

KAS MAGAZINE 2023  
NUMMER 2 / € 9,95

# KAS

VOOR TUINBOUWONDERNEMERS

JELTE VAN KAMMEN:

**KARTREKKER EN  
VERHALENVERTELLER**

VERDER IN DEZE KAS: GREENTECH / FLOWERTRIALS / BUTTERFLY ORCHIDS /  
LUCAS VAN 'T HOF / THE VALLEY / HOUWELING / EUROFINS EN MEER...



# GROEN PLAN

Krijg inzicht in  
je energiekosten  
en CO<sub>2</sub>-uitstoot

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

[agro-energy.nl/groenplan](https://agro-energy.nl/groenplan)






# KWETSBAARHEID IS EEN KRACHT

Toon jij wel eens je emoties aan je medewerkers of collega's? Laat jij wel eens een traan op de werkvloer als het even tegenzit? En deel jij jouw zorgen in de zakelijke en/of privésfeer met anderen?

Ondernemen is een lastig vak. Vanwege de beslissingen die je moet nemen, door de koers die je moet uitzetten en met oog op de verantwoordelijkheid die jij naar anderen toe draagt. Maar ook het vinden van een goede balans tussen werk en privé en het aannemen van de juiste houding in lastige situaties of op emotionele momenten maakt het ondernemerschap niet gemakkelijker. Want nemen mensen jou als ondernemer wel serieus als zij jouw tranen zien? En vinden ze je voldoende professioneel als je over jouw gevoelens praat? We zijn veelal geneigd om ons te gedragen naar wat anderen van ons verwachten. Als ondernemer misschien nog wel meer dan als privé persoon. Want in dat geval gaat het niet alleen om jou, maar om ook om de geloofwaardigheid van jouw onderneming.

Toch is het uiten van emoties ook voor ondernemers belangrijk. Zorgen of verdriet onderdrukken zorgt ervoor dat je onnodig een last bij je draagt. Door emoties af te schermen van de buitenwereld, krop je deze op en gaan ze alleen maar zwaarder wegen. Waardoor jouw aandacht steeds verder afdwaalt van de onderneming en je de dingen steeds minder helder ziet. Juist door jouw emoties op zijn tijd te uiten of jouw zorgen met anderen te bespreken, kan er een last van je schouders vallen. Het lucht voor jou op om je gevoelens met anderen te delen en het biedt anderen de mogelijkheid om een troostend of motiverend woord te spreken. Bovendien kan het zomaar tot oplossingen leiden die je zelf niet meer zag.

Ook kan het anderen stimuleren om zichzelf meer open te stellen. Je helpt dus niet alleen jezelf, maar ook diegenen die jij in vertrouwen neemt. En voor de buitenwereld heb je, juist door jouw kwetsbaarheid te tonen, een verhaal dat mensen raakt. Persoonlijke storytelling die bewijst dat jij niet alleen ondernemer, maar ook mens bent. Zie 'jezelf kwetsbaar opstellen' vanaf nu dus vooral als een kracht en niet langer als een zwakte. Heb je hulp nodig om die knop om te zetten, neem dan eens een kijkje op pagina 68 van dit magazine.



Jacco Strating  
Uitgever KAS Magazine

**KG** SYSTEMS

SKELLET®

# NEW CONSTRUCTION

KG wil van deze mogelijkheid gebruik maken om de samenwerking tussen KG en Skellet te lanceren. We zijn er trots op om onze krachten te bundelen en de constructie op verschillende manieren in onze systemen toe te passen. Op de aankomende Greentech zal de constructie gepresenteerd worden in de vorm van een Vertical Farm.

Wij kijken er naar uit u daar te ontmoeten en al uw vragen te beantwoorden.

**STAND:**  
**05.658 PC**

**GreenTech**  
AMSTERDAM **13 - 15 JUNE 2023**





**EVENEMENT**

Kennisprogramma GreenTech / 8  
Gold Medals en FleuroStar Award / 10

**VERDUURZAMEN**

Maximale flexibiliteit in energie / 14  
Duurzame verpakkingen in kaart / 56  
Lingerie van tomatenstengels / 64

**ONTWIKKELEN**

Leiderschap en strategie / 32  
Uniek ontwikkelprogramma / 44  
Franse bloemisten op bezoek / 76

**GROEIEN**

Bodemvitaliteit monitoren / 36  
Naar een nieuw voedselsysteem / 60

**ENERGIE**

Besparing in komkommer / 52

**INTERVIEWS**

Coverinterview: Jelte van Kammen / 22  
Lucas van 't Hof / 40

**COLUMNS**

Thom Persoon / 19  
Jolanda Heistek / 31  
Raymond Hedges / 51  
Mariska Dreschler / 71  
Roger Engelberts / 79

**SERIES**

KAS ambassadeurs / 20  
Uit de Greenport / 48  
Bewust in KAS / 68  
Qredits / 72  
A Growers Climate / 80

**VERDER**

Voorwoord / 3  
Kort van KAS / 6  
Colofon en volgende uitgave / 82

22



32



36



56



# KORT

## SERIE: DECORUM

In september starten we in KAS met een nieuwe serie verhalen. In samenwerking met Decorum geven we in meerdere artikelen een kijkje achter de schermen van het premium sierteeltmerk. Decorum staat voor sierteeltproducten van de hoogste kwaliteit, duurzaam gekweekt met jaarlijks meer dan honderden innovaties. Wat in 1995 begon als een idee, is tot op de dag van vandaag nog steeds realiteit. Meer dan 50 Nederlandse toptelers die de beste producten telen onder één merk: Decorum. Alleen de beste producten van iedere kwekerij worden verkocht onder het merk Decorum, dit maakt de producten zo uniek. Daarnaast investeren de telers van Decorum in duurzaamheid. Van aardwarmte tot zonnepanelen en van biologische bestrijdingsmiddelen tot de meest geavanceerde kweektechnieken. In een serie verhalen komen al deze thema's uitgebreid aan bod. Lees het vanaf de volgende editie van KAS, die eind september verschijnt.



## KAS LIVE!

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 wekelijks op donderdag te horen tussen 12.00 en 13.00 uur. In het lunchprogramma voor iedereen die werkzaam is in de glastuinbouw maken elke week 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](http://www.hortibiznewsradio.nl). KAS Live! wordt bovendien elke vrijdagochtend herhaald tussen 9.00 en 10.00 uur en komt tevens beschikbaar op [goedemorgen.podbean.com](http://goedemorgen.podbean.com) om op een ander moment terug te luisteren.



# CONTENT? DOEN WE!

Heb je behoefte aan persberichten, webteksten, uitgebreide artikelen of testimonials? Misschien eenmalig, misschien op structurele basis? KAS Media kan je daarbij helpen. Een team van professionele schrijvers met kennis van de glastuinbouw is op ieder moment beschikbaar om tekstproducties te verzorgen met de gewenste 'tone of voice'. KAS Media produceert de teksten, maar je bent en blijft zelf de eigenaar en afzender en kunt zelf bepalen hoe je deze content inzet. Desgewenst kan wel worden geadviseerd over de beste kanalen of momenten voor verspreiding van de teksten. KAS Media is een nieuw bedrijfsonderdeel naast KAS Magazine. Heb je interesse of wil je hier meer over weten? Neem dan contact op via tel. 06-18827446 of [jacco@kasmagazine.nl](mailto:jacco@kasmagazine.nl).





# GREENTECH-SESSIES OVER LED, ENERGIE EN PLANTGEZONDHEID

Op 13, 14 en 15 juni is GreenTech Amsterdam weer het centrum van de internationale tuinbouw. Met meer dan 525 stands maakt het evenement dit jaar een flinke groei door. Daarnaast heeft GreenTech samen met verschillende bedrijven en organisaties een breed kennisprogramma opgezet, waarin de belangrijkste trends en ontwikkelingen binnen de sector centraal staan. Ook voor Nederlandse telers is er dus voldoende reden om naar Amsterdam af te reizen.

De Nederlandse tuinbouwsector wil in 2040 klimaatneutraal werken. Verschillende partijen werken momenteel hard aan ontwikkelingen om te komen tot een emissiearme kas. Er worden manieren gezocht om de uitstoot van CO<sub>2</sub>, gewasbeschermingsmiddelen en kunstmest tot nul te reduceren. Ziekten en plagen worden vooral biologisch bestreden. Energiegebruik wordt geminimaliseerd en de energie die nodig is wordt gehaald uit hernieuwbare bronnen. Water en voedingsstoffen worden zoveel mogelijk hergebruikt om zo tot een schonere tuinbouwsector te komen. Al deze onderwerpen staan centraal tijdens GreenTech Amsterdam en passeren de revue in het kennisprogramma.

