jaar lang handelde hij in failliete boedels en restpartijen en tot voor kort was hij zes en een half jaar werkzaam bij een van 's lands grootste online veilinghuizen. "Een heel andere wereld.

Maar de zaken waar ik me mee bezighield – acquisitie, projectbegeleiding en relatiemanagement – horen ook nu tot mijn voornaamste bezigheden. In korte tijd heb ik de tuinbouw leren kennen als een energieke en innovatieve bedrijfstak. Van die dynamiek krijg ik zelf ook enorm veel energie.”

Ruim voldoende, maar kan beter

Heuvelman is ambitieus. “Je wordt als beurs natuurlijk afgerekend op de laatste editie en als je het de volgende keer niet beter doet, doe je het in feite slechter. In 2023 beoordeelden zowel bezoekers als exposanten HortiContact gemiddeld met een 7,4. Een mooi rapportcijfer, dat tegelijkertijd genoeg ruimte laat voor verbetering. Om te kijken naar wat we konden verbeteren, hebben we een oor te luisteren gelegd bij onze doelgroep. De laatste jaren is er onvoldoende geluisterd naar exposanten en bezoekers, en was er onvoldoende zicht op de thema’s die in de markt speelden. We kunnen zelf natuurlijk de meest fantastische dingen verzinnen, maar als daar geen behoefte aan is, schiet je aan je doel voorbij”, weet Heuvelman. “De belangrijkste redenen voor een beursbezoek zijn – naast het ontdekken van de laatste trends en ontwikkelingen, en het ophalen van kennis – toch vooral het ontmoeten van bestaande relaties en het leggen van nieuwe contacten. Als je dat weet als organisator, moet je daar iets mee. Dus we hebben voor de komende editie gekeken hoe we die ontmoetingen optimaal konden faciliteren.”

De afgelopen edities was er één centrale ontmoetingsplek met catering – het foodcourt – wat door bezoekers als minder gezellig werd ervaren. In 2024 kunnen bezoekers voor een hapje, drankje en een praatje terecht op meerdere netwerkterrassen, verspreid over de beursvloer, vertelt Heuvelman. “Ook hebben we de openingstijden aangepast en de avondopenstelling op dinsdag en donderdag geschrapt. Het idee dat de meeste ondernemers overdag te druk zijn om de beurs te bezoeken, is gedateerd. De avondopening op woensdag hebben we in ere gehouden”, verwijst Heuvelman naar de vernieuwde openingstijden op dinsdag en donderdag van 10.00 tot 18.00 uur en op woensdag van 13.00 tot 21.00 uur.

Drie hoofdthema’s

“Een ander geluid dat we hoorden, was dat primaire

uitgangsmaterialen – zaden en planten – de afgelopen edities ietwat onderbelicht bleven. Telers zullen dan ook verheugd zijn dat ‘Uitgangsmaterialen’ een van de drie hoofdthema’s is op HortiContact 2024 en een eigen paviljoen krijgt”, aldus Heuvelman. “De andere twee hoofdthema’s zijn de ‘Toekomst van de Glas- en Tuinbouwsector’ en ‘Duurzaamheid’. In het kader van dat laatste thema introduceren we het nieuwe Duurzaamheidsplein, waar bezoekers een blik in de duurzame toekomst van de sector kunnen werpen.”

In de Tunnel van de Toekomst worden de meest baanbrekende ideeën en producten van exposanten weer gepresenteerd. Beursbezoekers kunnen met hun Smart Badge hun stem uitbrengen. De innovatie met de meeste stemmen wint de HortiContact Innovatie Award. Deze publieksprijs is in 2022 geïntroduceerd om marktinnovaties in de schijnwerpers te zetten en het podium te geven dat ze verdienen. “De Tunnel van de Toekomst is, net als het Uitgangsmaterialen Paviljoen, te vinden op het geheel vernieuwde Next Level. Daartussenin vind je onder andere het Startersplein, waar een aantal innovatieve startups zichzelf presenteert.”

Krachtenbundeling met WHC

HortiContact heeft bovendien de handen ineengeslagen met World Horti Center (WHC), het kennis- en innovatiecentrum van de internationale glastuinbouwsector in Naaldwijk, dat jaarlijks wordt bezocht door zo’n 25.000 internationale professionals. “Wij waren op 1 november aanwezig tijdens het nieuwe event Let’s Meet van WHC en tijdens HortiContact 2024 heeft WHC een eigen netwerkarea in het WHC Paviljoen. We hebben elk, los van elkaar, een groot netwerk en gezamenlijk staan we nog een stuk sterker”, zegt Heuvelman. Want, zo gaf collega Lucas van ‘t Hof eerder al aan in KAS Magazine: HortiContact wil zich ontwikkelen van een driedaags evenement naar een kennisplatform dat het hele jaar rond relevant is voor tuinbouwondernemers. “Dan kun je denken aan het online delen van kennis, maar ook het organiseren van bijeenkomsten en events elders in het jaar, zodat we 365 dagen per jaar top of mind zijn bij de Nederlandse tuinbouwer”, zegt Heuvelman. “De driedaagse beurs blijft daarbij natuurlijk de kers op de taart en hét hoogtepunt op de evenementenkalender van de Nederlandse tuinbouw.”



'WE INTRODUCEREN HET
DUURZAAMHEIDSPLEIN, WAAR BEZOEKERS
EEN BLIK IN DE DUURZAME TOEKOMST VAN
DE SECTOR KUNNEN WERPEN'

'ZET MEDEWERKERS CENTRAAL EN VERSTERK JE BEDRIJFSVOERING'

Het vinden van goede en geschoolde medewerkers – die in staat zijn om sleutelfuncties te vervullen binnen een glastuinbouwbedrijf – is steeds meer een uitdaging. Daarom is het belangrijk om in te zetten op behoud van deze mensen én oog te hebben voor hun groeien en ontwikkelpotentie. Dit levert de werknemers veel op: zij halen het beste uit zichzelf, zijn gemotiveerder én halen meer voldoening uit hun werk. En als werkgever zorg je er zo voor dat je waardevol personeel aan je bedrijf bindt.

32

Tekst: Ank van Lier

Fotografie: Wim van Groenendaal

Typisch voor de glastuinbouw is dat een bedrijf, naast de ondernemers, vaak een kernteam van vijf tot tien medewerkers telt. Deze vervullen dikwijls sleutelposities op het bedrijf, in de teelt, op kantoor, et cetera. "Het kernteam vormt de basis van het bedrijf", vertelt Corry Verhoeven, personeelsadviseur bij ABAB. "Dit team wordt in piekperiodes doorgaans aangevuld met buitenlandse medewerkers." Opvallend is volgens Eric Flinterman, relatiemanager bij de accountants- en adviesorganisatie, dat er over het algemeen weinig verloop is binnen het kernteam van glastuinbouwbedrijven. "Deze mensen blijven vaak jarenlang op een bepaald bedrijf. Het zijn ook echt waardevolle medewerkers, die dikwijls mbo- of hbo-niveau hebben en beschikken over inhoudelijke kennis van zaken."

Niet lullen, maar poetsen

Feit is echter dat de wereld van de glastuinbouw, maar ook de maatschappij en de wet- en regelgeving, in rap tempo verandert. Dat vergt een groeimindset van ondernemers; een drive om verder te leren en te ontwik-

kelen. "En als het om hun onderneming gaat, hebben telers deze mindset ook wel. Voor medewerkers is dat lastiger. Het is niet altijd eenvoudig om ontwikkelingen 'van buiten' over te brengen naar binnen. En om je medewerkers de ruimte te bieden voor verdere groei en ontwikkeling. Wat dat betreft zijn er in de glastuinbouw nog wel stappen te zetten", benadrukt Verhoeven.

Petra van Langevelde-Bitter, pensioenadviseur bij ABAB, erkent dit. "De focus van veel glastuinders ligt op wat er nodig is voor hun bedrijf, maar niet altijd op de ontwikkelpotentie, wensen en ambities van hun mensen." Dit heeft volgens Flinterman alles te maken met de cultuur van de glastuinbouw, die geënt is op het credo 'niet lullen, maar poetsen'. "Van oudsher is men gewend om door te gaan totdat het werk is gedaan. Met een doos kroketten werd dat vroeger 'goedgemaakt'. Maar vandaag de dag willen medewerkers ook meer ruimte voor andere zaken dan werk, en bijvoorbeeld maar vier dagen per week werken. Daar moet je als ondernemer wel in mee, terwijl anderzijds de markt, maatschappij en over-



heid steeds meer van je vragen. Dat is best een uitdaging en vergt behoorlijk wat managementcapaciteiten.”

Meer gemotiveerd en betrokken

De ‘oplossing’ voor dit alles ligt volgens de adviseurs in aandacht voor en het centraal zetten van je medewerkers. “Zij staan voorop. Immers: zonder medewerkers groeit je gewas niet en kun je je klanten niet beleveren. Zet de mensen centraal binnen je bedrijf”, geeft Verhoeven aan. Dit houdt onder meer in dat je als ondernemer op een andere manier naar je mensen gaat kijken, meer oog hebt voor hun groei- en ontwikkelpotentie. Een ‘groeimindset’ hanteert dus. “Ondernemers zeggen al snel: geen van mijn medewerkers is geschikt om mijn bedrijf over te nemen. Of denken dat een bepaalde medewerker onvoldoende capaciteiten heeft voor de rol van teeltmanager”, zegt Flinterman. “Terwijl het dikwijls heel positief uitpakt als ze zich hier verder in verdiepen en medewerkers ook de kans geven om andere taken op te pakken. Anders kijken en soms een risico nemen, helpt om het maximale uit je mensen te halen. Én om hen aan

je te binden: medewerkers die kunnen groeien en ontwikkelen, zijn namelijk gemotiveerder, meer betrokken én halen meer voldoening uit hun werk. Ze ervaren meer werkgeluk. Op die manier versterkt het centraal stellen van de medewerker je bedrijfsvoering.”

Van Langevelde kan dit onderschrijven. Zij adviseerde vorig jaar een medewerker van een tuinbouwbedrijf die de pensioengerechtigde leeftijd had bereikt, maar nog graag langer zou doorwerken. “Hij voelde zich fijn op zijn werkplek en was erg betrokken bij het bedrijf. In overleg met de werkgever hebben we toen gezorgd voor een constructie waarbij hij toch langer aan de slag kon blijven. Wel ging hij minder uren maken. Je ziet vaak dat dat in zulke situaties een belangrijk aandachtspunt is. En het is zaak om daar als werkgever gehoor aan te geven.”

Tegeltjes lichten

Het hanteren van een ‘groeimindset’ richting medewerkers houdt volgens Verhoeven ook in dat je als ondernemer het gesprek aangaat met je mensen. Dat gebeurt in

de glastuinbouw nog maar weinig, geeft zij aan. "Er kan veel meer worden gereflecteerd, over hoe het gaat, wat beter kan en wat mensen willen en nodig hebben. Maar dat is wel belangrijk om het maximale uit mensen te kunnen halen. Dat merk ik ook tijdens trajecten op bedrijven. Wanneer ik in gesprek ga met een medewerker over de competenties en inhoud van een functie vraag ik altijd: wat zou je nog willen leren, los van de functie? Dan zeggen mensen vaak hele essentiële dingen, zoals: 'ik wil leren mijn grenzen beter te bewaken en assertiever te zijn'. Dergelijke vaardigheden zijn ook cruciaal bij het uitvoeren van bijvoorbeeld een leidinggevende functie. Daarin investeren, helpt dan vaak om een nieuwe job tot een succes te maken. Zorg ervoor dat je meer inzicht krijgt in de persoon die tegenover je zit. Wij noemen dat ook wel 'tegeltjes lichten'." Flinterman geeft in het verlengde hiervan aan dat het, in het kader van de groeimindset, ook belangrijk is om medewerkers te laten meedenken over de koers van het bedrijf. "En praat met hen over de ontwikkelingen – in de markt, de maatschappij, et cetera – en wat dit betekent voor de onderneming. Wanneer medewerkers impact kunnen hebben, trekt dat ook weer jonge mensen aan."

34

Wie groeit, die bloeit

Tot slot geven de adviseurs aan dat het cruciaal is om verschillende generaties medewerkers met elkaar te verbinden. "Komt er een nieuwe, jonge medewerker of een zij-instromer binnen, koppel die dan aan een oudere en/of ervaren medewerker", zegt Verhoeven. "Zo kunnen ze kennis en ervaring uitwisselen. Ook dit zorgt ervoor dat je medewerkers zich ontwikkelen en je bedrijf sterker wordt." De personeelsadviseur benadrukt dat ondernemers die willen investeren in de groei en ontwikkeling van hun mensen hier wel tijd en geld in moeten steken. "Het is goed om dit bijvoorbeeld vast te leggen in een opleidings- en ontwikkelplan. De Stimuleringsregeling leren en ontwikkelen in mkb-ondernemingen (SLIM) biedt interessante subsidie hiervoor. Ook de Maatwerkregeling duurzame inzetbaarheid en eerder uittreden (MDIEU) kan interessant zijn. Investeren in je mensen loont. Wie groeit, die bloeit. En dat geldt zowel voor medewerkers als voor ondernemers."



Yorick Leeuwis, CEO Lewis Flowers



Petra van Langevelde-Bitter en Corry Verhoeve

Het team tuinbouw business van ABAB helpt bij het formuleren en implementeren van de juiste strategie, met behoud van jouw unieke identiteit en gericht op de continuïteit van jouw bedrijf. Neem voor een vrijblijvend adviesgesprek over hoe jij investeert in jouw medewerkerscontact op met ABAB. Meer lezen over het binden en boeien van jouw werknemers? Scan dan de QR-code en lees de artikelen.

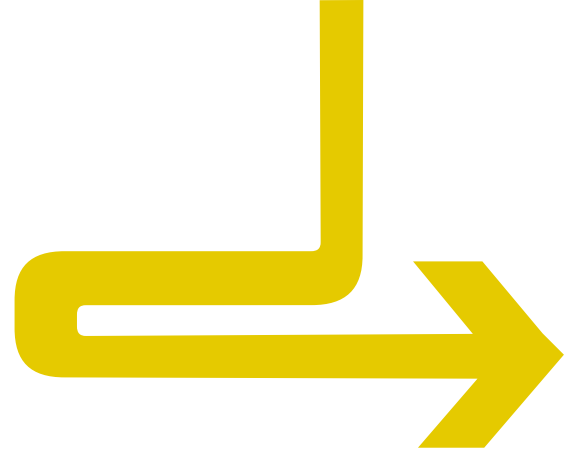


MOOI EGAAL LICHTBEELD VOOR UNIFORM GEWAS



36

Tekst: Ank van Lier
Fotografie: Sharon van den Berg



Bij PanAmerican Seed staat één simpele vraag voorop: welke innovatieve producten kunnen wij ontwikkelen om uw bedrijf succesvoller te maken? Het antwoord op die vraag is door goed naar de huidige en toekomstige wensen van de klant te luisteren. Om daar optimaal op in te kunnen spelen investeerde het bedrijf in moderne nieuwe kasafdelingen. Daarbij is onder andere gekozen voor de PARperfect schermoplossing van Svensson.

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Dick Breddels

37

PanAmerican Seed is een internationale veredelaar en producent van uit zaad gekweekte bloemen en groenten met dertig vestigingen over de hele wereld. Op het veredelingsbedrijf in Venhuizen worden een dertigtal gewassen veredeld: éénjarige en tweejarige vaste planten, snijbloemen en potplanten. Met de nieuwbouw is het aantal kasafdelingen van tien naar achttien uitgebreid en er is een nieuwe bedrijfsruimte en kantoorpand gerealiseerd. "We willen een modern bedrijf zijn; niet alleen naar onze klanten toe, maar ook voor ons personeel. Daar horen alle faciliteiten bij die het mogelijk maken nog duurzamer, efficiënter en innovatiever te telen", zegt Tim Bouwman, Manager Greenhouse Operations bij PanAmerican Seed.

Het veredelingsbedrijf werkte voor de nieuwbouw samen met vaste partners. Wat de schermen betreft, viel de keuze op de PARperfect schermoplossing van Svensson, aldus Bouwman. "We willen het gewas een optimaal klimaat geven tegen de laagst mogelijke energiekosten. In combinatie met de nieuwe klimaatcomputer proberen wij het klimaat dusdanig te optimaliseren: voor het pas gezaaid zaad in de plugfase, het gewas wat groeit en bloeit

in de opkweekfase en het gewas tijdens de afkweek- en oogstfase. Dat vraagt om allemaal verschillende lichtniveaus."

Hoogwaardige lichtspreiding

Met de PARperfect schermen kan jaarrond een optimaal lichtniveau worden gerealiseerd, legt Bart Bakker van Svensson uit. Er werd gekozen voor de schermen Harmony 2047 FR en Harmony 7247 FR. "Het gemeenschappelijke kenmerk van de Harmony-schermen is de hoogwaardige lichtspreiding, zodat zonlicht dieper in het gewas doordringt en gelijkmatiger wordt verdeeld. Er is minder kans op gewasverbranding, meer licht en een lagere temperatuur", zegt hij. "Door een betere verdeling van het licht over de gehele plant krijg je een hogere productiviteit en een sterker en gezonder gewas. Ook heb je een betere kwaliteit van het geoogste product door een lagere gewastemperatuur."

Met PARperfect is het schermniveau in de kas traploos te sturen, van 20 tot 100 procent, net als een lichtdimmer, vervolgt Bakker. Er wordt uitgegaan van een combinatie van minimaal twee schermen. Het onderste scherm

is altijd een Harmony PARperfect klimaatscherm. "De positie van de schermen wordt op basis van de intensiteit van de zoninstraling continu aangepast. Hierdoor wordt het lichtniveau op gewasniveau constant gehouden, onafhankelijk van het seizoen of het moment van de dag. Dankzij de zeer hoge diffusiteit van het PARperfect klimaatscherm is de lichtverdeling op gewasniveau optimaal. Iedere plant krijgt evenveel licht."

Meetbox boven schermen

Svensson adviseert een meetbox boven de schermen, een must-have, vindt Bakker. Zeker met de hoge energieprijzen is zo'n meetbox snel terugverdiend, aldus de adviseur. "Van nature wordt er vaak een kier in het scherm gezet als het vocht in de teeltruimte oploopt. Om te controleren of dat echt noodzakelijk is, kun je beter ook boven het klimaatscherm meten. De gebreide schermdoeken kunnen makkelijk vocht transporteren, mits de verschillen boven en onder het scherm groot genoeg zijn. Bij een absoluut vocht verschil van 6,4 gram/m³ laten de schermen 47 gram/m² vocht door. Dubbelzijdig

luchten boven het scherm kan dit effect vergroten. Een kiertje van 2 of 3 procent betekent al gauw 10 procent energiebesparingsverlies. Dat is zonde, zeker als je ook vocht door het scherm had kunnen afvoeren. Daar komt bij dat kieren vaak een ongelijk klimaat veroorzaakt."

Bijdragen aan duurzaamheid

PanAmerican Seed heeft nog geen meetbox boven het scherm, maar wel vochtmeting buiten, PAR sensoren, een Pyrgeometer en een nieuwe IIVO klimaatcomputer laten installeren. De uitdaging is nu om zo snel mogelijk met de nieuwe tools aan de slag te gaan, zegt Bouwman. "Dat is een samenspel tussen ons, de installateur en de leverancier. We hopen op termijn met deze hulpmiddelen te kunnen besparen op belichting, schermen, stoken en ventileren. Alles wat we van buiten halen, is gratis." Veredelen is een tijdrovend en arbeidsintensief proces en ook wij willen en moeten ons steentje bijdragen aan duurzaamheid, vervolgt hij. "Dat is een van de doelen binnen PanAmerican Seed. Deze winter worden ook alle bestaande lampen vervan-





gen door LED en verkennen we de weg naar een warmtepomp. Hiermee zijn we volledig klaar voor de toekomst.”

Uitdagens project

De nieuwbouw van PanAmerican is onlangs opgeleverd, de kassen zijn al sinds de zomer in gebruik. De schermen zijn geïnstalleerd door Alsemgeest Scherminstallaties, een dochter van kassenbouwer Nobutec. De installatie van de schermdoeken is goed verlopen, zegt directeur Marco Geeratz. “Het was een uitdagend project. Het verdelingsbedrijf bestaat uit allemaal wat kleinere afdelingen met veel corridors ertussen, het zijn geen standaard kassen. Dat maakte de installatie van de schermen wat ingewikkelder, maar daar zijn wij volledig op ingericht. We hebben de schermen afdeling voor afdeling gemonteerd, de kassen moesten hermetisch afgesloten blijven. Al met al een mooie klus.”

Eerste ervaringen positief

De eerste ervaringen met de schermen in de

nieuwe afdeling zijn positief, zegt Bouwman, zeker in de plugafdeling. “Daar ervaren we een diffuser licht dat we traploos kunnen regelen. We hebben er deze zomer een prachtig product kunnen kweken. Als je met goede jonge planten start, wordt de doorteelt gemakkelijker. Een probleem bij ons is de hoge temperatuur in de zomer. We zijn gewend om rond Pinksteren te laten krijten, maar in negen van de tien gevallen krijg je de week erop slecht weer. En op niet-zonige dagen is de krijtlaag juist een last. Met de nieuwe klimaatschermen kunnen we langer met krijten wachten en het er eerder afhalen.”

Zoals gezegd resulteren de twee hoog diffuse Harmony-schermen in een mooi egaal lichtbeeld, alle planten krijgen evenveel licht. Dat is ook belangrijk omdat we heel veel proeven in de kas doen, besluit Bouwman. “De veredelaars moeten kritisch kunnen selecteren. We willen geen kieren of schaduwplekken in het schermdoek hebben. Want hoe uniformer de afdeling, hoe objectiever de veredelaars kunnen werken.”

SAMEN HET MERK LADEN



40

In 1999 werd de eerste plant uitgeleverd in een Decorum-verpakking. Bijna 25 jaar later staat Decorum bekend als een uniek merk voor de allerbeste bloemen en planten. Om de kracht van het merk internationaal overeind te houden, is het belangrijk om de gezamenlijke uitstraling met elkaar te bewaken én breed uit te dragen. Stefan Slijkerman vertelt hier meer over.

Tekst: Jacco Strating

Fotografie: Decorum

Kwaliteit gaat boven alles bij Decorum. Maar dat heeft niet alleen betrekking op de bloemen en planten die onder het label op de markt worden gebracht. "Kwaliteit zit ook in onze huisstijl en verpakkingen", zegt Stefan Slijkerman. "En we zijn met zijn allen verantwoordelijk voor het bewaken van die uitstraling in de breedste zin."

Stefan Slijkerman is de derde generatie binnen het familiebedrijf Slijkerman Kalanchoë. De planten van de kwekerij uit

Heerhugowaard gaan de hele wereld over. Daarbij is goed niet goed genoeg. "Bij ons is kwaliteit op elk vlak het uitgangspunt en iedereen binnen het bedrijf draagt daar aan bij", aldus Slijkerman. "Maar in je eentje ben je niets, zo eerlijk moet je ook zijn. Je kunt als kwekerij de beste producten kweken en een mooi merk lanceren, maar in het schap blijft daar qua zichtbaarheid niets van over. Daarom zijn wij lid geworden van Decorum, omdat je met elkaar samen wél impact kunt maken. Zolang je daar maar goede afspraken over maakt en die afspraken ook blijvend respecteert."

Merkbewaking

Alleen de allerbeste bloemen en planten worden onder het Decorum-merk op de markt gebracht. Zo moet een product een minimum aantal bloemknoppen hebben, zijn de grootte en het gewicht bepalend en speelt uiteraard ook het vaasleven mee. Ook moeten de producten uniform zijn, zodat klanten erop kunnen rekenen dat zij altijd eenzelfde Decorum-product ontvangen. "Pas na een grondige kwaliteitscontrole op al die punten komt een product in aanmerking voor het Decorum-merk", zegt Slijkerman, die binnen Decorum voorzitter is van de werkgroep Merkbewaking. "Vanuit die werkgroep bewaken we de huisstijl van Decorum en de uitstraling van ons merk. We beschikken over een standaard verpakkinglijn in de kleuren groen en antraciet. Maar er zijn ook heel veel alternatieven om zoveel mogelijk aansluiting te vinden bij de producten en wensen van individuele kwekers. Denk aan verpakkingen in pastelkleuren of juist in harde kleuren en ook aan themaverpakkingen voor moederdag, kerst en pasen. Maar al die verpakkingen hebben wel dezelfde stijl en passen binnen dezelfde merkbepoefte." Hoezen, trays, dozen, potcovers, allemaal hebben ze een herkenbare uitstraling. "Je laat daarmee zien hoe breed het aanbod van Decorum is. Daarnaast biedt het rust aan de bloemist, die zijn bloemen en planten in dezelfde stijl ontvangt", aldus Slijkerman.

Het sleutelwoord voor het succes van de merkbeleving en uitstraling van Decorum is volgens Slijkerman 'samen'. "Natuurlijk is het best even wennen als je jouw eigen merk moet opgeven voor het Decorum-merk. Maar je krijgt er vooral iets waardevols bij. En er kan nog steeds



heel veel binnen de vaste kaders die we hebben gesteld. Maar alleen als je je met een grote groep aan die richtlijnen conformeert, kun je ook lading geven aan een merk. Je mag nooit concessies doen. Niet in kwaliteit, maar ook niet in merkuitstraling. Er zijn maar weinig merken in de tuinbouw die écht het verschil kunnen maken. Maar gezamenlijk kunnen wij dat met Decorum wél."

Impact in kaart

Het hebben van een merk en huisstijl is één, maar het uitdragen ervan is een tweede. Decorum zet daarom stevig in op social media, vakbladen en andere media, maar verstuurt ook eigen nieuwsbrieven. Zeker zo belangrijk is de aanwezigheid op beurzen in Nederland en in de focusgebieden Duitsland, Italië en Oost-Europa. Decorum neemt niet alleen deel aan grote evenementen als de Trade Fair en de IPM, maar ook aan promotie-shows bij klanten. Daarnaast worden ook eigen huisbeurzen georganiseerd voor klanten. Al die activiteiten in binnen- en buitenland worden nauw gemonitord, zodat de impact ervan voor alle leden in kaart kan worden gebracht, laat Stef de Jong, Manager Verenigingszaken bij Decorum weten. "We hebben accountmanagers die zich specifiek op een van de landen richten en in direct contact staan met onze eindklanten. Soms halen zij ook klanten naar Nederland om kwekerijen te bezoeken. Daarnaast hebben we per land een werkgroep waarin enkele leden zitten, zodat zij ook nauw worden betrokken bij de activiteiten in het buitenland."

Stefan Slijkerman ziet dat al die inspanningen hun vruchten afwerpen. "In Oost-Europa zijn ze heel merkbewust en daar vragen ze echt specifiek om Decorum. Maar ook in Italië zie je tuincentra die ons hele assortiment aanbieden omdat zij zich daarmee kunnen onderscheiden in de markt. Dat hebben we bereikt doordat wij ons merk en ons verhaal continu blijven uitdragen. Maar ook omdat we met elkaar eenzelfde missie hebben en dezelfde passie delen. Want nogmaals: in je eentje sla je zeker op de Europese markt nog geen deuk in een pakje boter. Samen gaan we tot het gaatje om Decorum onder de aandacht te brengen, en het is heel gaaf om daar onderdeel van uit te maken. En het werkt, want we bestaan niet voor niets al 25 jaar!"

'DIGITAAL SCOUTEN OVER 5 JAAR STANDAARD IN DE GROENTETEELT'

Scouten in de kas gaat next-level met de introductie van camera's die plaaginsecten automatisch kunnen waarnemen, tellen en identificeren met behulp van geavanceerde software. Bij Duijvestijn Tomaten Next in Pijnacker loopt al bijna een jaar een proef met hightech tools van Biobest als Crop-Scanner, Trap-Eye en PATS-C. Remy van Haaster, gewasbeschermingsspecialist bij Duijvestijn, ziet wel mogelijkheden. "Als in de toekomst steeds meer middelen wegvallen wordt accuraat scouten alleen maar belangrijker."

42

Tekst: Mario Bentvelsen

Fotografie: Sharon van den Berg

Het gesprek over digitaal scouten of hightech IPM vindt plaats met Sam Gui, Stijn van Beek en Marvin Koot van Biobest, samen met Remy van Haaster van Duijvestijn Tomaten, dat ooit een prijs kreeg als 'beste tomatenteler van de wereld'. De tools voor digitaal scouten die het bedrijf heeft ontwikkeld voor de glastuinbouw worden sinds vorig jaar in Pijnacker getest. In september van dit jaar zijn de tools officieel gelanceerd, al is het product nooit helemaal af, erkent Gui, verantwoordelijk voor business development. Maar zijn visie is helder: digitalisering gaat het scouten voorgoed veranderen. "Het handmatige werk in de kas zal blijven, maar scouters krijgen steeds meer digitale assistenten die het werk aangenamer, doelgerichter en efficiënter zullen maken."

Automatisch tellen

Crop-Scanner is een platform om scouting observaties te digitaliseren. De input werkt via een app op de telefoon of tablet, waarmee je de kas ingaat om te kijken en invoeren wat je ziet. Het platform is

cloud-based, waar je de resultaten kunt bekijken en overleggen met mensen die niet ter plekke aanwezig zijn. Onderdeel van de Crop-Scanner is de Trap-Scanner, die je in staat stelt om de vangplaten automatisch te tellen met behulp van de camera op de telefoon. Van Haaster: "We hebben vangplaten hangen in de kas waar de witte vlieg op komt, die tellen we en zetten dan het aantal in de Crop-Scanner. Daarvoor schreef je het gewoon op een papertje, dat zette je later in een Excel-sheet. Nu doe je dat gewoon met de telefoon. Als je een spinthoekje hebt kun je aangeven waar het probleem zit en of het veel of weinig is. We hebben in de kas ook deltavallen hangen voor motten, die waarden kun je ook ingeven."

Mens versus machine

Plaagwaarnemingen kun je dus eenvoudig digitaliseren met behulp van een smartphone of tablet. Alternatief is een camera die de vangplaten automatisch fotografeert op vaste tijdstippen, Trap-Eye



genaamd. Dit komt de nauwkeurigheid en vergelijkbaarheid van de tellingen ten goede, zegt Gui. Daarnaast is er een videocamera beschikbaar die 's nachts motten boven het gewas kan detecteren met behulp van infrarood licht: PATS-C. Alle beelden van Trap-Eye en de Trap-Scanner worden door een algoritme geanalyseerd, en dan gevisualiseerd in het platform. Wat de betrouwbaarheid van handmatig tellen betreft: de mens scoort rond de 65 procent accuraatheid, terwijl de machine 88 tot 90 procent haalt. "Wel blijkt de ene persoon veel accurater te werken dan de ander. Hoe meer tijd iemand neemt om te tellen, hoe accurater. De software berekent snel de tellingen en verrekenst deze met vorige week. Wij adviseren daarom toch wel om camera's te gebruiken, zeker als je de tellingen wekelijks met elkaar wilt vergelijken."

Algoritme trainen

Insecten die niet vliegen of op de vangplaten belanden zul je nog steeds zelf moeten waarnemen,

vervolgt Koot. "Denk aan spint, tomatengalmijt of bladluis. Je hebt wel gevleugelde en ongevleugelde bladluizen, maar de problemen worden meer veroorzaakt door de ongevleugelde, dus die zul je naast de Trap-Eye en PATS-C moeten blijven scouten. De insecten die traditioneel op vangplaten worden geteld, zoals wittevlies, die kunnen wel 1-op-1 worden overgenomen." Naast wittevlies kunnen ook *Macrolophus*, *Tuta absoluta*, *Nesidicoris*, trips en mineervlieg worden gedetecteerd. Al is mineervlieg nog een lastige, vooral onder donkere omstandigheden, vult Gui hem aan. "Over alle insecten zien we wel dat het systeem correcter is dan een mens, maar het staat ook nooit stil. Er blijven steeds updates komen. We komen ook steeds nieuwe zaken tegen. Bijvoorbeeld: zageemelkorrels die ten onrechte herkend worden als wittevlies. We zitten momenteel in een retraining-traject om die eruit te filteren. Hoe meer data we invoeren, hoe beter het algoritme getraind wordt."