## Drie 'stages'

Op GreenTech zijn drie verschillende 'stages' te vinden: Vision Stage, Technology Stage en Vertical Farming/Plant Compound Stage. Op deze podia wordt dieper ingegaan op de technische vraagstukken binnen de tuinbouw. Op de Vision Stage worden voornamelijk kennissessies georganiseerd die een bijdrage leveren om toe te werken naar de kas van de toekomst. Op de Technology Stage worden vraagstukken van vandaag en morgen behandeld rondom LED-belichting, virussen, autonoom telen, het optimaal gebruiken van nutriënten en meer. Op het Vertical Farming/Plant Compound Stage wordt aandacht besteed aan de revolutie die plaatsvindt in de productie van verse groenten op een duurzame manier en de wereld van teelt- en gewasoptimalisatie.

## Overstap naar LED

Veel telers zijn afgelopen winter (deels) overgestapt op LED-belichting, mede vanwege de hoge energieprijzen. Dit

zorgde vaak voor een lagere energierekening, maar daar kwamen andere uitdagingen voor in de plaats, onder andere op gebied van vocht, kasklimaat en daarmee behoud van kwaliteit. Er worden daarom diverse kennissessies op GreenTech georganiseerd over de overstap van SON-T naar LED. Ook staat plantgezondheid centraal in verschillende sessies. Hoe kun je zo optimaal mogelijk tegemoet komen aan de behoeften van de plant? Specialisten helpen je verder. En ook het thema 'energietransitie' ontbreekt niet. Om de overstap te maken naar klimaatneutraal telen moeten andere energiebronnen worden aangeboord om te tuinbouw te voorzien van schone, fossielvrije energie. Daarin zijn zowel aardwarmte als waterstof naar verwachting belangrijke bronnen voor de toekomst van de glastuinbouw. In het Vision Theater delen experts hun kennis en ervaring over lopende projecten, kansen en uitdagingen op dit vlak.

*Nieuwsgierig geworden naar het volledige kennisprogramma? Scan de QR-code om het overzicht te bekijken en ontdek welke sessies voor jou interessant zijn. Ga voor praktische informatie over tickets, openingstijden en locatie naar [www.greentech.nl](http://www.greentech.nl).*



**Scan en vind  
jouw favoriete  
kennissessies!**



# TECHNOLOGY THEATRE



Technology Theatre  
Tuesday 14 June 2022

- 11.00 - 11.05  
Digital greenhouse
- 11.05 - 11.20  
Vertical Farming: challenges and opportunities  
to move toward the crop production
- 11.20 - 11.35  
Energy efficient in practice
- 11.35 - 11.50  
AI in smart farming





A woman with dark, wavy hair is shown in profile, looking down and smelling a large bouquet of purple and white flowers. She is wearing an orange top. The background is a greenhouse with metal frames and glass panels. The lighting is warm and soft, creating a yellowish glow. The text is overlaid on the lower part of the image.

# DOORBRAKEN IN VEREDELING EN DE WOW-FACTOR

**Tekst:** Annemarie Gerbrandy  
**Fotografie:** Sharon van den Berg



Fleuroselect reikt jaarlijks Gold Medals uit aan de meest innovatieve variëteiten uit haar proeven en belooft daarnaast de eyecatcher van het seizoen met de FleuroStar Award. De Gold Medals gaan naar entries die een doorbraak in de veredeling zijn, de FleuroStar Award is voor de variëteit met de 'Wow-factor'.

Brancheorganisatie Fleuroselect wil met de Gold Medals en FleuroStar Award kwekers, retail, handel en tuinarchitecten laten zien welke planten betrouwbaar zijn, zegt Ann Jennen van Fleuroselect. "Met de prijzen wil de organisatie een stukje ketenverbinding realiseren. Er worden elk jaar ontzettend veel nieuwe variëteiten geïntroduceerd. Hoe moet je als afnemer tussen al die nieuwe planten de juiste keuze maken? Fleuroselect wil met deze onderscheidingen partijen verderop in de keten helpen bij het bepalen van hun assortiment. Als een plant een Golden Medal of de FleuroStar Award heeft behaald, weet je als afnemer dat je een goed product in handen hebt."

### Commerciële kick-start

De Gold Medal staat voor een doorbraak in de veredeling. Voor deze onderscheiding zet Fleuroselect samen met de deelnemende leden jaarlijks proeven met nieuwe sierteeltvariëteiten uit op 10 tot 15 particuliere proefvelden in Europa. Deze proeven staan opgesteld naast vergelijkingsmateriaal dat al op de markt verkrijgbaar is. De inzendingen worden door een deskundige jury beoordeeld op criteria als innovatie, uniformiteit, groeiprestatie, bloeirijkheid, tolerantie en tuinprestatie. De planten worden het hele seizoen door de jury opgevolgd. Aan het einde van het seizoen worden de scores van de proefvelden verzameld en de resultaten met elkaar vergeleken.

De onderscheidingen worden toegekend aan nieuwe planten die bestaande rassen overtreffen op innovatie en tuinprestatie, vertelt Jennen. "Het kan gaan om een variëteit met een nieuwe kleur, een plant die compacter is dan vergelijkbare rassen of een soort dat 10 dagen eerder bloeit. Dat laatste kan interessant zijn voor de kweker, omdat hij dan eerder zijn kas leeg heeft, waarmee hij kan besparen op zijn energiekosten." Fleuroselect helpt alle Gold Medal-winnaars om het product te promoten met persberichten en op vakbeurzen en sociale media.

### Visuele impact

"We bekijken hoe we onze leden kunnen ondersteunen bij de promotie van het winnende product, met de bedoeling het een commerciële kick-start in de industrie te geven."

Bij de FleuroStar Award draait het om de visuele impact op het verkooppunt, de zogeheten Wow-factor. Op consumentenvlak worden aankopen voor pot en perk vaak beslist door een product dat in een tuincentrum of ander verkooppunt in het oog springt. Niet meer en niet minder, legt Jennen uit. "Daarnaast gaat het bij deze award om nieuwe veredeling met een aanzienlijk handelspotentieel, zoals begonia, petunia, geraniums. Je zal er niet zo snel een nicheproduct vinden." De FleuroStar Award is een wedstrijd: leden leveren kant-en-klare planten aan die in een mooie display op acht van de 29 FlowerTrials locaties worden gepresenteerd. "De bedoeling is dat iedereen die de FlowerTrials bezoekt, de inzendingen minstens een keer ziet staan."

Een jury, bestaande uit meer dan 30 branche-experts – veredeelaars, jonge plantenkwekers, telers, retailers, journalisten en marketingexperts – beoordeelt de planten op visuele impact en commercieel potentieel. Fleuroselect is trots op de grote diversiteit en het internationale karakter van de jury, zegt Jennen. "De link tussen de veredeling en de aankoper in de grote keten kan direct worden gelegd. We geven mensen uit de sector de gelegenheid om op een unieke manier kennis te maken met een aantal topintroducties van het seizoen. Tijdens FlowerTrials gaat het om nieuwe planten en mensen: afnemers komen kijken en laten zich inspireren door hetgeen er op de markt komt. FleuroStar past perfect in dat plaatje."

### Toegevoegde waarde

De winnaars van de Gold Medals en de FleuroStar Award worden gepubliceerd op de website van Fleuroselect en internationaal gepromoot via handelsbeurzen, vakpers en sociale media. Wat is de toegevoegde waarde van zo'n erkenning voor de plant of veredelaar? "Fleuroselect wil met de onderscheidingen een meerwaarde bieden aan het business-to-business verhaal op internationaal vlak", aldus Jennen. "Zowel Gold Medal als FleuroStar is een tool die partijen in de keten kunnen gebruiken om de juiste keuzes te maken bij het bepalen van het assortiment. We reiken de Gold Medals al 50 jaar uit en ook de FleuroStar Award is inmiddels een echte gevestigde waarde in de sector geworden."

Ann Jennen op bezoek in het  
Beekenkamp Inspiration Center



14

## FLEUROSELECT EN FLOWERTRIALS

Fleuroselect is de internationale organisatie voor producenten en handelaren van uitgangsmateriaal in pot en perkplanten. Professionals uit de branche werken al meer dan 50 jaar samen om nieuwe pot- en perkplanten te testen en beoordelen, prijswinnaars te promoten, rassen van leden te beschermen, met elkaar te netwerken en bij te dragen aan de ontwikkeling en vooruitgang van de sector als geheel. Het huidige ledenbestand bestaat uit circa 75 veredelaars, producenten en distributeurs van uitgangsmateriaal voor pot- en perkplanten; voornamelijk uit Europa, maar ook uit Japan, VS, China en Thailand. FlowerTrials vindt plaats van 13 tot en met 16 juni: 60 exposanten laten de nieuwste pot- en perkplanten zien op 29 locaties in Nederland en Duitsland. De FleuroStar Award wordt uitgereikt op donderdag 15 juni op de Breeders Avenue FlowerTrials-locatie in Kudelstaart, van 17.00 tot 21.30 uur. Aanmelden voor dit event kan via de website van Fleuroselect.



Bezoek onze stand op  
**GreenTech**  
13 - 15 JUNI 2023

# PHORMIUM MAAKT KLIMAATSCHERMEN ZONDER PRAATJES

[PHORMIUM.COM](https://www.phormium.com)

Scan de QR  
voor meer  
informatie



Phormium houdt niet van overdrijven, niet in woorden tenminste. Zo hebben we de ambitie om de markt te gaan leiden met onze passie en kwaliteit. Onze voorwaarde is dat u en uw teelt er beter van worden. PhormiTex Noctis Thermo is hier al direct een voorbeeld van: een nachtscherm waarmee u tot 7% extra energie kunt besparen. Of neem onze kwaliteit, waar we 8 jaar garantie op kunnen geven. Wie doet ons dat na?

100% klimaatschermen 0% praatjes



**Phormium**  
Supporting growers since 1977

# 'VERDUURZAMINGSSLAG DANKZIJ MAXIMALE FLEXIBILITEIT IN ENERGIE'

Zo min mogelijk energie verbruiken en de energie die wél nodig is zo slim mogelijk inzetten. Dat is de strategie van Gerben van Giessen van Butterfly Orchids in Andel. Om dit te realiseren en maximale flexibiliteit te creëren in zijn energievoorziening investeerde hij de afgelopen jaren fors in duurzame energiesystemen. "Dit levert me kostprijs technisch voordeel op én maakt de basis van mijn bedrijf sterker. AgroEnergy faciliteert me hierbij én biedt mij toegang tot diverse flexmarkten."

**Tekst:** Ank van Lier

**Fotografie:** Sharon van den Berg

16

Energiebesparing vormt al decennialang dé rode draad in de bedrijfsvoering van de familie Van Giessen. "Energiebesparing was altijd al een stokpaardje van mijn vader, die het bedrijf heeft opgezet", vertelt Gerben van Giessen (37), eigenaar van Butterfly Orchids in Andel. "Wellicht doordat hij de energiecrisis van de jaren tachtig heeft meegemaakt; die is op de een of andere manier in zijn genen blijven hangen. Ook was hij meer een techniekman dan een teeltman. Voor mij geldt hetzelfde: energie - en vooral ook het besparen daarop - is voor mij een belangrijk speerpunt. Al vanaf het moment dat ik zo'n vijftien jaar geleden in het bedrijf kwam. De verduurzamingsdiscussie speelde toen nog niet of nauwelijks. Mijn drive om energie te besparen en te verduurzamen, lag destijds vooral in het verlagen van de kostprijs en het op die manier versterken van mijn concurrentiepositie."

Aanvankelijk was het familiebedrijf gestoeld op de chry-santenteelt, maar daarin zag Van Giessen onvoldoende toekomst en uitdaging. "Daarom besloot ik in 2009 te switchen naar phalaenopsis; deze teelt bood toentertijd nog volop ruimte om verder te ontwikkelen en te verbeteren. En ook energietechnisch lagen hier nogal

wat uitdagingen, aangezien phalaenopsis een behoorlijk energie-intensieve teelt is."

## WKO en zonnepanelen

Om zoveel mogelijk energie te besparen, investeerde Van Giessen - wiens bedrijf 3,4 hectare omvat - bij de overstap naar de phalaenopsisteelt in drie schermdoeken. Daarnaast had hij verschillende WKK's en een warmtepomp met warmte-koude-opslag (WKO). "Het principe van deze WKO is heel eenvoudig: we 'oogsten' de overtollige warmte in de kas gedurende de zomermaanden en slaan die dan op in de bodem. Vervolgens zetten we deze in tijdens de koude wintermaanden." Daar bleef het niet bij; enkele jaren later ging de teler ook stroom en warmte leveren aan een nabijgelegen zwembad, wat hem extra mogelijkheden bood om zijn energiesystemen efficiënt in te zetten. Daarnaast investeerde hij twee jaar geleden in een zonneweide en legde hij het dak van zijn schuur vol met panelen. Vandaag de dag beschikt Van Giessen over 4500 panelen, waarmee hij op jaarbasis 1,8 miljoen kWh aan stroom kan opwekken. "In principe had ik met mijn drie WKK's, die een gezamenlijk vermogen hebben van bijna 2 MW, voldoende capaciteit om elektriciteit op te wekken voor mijn belichtingsinstallatie





en om te koelen in de zomermaanden. Met de aanschaf van de zonnepanelen creëerde ik echter meer flexibiliteit, ik heb meer keuzemogelijkheden. Voorheen had ik in de zomer bijvoorbeeld soms elektriciteit nodig om te koelen. Maar zette ik dan mijn WKK aan, dan moest ik de warmte vernietigen. Dat was vanzelfsprekend niet wenselijk. Op dat soort momenten is inzet van zonnestroom een betere optie.”

### **Switch naar LEDs**

In het najaar van 2022 maakte Van Giessen een verdere verduurzamingsslag, door zijn HPS-belichting te

vervangen door LEDs. “Minimale energie-inzet had zoals gezegd al mijn aandacht, maar dat werd nog eens versterkt door de hoge energieprijzen. Met de switch naar LEDs kon ik vijftig procent besparen op het elektriciteitsverbruik voor mijn belichting. Daarnaast koos ik voor dimbare LEDs, waardoor ik mijn belichtingsniveau kan afstemmen op de stroomprijs. En niet te vergeten: ik hing meer vermogen op dan nodig, waardoor ik extra elektrisch vermogen beschikbaar kreeg om te ‘spelen’ op de elektriciteitsmarkten. Dat resulteerde dus ook weer in meer flexibiliteit, gaf me nog meer knoppen om aan te draaien. Dit alles met als doel de energiekosten

zoveel binnen de perken te houden en de energie die ik wél nodig heb zo slim mogelijk in te zetten.”

### **Flexpool voor noodvermogen**

Van Giessen houdt zijn energiemangement in eigen hand: iedere dag bepaalt hij op basis van diverse parameters de juiste strategie. “Ik kijk onder meer naar het weer, naar gewasbehoefte en naar de energieprijzen. Op basis hiervan bepaal ik welke systemen aangaan en op welke elektriciteitsmarkten ik handel. Het is echt een puzzel, die telkens anders uitpakt.” De phalaenopsis-teler is actief op meerdere elektriciteitsmarkten en neemt sinds vorig jaar ook deel aan de speciale flexpool voor noodvermogen van AgroEnergy, met zijn WKK’s en belichting. “De markt voor noodvermogen vormt voor mij een extra tool om flexibel elektrisch vermogen in te zetten op momenten dat ik dit zelf niet nodig heb, en levert op die manier ook weer financieel voordeel op. AgroEnergy creëert voor mij dus toegang tot bepaalde flexmarkten, daarnaast faciliteren ze mijn handel in gas en elektriciteit. Ook is AgroEnergy bezig met de ontwikkeling van software waarmee we op termijn data van diverse orchideeënbedrijven - bijvoorbeeld qua energieverbruik en CO<sub>2</sub>-footprint - kunnen vergelijken. Dit biedt hopelijk inzichten in kansen voor verdere verduurzaming en besparing.”

18

### **Kostprijsvoordeel**

De focus op energiebesparing, verduurzaming en energiemangement levert Van Giessen veel op. “Mede hierdoor heb ik een relatief gunstige kostprijs, wat de basis van mijn bedrijf en mijn concurrentiepositie versterkt. Op dit moment heeft het feit dat wij zo duurzaam bezig zijn nog geen meerwaarde in de markt, maar ik verwacht dat dit in de toekomst zal veranderen. En naast het feit dat het me veel financieel voordeel biedt, vind ik het gewoon heel leuk om met energiezaken bezig te zijn. Het is een uitdaging om steeds te kijken hoe het nóg slimmer en beter kan.”

Vanuit die overtuiging zit Van Giessen ook vol plannen voor de toekomst. Zo onderzoekt hij momenteel de mogelijkheden om te investeren in aquathermie, waarbij warmte wordt gewonnen uit oppervlaktewater. “Daarnaast heb ik plannen om een extra zonnenveld aan te leggen met een warmtepomp en een elektrische boiler, die stroom kan omzetten in warmte. Samenvattend: door te investeren in verduurzaming creëer ik maximale flexibiliteit qua energievoorziening, en maak ik mijn bedrijf verder toekomstbestendig.”







## 'BEDREIGINGEN IN KANSEN OMVORMEN'

Hoewel Van Giessen zijn energiemangement in eigen hand houdt, spart hij regelmatig met Kees Tetteroo, EnergieSpecialist bij AgroEnergy. "Ik ga periodiek bij Gerben langs om het energieplaatje van zijn bedrijf door te nemen en samen de marktontwikkelingen te bespreken", zegt Tetteroo. "De kracht van Gerben ligt vooral in het feit dat hij marktkansen weet te benutten en bedreigingen in de markt vaak omvormt in een kans. Bijvoorbeeld door zonnestroom te gebruiken voor de koeling. Los van de periodieke afspraken neemt Gerben ook wel tussentijds contact op, met vragen over energiezaken of om een bepaald idee te toetsen. Op die manier tillen we zijn energieplaatje samen naar een nóg hoger plan."