De Biobest-adviseur van Remy kan ook op afstand meekijken in de kas, waardoor hij zijn tijd beter kan besteden en het maximale uit een bezoek kan halen. Koot: "Dat creëert focus. Er zitten twee magneten aan een Trap-Eye en je kunt ze zo aan een poot ophangen. Het is belangrijk dat de camera's op een vaste plek worden gehouden, zodat we trends goed kunnen voorspellen. Uit ons onderzoek blijkt dat veertig Trap-Eye's per hectare een goede weerspiegeling geeft van wat er werkelijk in die kas gebeurt, voor zover het vliegende insecten betreft. Met PATS-C is één of twee camera's per ha voldoende om een goede indicatie te krijgen van wat er gebeurt in de kas. Na een paar weken levert dat al voldoende informatie op om het als betrouwbare indicator te gebruiken."

Gebruiksvriendelijk

Van Haaster noemt het een gebruiksvriendelijk systeem, al is zijn ervaring met de Crop-Scanner

nog beperkt. "Als in de toekomst steeds meer middelen wegvallen wordt accuraat scouten steeds belangrijker. We zetten nu al maximaal in op biologische bestrijders, Hoe vroeger we een probleem kunnen detecteren, hoe eerder we ze kunnen inzetten en voorkomen dat een plaag uit de hand loopt. Met de hulpmiddelen waar we nu mee bezig zijn wordt het vak ook steeds interessanter. Je hebt nu meer overzicht en daardoor ook inzicht." Hoeveel arbeid het digitaal scouten gaat besparen is afhankelijk van verschillende parameters. Van Beek. "Heb je veel of weinig telwerk of reistijd van vangplaat naar vangplaat. Wat ook gewaardeerd moet worden is de standaardisatie, de correctheid en vergelijkbaarheid van verschillende locaties. Uiteindelijk gaan telers door het advies dat wij kunnen aanscherpen ook zuiniger om met middelen en de nuttige inzet van biologie. Binnen twee jaar weten we of dat ook effectief zo is. Onze verwachting is dat digitaal scouten over vijf jaar op alle groenteteeltbedrijven de standaard is."

SIERTEELT WAPENEN TEGEN CRIMINALITEIT

Steeds vaker misbruiken criminelen het distributienetwerk van de sierteeltsector voor het vervoeren van verdovende middelen. Soms zonder dat telers, exporteurs en transporteurs zich daarvan bewust zijn, steeds vaker ook door omkoping of intimidatie. Het programma Weerbare Sierteeltsector helpt bedrijven en individuen om zich beter tegen deze praktijken te wapenen.

Tekst: Jacco Strating

Fotografie: Weerbare Sierteeltsector

Nederland staat internationaal bekend om zijn fijnmazige logistiek en gestructureerde sierteeltsector. De georganiseerde misdaad heeft dat ook ontdekt en gebruikt de sector voor illegale activiteiten. Zo worden harddrugs steeds vaker vervoerd tussen partijen bloemen en planten. Daarmee duperen zij kwekerijen, handelsbedrijven en transporteurs. Tegelijkertijd worden ook individuele medewerkers slachtoffer van deze praktijken, die vaak gepaard gaan met oplichting, intimidatie en chantage.

Heel Europa door

Verschillende partijen, waaronder politie, Openbaar Ministerie, Douane, Belastingdienst, de gemeenten West-

land, Katwijk, Aalsmeer en Uithoorn en Royal FloraHolland, zetten daarom het programma Weerbare Sierteeltsector op. "Er kwamen steeds vaker signalen binnen dat er ondermijnende activiteiten plaatsvonden binnen de sierteelt", geeft burgemeester Bouke Arends van gemeente Westland aan. "We zijn dat gaan onderzoeken en het bleek dat er echt wel serieus wat aan de hand is. Waar de haven van Rotterdam de importeur van drugs is, is de sierteeltsector de exporteur. En als die producten eenmaal in de vrachtwagen zitten, gaan ze ongemerkt heel Europa door. Dat is voor ons toch wel het vliegwiel geworden om dit probleem aan te pakken. We hebben de handen ineen geslagen om gezamenlijk te werken aan het weerbaar maken van de sector tegen die negatieve invloeden van buitenaf."

Royal FloraHolland was vanaf de start bij het programma betrokken. "Wij vinden het heel belangrijk dat medewerkers, klanten en externe dienstverleners zich veilig kunnen bewegen op onze terreinen en zich ook veilig voelen", zegt Steven van Schilfgaarde, CEO van Royal FloraHolland. "De neveneffecten van deze criminaliteit zijn heel slecht voor ons gevoel van veiligheid, de daadwerkelijke veiligheid en het imago van de sector. De aanpak Weerbare Sierteeltsector helpt om een veilige hub-omgeving te creëren voor iedereen." Van Schilfgaarde erkent dat de sector lange tijd weinig oog had voor criminaliteit binnen de sierteelt, vanwege het ontbreken van grote misstanden. Maar hij vindt het gezamenlijke programma een stap in goede richting. "Wij krijgen een steeds beter beeld van de kwetsbaarheden in de sector. Door het delen van inzichten en informatie kunnen we in samenwerking tussen publieke





Meer weten?

Steven van Schilfgaarde: 'We krijgen een steeds beter beeld van de kwetsbaarheden in de sector'

en private partijen actie nemen en ons beter verweren."

Reputatie van de sector

Inmiddels zijn op de veilingterreinen verschillende maatregelen genomen, geeft Van Schilfgaarde aan. Denk daarbij aan toegangspasjes voor de kantoren en kentekencontrole van alle voertuigen. Zo is duidelijk wie zich op de terreinen begeven. Daarnaast is het volgens de CEO van Royal FloraHolland belangrijk dat mensen elkaar gaan aanspreken op hun gedrag. En dus is een brede bewustwording van belang. "We doen het niet alleen voor onze eigen medewerkers, maar voor de hele sector. De Nederlandse sierteelt is uniek in de wereld en vormt een enorm belangrijke draaischijf. Het gaat dus ook om de reputatie van de sector als geheel en het beschermen van onze toekomst."

De aanpak Weerbare Sierteeltsector biedt ondersteuning door middel van advies en kennissessies en in overleg met de betrokken partijen worden verbeteringen doorgevoerd. "We willen mensen bewust maken van de aantrekkingskracht die de logistieke kwaliteit van de sector heeft op criminelen en ondernemers wijzen op de gevaren", geeft programmamanager Bas van Delden aan. "Daarnaast willen we duidelijk maken dat mensen

zelf veel kunnen doen om de risico's te beperken. Praat er met elkaar over, wees alert op zaken die niet kloppen en maak melding van verdachte omstandigheden. Alleen door samen te werken kunnen we de criminaliteit terugdringen."

Zichtbaar en onzichtbaar

Van Schilfgaarde meent dat het belangrijk is om zowel onzichtbaar als zichtbaar aanwezig te zijn. Zo is in Aalsmeer en in Naaldwijk een Centrum Weerbare Sierteelt, waar medewerkers van de samenwerkingspartners elkaar treffen. Bovendien lopen er meer mensen in uniform rond. "Als je niets ziet, denken mensen dat er niets gebeurt. Ook al gebeurt er onderhuids heel veel. De aanwezigheid van mensen in uniform heeft vooral een preventieve werking, maar het feit dat ze nu vaker op onze terreinen rondlopen geeft wel een verhoogd gevoel van veiligheid, dat is ook belangrijk."

Burgemeester Arends hoopt dat meer partners zich aansluiten en verantwoordelijkheid nemen. "Daarover worden gesprekken gevoerd, bijvoorbeeld in de transportsector en de sierteeltproductie. Voor veel partijen is het best spannend hoe je met dit thema omgaat. Het is belangrijk dat mensen zich veilig voelen om misstanden te melden. Het is aan ons om dat naar hen toe te borgen."

'CHAIN PORTAL' OPENT POORT NAAR DUURZAMERE KETEN

Met de invoering van de 'Chain portal' zet Greenhouse Sustainability een nieuwe en belangrijke stap om de tuinbouw verder te verduurzamen. Manager Software Development Rick van der Linden kijkt reikhalzend uit naar begin 2024, als het nieuwe softwarepakket officieel wordt gelanceerd: "We kunnen hiermee een enorme hoeveelheid data aan elkaar koppelen maar op een veilige manier. Dus zonder dat jan en alleman alles kan zien. Klanten blijven eigenaar van hun eigen data en bepalen zélf met wie ze dat willen delen."

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Dick Breddels

48

Veel telers zijn inmiddels bekend met de Flori Footprint Tool, die Greenhouse Sustainability heeft ontwikkeld. Maar liefst negen jaar lang werd er kennis opgebouwd en een standaard ontwikkeld waarop deze tool gebaseerd is; een instrument waarmee een teler de milieu-impact van zijn bloemen of planten kan berekenen. Nuttige informatie voor onder andere de handel en exporteurs, maar het is nog niet het gehele plaatje. Vervoer, verpakking en de manier waarop zo'n bloem of plant plus verpakking eindigt zijn medebepalend voor de totale milieu-impact. En om de impact van de totale keten – dus vanaf het eerste zaadje tot het moment waarop de consument de bloemen in de kliko gooit - te berekenen is er dus de Chain portal, die samen met de duurzaamheidsmanagers van enkele grote spelers op het gebied van bloemen en planten werd ontwikkeld (zie kaders). Leveranciers van kartonnen dozen of bloemhoezen kunnen straks alle relevante milieu-data zelf aanleveren. Doen ze dat niet, dan put Greenhouse Sustainability uit databases met standaardwaarden, de zogenaamde secundaire data. Rick van der Linden: "Dat zijn echter industriegemiddelden. Gemeten over heel Europa of soms wereldwijd. En vaak ook enigszins verouderd. Primaire data, dus rechtstreeks van de leverancier, heeft de voorkeur van exporteurs en grote retailers." Om helderheid te krijgen over elk stapje in de keten

is transparantie een eerste vereiste. Tegelijkertijd zijn partijen huiverig om de concurrentie wijzer te maken dan die al is. Van der Linden: "In de portal is dat voldoende geborgd. Wij zijn niet de eigenaar van de data, dat is het bedrijf dat die data aanlevert. En die bepaalt zelf met wie hij dat wil delen. De data van een bedrijf dat dozen levert aan supermarktketen A is dus niet zichtbaar voor andere supermarktketens. Zo is ook de data van telers afdoende beschermd. Een exporteur kan wel zien hoe duurzaam een kwekerij te werk gaat, maar zonder dat op straat komt te liggen welke middelen ze gebruiken of wie hun leveranciers zijn."

Metten aan de slag

Het idee van een gigantische databank met eindeloos veel gegevens over allerlei soorten verpakkingen, vormen van transport en noem alle variabelen maar op roept het beeld op van een programma dat alleen door absolute nerds is te bedienen. Maar niets is minder waar, zegt Van der Linden: "Wij willen helpen verduurzamen. Footprint-berekening is daarbij een noodzakelijk kwaad. Wij hebben dus een tool ontwikkeld waarvoor je echt niet twee dagen op cursus moet, maar waarmee je meteen aan de slag kunt. Een tool die zo snel mogelijk resultaten oplevert, zodat je er wat mee kan!"



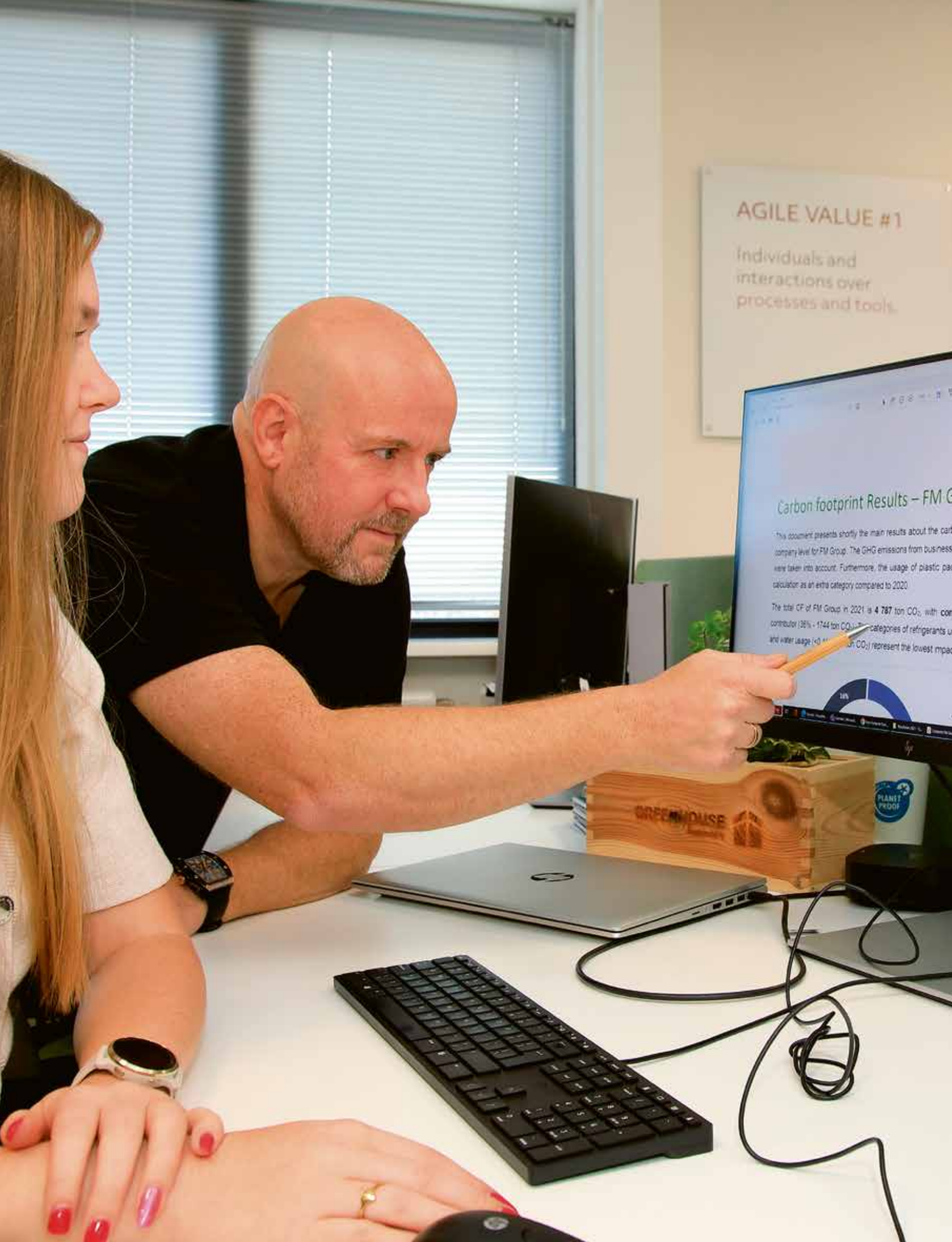
'VLIEGEN OF VAREN?'

Footprint berekeningen worden steeds verfijnder. CSR-manager Jeroen van Splunter van Floral Trade Group (FTG) heeft een mooi voorbeeld om dat te illustreren. "Sommige grote retailbedrijven willen exact van ons weten met welke vlucht hun bloemen naar Nederland zijn gebracht. Was dat met een verouderd type of juist met een heel zuinig toestel? En hoe verhoudt de footprint van vliegen zich ten opzichte van zeevracht? Allemaal zaken die nauwgezet geregistreerd worden en doorwerken in de footprint."

FTG (1.200 medewerkers, 17 handelsnamen) heeft op het gebied van duurzaamheid grote ambities. Over amper twee jaar moet 90 procent van de door hen verhandelde bloemen en planten duurzaam zijn, en in 2030 willen ze hun eigen carbon footprint op 0,0 hebben staan. Of dat allemaal haalbaar is? "Het zal hier en daar lastig zijn, maar

we gaan er wel voor."

Van Splunter is blij met de komst van de Europese verplichting voor duurzaamheidsrapportage, de zogenaamde CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). "Dat geeft houvast. Aan de hand van de cijfers weet je waar je staat. En dat helpt weer om te bedenken waar je uiteindelijk naar toe wil." Dergelijke rapportages zijn totaal niet vrijblijvend, een externe accountant moet ze verifiëren en accorderen. "Je kunt dus niet alleen zéppen dat je duurzaam bent, je kunt het hiermee ook daadwerkelijk aantonen." Aan alle schakels in de keten heeft Van Splunter één duidelijke boodschap. "Wees zo transparant mogelijk. Hou geen info achter. Verduurzamen doe je immers samen. Alleen als iedereen open en eerlijk is weten we waar we staan. En kunnen we vandaaruit verder verbeteren."



AGILE VALUE #1

Individuals and interactions over processes and tools.

Carbon footprint Results - FM G

This document presents shortly the main results about the carbon footprint at company level for FM Group. The GHG emissions from business operations were taken into account. Furthermore, the usage of plastic packaging was calculated as an extra category compared to 2020.

The total CF of FM Group in 2021 is 4 787 ton CO₂e, with construction being the main contributor (36% - 1744 ton CO₂e). The categories of refrigerants used and water usage (<0.1% of total CO₂e) represent the lowest impact.



GREENHOUSE






'EINDE AAN NEGATIEVE VERHALEN'

Koen Druijf loopt al dik 40 jaar mee in de sierteelt. En het thema duurzaamheid staat bij hem al minstens 15 jaar op de agenda. Maar dat is niet overal zo. Bloemisten vormen een belangrijke klantengroep bij de FM Group, maar zijn tot de verbazing van Druijf nog niet allemaal even actief bezig met het onderwerp. "Maar dat zal snel veranderen, als vanaf 2026 ook het MKB duurzame prestaties moet gaan rapporteren."

Als duurzaamheidsmanager heeft Druijf samen met zijn collega CSR-specialist Dionne Rens de eigen company footprint inmiddels goed in beeld. Ook met hun telers, die verspreid over drie continenten zitten, wordt het thema intensief besproken. "Het bewustzijn in landen als Ecuador en Kenia voor een duurzame teelt neemt zichtbaar toe. Logisch, het gaat om grote belangen. Onze boodschap is simpel; als producten niet aan bepaalde normen voldoen zullen we onze spullen ergens anders vandaan moeten halen."

De vanaf 2025 voor grote bedrijven verplichte CSRD-rappor-

tage brengt nu al een heleboel zaken in een stroomversnelling, zo ondervindt ook Druijf aan den lijve. Het verzamelen van grote hoeveelheden data legt een flink beslag op de IT-structuur en menskracht. "Je hebt mensen nodig om al die data te analyseren." Behalve de CSR-afdeling moeten ook de afdelingen verkoop, inkoop en HR aan de bak. En maar liefst twee directeuren hebben zitting in de stuurgroep die verduurzaming binnen de groep moet vormgeven. "Die CSRD-wetgeving is een monster van een project, maar wel een uitdaging waar wij graag de schouders onder zetten." Eenduidige cijfers over de footprint van bloemen en planten zijn in de ogen van Druijf bovendien belangrijk voor de toekomst van de sector. "De bloemeteelt ligt regelmatig onder vuur en gaat vaak gebukt onder negatieve verhalen. Met keiharde cijfers kun je eerlijkere vergelijkingen maken. Bijvoorbeeld met chocolade, met producten bereid met palmolie of een stukje vlees. Laat de feiten maar voor zichzelf spreken. Laat maar zien: hier staan we!"



Twee nieuwe hogedraadrassen voor de voorjaarsteelt

Ons assortiment hogedraadrassen voor de winter-/voorjaarsteelt komkommers is uitgebreid met twee nieuwe beloftevolle rassen:

De sterke en compacte **Skylit RZ** voor de **belichte** hogedraadteelt en de groeikrachtige **Skyspring RZ** voor de **onbelichte** hogedraadteelt.

Meer informatie?

Neem contact op met onze teeltspecialisten of kijk op www.rijkzwaan.nl



Sharing
a healthy
future



RIJK ZWAAN



BELLEN MET ... GERARD VAN OOSTEN EN WALTER DE WAAL

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 zelfs twee: Gerard van Oosten en Walter de Waal van de Horti Academy.

Gerard en Walter, waarom is de Horti Academy gestart?

Gerard van Oosten (Greenport West-Holland): "Of het nu gaat om teelt, techniek of handel/logistiek: het glastuinbouwcluster in Greenport West-Holland is internationaal koploper op het gebied van innovatie. Die positie is een groot goed. Maar die positie is niet vanzelfsprekend. Koploper zijn in innovatie betekent: dag in, dag uit het beste halen uit de ondernemers, hun medewerkers en nieuwe talenten. Daarvoor is voortdurende aandacht voor hun ontwikkeling van groot belang."

Walter de Waal (Lentiz Cursus & Consult): "Het Nederlandse tuinbouwcluster staat voor tal van uitdagingen, zoals digitalisering, circulair ondernemen, de energietransitie en wateropgaven. Voor ondernemers betekent dit dat ze hun bedrijfsstrategie moeten bijstellen en actualiseren. En dat vraagt ook wat van de organisatie van het werk binnen het bedrijf en de kennis en vaardigheden van de medewerkers. De Horti Acade-

my helpt ondernemers bij het 'future fit' maken van hun medewerkers."

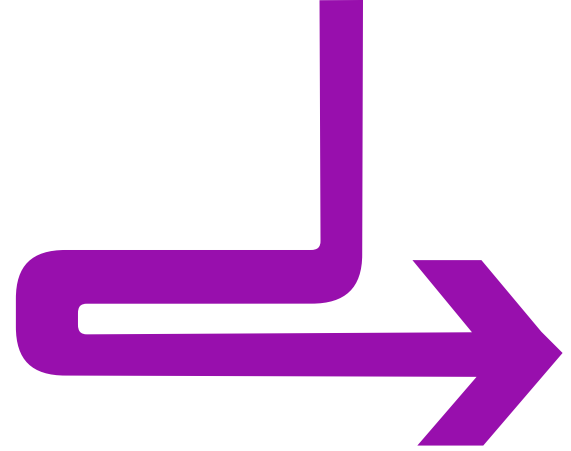
Hoe doet de Horti Academy dat?

Gerard: "Dat doen we op verschillende manieren. Het start met – zoals we dat noemen – vraagarticulatie. Dat betekent dat we samen met de werkgever in gesprek gaan over de bedrijfsstrategie, en de gevolgen daarvan voor de werkzaamheden binnen het bedrijf en wat dit vraagt aan ontwikkeling bij de medewerkers. Want dat is de start voor goed werkgeverschap: weten wat je wilt, en weten wat je verwacht van huidige en nieuwe medewerkers."

Walter: "Een goede leercultuur binnen een bedrijf is niet een kwestie van medewerkers af en toe op cursus te sturen. Daarom werken we volgens een stappenplan, dat start met een analyse: wat gaat goed, wat kan beter? En de volgende stap is het gesprek aangaan met werknemers en het zorgen voor opleidingen en trainingen die bij hen passen. Dit gebeurt steeds meer gekoppeld aan de werkzaamheden. Zo hebben leidinggevenden een belangrijke rol in het stimuleren van de leercultuur. En we activeren werknemers om met hun eigen ontwikkeling aan de slag te gaan. Werknemers willen we controle geven over hun eigen ontwikkeling, zoals met de workshop 'Neem de regie in je loopbaan'."



**VAN ICT-BEDRIJF
TOT ALLROUND
DIGITAAL SPECIALIST**



Het is dit jaar feest bij BICT Groep: op 1 oktober jongstleden bestond het bedrijf op de kop af 12,5 jaar. In die periode maakte de onderneming, die een totaalpakket aan ICT-oplossingen biedt, een forse groei door. Deze werd onder meer gerealiseerd door met bestaande klanten - in onder meer de tuinbouwsector - mee te groeien. Daarnaast is het feit dat BICT Groep louter eigen producten en diensten ontwikkelt en vermarkt een belangrijke succesfactor. Dit moet ook bijdragen aan een verdere groei richting de toekomst.

Tekst: Ank van Lier

Fotografie: Astrid Grootcholten

Wanneer we Kevin Bogaards en Michiel van den Berg op maandagochtend 27 november spreken, heerst er een jubelstemming op het kantoor van BICT Groep in Naaldwijk. Een paar dagen eerder sleepte het bedrijf namelijk de MKB Westport Notarissen Ondernemersprijs 2023 in de wacht. Een prestigieuze prijs, zo blijkt wel uit het feit dat onder meer de verantwoordelijk wethouder van de gemeente Westland tijdens het gesprek binnenloopt om zijn felicitaties over te brengen. "Deze prijs is zonder meer een opsteker", geeft Bogaards, algemeen directeur van BICT Groep aan. "Maar we zijn daarnaast ook trots op de andere prijzen die we in de afgelopen jaren in ontvangst mochten nemen. Zo wonnen we in 2017 de Samsung Enterprise, voor beste Samsung-partner wereldwijd. En in 2019 kregen we de zogeheten Recognition Award van beveiligingsbedrijf ESET - een belangrijke partner van ons -, voor onze innovaties op het gebied van cybersecurity. Dit soort onderscheidingen zijn toch een soort kroon op ons werk; we zijn er dan ook trots op."

Telefonie en kantoorautomatisering

De genoemde range aan awards geeft wel aan dat

BICT Groep, in de 12,5 jaar van haar bestaan, is uitgegroeid tot een ICT-dienstverlener met naam en van formaat. De basis voor het huidige bedrijf werd in 2006 gelegd door Bas Voermans, die vandaag de dag nog steeds eigenaar is van BICT Groep. "Hij startte toen bij V&R Techniek in Monster met het opzetten van een ICT-afdeling", vertelt Bogaards. "V&R was al actief op het gebied van beveiliging en elektra en Bas voegde daar dus een ICT-tak aan toe. Aanvankelijk startte hij alleen met telefonie, met het bellen via internet met Voice over IP, kortweg VoIP. Dat was toen een relatief nieuwe manier van digitale telefonie, die ook nog eens goedkoper was dan bellen via ISDN, wat veel bedrijven destijds deden. Hiermee wist Bas veel klanten te werven." Een jaar later ging hij zich ook richten op kantoorautomatisering. Iets dat vrij uniek was, geeft Michiel van den Berg aan. Hij is relatiebeheerder bij BICT Groep. "Veel bedrijven houden zich óf bezig met communicatie c.q. telefonie óf met IT, ofwel kantoorautomatisering. Maar weinigen hebben beide zaken in hun pakket. Hiermee wist Bas zich dus verder te onderscheiden. Hij startte toen met het leveren van computers en servers, wifi, internetoplossingen, et cetera."

Forse groei

In 2011 werd de ICT-afdeling van V&R Techniek ondergebracht in een nieuw bedrijf. Dat betekende op 1 april van dat jaar de officiële start van BICT Groep. Het bedrijf begon met vier medewerkers. Nu, 12,5 jaar later, is dit aantal gegroeid naar 25. Het bedrijf biedt vandaag de dag producten en diensten aan op het gebied van telefonie, connectiviteit (wifi, internet, interne netwerken, et cetera) en kantoorautomatisering. Onder dit laatste valt ook de BICT online werkplek, die klanten in staat stelt om overal en vanaf elke locatie in te loggen en te werken in een beveiligde online omgeving.

De hamvraag is natuurlijk hoe BICT Groep deze forse groei wist te realiseren. "Dat kwam onder meer door de groei van onze bestaande klanten, onder meer in de tuinbouw. Ongeveer 20 tot 25 procent van ons klantenbestand zit in deze sector. De afgelopen jaren werden de bedrijven groter, er kwamen nieuwe locaties bij en wij groeiden met hen mee. Je kunt dus wel stellen dat de tuinbouwsector de verdere groei van ons bedrijf mede mogelijk heeft gemaakt", zegt Bogaards.

Ook het feit dat BICT Groep geen reseller is van producten en diensten van anderen vormt volgens hem een belangrijke succesfactor. "Wij ontwikkelen onze eigen technische oplossingen, zijn provider-onafhankelijk. Dat betekent concreet dat we geen producten inkopen bij bijvoorbeeld KPN, om die vervolgens te verkopen. Alles komt

uit onze eigen koker en om die reden hebben wij ook veel goede, inhoudelijke ICT-specialisten in huis. En het feit dat we eigen producten en diensten ontwikkelen, stelt ons ook in staat om maximaal aan te sluiten bij vragen en wensen vanuit de markt. Daarnaast kunnen we stabiliteit in kosten garanderen." Belangrijk is ook dat BICT Groep haar klanten zoveel mogelijk ontzorgt. "We zeggen nooit 'nee', proberen alles op te lossen en zijn 24/7 bereikbaar voor onze klanten. Zodat zij kunnen focussen op hun core business. Niet voor niets luidt onze slogan 'Als wij doen waar wij goed in zijn, kunt u doen waar u goed in bent'. Dit zorgt ervoor dat onze klanten heel loyaal zijn."

Groeiambities

Naar de toekomst toe ambieert het bedrijf een verdere groei. En daarvoor ziet Bogaards ook volop kansen. "Onder meer ons eigen klantenbestand biedt nog veel potentie. Veel klanten nemen nu óf telefoniediensten óf diensten op het gebied van kantoorautomatisering af. Daar is dus nog het nodige te winnen. Daarnaast zetten we ook in op het werven van nieuwe klanten, met de eerder genoemde unieke selling points." Om voor te sorteren op de toekomst, wordt het pand aan de Koopmansstraat in Naaldwijk komend jaar ook verdubbeld tot een totaaloppervlak van 1000 m². "We zijn nu al uit ons jasje gegroeid en om verdere groei mogelijk te maken, is uitbreiding van ons pand een must. Op naar de volgende 12,5 jaar!"





MAATSCHAPPELIJK BETROKKEN

Ook het feit dat BICT Groep maatschappelijk betrokken is, vormt een belangrijke pijler onder het succes. Onder meer door sponsoring van bijvoorbeeld voetbalclub Sparta Rotterdam, maar ook door beginnende sporters en sportverenigingen in de regio te ondersteunen. "Wij helpen hen bijvoorbeeld om hun ICT-zaken te regelen, zodat ze niet te maken krijgen met cybersecurity en kosten besparen op dit vlak. Dit geld kunnen ze dan weer investeren in de verdere groei van hun club", vertelt Van den Berg. "Dit doen we omdat we het als bedrijf belangrijk vinden om iets terug te doen voor de maatschappij. Daarbij is sport naar onze mening een mooie manier om mensen bij elkaar te brengen en daarmee de sociale cohesie te stimuleren. En dat wordt gewaardeerd, door klanten en medewerkers. Dit zorgde er ook voor dat we in november, naast de MKB Westport Notarissen Ondernemersprijs 2023, ook de themaprijs 'Uitzonderlijke maatschappelijke betrokkenheid' wonnen."



STIMULERENDE TOMATENSAP...

Het was een 'groot consortium' dat betrokken was bij een tweejarig onderzoek naar het hergebruik van sap uit de stengels van tomatenplanten. Docenten en studenten van twee hogescholen, een handvol telers, een afvalverwerker en leveranciers van biostimulanten; het was een breed scala aan expertises dat hier aan tafel zat.

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Daniëlle Jiskoot

Nederlandse tomatentelers zijn jaarlijks goed voor meer dan 70.000 ton aan plantenstengels die de kas worden uitgedragen. Hergebruik van dat natuurlijk materiaal komt langzaam op gang. Stengels worden geperst en de overblijvende vezels worden gebruikt in de papierindustrie en als isolatiemateriaal. Zou je de totale hoeveelheid stengels uitpersen dan blijft er een plas van meer dan 50 miljoen liter sap over. Daar moet toch iets nuttig mee te doen zijn, zo bedacht onder andere Alexander Prinsen van Scope Matters. Ook chrysantenstengels werden bij aanvang van het project genoemd, maar het accent kwam toch te liggen op het groen uit de tomatenkas.

Al dat sap, kun je daar geld aan verdienen door het te fermenteren? Door het in een reactor af te breken en er waardevolle stoffen uit te halen? Dat was de onderzoeksvraag. Nelleke Kreike is professor of applied sciences bij Hogeschool Inholland en gespecialiseerd in moleculaire veredelingsstechnieken. Zij wilde weten welke micro-organismen een rol spelen bij dat proces.