## 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.

Neem contact op met Martijn Haas  
via [martijn.haas@inholland.nl](mailto:martijn.haas@inholland.nl) of  
06 11 12 73 71, ook als je vragen hebt.

**inholland**  
hogeschool



where Plants  
meet People



# FlowerTrials®

13 - 16 Juni 2023

[registreer online](#)

**Het internationale pot- en perkplanten evenement op 29 verschillende locaties  
in Nederland en Duitsland**

Niet minder dan 60 bedrijven in het pot- en perkplantensegment kijken er naar uit om u tijdens de FlowerTrials® hun meest recente noviteiten, hun creatieve concepten en hun brede assortiment te laten zien. Van teelttechnische informatie tot inspirerende ideeën voor de retail, van grote successen in de veredeling tot de nieuwste trends; iedere professional in de plantenwereld heeft wel een aanleiding om de FlowerTrials® te bezoeken

Voor een overzicht van de deelnemende bedrijven, routes en gratis aanmelden bezoekt u [www.flowertrials.com](http://www.flowertrials.com)



# CHATGPT: WAT MOET JE ERMEE?

**ChatGPT - Schrijf een column voor KAS Magazine over de toepassing van ChatGPT in de tuinbouw:** "De tuinbouwsector heeft een bondgenoot gevonden in de vorm van ChatGPT. Dit revolutionaire AI-systeem brengt een golf van innovatie met zich mee. Van het optimaliseren van teeltomstandigheden tot het voorspellen van ziektes..."

**ChatGPT - Geef een omschrijving van het product Yucca voor de webshop Floriday (met een vleugje humor):** "De stoere Yucca is dé badass onder de kamerplanten. Met zijn puntige bladeren en dikke stam voegt hij een flinke dosis attitude toe aan elke ruimte..."

**ChatGPT - Beschrijf welke biologische bestrijdingsmiddelen werken tegen pepertrips:** "Biologische bestrijdingsmiddelen die effectief kunnen zijn tegen pepertrips zijn onder andere roofmijten (*Amblyseius cucumeris*, *Amblyseius swirskii*), roofwantsen (*Orius spp.*)..."

**ChatGPT - Beschrijf de mogelijkheden om een glastuinbouwbedrijf fossielvrij te verwarmen:** "De mogelijkheden om een glastuinbouwbedrijf fossielvrij te verwarmen omvatten onder andere het gebruik van warmtepompen, geothermische energie, biomassa, zonne-energie en restwarmte..."

Ik had het mezelf erg makkelijk kunnen maken deze keer. Bij het stellen van de eerste vraag stond er binnen tien

seconden een mooi artikel op mijn beeldscherm, wat ik direct door had kunnen sturen naar KAS Magazine. ChatGPT, jullie hebben er de afgelopen maanden vast al eens over gehoord, maar kunnen we er binnen de tuinbouw ook echt iets mee? Dat vroeg ik mezelf ook af, waarna ik op onderzoek ben gegaan. Door ChatGPT wat vragen te stellen, kwam ik er al snel achter dat de mogelijkheden eindeloos zijn.

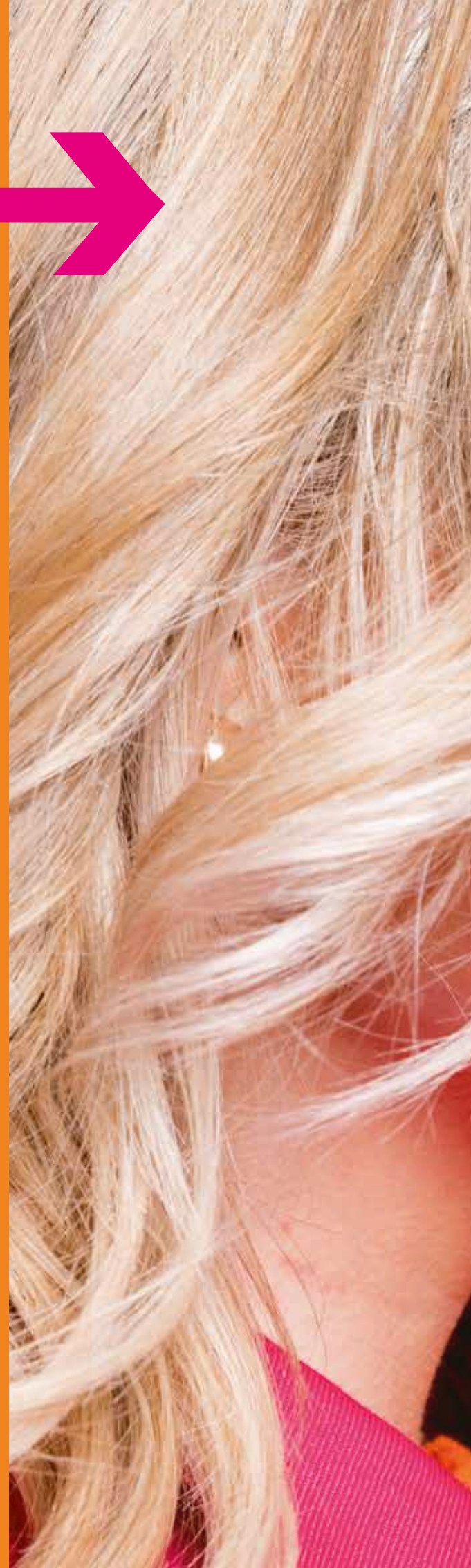
Productomschrijvingen maken, HR-zaken laten uitwerken, specifieke teeltvragen stellen, duurzaamheidsvraagstukken beantwoorden. ChatGPT zorgt ervoor dat je gigantisch snel door alle beschikbare data kunt zoeken om het juiste stukje informatie eruit te pikken en is vervolgens ook nog in staat om dit op elke gewenste manier uit te schrijven.

Kunnen we nu onze teeltexperts, HR-managers en duurzaamheidsadviseurs naar huis sturen? Daar zou ik nog maar even mee wachten. De informatie klopt echt niet voor 100 procent en het is ook maar de vraag hoe snel ChatGPT de nieuwste ontwikkelingen op tuinbouwgebied meekrijgt. De kennis moet immers ergens online te vinden zijn, wil ChatGPT het kunnen gebruiken. Wel denk ik dat het een hele handig tool is om snel informatie ergens over te verzamelen, zonder daar volledige boeken of onderzoeken over te lezen. Voor onze baan hoeven we niet te vrezen, maar het kan ons dus wel veel tijd gaan schelen. En je weet wat ze zeggen: tijd is geld.

21

**Thom Persoon**  
is directeur bij  
Forever Plants Group





# LIANNE TORN- BOSCHMAN

22

KAS wordt gemaakt door een groep enthousiaste en creatieve ambassadeurs die stuk voor stuk hun eigen rol hebben. In elke uitgave stelt een van hen zich aan je voor. Dit keer visueel allrounder Lianne Torn-Boschman van Salted by Salt.

"Ik ben trotse ambassadeur van KAS en wat vind ik dat gaaf! KAS staat open voor mijn ideeën en concepten en met die vrijheid werken is heel tof. Het resulteert erin dat je net dat stapje harder wilt lopen en verliefd raakt op het magazine en het merk. Want ja... ook mijn ziel en zaligheid zit er in. Inmiddels werken we al een aantal jaar samen, waarbij ik meedenk over de communicatie, visueel gezien alles aantrekkelijk maak en mij mag storten op de fotografie waarbij we waanzinnige content-beelden schieten. Ook de rebranding van het merk KAS heb ik mogen doen. Al snel ontdekten we dat KAS & Salted by Salt samen een sterk duo vormen voor het bedenken van concepten, het inrichten van social media-kanalen en het produceren van mediaproducten. Een samenwerking waar ik echt ontzettend trots op ben en altijd weer naar uitkijk. En hoe fijn is het om het plaatje hiernaast te mogen delen als 'sneak peak' van onze laatste fotoshoot. We gaan jullie weer verrassen met nieuwe gezichten, een beetje kietelen met geheime plannen en weer vrolijk maken met zomerse beelden. Dus: stay tuned and 'take the bite' als jij ook wilt opvallen!"





# AMBASSADEURS VAN KAS AAN HET WOORD





JELTE VAN KAMMEN:

# 'WE HEBBEN GEEN GOUD MAAR DIAMANT IN ONZE HANDEN'

Harvest House heeft de laatste jaren grote stappen gezet in haar ontwikkeling en nam de glasgroentesector daarin mee. Voor Jelte van Kammen (56) is vooral een verbindende rol weggelegd. Samenwerken vormt voor de algemeen directeur van de telerscoöperatie in vrijwel alles het uitgangspunt. "Met elkaar aan dingen werken, successen boeken, denken vanuit het groepsbelang: ik hou daar heel erg van. Maar daar hebben we iedereen voor nodig. Zonder de organisatie om mij heen én onze ondernemende telers, waren we nergens gekomen."

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

Harvest House viert dit jaar haar 10-jarige jubileum. Op 9 april 2013 werd de coöperatie officieel opgericht door een aantal glasgroentelers. Jelte van Kammen is sinds dag één voorman bij de afzetorganisatie en als het aan hem ligt blijft hij dat nog minimaal negen jaar. "Ik ga nog elke dag met plezier naar mijn werk en hoop deze mooie club zeker nog tot mijn 65e voor te gaan als algemeen directeur. In de afgelopen tien jaar hebben we veel bereikt met elkaar, maar er zijn ook nog genoeg uitdagingen voor de volgende tien jaar."

Jelte oogt trots als hij over Harvest House praat en dat spreekt hij ook uit. In tien jaar tijd is de wereld veranderd en de telerscoöperatie veranderde mee. Trade marketing en thema's als duurzaamheid, digitalisering en data gedreven werken werden bij Harvest House al in een vroeg stadium opgepakt en de drang om de afzet van vruchtgroenten verder te verbeteren bleef door de jaren heen onverminderd groot. "Ik ben heel blij dat ik mijn talenten bij Harvest House ten volste mag gebruiken om de positie van onze telers te verstevigen. Maar zonder de hele organisatie om mij heen én onze ondernemende telers, waren we nergens gekomen. We hebben Harvest House met elkaar gevormd tot wat het vandaag is", zegt Jelte met enige bescheidenheid.

### **Kracht in verbinding**

Hij spreekt niet graag in de ik-vorm, zo geeft hij aan. "Ik ben meer van de samenwerking. Mijn kracht zit in de verbinding. Ik ben een verhalenverteller, breng mensen bij elkaar en inspireer hen. Bovendien lijk ik het talent te hebben om te zien waar een ontwikkeling naartoe gaat. Zeker acht van de tien keer heb ik gelijk gehad toen ik een voorspelling deed. Dat probeer ik op anderen over te brengen, vaak met succes. Maar tegelijkertijd ligt mijn zwakte ook in de uitvoering. Soms ga ik te snel en jaag ik iedereen over de kling met wéér nieuwe ideeën. Vanuit het directieteam krijg ik dan ook te horen dat mijn locomotief aan het rijden is, maar dat de wagonnetjes er allang afliggen. Onze manier van samenwerken vind ik heel fijn. Meestal zijn de ande-

re directieleden veel beter in het vertalen van ideeën naar de operationele kant, dus bemoei ik mij daar ook minder mee. Ik ben slechts een radertje in het geheel. De coöperatie en de leden een bepaalde kant op brengen en het management daarin mee te nemen, dat zie ik als mijn taak en talent."

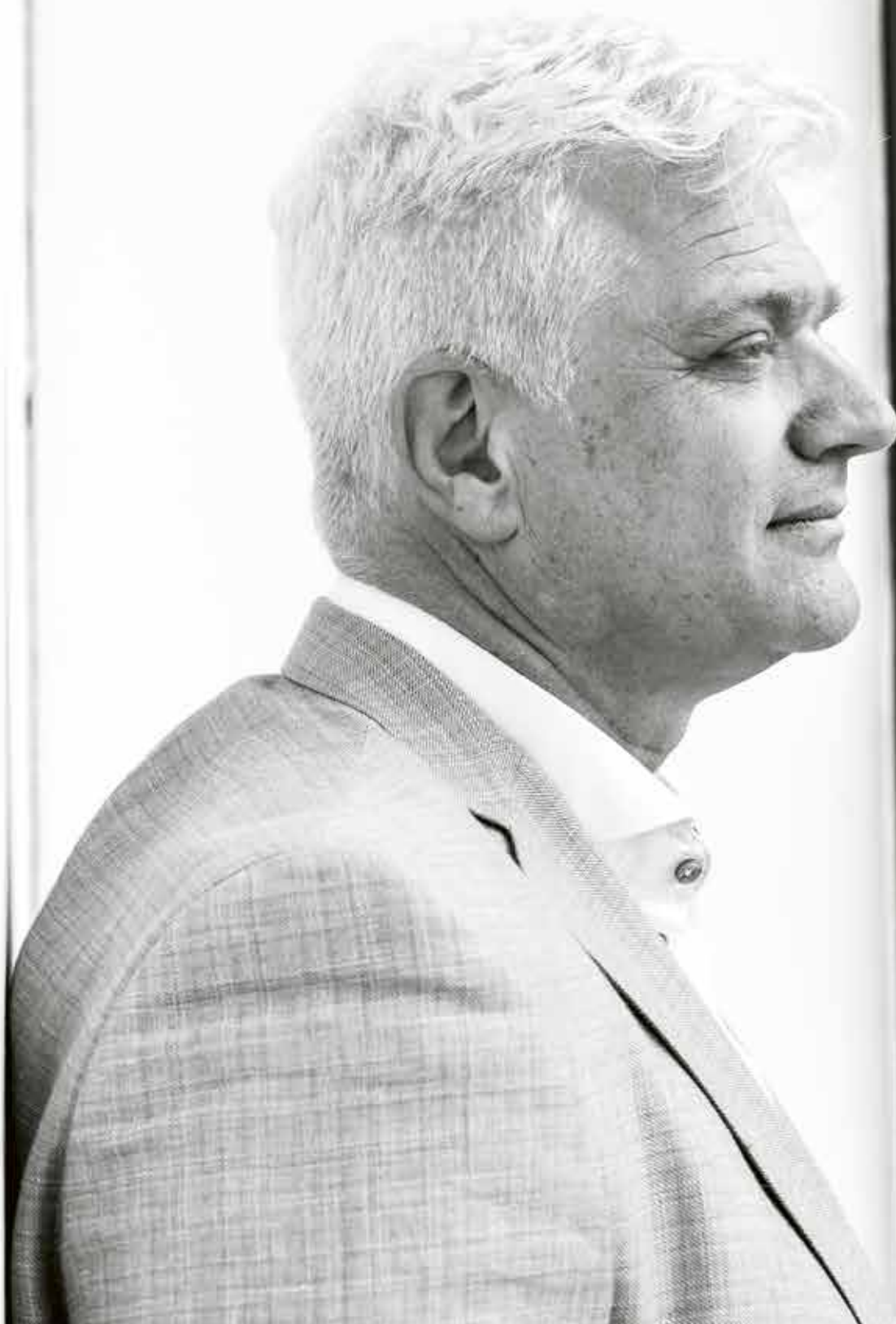
Het is een kwaliteit die Jelte meekreeg van zijn vader, met wie hij dertig jaar geleden ook enige tijd samenwerkte. "Mijn vader was ook een verhalenverteller, maar hij was wel een ander soort manager dan ik. Naoorlogs, autoritair. Veel meer 'top down' dan vandaag de dag gebruikelijk is. Maar hij kon ook voor een zaal staan en mensen een bepaalde kant op krijgen. Mijn broer is bovendien predikant, dus dat verhalen vertellen is echt wel een familiedingetje." De familie Van Kammen komt oorspronkelijk uit Twello, vlakbij Deventer. Jelte's vader was directeur bij de toenmalige Veiling Deventer en omstreken, maakte na verloop van tijd de overstap naar Veiling Kampen, Zwolle en IJsselmeerpolders en bleef ook directeur toen beide veilingen uiteindelijk fuseerden in Veiling KZIJ. "Samen met mijn broer ging ik altijd mee naar de veiling en ik heb daar ook wel wat vakantiewerk gedaan", vertelt Jelte. "Mijn broer vond het verschrikkelijk, maar ik vond het fantastisch en werd direct gegrepen door die wereld."

### **Pas net leren varen...**

Na zijn managementstudie solliciteerde Jelte bij meerdere agf-handelsbedrijven. "Ik kon aan de slag in een commerciële functie of in een administratieve functie." Hij koos voor de administratieve kant, juist omdat daar zijn zwakte punt lag. "Het leek mij waardevol om cijfers te kunnen interpreteren, dus wilde ik juist daarin beter worden. De commercie kon altijd nog." Na een jaar kondigde zijn vader echter aan vervroegd te willen stoppen met werken, waardoor de directiefunctie bij de veiling beschikbaar kwam. "Ik was pas 26, maar besloot toch te solliciteren." Jelte kwam in de B-groep terecht, maar toen niemand uit de A-groep door de tests heen kwam, kwam hij toch in beeld. Jelte slaagde wél voor de test, als enige, maar er was twijfel over zijn



'NIET BLIJVEN PRATEN OM HET  
PRATEN. OP EEN GEGEVEN  
MOMENT **DOE JE HET WEL**  
**OF DOE JE HET NIET'**



'ELKAAR ELKE DAG  
BETER WILLEN MAKEN  
ZIT HEEL DIEP IN HET  
DNA VAN ONZE TELERS'





aanstelling. "Ik kreeg te horen: 'Je hebt pas net leren varen en wilt nu al de oceaan over'. Toch dacht ik dat ik het kon. Het bestuur zat toen met een dilemma: nemen we de zoon van de vertrekkende directeur aan of niet? Dat werd dus een 'ja', waardoor ik mijn vader mocht opvolgen."