Kreike: "De stoffen die we zochten, zoals bijvoor-

beeld alcohol en azijnzuur, werden tijdens de fermentatie onvoldoende geproduceerd. Daar is geen passend verdienmodel op te bouwen. Maar er zitten in het sap wel allerlei voedingsstoffen die zeker bruikbaar zijn in de teelt." En wat ook zeker bruikbaar is, is de nanopore DNAsequencing techniek om het microbiom in kaart te brengen die tijdens dit onderzoek voor het eerst werd ingezet. "Daarmee kun je in kaart brengen welke micro-organismen er in het plantenstengelsap zitten. Maar ook welke er in de bodem zitten. Sommige daarvan zijn groeibevorderend, andere juist schadelijk voor de teelt. Door er andere organismen aan toe te voegen kun je de bodem verbeteren en weerbaarder gaan telen. We zijn inmiddels in gesprek met twee partijen die daarin geïnteresseerd zijn."

Brede samenstelling

Frank van der Helm, associate lector Levende Plantenteeltsystemen aan Inholland, was aangenaam verrast met de brede samenstelling van de groep betrokkenen. "Meestal werken we samen met alleen telers. Of alleen afnemers. Hier waren alle partijen, dus van de teelt tot leveranciers van biostimulanten betrokken." Ook bijzonder was de samenwerking

met het HAN Biocentre, van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen. Van der Helm: "Zij hebben veel ervaring met fermenteren en dat was precies de techniek die we hier nodig hadden."

Drie studenten Tuinbouw & Agribusiness die bij Van der Helm het vak 'gewasbescherming in de praktijk' volgden meldden zich om aan dit project deel te nemen. Onder hen Matthijs de Jong, geboren en getogen in 's Gravenzande en van jongs af aan al geïnteresseerd in de tuinbouw. De opdracht vergde in totaal zo'n 20 weken en hij heeft er veel van opgestoken. Vooral het schakelen tussen de wereld van de tuinder en de wereld van de wetenschap sprak hem aan. "Het begon met literatuur bestuderen, gesprekken voeren met studenten en docenten van de HAN en daarna een plan maken." Vervolgens moesten de handen echt uit de mouwen in de klimaatkast in de kelder van de Hogeschool op de TU Campus in Delft. Met verschillende verdunningen werd daar uitgeprobeerd of het geperste en bewerkte sap bruikbaar is voor groeiverbetering. Dat was niet direct het geval, maar het sap is wel zonder nadelige effecten her te gebruiken.

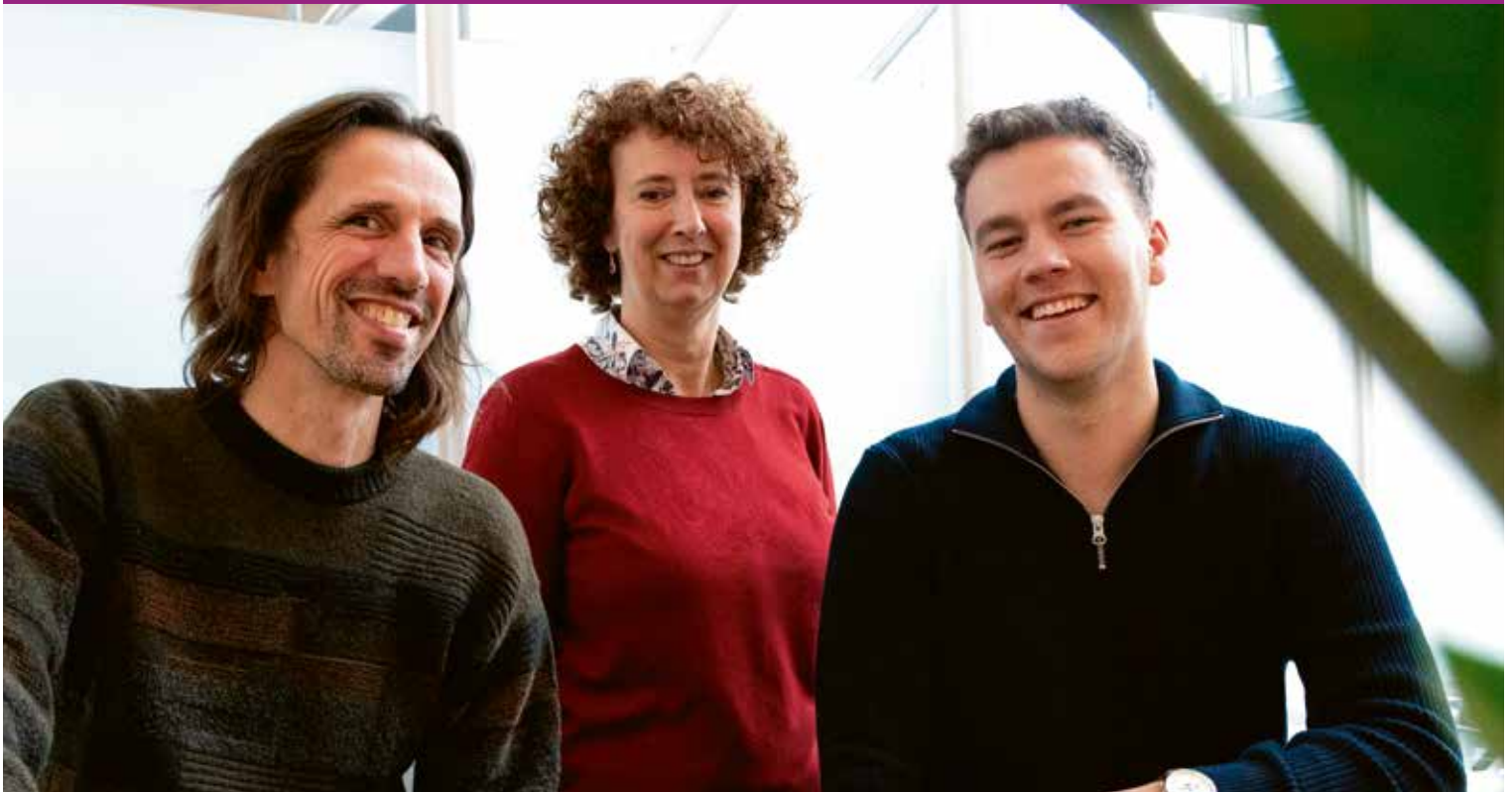
Waardevolle bijdrage

Van der Helm: "Het eindrapport laat nog even op zich wachten, maar er liggen zeker mogelijk-

heden om die plantenstengels te gaan verwaarden. Onder bepaalde voorwaarden weliswaar. Zo zul je het sap goed moeten checken op virussen, maar het kan zeker. De toegevoegde waarde zit 'm ook in het feit dat je als tuinder minder afval hebt af te voeren als het persen ter plaatse gebeurt. Als je het goed doet hou je niks meer over; de vezels verkoop je en het sap hergebruik je." Onderzoeksprojecten zijn voor Inholland een fraaie kans om met leuk onderwijs een waardevolle bijdrage aan de tuinbouw-praktijk te leveren. "En dit project is daar in mijn ogen een heel mooi voorbeeld van."

Pittige opdracht

Student Matthijs onderschrijft dat volledig. "Het is gaaf om bezig te zijn met actuele ontwikkelingen zoals circulariteit. Mooi dat ik daar een steentje aan heb kunnen bijdragen." Voor deze vierdejaars was het bovendien een uitgelezen kans om beter zicht te krijgen waar hij straks zijn plekje in de sector denkt te vinden: "Ik ben vooral geïnteresseerd in de teelt- en de veredingskant en wil straks verder gaan studeren in Wageningen." Maar voordat het zover is moet hij eerst zijn hbo-opleiding nog afronden. Dat wordt letterlijk en figuurlijk een pittige klus, want zijn afstudeeropdracht richt zich op het vaststellen van de pittigheid van... pepers!





MET BETERE ZADEN EEN DUUR



ZAME TOEKOMST OOGSTEN

Duurzaamheid is een kernwaarde in de glastuinbouw, en bij groenteveredelingsbedrijf Rijk Zwaan is dit niet anders. Het is een begrip dat diep verankerd is in de bedrijfscultuur. Al in de jaren tachtig werd die cultuur samengevat in negen belangrijke uitgangspunten. Eén daarvan schrijft voor dat in het gehele bedrijfsproces voortdurend moet worden nagegaan of er een positieve bijdrage kan worden geleverd aan het milieu. Daarmee spelen milieuaspecten, naast economische aspecten, dus een belangrijke rol in de besluitvorming.

Tekst: Arend Meijerman
Fotografie: Rijk Zwaan

Rijk Zwaan werd in 1924 opgericht, maar veredeling is zo oud als de landbouw zelf. De eerste landbouwers selecteerden de beste planten voor de volgende oogst, een proces dat de basis vormde voor de moderne plantenveredeling. Hoewel de technieken en het begrip van genetica aanzienlijk zijn geëvolueerd, zijn de fundamentele doelen van veredeling – zoals opbrengst en weerbaarheid tegen klimatologische uitdagingen en ziektes – grotendeels onveranderd gebleven.

Minder hulpbronnen

In de hedendaagse context, met uitdagingen zoals klimaatverandering en milieuvervuiling, is het niet langer voldoende om alleen te focussen op productiviteit. Rassen moeten nu ook duurzaam zijn, wat betekent dat de teelt minder hulpbronnen vereist, zoals water of



energie. Een treffend voorbeeld is het paprikaras Alzamora RZ F1, dat kan worden geteeld met een lagere etmaaltemperatuur zonder in te boeten aan kwaliteit en productiviteit. Dit ras is ook minder gevoelig voor binnenrot, wat de mogelijkheid geeft om extra schermen in de kas te gebruiken om afkoeling te voorkomen. Het resultaat is een aanzienlijke vermindering van het gasverbruik, van de gebruikelijke 30-35 m³ naar 20-25 m³ per vierkante meter, wat zowel de energiekosten als de CO₂-uitstoot vermindert.

Water is een kritieke hulpbron, vooral in gebieden waar water schaars is. Rijk Zwaan richt zich op het ontwikkelen van rassen die goed presteren onder teeltmethoden die efficiënter omgaan met water, zoals hydrocultuur. In deze methode groeien planten in goten in plaats van in de grond, wat het waterverbruik aanzienlijk vermindert. De hydro-demolocatie in Dinteloord is een voorbeeld van Rijk Zwaan's inzet voor het ontwikkelen van rassen die goed presteren in dergelijke waterbesparende systemen. Daarnaast worden ook rassen ontwikkeld die onverminderd sterk presteren met minder belichting, of een lagere stikstofgift.

Natuurlijke resistenties

Een ander belangrijk aspect van het werk van Rijk Zwaan is het ontwikkelen van natuurlijke resistenties tegen plantenziektes. Dit is cruciaal voor duurzaamheid, omdat het bijdraagt aan minder afhankelijkheid van gewasbeschermingsmiddelen en het voorkomen van teeltverliezen. De ontwikkeling van tomatenrassen met een hoge resistentie tegen het Tomato Brown Rugose Fruit Virus, is een voorbeeld van hoe Rijk Zwaan bijdraagt aan het verminderen van zowel financiële als milieuschade in de sector. Deze rassen, verkocht onder het RugoseDefense label, verminderen het risico op ToBRFV uitbraken waardoor in sommige gevallen de volledige teelt moet worden vernietigd. Een ander voorbeeld is een hoge resistentie tegen echte meeldauw, een groot probleem in paprikateelten. Daarvoor heeft Rijk Zwaan papikarassen met het LtDefense op de markt gebracht. Telers die kiezen voor

rassen met een Lt-resistentie hoeven significant minder vaak gewasbeschermingsmiddelen te gebruiken. Het gewas is gezonder en productiever. Het levert ook lagere residuen op de vruchten op, hetgeen een eis is van veel retailers.

Rijk Zwaan investeert aanzienlijk in onderzoek en ontwikkeling. Jaarlijks wordt gemiddeld 30 procent van de omzet besteed aan deze activiteiten. Deze investeringen zijn essentieel om telers te voorzien van hoogwaardig uitgangsmateriaal en om voortdurend nieuwe en betere resistenties te ontwikkelen tegen evoluerende plantenziektes. Die inspanningen zijn niet alleen gericht op het ontwikkelen van nieuwe rassen, maar ook op het verbeteren van de duurzaamheid van de eigen bedrijfsvoering.

Zelf ook verduurzamen

Naast het ontwikkelen van innovatieve groenterrassen werkt Rijk Zwaan ook actief aan het verduurzamen van de eigen bedrijfsprocessen. Verschillende teams binnen het bedrijf richten zich op het verminderen van het aardgasverbruik in de kassen in De Lier, met als doel om tegen 2030 het verbruik te verminderen tot minder dan 18 m³ per vierkante meter. Ook wordt er geïnvesteerd in alternatieve energiebronnen zoals aardwarmte, zonnepanelen en Warmte Koude Opslag (WKO) systemen.

Rijk Zwaan staat dan ook in de voorhoede van duurzame ontwikkeling in de glastuinbouw. Door innovatie, onderzoek en samenwerking met partners, probeert het bedrijf bij te dragen aan een duurzame toekomst voor de sector. Met een sterke focus op milieu, innovatie en samenwerking, is Rijk Zwaan uitstekend gepositioneerd om de uitdagingen in de keten aan te gaan en een groenere toekomst te realiseren. Het bedrijf zet zich in voor de ontwikkeling van nieuwe rassen die niet alleen voldoen aan de huidige eisen van de markt, maar ook bijdragen aan een duurzamere wereld. Met deze toewijding aan duurzaamheid en innovatie speelt Rijk Zwaan een cruciale rol in de transitie naar een duurzamere glastuinbouwsector.



FRESHLY FORWARD...

'Freshly Forward, from Foundation to Future' is het thema dat Rijk Zwaan kiest voor het aanpakken van de uitdagingen van vandaag de dag. Met en voor ketenpartners in de AGF-categorie biedt het bedrijf oplossingen die de sleutel vormen om aan de huidige vraag te voldoen. In deze onzekere tijden is het belangrijk om de basis op orde te hebben. Om hiervoor een stevig fundament te leggen, brengt Rijk Zwaan haar kernkracht samen: robuuste, veerkrachtige en betrouwbare oplossingen

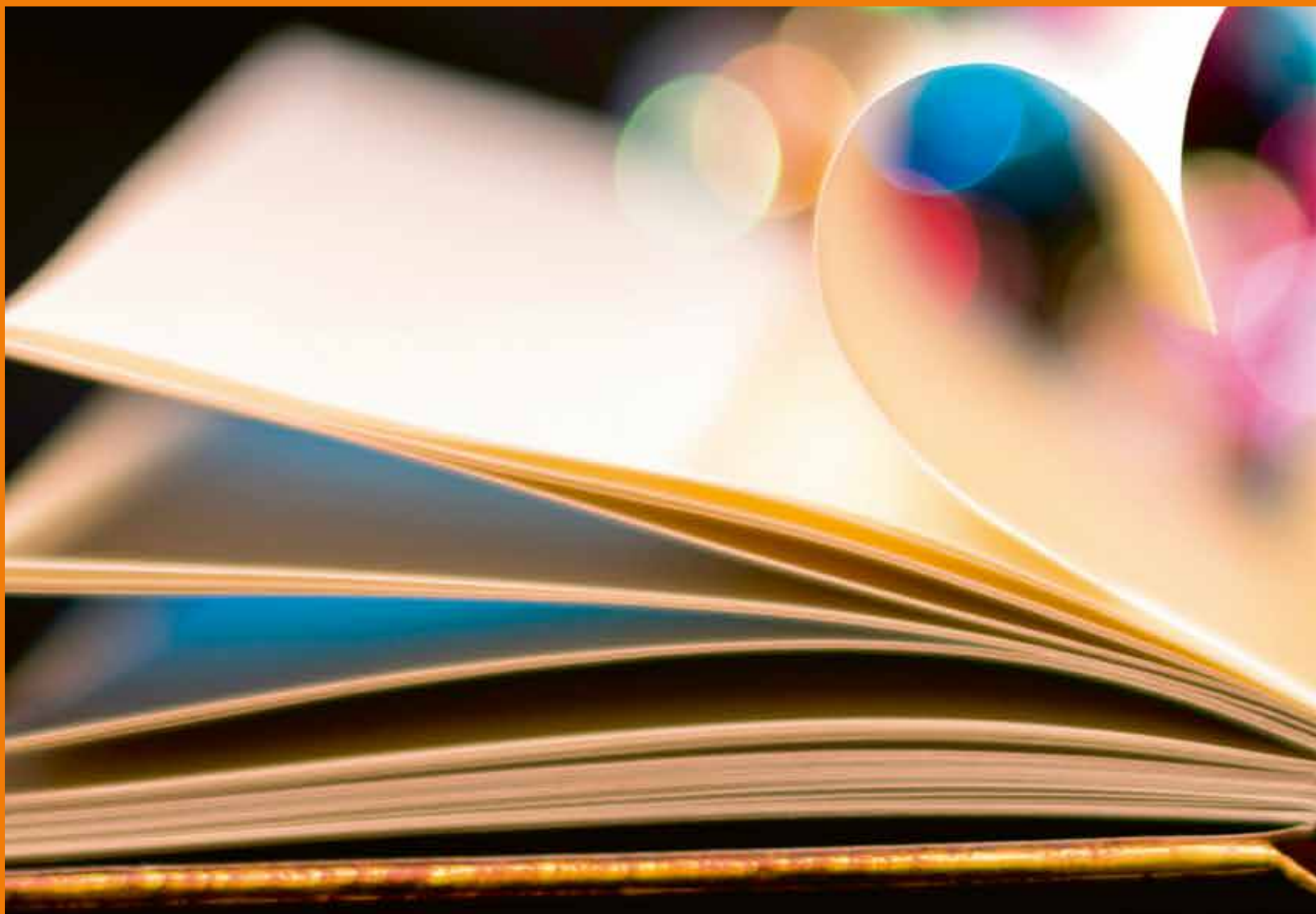
voor verse groenten. De oplossingen van Rijk Zwaan gaan verder dan groenterassen alleen. Het bedrijf brengt bijvoorbeeld ook retailers en telers bij elkaar voor het waarborgen van de beschikbaarheid van verse groenten. Ondertussen biedt het online consumentenplatform Love My Salad heerlijke receptideeën om mensen te helpen betaalbare maaltijden met veel groenten te bereiden. Zo wil Rijk Zwaan van teler tot consument inspireren om aan een duurzame toekomst te denken.