Een jaar lang werkten vader en zoon samen. "Dat was wel heel leuk. We konden heel goed met elkaar en ik heb veel van hem geleerd." Toch kwam Jelte er al snel achter dat het veilingssysteem aan het einde van zijn levensduur was. "Ik ben in 1993 begonnen, in 1997 werd The Greenery opgezet en ging Veiling KZIJ mee in de fusie." Bij The Greenery werd Jelte aanvankelijk verantwoordelijk voor tomaat en later voor alle productgroepen. Hij knokte er lange tijd voor de positie van de producent, maar vertrok uiteindelijk naar eigen zeggen 'moegestreden' na alle onrust binnen de afzetorganisatie over de te varen koers. Jelte ging wat aan training en coaching doen en zette een saladeconcept op. Maar succes en geluk bracht het hem niet. Hij was dan ook blij toen hij door het toenmalige FrEsteem werd gevraagd om directeur te worden. "Een kleinere coöperatie, waar ik als manager met mijn neus in de boter viel toen bleek dat we een boete van de ACM kregen. Het was even alle hens aan dek, ook vanwege de problemen bij moederbedrijf FresQ. Vanuit die situatie zijn we toen een compleet nieuwe coöperatie gestart: Harvest House. En nu zijn we tien jaar verder."

### **Praten om het praten**

Het zijn vooral de snelheid en de dynamiek van de tuinbouw die Jelte aanspreken, geeft hij aan. "Maar ook de mensen, de humor. Het is geen namaak: what you see is what you get. Dat past bij mij. Ik heb zelf ook geen verborgen agenda's en doe wat ik zeg. En ook het bezig zijn met gezonde voeding heeft mij altijd geïnteresseerd." Werken binnen een coöperatie gaat Jelte eveneens goed af. "Groepen samenbrengen en verder brengen is het leukste wat er is. Met elkaar aan dingen werken, successen boeken, denken vanuit het groepsbelang: ik hou daar heel erg van. Ik

ben een man van de harmonie en daar hoort het sluiten van compromissen bij. In mijn eerste eindejaarsgesprek zeiden ze echter tegen mij: 'Jij probeert altijd harmonie te realiseren, maar dat gaat je hier nooit lukken. Wij zijn het hier nooit met elkaar eens. Op een gegeven moment moet je daarom gewoon zeggen: we gaan stemmen. Dan heb je wel het maximale uit de discussie gehaald, heeft iedereen zijn zegje gedaan en beslist uiteindelijk de democratie.' En toen dacht ik: jullie hebben ook helemaal gelijk, zo werkt het. Niet blijven praten om het praten. Op een gegeven moment doe je het wel of doe je het niet."

Jelte geeft aan nog nooit eerder een club te hebben meegemaakt waar zo wordt samengewerkt als bij Harvest House. "Men denkt vaak dat de grote jongens het hier voor het zeggen hebben, maar dat is absoluut niet waar. Iedereen krijgt de gelegenheid om mee te praten, er wordt enorm scherp gediscussieerd, iedereen bereidt zich goed voor, dus je kunt echt niet onvoorbereid aan tafel gaan. Ik vind het heel mooi om te zien dat iedereen elkaar elke dag weer beter wil maken. Dat zit heel diep in het DNA van onze ondernemers. En doe je niet mee, dat is ook goed, maar dan moet je ook niet zeuren achteraf. Dat zijn de spelregels."

### **Wakker geschud**

Als voorvechter van samenwerking is Jelte bij Harvest House dan ook in zijn element. Toch had hij gehoopt dat er binnen de tuinbouw als geheel ook meer samenwerking zou zijn. Al jaren spreekt hij hardop uit dat twee partijen voor de afzet van glasgroenten in Nederland meer dan voldoende zou zijn. Maar tot een daadwerkelijke bundeling is het voorsnog niet gekomen. Jelte betreurt dat, maar ziet ook positieve ontwikkelingen. "De vijf grootste Nederlandse producentenclubs vormen samen de Federatie Vruchtgroenteorganisaties en op de non-concurrentiële onderwerpen zijn de laatste drie jaar wel degelijk enorme stappen gemaakt. Ik moet Anneke van de Kamp van Rijk Zwaan en Peter Maes van Koppert daar een groot compliment voor geven. Zij hebben ons wakker geschud

dat we op bepaalde onderwerpen verkeerd bezig waren. Bijvoorbeeld met synthetische gewasbescherming. We hadden allemaal de houding van 'zo lang mogelijk rekken' en 'we hebben die medicijnkast nodig'. Zij hebben ons duidelijk gemaakt dat die strijd allang gestreden is en dat we met de verkeerde wedstrijd bezig waren." Vanuit een denktank, waarin producenten de lead hebben, wordt nu samen met het gehele hightech cluster gewerkt aan het realiseren van echte veranderingen. "Die samenwerking is iets waar ik heel blij mee ben en die gaat de sector als geheel heel veel moois opleveren. We werken samen met het cluster aan het verhaal van de Nederlandse hightech glastuinbouw. Wat wij mondiaal voor elkaar krijgen, is geweldig. We spelen een hele belangrijke rol in het voeden van de wereld. Als producent sluiten we aan bij de driehoek overheid, kennisinstellingen en bedrijfsleven om de uitdagingen van de sector aan te gaan. We hebben namelijk geen goud, maar diamant in handen!"

Samenwerking op gebied van afzet is en blijft daarentegen dramatisch, meent Jelte. "De P van prijs is helaas nog steeds het enige marketinginstrument dat we hebben. Naast de vijf leden van de Federatie Vruchtgroenteorganisaties zijn er nog twee afzetpartijen die niet zijn aangesloten, dan zijn er nog tien tot vijftien individuele producenten in Nederland, dan hebben we België, Spanje en Frankrijk nog... en iedereen probeert bij diezelfde paar voordeuren van de retail binnen te dringen door maar te roepen dat zijn P van prijs beter is dan die van de ander. Zolang we de retail die ruimte blijven bieden en zelf niet bundelen, doen we het gewoon niet slim. Degene met de zwakste knieën bepaalt nog altijd de prijs van de week. Dat is niet goed, dat zorgt voor onrust. Want hoe minder zwakke knieën je hebt, hoe beter het rendement wordt."

### **Gemiste kans**

Jelte erkent dat de voedingstuinbouw goede jaren achter de rug heeft. "En samenwerking komt meestal niet tot stand in goede tijden.

Maar ik denk dat er nog veel meer uit te halen valt als we gaan bundelen. Als Harvest House hebben we nooit onder stoelen of banken geschoven dat we dat willen, maar daar heb je in ieder geval twee partijen voor nodig. Een gemiste kans." Toch wil Jelte ook een compliment geven aan vruchtgroentetelers. "Er wordt bewuster omgegaan met de prijsstrategie en met voorraden en er is bewust heel veel geïnvesteerd in marketing. Dus er gaan echt ook wel heel veel dingen goed aan de producentenkant."

Zelf investeerde Harvest House in thema's als duurzaamheid, digitalisering en data gedreven werken. Zo wordt met Source.ag gewerkt aan technologie en software om nog efficiënter te kunnen telen en was de coöperatie al in een vroeg stadium betrokken bij de opzet van de Horti Footprint. "Ik merk dat er veel vertrouwen is van onze ondernemers in wat we met elkaar hebben gecreëerd. De internationale ontwikkelingen, het hele marketingverhaal, het functioneren van alle afdelingen, de enorme professionaliseringsslag die we hebben doorgemaakt met onze coöperatie. Op vrijwel alle punten hebben we gezamenlijk wel stappen gezet."

### **Beter in balans**

Dat gevoel van 'samen' komt ook privé duidelijk terug. "Ik ben een familiemens, we hebben vier kinderen en daar komen nu langzaam ook weer vrienden en vriendinnen bij. Dat is heel leuk om mee te maken." In zijn vrije tijd wandelt Jelte bovendien graag en hij verdiept zich in psychologie. "Ik word heel blij van enneagrammen en human design, om te ontdekken hoe mensen in elkaar zitten en wat hen drijft. Maar ik hou ook heel erg van eten en reis graag de culinaire restaurants af. En van voetbal, ik ben van jongs af aan fan van Go Ahead Eagles." Jelte geeft aan dat hij tegenwoordig meer zijn rust pakt dan vroeger. "Werk en privé zijn beter in balans dan in het verleden. Toen had ik geen tijd voor dit soort dingen, nu wel. Maar ik krijg nu ook van mijn werk veel meer energie dan vroeger. En dan hou je het uiteindelijk toch een stuk langer vol."



'DE MENSEN, DE  
HUMOR. HET IS GEEN  
NAMAAK: **WHAT YOU  
SEE IS WHAT YOU GET.**  
DAT PAST BIJ MIJ'





**Kasgroeit**

**Werken, leren en  
ontwikkelen in de  
glastuinbouw**



**Neem contact met ons op!**

E. [info@kasgroeit.nl](mailto:info@kasgroeit.nl)

T. 088 - 329 20 70

Meer informatie? Kijk op onze website.



**#Fiets  
tegen  
kanker**



Waar fiets jij mee?

Ga naar [fiestegenkanker.nl](http://fiestegenkanker.nl)



# BELLEN MET...

## MARTIN VAN DER HOUT

**Het nieuwe EnergieAkkoord van Greenport West-Holland heeft als doel onder meer een forse beperking van de CO<sub>2</sub>-emissie door het regionale glastuinbouwcluster. Vele tientallen bedrijven en organisaties hebben hun handtekening onder dat akkoord gezet. Martin van der Hout is sinds 1 januari de nieuwe Programmaregisseur van het EnergieAkkoord.**

**Martin, je bent nu enkele maanden actief als Programmaregisseur. Hoe bevalt het?**

"Ik voel me als een vis in het water. De partners van het EnergieAkkoord hebben elkaar echt nodig op vele vlakken. Als betrekkelijke nieuwkomer begin ik daarom graag met de vraag wat we van elkaar nodig hebben en wat dat dan als resultaat kan opleveren."

**De energietransitie is in volle gang. Wat zijn volgens jou belangrijke mijlpalen?**

"In 2023 zijn dat voor de glastuinbouwsector de verdere uitwerking van het CO<sub>2</sub>-sectorsysteem en de wijzigingen daarbij van de energiebelastingen. Voor de gemeenten en provincie is de invoering van de Omgevingswet en verdere uitwerking van de gebiedsvisies essentieel. Bedrijfsleven en overheden zullen daarbij samen met elkaar optrekken en een belangrijke ontwik-

keling is dan ook de voortzetting en verdere uitwerking van het EnergieAkkoord vanaf 2025."

**Welke uitdagingen zijn er voor die energietransitie?**

"Zelf zie ik dat we in de aankomende jaren veel meer met de verdere uitvoering van de energietransitie bezig zullen zijn, waarbij consequenties van keuzes in het energiesysteem, ruimtelijke ordening en verdienmodellen meer duidelijk worden. Hoe dan ook geeft dit veranderingen voor bedrijven, overheden en omgeving en leidt dit tot onzekerheid. Dat verlangt veel interactie en besluitvaardigheid."

**Wat hoop je komend jaar te bereiken?**

"Momenteel werken we aan de Versnellingsagenda Gebiedsvisie en daarbij is wel het doel dat die agenda goed aansluit bij die van de partners. Daarnaast hebben we een aantal mooie projecten lopen in 2023 waaraan we aan werken: inzet batterijen in het Westland, waterstofinfra in Lansingerland e.o., zon op waterbassins, MTO (Middelhoge Temperatuur Opslag (tot circa 50 °C) met verhoogde temperatuurregimes en warmte-infrastructuur in Westland en Oostland. Veel thema's in de regio die alle hun steentje bijdragen in de energietransitie. Graag hoop ik die ambities samen met de partners waar te maken en verder uit te breiden."

**Jolanda Heistek,**

Programmamanager Greenport West-Holland, 'belt' met een expert uit het team. Dit keer: Martin van der Hout.



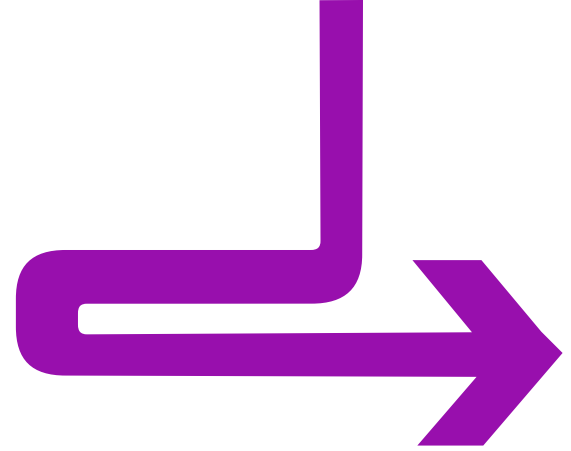


ONTWIKKELEN

A man with short brown hair, wearing a light blue patterned button-down shirt, is smiling and looking towards the camera. He is standing in a greenhouse, surrounded by rows of green lily plants. The background shows the complex metal and glass structure of the greenhouse roof and walls. The lighting is bright and even, typical of an indoor growing environment.

**MASTERCLASS  
LEIDERSCHAP  
EN STRATEGIE  
VOOR TELERS**





**“Mentaal vitale ondernemers, die weten wat er in hun omgeving leeft en weten waar ze op moeten anticiperen, die zijn gewoon succesvoller.”** Arne Bac (sectormanager Food & Agri bij Rabobank) heeft weinig woorden nodig om aan te geven waarom zijn bank samen met Glastuinbouw Nederland en Floric (een label van Florpartners) de Masterclass Leiderschap en Strategie faciliteert.

**Tekst:** Ton van der Vliet

**Fotografie:** Sharon van den Berg

Die masterclass is in feite een vervolg op de ‘Mastersessies’ van Coalitie HOT. Die coalitie was een samenwerking van de Federatie Vruchtgroenteorganisaties, Royal FloraHolland en Rabobank. Zij staken de koppen bij elkaar om ondernemers te laten discussiëren en na te laten denken over de toekomst van hun bedrijf. Dat was in 2017. Het thema was ‘mijn bedrijf in 2026’. Dat was toen nog verre toekomstmuziek, maar nu amper meer. “Het programma was toe aan actualisatie,” aldus Arne Bac, die ook in andere sectoren (o.a. de fruitteelt en de melkveehouderij) aan de slag ging met ondernemerschap programma’s. “Elke sector heeft zijn eigen dynamiek. Maar één ding is zeker; mentaal fitte ondernemers zijn ‘toekomst vaster’. Die hebben visie op de toekomst, werken aan hun eigen routekaart en weten wat ze willen bereiken. Als het bedrijf van de buurman te koop komt is dat geen verrassing voor ze en hebben ze hun plan al klaarliggen.”

Joost Wesselman, Marc Litjens en Raymond Vijverberg namen deel aan de meest recente Masterclass voor de glastuinbouw. Ze blikken er met voldoening op terug, waarbij ieder voor zich andere elementen oppikte uit het aangeboden materiaal.

## Lummeltijd

Joost Wesselman van Wesselman Flowers/Tulpen.nl uit Roelofarendsveen wist een bescheiden familiebedrijf uit te bouwen tot een multi-onderneming, waar behalve

een tulpen-bloemen en bollenbedrijf ook een verpakkingsbedrijf en een uitzendbureau toe behoren. Goed voor een omzet van 60 miljoen op jaarbasis en 350 man personeel in drukke tijden. “Ik ben klein begonnen. Lekker nog zelf met m’n knietjes op een plankje en bollen poten. Maar onze organisatie groeit best wel hard, dus besteed ik daar op diverse manieren veel aandacht aan. Met het aantrekken van interimmanagers en directieleden bijvoorbeeld. Maar ook door mezelf bij te spijkeren. En leiderschap en duurzaamheid zijn thema’s waar ik me intensief mee bezig houd. In deze Masterclass hield Cees van der Meij (Royal Lemkes) ons voor dat je als ondernemer ook ‘lummeltijd’ moet hebben. Dat je de juiste mensen op de juiste plekken zet, zodat jij niet vast komt te zitten in de dagelijkse business, maar ook tijd hebt om te lummelen én te ondernemen. Voor mij een leerzaam punt. Je gooit je bedrijf niet om na vijf dagen cursus - dat is een proces van langere adem - maar ik heb intussen wel mensen aangetrokken en neergezet op plekken die mij te veel tijd kostten. Ook de persoonlijkheidstest aan het begin was leerzaam. In het verleden vond ik dat soort analyses hoe je in elkaar zit allemaal ‘poppenkast’, maar inmiddels ben ik overtuigd dat het interessant is om op die manier teams samen te stellen die je organisatie verder helpen.”

Het rapportcijfer van Wesselman voor deze Masterclass? “Een 7 voor het begin – dat was rommelig – en een 9 voor het vervolg, gemiddeld dus een ruime 8.”