AUTHENTIEK, ORIGINEEL EN VERSCHILLIG VERHAAL

In de dynamische tuinbouwsector staat vooruitgang centraal. Voorwaartse drive door ondernemerschap, innovatie en efficiëntie. We werken iedere dag keihard aan onze (inter) nationale toekomst. De blik op vooruit. Dat is logisch. De voorruit is veel groter dan de achteruitkijkspiegel. Wat geweest is, is geweest. Nieuwe ronde, nieuwe kansen. Ja toch? Daarbij vormt de kracht van jouw authentieke ondernemersverhaal een hefboom voor jouw toekomst. Een overzicht én een goed voornemen voor 2024, aldus Roel Schutten, directeur transitie leefomgeving bij Imagro.

Tekst: Roel Schutten

Fotografie: Shutterstock



Juist in een tijd waarin echtheid en van betekenis willen zijn steeds meer gewaardeerd wordt, zijn ondernemersverhalen belangrijk. Hoe is het bedrijf begonnen? Hoe zag de wereld er toen uit? Hoe zijn we gegroeid en welke tegenslagen zijn overwonnen? Verhalen over echte mensen waar met respect en ontzag over wordt gesproken. Die verhalen zijn echt veel meer waard dan ze alleen op te rakelen bij een afscheidsreceptie of de viering van een jubileum. Het zijn inspiratie bronnen voor innovatie van producten en bedrijven. Bronnen voor een unieke identiteit die zowel klanten als medewerkers aanspreekt.

De kracht van authentieke verhalen

Ondernemer zijn is niet enkel het maken en verkopen van je product; het is ook het delen van je verhaal. Het vormt je identiteit, het fundament van je merk. Steeds meer klanten willen het verhaal van je product of bedrijf kennen. En niet alleen waar

je naar toe gaat. Maar vooral ook waar je vandaan komt. Consumenten die op zoek zijn naar het goede gevoel én het geweten van jouw bedrijf. Naar iets dat overeen komt met hun eigen waarden. En wat is er authentieker dan je eigen geschiedenis? Het echte echt. Elke tuinbouwonderneming heeft een uniek verleden. Het kennen, delen en benutten van dit verhaal geeft je onderneming een gezicht, een ziel. Het verbindt jouw bedrijf met klanten op een persoonlijk niveau, creëert loyaliteit en onderscheidt jou van de concurrentie.

Een sterk merk bouwen

Elk bedrijf is geworteld in een unieke geschiedenis, de 'roots'. Dat wortelstelsel fungeert als het fundament van jouw verhaal. Het vertelt niet alleen waar je nu staat, maar illustreert ook de reis die je hebt afgelegd. Dit geeft geloofwaardigheid, bouwt vertrouwen op bij je klanten. Wat is zijn Behoefte, wat is jouw Belofte en bovenal hoe Bewijs je die



WAT IS DE KRACHT VAN EEN GOED VERHAAL? VERHALEN...

- ...blijven hangen
- ...zijn groter dan de feiten
- ...raken het hart
- ...spreken tot verbeelding
- ...werken als spiegels
- ...zijn makkelijker te onthouden
- ...worden doorverteld
- ...laden je reputatie
- ...verbinden



68

Belofte? Als je je belofte bewijst creëer je geloofwaardigheid. Het is een echt verhaal, je kunt er niet over liegen, want je vertelt het vanuit je hart. Deze vorm van connectie is een onschatbare troef in de markt. 'Storytelling is zoveel sterker dan selling'.

Werven en behouden van talent

Een bedrijf met een unieke geschiedenis en een 'echt verhaal' heeft niet alleen aantrekkingskracht op klanten, maar ook op medewerkers. En dat vormt in de huidige markt een concurrentieel voordeel. Mensen willen werken voor een bedrijf met een ziel. Verhalen zorgen voor cohesie, inspiratie. Het letterlijk zichtbaar maken van je geschiedenis is een krachtig instrument bij het behouden en aantrekken van nieuwe collega's die op zoek zijn naar betekenisvol werk. Het geeft hen een gevoel van ergens bij te horen. Een sense of belonging. Verhalen zorgen voor samenhang en trots.

Uniek uitgangsmateriaal

De geschiedenis van jouw bedrijf vormt dus uniek uitgangsmateriaal voor jouw corporate-story. Het vormt de basis voor je identiteit en positionering, maar ook de

manier waarop je met elkaar omgaat in het bedrijf. Het clubgevoel, de cultuur, de ziel. Geschiedenis is dus niet alleen 'ouwe meuk' die voorbij komt in oude foto's en diploma's van de Tuinbouwschool aan de muur. Gebruik die 'roots' van je onderneming als vertrekpunt en rode draad voor het hart van de corporate story. Onlangs zag ik een bedrijfsfilm waarin de toekomstige, derde generatie – de kinderen van de huidige eigenaren in de leeftijd van 18 tot 25 jaar - het verhaal van de onderneming vertelden. Hoe het ontstaan is, de groei en hoe zij naar de toekomst kijken. Dat gaf mij een gevoel van waardering, respect en vertrouwen.

Dus benut jouw geschiedenis als uniek uitgangsmateriaal omdat het je bijzonder en onderscheidend kan maken. Maar verstopt het niet in een kluis als een goed bewaard geheim waar slechts een enkeling toegang tot heeft. Durf te kiezen in je onderscheidende verhaal, durf voor één ding te kiezen. Daar start mark-a-thing op echte waarden. Maak het zichtbaar, deel het en ga er op een creatieve en integere manier mee aan de haal. Niemand kan om jouw echte verhaal heen. Een gaaf goed voornemen voor 2024?

BOOST YOUR BUSINESS

LUISTER NU



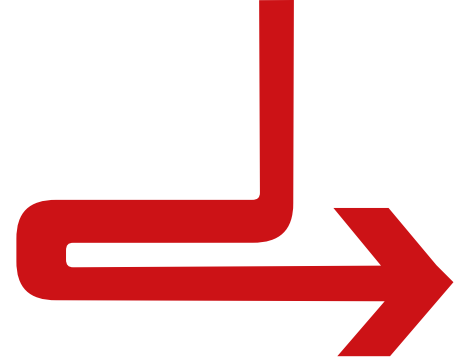
hortibiz NEWSRADIO

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

OOK VOOR DE PODCAST PRODUCTIE VAN JOUW BEDRIJF



SAMEN OP REIS...



Een goed inzicht in de milieubelasting van een glastuinbouwbedrijf wordt steeds belangrijker. Een CO₂-footprintberekening is daarvoor een gangbaar instrument. Rabobank werkt intensief samen met Blonk om de CO₂-footprint van Raboklanten in de sector in kaart te brengen. Het uiteindelijke doel van de bank is om samen met de klant de reis naar een klimaatneutrale glastuinbouw te maken.

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Sharon van den Berg

De CO₂-footprint is een berekening om de uitstoot van broeikassen op bedrijfs- en productieniveau in beeld te brengen. Het inzicht in deze footprint biedt klanten van Rabobank mogelijkheden om verder te verduurzamen. Daarnaast gebruikt de bank de uitkomsten om gefinancierde emissies van de organisatie zelf beter in kaart te brengen. Op dit moment wordt de mate van duurzaamheid per klant al in beeld gebracht. Door de footprintberekening hieraan toe te voegen, ontstaat een nog completer beeld.

Ambities en vervolgstappen

Blonk ontwikkelde een tool waarmee op basis van specifieke gegevens van het glastuinbouwbedrijf de footprint in kaart kan worden gebracht. “We zijn iets moois aan het doen, waar we trots op zijn”, zegt Cees van den Bos, themamanager Food & Agri Klimaat bij Rabobank. “We staan voor een belangrijke transitie op het gebied van energie en klimaat. Als bank willen we onze klanten daarbij helpen en hen stimuleren stappen te nemen. Wat zijn hun ambities? Wat zijn de vervolgstappen? En wat is nodig om die reis te maken, inzicht te krijgen? Dat willen we gezamenlijk en met deze tool helder krijgen.”

Op dit moment zien we dat er verschillende initiatieven worden ontwikkeld om de CO₂-footprint in kaart te brengen, vervolgt Katy van der Sande, directeur Food & Agri voor omgeving Leiden-Haaglanden bij Rabobank. “Het is goed dat dit gebeurt en in de toekomst maken we graag gebruik van betrouwbare, externe berekenin-

gen. De uitkomsten van de berekeningen kunnen nog niet goed met elkaar worden vergeleken. Met de komst van Europese regels voor deze berekeningen zullen de verschillen in de toekomst veel kleiner worden en met onze aanpak willen we het gebruik van de footprint in de sector versnellen. Waar mogelijk sluiten we aan op andere initiatieven om tot een uniforme aanpak binnen de sector te komen.”

Start met twintig klanten

Met de tool krijgt de ondernemer direct inzicht in zijn bedrijf en de afzonderlijke locaties. Rabobank is gefaseerd gestart met twintig klanten in de glasgroente. “Van de deelnemende bedrijven wordt per locatie gegevens over productie, oppervlakte, energieverbruik, substraat en bemesting opgevraagd”, vertelt Van den Bos. “Na validatie van de aangeleverde data wordt de footprint berekend en aan de klant teruggekoppeld. Na deze eerste fase wordt een volgende groep glastuinbouwklanten gevraagd deel te nemen. We willen de gegevens uiteindelijk gebruiken om onze klanten niet alleen inzicht in de eigen emissies te geven, maar juist te helpen om deze te verlagen.”

Wat opvalt is dat de twintig deelnemers hun informatievoorziening goed voor elkaar hebben bij het invullen van de berekeningstool, geeft Van den Bos aan. “Alles begint bij een betrouwbare monitoring. We moeten wel secuur kijken welke eenheid wordt ingevuld. Dat vraagt extra aandacht. Wat we hebben geleerd is dat

het valideren van data een hele klus is. Wat voor ons ook belangrijk is, is om te leren of deze manier van data verzamelen de meest logische is of dat de vraagstelling net wat anders moet. Maar we zien dat deze tool een goed inzicht biedt met de data die nu beschikbaar is.”

Vertrekpunt voor gesprekken

De resultaten van de footprintberekening worden in eerste instantie teruggekoppeld aan de klant. Ons doel is om de uitkomsten als vertrekpunt te nemen bij het gesprek met de klant: waar staat hij in de reis om klimaatneutraal te worden en wat is de rol van de bank daarin, zegt Van den Bos. “Waar sta je en hoe ga je daar qua concurrentiepositie mee om? Het kan zijn dat we constateren dat iemand al heel veel stappen heeft gemaakt. We hebben klanten die gebruik maken van duurzame energiebronnen. De locatie waarop je bent gevestigd, kan daarbij bepalend zijn.”

Maar stel dat een bedrijf is gevestigd op een locatie waar geen duurzame bronnen zijn? Dan zal de focus van het gesprek komen te liggen op welke opties er zijn, aldus

de themamanager klimaat. “Een andere teelt kiezen? Verplaatsen? Andere innovaties? En wat zijn de vervolgstappen? Daarnaast kan Rabobank klanten met elkaar verbinden om samen te werken. Iedereen moet energie-neutraal worden. Als dat in je eentje niet lukt, kan er een groep klanten worden gevormd, die daar samen mee aan de slag gaat.”

Toekomstperspectief

Rabobank heeft zich geconformeerd aan de ‘Road to Paris’, besluit Van der Sande. In het rapport ‘Our road to Paris’ staat hoe de bank als financier bijdraagt aan het bereiken van de doelen van het Parijse klimaatakkoord. “Daar maakt de duurzame transitie deel van uit en dat helpt in de gesprekken met onze glastuinbouwklanten”, zegt zij. “We vinden het belangrijk om samen met de klanten actief in te zetten op het verlagen van de CO₂-footprint. Daarmee verbetert het toekomstperspectief van de klant en draagt de bank bij aan het realiseren van de klimaatdoelstellingen van de sector. Daar wordt de wereld beter van en de risico’s die uit klimaatverandering voortkomen verminderen. Dat is goed voor klant en bank.”





'INVESTERINGEN RICHTEN OP REDUCTIE CO₂-UITSTOOT'

Jan Reijm heeft samen met zijn vader Piet en oom Jaap een komkommerwekerij van 11 ha in Zevenhuizen en in Berkel en Rodenrijs een paprikawekerij van 8 ha. Het bedrijf is één van de twintig klanten die met de CO₂-footprintberekening van Rabobank en Blonk aan de slag is gegaan. "We willen als bedrijf voorop blijven lopen. Daar hoort het verlagen van de CO₂-footprint/eenheid product bij. Daarnaast willen we inzicht hebben in hoeveel CO₂ we uitstoten. Op basis van die cijfers kunnen we onze investeringen inrichten", zegt hij.

De teler is niet onbekend met een CO₂-footprintberekening: vorig jaar deed hij ervaring op met een soortgelijke tool van afnemer Bakker Barendrecht, ter vergelijking met Spaanse komkommers in de winter. "Door de CO₂-footprinttool van Rabobank in te vullen, zie je waar en welke elementen de emissies in de onderneming veroorzaken. De tool is gemakkelijk in te vullen als alle gevraagde gegevens zijn geregistreerd."

Gasverbruik knelpunt

Reijm weet dat gasverbruik het grootste knelpunt is. "Dat proberen we te verlagen door onder meer te schermen en naar de

plantdatum te kijken", zegt hij. "We zijn als bedrijf nu nog economisch gedreven. Als de prijzen van paprika goed zijn, gaat daar meer energie naartoe dan wanneer de prijzen onder druk staan. Nu wordt de CO₂-uitstootberekening nog achterweg gelaten. Maar in de toekomst krijgen we nieuwe parameters die meer op emissie zijn gericht."

De grootste uitdaging van dit moment is dat er geen grootschalige warmteproductie als alternatieve energiebron is, vindt Reijm. "We spreken een CO₂-reductie met de overheid af, terwijl er nog geen alternatief is voor gestookte teelten. We kunnen op korte termijn kleine stappen zetten, maar de stap naar 20 tot 50 procent reductie moet ook een keer worden gemaakt. Die innovaties zijn nu nog niet voorhanden. Althans niet voor de opbrengsten waarvoor wij moeten telen. Dat maakt de toekomst onzeker."

Kansen pakken en keuzes maken

Desondanks vindt hij het een goede zaak dat Rabobank met zijn klanten met de footprintberekening aan de slag gaat. "We gaan nu bewuster met de CO₂-footprint om. Uiteindelijk moeten we als sector de kansen oppakken en keuzes maken."

BEWUST IN KAS: HELPER & BEMIDDELAAR

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. In het laatste deel van de serie: de helper en de bemiddelaar.

74

Ondernemen in de huidige tijd zit vol met uitdagingen. Je hebt als ondernemer over heel wat zaken niet de controle die je wel zou willen hebben. Om jezelf te ontwikkelen tot een succesvolle ondernemer is het noodzakelijk om je te focussen op die zaken waar je invloed op hebt. Hier zijn enkele gebieden waarop je als ondernemer actief invloed kunt uitoefenen om jezelf te verbeteren:

- **Leiderschap:** Leiderschap betekent niet in de slachtofferrol belanden als je adviseur niet het juiste advies heeft gegeven. Het betekent zelf de verantwoordelijkheid nemen en tijd en energie steken om je die kennis eigen te maken om tot de beste keuzes voor jezelf en jouw onderneming te komen.
- **Discipline:** In hoeverre ben jij snel afgeleid of bepaalt de waan van de dag jouw werkzaamheden? Discipline gaat je als ondernemer helpen om structuur in je dag aan te brengen, zodat je zelf in hoofdlijnen bepaalt hoe jouw dag gaat verlopen. Op de lange termijn is het ook belangrijk om discipline en structuur te hebben in je werk in relatie tot je gezin en privé.
- **Zelfvertrouwen:** Op jezelf leren vertrouwen is een vaardigheid die je kunt leren. Het niet nakomen van afspraken met jezelf kan je zelfvertrouwen schaden. Meestal zijn we ons niet bewust van onze gedachten, zoals 'ik ben niet perfect' of 'ik ben niet goed genoeg'. Je bent echter

niet je gedachten. Zelfvertrouwen ontstaat wanneer je leert om afspraken met jezelf na te komen. Een goede ondernemer is in staat zichzelf te waarderen en is voor zijn zelfvertrouwen niet afhankelijk van de waardering van anderen. Zo'n ondernemer is in staat meer aandacht te geven aan de zaken die wel goed lopen. Als je meer aandacht geeft aan de zaken die niet goed verlopen, kan dat tot gevolg hebben dat de motivatie van je medewerkers daalt.

- **Grenzen stellen:** Grenzen stellen is niet voor iedere ondernemer in iedere situatie goed toe te passen. Het gaat beter als je in staat bent leiderschap toe te passen en met veel zelfvertrouwen en zelfdiscipline je onderneming runt.
- **Bewust keuzes maken:** Als ondernemer moet je vaak veel keuzes maken en zijn we ons niet altijd bewust hoe we tot die keuzes komen. Veelal gebruiken we ons hoofd om tot de beste keuze te komen. In dat geval hebben we heel rationeel alles tegen elkaar afgewogen en zijn we tot een keuze gekomen. Toch is het niet onbelangrijk om je keuze niet alleen te doen vanuit het hoofd, maar ook je gevoel hierbij een rol te laten spelen. Twijfel je over een keuze? Neem dan een moment voor jezelf en voel wat elke optie met jou doet. Vertrouw erop dat het allereerste gevoel vaak het juist gevoel is. Ondernemers die vol vertrouwen zijn, nemen vaker beslissingen waarbij hun gevoel een belangrijke rol speelt.



ENNEATYPE 9: DE BEMIDDELAAR

Een bemiddelaar is stabiel en is gehecht aan zijn routines en gewoonten. Ze nemen geen impulsieve beslissingen en onnodige risico's. Ze wekken vertrouwen en vermijden ruzies en zijn eerder depressief dan boos. Ze zijn niet gauw van hun stuk te krijgen. Het zijn vriendelijke mensen, luisteren naar anderen en zijn begripvol, attent en geduldig. Ze houden niet van nee zeggen. Een bemiddelaar kan over het algemeen goed onderhandelen. Ze hebben wel tijd nodig om iets klaar te krijgen en hebben moeite met veranderingen. Ook hebben ze moeite om onderscheid te maken tussen belangrijke en onbelangrijke zaken. Ze staan open voor ideeën van anderen, maar ze vermijden conflicten en woede. Ze brengen graag mensen bij elkaar om een conflict uit te praten, maar verdoven zichzelf als er echte problemen in hun eigen leven zijn. Ze kunnen wel eens koppig zijn. Verder zijn ze gezellig en meegaand en willen graag harmonie en wat tijd voor zichzelf.

Fixatie: Harmonie

Kernovertuiging: Ik ben de oorzaak van het conflict / Het wordt een crisis / Het wordt een conflict.

Verdedigingsmechanisme: Zelfverdooving

Blinde vlek: Traagheid / Luiheid

Deugd: Daadkracht

Sleutel tot verandering: Leer actief aanwezig en betrokken te zijn.

Goed ontwikkelde bemiddelaars zijn: Verdraagzaam; Intuïtief; Diplomatiek; Rustgevend.

ENNEATYPE 2: DE HELPER:

De helper is gericht op het helpen van anderen. Ze zijn gezellig, oprecht, vriendelijk en betrouwbaar. Ze zijn meer relatie gericht dan doelgericht. Ze hebben graag controle over anderen in de hoop dat ze geliefd zijn. Ze hebben het hart zeker op de goede plaats. Ze offeren zich voor anderen op en weten wat een ander nodig heeft, maar niet wat ze zelf nodig hebben. Ze kunnen sentimenteel zijn en willen anderen behagen. Ze houden ervan waardering van anderen te krijgen, maar geven anderen complimentjes voor wat ze gepresteerd hebben. Tweeën op hun slechts zijn indirect, onzeker, bezitterig en gedragen zich nog wel eens als een slachtoffer. Diep van binnen voelen tweeën een gevoel van eenzaamheid. In een relatie hebben tweeën veel waardering voor wat de ander doet. De levensvisie van tweeën is: Ik help en ondersteun anderen; ze hebben me nodig. Ze hebben moeite om nee te zeggen. Ze vinden het moeilijk om negatieve gevoelens tegen anderen te uiten en ze vinden het moeilijk om naar zichzelf toe te geven dat ze kwaad zijn.

Fixatie: Sociale houding

Kernovertuiging: Ik ben niet goed genoeg.

Verdedigingsmechanisme: Onderdrukking/Verdringing

Blinde vlek: Trots

Deugd: Nederigheid

Sleutel tot verandering: Leer van jezelf te houden.

Goed ontwikkelde helpers zijn: Empathisch; Sociaal; Hartelijk; Behulpzaam

MAAK KENNIS!

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

PESSIMISME IS BESMETTELIJK, OPTIMISME IS AANSTEKELIJK

Klagende boeren en tuinders, bedrijven die vertrekken uit onze delta, ondernemers die piepen dat ze als pinautomaat gebruikt worden. Frustraties over bestaanszekerheid, welvaartsverdeling, huisvesting en daaraan gekoppelde immigratie sloegen een krater in de laagste delta van de wereld. Terecht? Volgens scheidend voorzitter Biesheuvel van Ondernemend Nederland wel; "Meer dan de helft van alle ondernemers leeft onder het bestaansminimum en vindt het ondernemersklimaat afgelopen vijf jaar verslechterd". Met dank aan meneer Corona. Want ongekend – meer dan de helft van alle Nederlanders tussen de 16-25 jaar heeft psychische klachten aldus de GGD.

Dik een maand geleden zette geheel links en rechts de rommel van Rutte bij het grofvuil. "De staat van Nederland is ruk", volgens Caroline vd Plas. En er kwam een ruk naar rechts. Maar is het allemaal wel zo kommer en kwel? Bij alle crises van deze eeuw, of je nu praat over de dotcombubbel 2000, kredietcrisis 2008, eurocrisis 2013 of coronacrisis 2020, of Oekraïne-energiecrisis 2022 en Israël-Gaza crisis 2023... telkens staat de nieuwe optimistische ondernemer op.

Ook in 13 jaar Rutte is Nederland altijd in staat geweest om (inter)nationale ondernemers van grote klasse voort te brengen. Zij gaan door als anderen afhaken. Onderne-

mers die morgen met betere oplossingen komen voor de problemen van gisteren.

Daarom in deze laatste column van 2023 een hartstochtelijk pleidooi voor een optimistisch 2024. Zijn er veel redenen om pessimistisch te zijn? Zeker. Maar wil je een halfleeg of een halfvol glas met Kerst? Weet je wat het is? Pessimisme is besmettelijk. Optimisme is aanstekelijk. Laatst las ik een mooie: pessimisme heeft nog nooit iets anders opgeleverd dan pessimisme. Het is de wet van Murphy, ja de neergaande spiraal.

Optimisme gééft ons energie. Optimisme geeft verbeeldingskracht, imagineering, en persistentie om ons te verbeteren. Wij mensen zijn van vlees en bloed. Warmbloedig nog wel. Met zintuigen, ogen, oren, een neus, een huid en... warmte! Onze staat is er niet één van louter letters en foto's. Ook in 2024 kan iedereen kiezen voor een eigen attitude als ie uit bed stapt. Iedereen kan kiezen voor een Gezond, Gemotiveerd en Gekwalificeerd bestaan in 2024. Wij zijn kuddedieren, kwetsbaar en gevoelig voor eenzaamheid en onverschilligheid. Imagine all the people. Daarom: kijk het monster in de bek. Maak er een verschillig optimistisch bestaan van in 2024. Ik wens jullie een toptimistische staat in 2024, voor jezelf en je omgeving. Veel mensen overschatten wat ze niet kunnen en onderschatten waar ze toe in staat zijn.


77

Roger Engelberts
is Chief Emotions
Officer bij Imagro BV





**'MET GREENSWITCH
HOUDEN WE HET
STUUR IN HANDEN'**



VDE Plant streeft ernaar op een duurzame en schone manier kamerplanten te produceren. De vraag naar groen, gezond, sociaal en duurzaam neemt toe, zegt mede-eigenaar Karin van der Eijk. "Maatschappelijk verantwoord ondernemen en respect voor mens en milieu zijn thema's waar we ons als bedrijf continu verder in ontwikkelen. Met ons merk Intenz dragen we bij aan een groene lifestyle."

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Sharon van den Berg

Het gesprek bij VDE Plant vindt plaats in een geïmproviseerde kantine, op de picknickbank en tussen de groene kamerplanten. Een sfeervolle entourage, ook al is die tijdelijk, want het bedrijf gaat met het eigen personeel de bestaande kantine verbouwen, vertelt Karin van der Eijk. Op het familiebedrijf in Woubrugge worden al ruim 75 jaar tropische en luchtzuiverende kamerplanten gekweekt voor de consument. Daarbij staat duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen hoog in het vaandel, door onder andere geïntegreerd te telen, zuinig om te gaan met water, met gerecyclede teeltpotten te werken en het gebruik van een WKK.

Een van de speerpunten op het bedrijf is zuinig omgaan met water. Regenwater wordt opgevangen en gebruikt voor de planten in de kassen, vervolgt Van der Eijk. "We zijn in 1994 met het recirculeren van water begonnen. Hierdoor besparen we op water en voedingsstoffen. We bemonsteren het water dat terugkomt van de planten, niet elke plant haalt elk element in dezelfde verhouding uit het water. Daar baseren we dan weer de voedingschema's op. Op het moment dat de retoursilo's niet meer vol genoeg zitten, worden die aangevuld met schoon water. Dan zit er te weinig voeding in. Op basis van analyses van de voedingsstoffen die er nog wel inzitten, bepalen we het nieuwe recept."

GreenSwitch

VDE Plant voegt sinds een jaar ook het product GreenSwitch Original van Van Iperen aan het water toe. Dit is

een duurzaam geproduceerd product waarvoor afvalproducten worden opgewaardeerd tot een hoogwaardige nitraatmeststof voor de glastuinbouw, legt teamleider Tuinbouw Gerard Bok van Van Iperen uit. "Het GreenSwitch proces is een duurzaam, vrijwel CO₂-neutraal productieproces op basis van de Pure Green technologie. De stikstof is hierbij afkomstig uit dierlijke mest. De drijfmest gaat in een biogasinstallatie en de ammonium wordt uit de dunne fractie gestript. Bacteriën zetten het ammonium om in een nitraatoplossing, die verder wordt geconcentreerd tot het eindproduct kalisalpeper."

Van Iperen wil met reststromen mooie producten maken, waarmee het bedrijf kan bijdragen aan de weg naar een klimaatneutrale land- en tuinbouw, aldus Bok. "De veehouderijsector kampt met een mestoverschot en een stikstofprobleem, terwijl de glastuinbouw de CO₂-footprint moet verkleinen. Het GreenSwitch productieproces heeft een verwaarloosbare CO₂-footprint. Door het gebruik van dit product wordt niet alleen de footprint aanzienlijk verkleind, tegelijkertijd wordt ook de stikstofkringloop hersteld. Bovendien wordt voor het productieproces van GreenSwitch geen gas gebruikt, met de biovergister wordt juist gas geproduceerd. De GreenSwitch kalisalpeper gaat in de tankwagen naar VDE Plant toe, wat minder belastend voor het milieu is dan bijvoorbeeld verpakkingsmateriaal."

Kwaliteit plant behouden

GreenSwitch sluit goed aan op het bestaande watersys-

teem van VDE, aldus teeltspecialist Robert Jan Veens, ook omdat de kalisalpeter in de bulk wordt geleverd. "We mengen de kali samen met andere elementen in een mestbak. Die mix wordt toegevoegd aan het water. Ik zit op dit moment op een analyse te wachten om na te rekenen of het recept nog klopt, maar met GreenSwitch houden we het stuur in handen." VDE Plant gebruikt de kalisalpeter nu een jaar en de resultaten zijn goed. "Je kunt in ons geval alleen maar werken met hoogwaardige producten, zodat je zeker weet dat de kwaliteit van de plant blijft behouden. Wij merken echter geen verschil. Dat was een belangrijke voorwaarde voor ons, maar daarin vertrouwen we op de specialistische kennis van Van Iperen. Met andere producten van natuurlijke oorsprong is dit veel moeilijker, hierbij komen de voedings-elementen vaak pas na omzetting vrij."

De groen geproduceerde kalisalpeter is wel wat duurder dan vergelijkbare producten. De motivatie om GreenSwitch te gebruiken is omdat afvalstromen worden omgezet in gebruikswaarde, zegt Karin van der Eijk. "Als ook andere elementen via natuurlijke processen kunnen worden geproduceerd, staan wij daar richting Van Iperen voor open. Maar je kunt bijvoorbeeld ook denken aan een veenvervanger voor onze potplanten. Ook dat heeft met de circulaire gedachte te maken. We gebruiken al wel houtvezel, maar op dit moment is dat niet de grondstof die veen volledig kan vervangen."

Footprintberekening

VDE laat sinds 2015 door Greenhouse Sustainability het inputproces in kaart brengen en de footprint berekenen. De CO₂-footprint is een complex iets, vindt Veens, maar je weet wel welke richting je als bedrijf uitgaat. "Het analyseren

van processen helpt je inzicht te krijgen in waar de impact groot is. Daar kun je de verbeterruimte in opzoeken. Of het recirculeren van alle meststoffen de CO₂-footprint verlaagt, is een moeilijke vraag. Je kunt de grootste impact maken door alles wat je op je bedrijf hebt, daar te houden. Op het moment dat je naar restproducten van anderen gaat kijken, komt dat al snel in gevaar. De input is dan mogelijk wel duurzaam, maar het gevolg is dat je gaat uitstoten. Een gesloten bedrijfssysteem is cruciaal voor verdere stappen hierin."

Nieuwe trend: hydroponie

Een antwoord op de discussie van veenvrij telen is er overigens al wel bij VDE Plant: hydroponie. Deze nieuwe trend in de plantenwereld is een serieuze tak binnen het bedrijf geworden. "We hebben ruim 20 lijnen, allemaal verschillende soorten in glas, voor ieder wat wils", aldus Van der Eijk. "Het concept is ontstaan met een plant die eigenlijk uit het assortiment zou worden gehaald. Die plant had supermooie witte wortels, maar die konden we niet laten zien. Dus hebben we de plant uitgespoeld en haar in een glas gezet. Dat concept plaatsten we op internet en vervolgens werd het opgepakt door tv-tuinman Rob Verlinden. Toen ging het balletje heel snel rollen."

Hydroponie is duurzaam, benadrukt Van der Eijk. De planten gaan lang mee omdat ze in het water verder groeien en zich ontwikkelen. "Wij kijken als kwekers tijdens de teelt onder andere naar de wortels, dat idee willen we met hydroponie ook naar de consument toebrengen. Tegelijkertijd willen we andere toepassingsmogelijkheden laten zien als woon-accessoires. Bovendien zijn de plantconcepten makkelijk te verzorgen, je ziet direct of de plant water nodig heeft. En last but not least: planten maken mensen blij en gelukkig!"





NIEUWE PRODUCTEN

Van Iperen werkt eraan om nieuwe producten toe te voegen aan zijn duurzame productenportfolio. Daarvoor wordt de biogasinstallatie in Hardenberg geüpgraded met een verbeterd productieproces en meer capaciteit. Ook worden er nieuwe producten geproduceerd specifiek voor de glastuinbouwmarkt.



“Zo groen
mogelijk naar
de toekomst”

*Richard van Schie,
Santnikwekerij Richard van Schie*



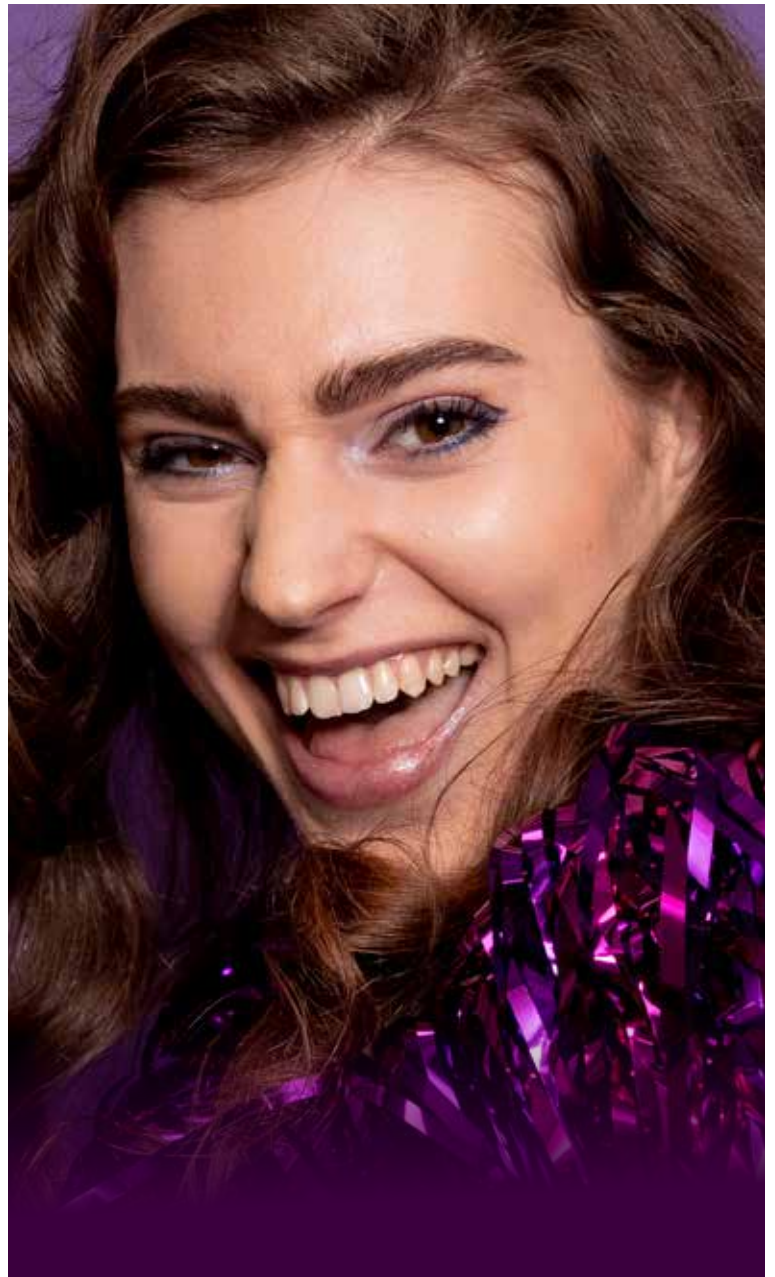
Groei samen met onze specialisten
naar een groene toekomst.



Scan mij

Scan de qr-code voor
het verhaal van onze
groeispecialisten en de
telers. U vindt daar ook meer
informatie over de groene
toekomst in de tuinbouw.

 **VAN IPEREN**
groeispecialist sinds 1921



SCAN EN VOLG!
VOLG KAS OP INSTAGRAM

PASSIE EN AMBITIE

Met passie en ambitie kun je veel en kom je vaak ook waar je wezen wilt. Ik word iedere keer weer super blij als ik met studenten praat die het lef hebben om ondernemer binnen de tuinbouwsector te worden. De vraagstukken die er nu liggen, zijn groot, complex en los je niet zomaar op. En toch nemen ze de stap.

Een familiebedrijf overnemen gaat helaas niet altijd goed. Menige familie is bij het Kerstdiner niet compleet door een ruzie ontstaan tijdens de overname.

Afgelopen week kwam ik een student tegen. 13 jaar geleden studeerde hij bij onze hogeschool. Grootgebracht binnen het familiebedrijf en potentiële overnemer. Wat ik nooit vergeten ben, is een uitspraak van de student. "Als ik de tomaten aan het eind van het erf zette, dan zit mijn taak er op". Het gesprek wat toen volgde, was ook de student niet vergeten. Het had indruk gemaakt. Hij was toen nog te veel vakman en moest nog het ondernemerschap ontwikkelen. En dat heeft hij gedaan. Hij was nu het voorbeeld van innovatief en duurzaam ondernemerschap, gebruikmakend van duurzame energie, actief met beperken van verspilling en slimme ideeën om minder plastic te gebruiken.

Het familiebedrijf is overgedragen aan de volgende generatie. Het traject is zorgvuldig gegaan. Op tijd is

er begonnen met het gesprek en zijn de mogelijkheden uitgezocht. De onmogelijkheden zijn niet uit de weg gegaan. Maar vooral veel praten en vertrouwen in elkaar zijn de succesfactoren. Zowel de overdragers, de overnemer, de partners en de niet-overnemende familie zijn belangrijke schakels in het proces. De strategie is aangepast aan de huidige tijd om ook die vraagstukken aan te kunnen.

We zien gelukkig nog veel studenten die de bedrijfs-overname van het familiebedrijf overwegen en een groot deel van hen gaat het ook echt doen. De nieuwe generatie ondernemers hebben we nodig binnen de sector.

Binnen ons onderzoek hebben we de afgelopen jaren vooral geleerd dat de sociaal-emotionele kant heel belangrijk is. En zoals een bedrijfsadviseur laatst weer tegen mij zei: Als het aan die zachte kant goed zit, dan komen we er financieel, fiscaal en juridisch vaak wel uit. Het begint met communicatie en vertrouwen.

Prachtig als je studenten na jaren weer tegenkomt. Van ons gesprek heb ik weer veel geleerd. Het effect van je inspanningen is niet altijd direct zichtbaar. Soms heeft het gewoon even de tijd nodig. En passie en ambitie kunnen we binnen de tuinbouwsector nog steeds gebruiken.

Gerry Kouwenhoven

is associate lector
bij Inholland



BIO IS BOOMING BIJ ROYAL



Michael Visser

Tekst: Ton van der Vliet
Fotografie: Royal Brinkman

Royal Brinkman is al decennialang bezig met biologische bestrijding. Dan ben je voor KAS Magazine de aangewezen specialist om aan 't einde van het jaar de stand van zaken op dat vlak door te nemen. Aangeschoven daarvoor zijn twee productspecialisten: Michael Visser en Bart van Paassen. De eerste weet alles van de UniMite bioverstrooiers, zeg maar de hardware, de tweede weet alles van biologische gewasbescherming, dus zeg maar de beestjes...

Toen Royal Brinkman zeven jaar geleden een 'simpel strooiertje' introduceerde om roofmijten in een gewas te strooien om zo plagen te bestrijden, stonden de klanten nog niet in de rij. Michael Visser: "We hadden het eerste jaar nodig om ons te kunnen bewijzen in de markt, de combinatie van roofmijten met het bijvoeren van voermijten was een nieuwe ontwikkeling. De meeste telers wilden er nog niet aan. Ze keken de kat uit de boom, wilden niet tegen kinderziektes aanlopen. Maar na een jaar, toen de combinatie van strooiers, roofmijten en voermijten een succesvolle aanpak bleek te zijn, ging het ineens als een raket!"

Nieuw verstrooier op komst

Inmiddels heeft Royal Brinkman een assortiment van zeven bioverstrooiers voor uiteenlopende teelten en allerlei typen kassen. Een achtste machine zit in de pijplijn. De specialisten willen er nog niet veel over kwijt, behalve dan dat het een strooier is die speciaal is ontworpen voor biologische bestrijding in zacht fruit. In een handvol jaren heeft zich op het gebied van gewasbescherming een ware revolutie voltrokken. In vrijwel alle teelten is biologie inmiddels 'vaste prik'. "Daar is 't het nieuwe spuiten zeg maar", aldus Visser, met een verwijzing naar het feit dat gebruik van chemische middelen meer en meer aan banden wordt gelegd.

Werken met levend materiaal is duidelijk wat anders dan spuiten met chemie. "Het biologische materiaal moet je met zachte hand bewerken. Zo zijn ook onze verstrooiers ontwikkeld. Als je de mijten te ruw en te hard wegblaast of strooit, blijft er niks van ze over. En gebeurt er dus ook niks." Inmiddels hebben de telers die met een UniMite machine werken veel ervaring opgebouwd. De teler houdt goed in de gaten wanneer een nieuwe zending gekoelde roofmijten wordt afgeleverd. "Het biologisch materiaal wordt veelal direct of zo snel mogelijk op de kwekerij verwerkt. Het is levend materiaal, hoe eerder je dat verwerkt, hoe beter", aldus Bart van Paassen. Omdat het hier om kwetsbaar materiaal gaat, heeft Royal Brinkman een kwaliteitsafdeling van drie onderzoekers in het leven geroepen om de aanvoer uit Spanje, waar de roof- en de voermijten gekweekt worden, strak te monitoren. Zo wordt van elke levering een steekproef genomen en

BRINKMAN



‘Wat goed is,
kan altijd beter’



Bart van Paassen

gaan ze in het lab met een microscoop letterlijk tellen hoeveel roofmijten – minder dan één millimeter groot – er in een partij zitten. Op deze manier kan Royal Brinkman een optimale kwaliteit garanderen.

Samen met de teler

Als gezegd, het innoveren bij Royal Brinkman gaan continue door. En dat doen ze doorlopend sámen met telers. ‘Let’s improve together’ is hier het motto, dus oog voor wat er speelt én goed luisteren naar wat telers willen, is hier de eerste natuur. Ze exporteren hun UniMite verstrooiers inmiddels ook naar Canada en zijn hard bezig om in een van oudsher door chemie beheerste teelt biologische bestrijding toe te passen. Experimenten bij een viertal telers daar laten positieve resultaten zien. Dat gebeurt in een teelt die nog niet eerder onder de aandacht is geweest voor biologische bestrijding in combinatie met het bijvoeren van roofmijten. “We zitten daar met onze neus boven op het gewas.” Meer willen en kunnen Visser en Van Paassen er in dit stadium nog niet over kwijt. Hoopvol zijn ze ook over de app ‘MyScout’, die alsmaar verder wordt uitgebreid en steeds verfijndere adviezen geeft bij het voorkomen dan wel bestrijden van plagen. Om nog maar te zwijgen van de in ontwikkeling zijnde spuitboom met een hele serie camera’s. Die scouten het gewas uiterst secuur wat een snellere en meer gerichte inzet bij plagen mogelijk maakt. “Dan hoeft je niet alles in te strooien of te spuiten, maar bijvoorbeeld alleen de laatste 20 meter waar de aantasting is. Dat bespaart middelen en het is dus ook een stuk duurzamer.”

Topsport

Voortgaande mechanische biologische bestrijding, oftewel verdere vergroening is de belangrijkste boodschap van deze twee productspecialisten aan de lezers van KAS magazine. En het tempo ligt daarbij ongekend hoog. Visser: “De tuinbouw is nu eenmaal topsport waar de lat continu hoger wordt gelegd. Wat goed is, kan altijd beter. Als ik tegen een klant, die een idee bij ons heeft neergelegd, zeg ‘er wordt aan gewerkt’, dan krijg ik negen van de tien keer als reactie: ‘Okay; kunnen we dan volgende week gaan testen?’ Dát is de tuinbouw ten voeten uit. Telers willen vooruit en dat houdt ons scherp!”

Contact

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

Aan dit nummer werkten mee:

Mario Bentvelsen / Roger Engelberts /
Mirjam Flink / Annemarie Gerbrandy
/ Gerry Kouwenhoven / Ank van Lier /
Arend Meijerman / Thom Persoon / Cor van
Ruijven / Roel Schutten / Jacco Strating /
Ton van der Vliet

Coverfoto:

Lianne Torn / Salted by Salt

Fotografie:

Sharon van den Berg / Estelle Bijker / Dick
Breddels / Decorum / Wim van Groenen-
daal / Astrid Grootsholten / Daniëlle
Jiskoot / Rijk Zwaan / Royal Brinkman /
Lianne Torn / Unsplash / Weerbare
Sierteeltsector

Vormgeving:

Diseno Vormgeving

Druk:

Vellendrukkerij BDU

Uitgever:

Jacco Strating

**Samenwerken met of
adverteren in KAS?**

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

Abonnement

Vul het contactformulier in op
www.kasmagazine.nl en ontvang KAS ieder
kwartaal voor € 39,50 per jaar. Abonnementen
op KAS worden ieder jaar automatisch
verlengd. Beëindiging van het abonnement
kan door uiterlijk drie maanden voor het
einde van de lopende abonnements termijn
per mail op te zeggen. Indien je meerdere
exemplaren van KAS wilt ontvangen binnen
jouw organisatie, kun je contact opnemen
via jacco@kasmagazine.nl voor een speciaal
aanbod. Aanpassingen van abonnementsge-
gevens kunnen eveneens via het contactfor-
mulier op www.kasmagazine.nl.

KAS verschijnt vier keer per jaar en richt
zich op ondernemers in de professionele
glastuinbouw. KAS Werken & Leren is
een extra uitgave, gericht op werkenden,
werkzoekenden en studenten. 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 of kijk op
www.kasmagazine.nl voor de factsheet.

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 jouw privacy. De door jou
verstreekte gegevens worden daarom enkel
gebruikt ter uitvoering van de gesloten
sales- en/of abonnementenovereenkomst
en om je te informeren over relevante
activiteiten en diensten van KAS.



SUCCESVOL & GEZOND 2024!

Dit was de laatste uitgave van KAS Magazine in 2023. Het hele team van KAS wenst jou fijne feestdagen toe en alvast een gelukkig, gezond en hopelijk ook succesvol 2024. In maart valt de volgende uitgave van KAS door de bus, waarin de belangrijke thema's binnen de glastuinbouw weer uitgebreid aan bod zullen komen. Maar lees ook reportages, interviews en kennisartikelen terug op jouw nieuwe online platform: www.kasmagazine.nl. Heb je redactionele tips of suggesties voor magazine of online? Of wil je samenwerken met KAS? Neem dan contact op met Jacco Strating via jacco@kasmagazine.nl of tel. 06-18827446 om de mogelijkheden te bespreken of kijk op www.kasmagazine.nl.



ONLINE

www.kasmagazine.nl

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



Meld je aan voor de
gratis nieuwsbrief.



horticontact
gorinchem

5 | 6 | 7 MAART 2024
Waar de toekomst begint

**Boek
een
stand**

**GA VOOR MEER
INFORMATIE NAAR
ONZE WEBSITE**

WWW.HORTICONTACT.NL