## Briefje op kantoor

"Ik ben hier te oud voor," was het eerste wat paprikateler Marc Litjens (51) bedacht toen hij de uitnodiging voor de Masterclass onder ogen kreeg. Maar toen hij nog eens goed naar het programma én de lijst van sprekers keek, veranderde hij van gedachten. "Ik wil me blijven ontwikkelen, heb steeds weer nieuwe prikkels nodig, en dit was een mooie gelegenheid." Dat hij vanuit het Limburgse Meterik elke keer twee keer twee uur reistijd naar en van Naaldwijk had nam hij op de koop toe. "Ik heb er wijze lessen opgedaan. Er waren goede sprekers en bij thuiskomst heb ik een aantal van hun uitspraken meteen in een word-document gezet. Dat briefje hangt op mijn kantoor, om me er telkens weer aan te herinneren." Enkele van de opgedane wijsheden – 'nieuwsgierigheid wint het van angst' en 'verlies de lange termijn niet uit het oog' – vonden al snel hun toepassing in de praktijk. Begin dit jaar nam de kwekerij van Litjens (22,5 hectare verdeeld over vier locaties) nog een bedrijf over. "Een investering voor de lange termijn. Er zit een biomassacentrale bij en het biedt de mogelijkheid een warmtenet tussen twee locaties tot stand te brengen."

36 De mix van grotere en kleinere bedrijven én in uiteenlopende markten – van bloemen en bollen tot groente en fruit – maakten de sessies voor Litjens extra aantrekkelijk: "Dat soort variaties prikkelt mij extra. Ook de afwisseling in leeftijden was prima; ik was niet eens de oudste!"

Het rapportcijfer van Litjens voor deze Masterclass?  
"Ik vond het uitermate boeiend, een 8 vind ik passend."

## Meegroeien

Het lelie productiebedrijf Qualily van Raymond Vijverberg en Ruud van der Hoeven groeide van 12.000 naar 120.000 m<sup>2</sup>. "Dan is het handig als het management ook meegroeit. Deze Masterclass, waarvoor ik getipt werd door Rabobank, kwam precies op het juiste moment", aldus Vijverberg. Hij kijkt met voldoening terug op de cursus. Het was voor hem een uitgelezen kans om de waan van de dag even achter zicht te laten, en zich te buigen over de toekomst van het bedrijf. "De wereld verandert snel. Uitdagingen voor ons team liggen op het vlak van ketenverkorting en verse topproducten steeds sneller leveren. Daarbij zoek je constant naar verbetering. Daarover had ik al een bepaald beeld, maar nu heb ik de tools gekregen om dat voor elkaar te krijgen. Je leert uiteraard het nodige van de sprekers. En je steekt veel op van elkaar." Vooral ervaringen uitwisselen met mede-cursisten betekende voor Vijverberg een grote toegevoegde waarde. Is hij na de Masterclass dingen anders gaan doen? "Jazeker. Ik ben me nog meer met duurzaamheid gaan bezighouden. Van de urgentie daarvan ben ik me nog meer bewust geworden tijdens deze sessies. En in feite is het simpel; als je denkt dat er op lange termijn dingen gaan gebeuren, dan moet je op de korte termijn al dit en dat gedaan hebben."

Het rapportcijfer van Vijverberg voor deze Masterclass?  
"Ik merkte dat het in deze vorm de eerste keer was, sommige details klopten niet, maar het idee is fantastisch dus geef ik een 8."







Arne Bac en Raymond Vijverberg

## 'VERS KLASJE'

In november start de volgende Masterclass. Hoe bereid je je als ondernemer voor op o.a. marktpositionering, bedrijfsstrategie en maatschappelijk draagvlak? In zes maandelijkse bijeenkomsten in het World Horti Center in Naaldwijk komt het allemaal ter sprake. Het maximale aantal deelnemers is 15 en de kosten bedragen €3.500,- per deelnemer. Aanmelden kan via: [masterclass@florpartners.nl](mailto:masterclass@florpartners.nl) en meer informatie is te vinden op: [www.glastuinbouwnederland.nl/masterclass-leiderschap-strategie/](http://www.glastuinbouwnederland.nl/masterclass-leiderschap-strategie/)







# 'INTERPRETATIE VAN DATA BODEMVITALITEIT IS EEN UITDAGING'

Een gezonde bodem heeft een sterk effect op het gewas en het succes van de teelt. Het actief managen van bodem en bodemvitaliteit speelt daarin een belangrijke rol. Hoe doe je dat en hoe meet je het resultaat? En wat is het belang van het monitoren van het bodemleven? Van Iperen en Eurofins Horti slaan de handen ineen om hier onderzoek naar te doen. "We kunnen al heel veel meten, maar de interpretatie van data is nog een grote uitdaging.

**Tekst:** Annemarie Gerbrandy

**Fotografie:** Sharon van den Berg

Weerbaar telen en bodemweerbaarheid: het zijn termen die iedere teler regelmatig om de oren vliegen, maar ook kreten die vraagtekens oproepen. Want wat is dat: bodemweerbaarheid? En hoe moet dat: weerbaar telen? Weerbaar telen staat steeds meer in de aandacht, maar is eigenlijk nog een grijs gebied, zegt Jan Willem Spaargaren, praktijkonderzoeker Tuinbouw bij Van Iperen. "Er is veel interesse vanuit de praktijk voor weerbaar telen. Wij bekijken bij Van Iperen welke methoden hiervoor succesvol kunnen worden ingezet. We weten dat wanneer er meerdere elementen tegelijk worden gebruikt – biostimulanten, biologische bestrijders, organische bemesting, insectengaas – de kans op een succesvol teeltsysteem groter is."

## Monitoren ingewikkeld

De glastuinbouw is in de praktijk op zoek naar methoden om weerbaar telen goed in de vingers te krijgen. Het mooiste zou zijn als je de biologie in de grond kunt monitoren om zo inzicht te krijgen in hoe gezond jouw bodem is om een geslaagde teelt te hebben, aldus Spaargaren. "Dan heb je zekerheid, dat ontbreekt nu. Ondergronds monitoren is lastiger dan bovengronds: we zien schimmels en bacteriën, maar wat betekenen die voor de samenstelling van de bodembioologie? Dat weten we (nog) niet en daar moeten we door onderzoek met z'n allen achter zien te komen. Ideaal zou zijn

om door middel van grondanalyses controle te hebben op wat er in de bodem gebeurt. Dat je een stuk 'gereedschap' hebt, waarmee je eventuele ziekten en plagen kan zien aankomen. Daar doen Van Iperen en Eurofins onderzoek naar."

Volgens Frank Hoeberichts, productmanager bij Eurofins Horti, is Eurofins prima in staat om metingen in de bodem uit te voeren, ook metingen naar de biologie in de bodem. "Wij analyseren water-, grond- en gewasmonsters om de nutriëntensamenstelling te bepalen en we kunnen ziekteverwekkers opsporen. Maar we zien dat het meten van weerbaarheid niet zo eenvoudig is. We kunnen veel meten, maar er is nog te weinig kennis over het interpreteren van de uitslagen: wat zien we en wat betekent dat? De uitdaging is om de data uit analyses zinvol in te zetten, om voor de tuinder zekerheid te scheppen. Die kennis vergaren, dat hebben we hoog op onze agenda staan. Vanuit dat perspectief kunnen we een bijdrage aan de glastuinbouw leveren."

## Specifiek meten

Door data te verzamelen, kunnen correlaties worden gezocht tussen de biologie van de bodem en een goede teelt. "Hoewel de wetenschap al decennialang met bodembioologie bezig is, weten we niet het fijne van wat er gebeurt als bepaalde schimmels of bacteriën

toe- of afnemen”, zegt Sander Vermeer, technisch specialist bemesting & productmanager biostimulanten bij Van Iperen. “Er is bekend dat schadelijke schimmels explosief kunnen toenemen, maar in het gewas zie je dat op dat moment nog niet, zoals je dat met insectenplagen in de kas al wel kunt zien aankomen. Als je een indicator hebt dat er een schadelijke populatie dreigt te ontstaan, kun je daar specifiek op sturen.”

Een goed bodemleven is van groot belang voor het gewas dat je op die bodem teelt, zeker in het geval van monocultuur in de kas, aldus Vermeer. “Het bodemleven kan bijdragen aan de vitaliteit van de bodem. De teler voedt de bodem met organische bemesting en nutriënten, het is voor de plant van belang dat er genoeg leven en voeding in de grond zit. Daarnaast kan hij ook biostimulanten aan de bodem toevoegen, zoals schimmels en bacteriën die de wortels van de plant koloniseren. De invloed daarvan moeten we nog wel beter in kaart brengen. De teler kan daarmee experimenteren, het is belangrijk dat hij data opbouwt met bijvoorbeeld een bodemlevenmonitor. Op basis van die data kan hij zien wat er bij een bepaalde actie in de bodem gebeurt.”

### Elk gewas eigen recept

Van Iperen heeft in proeven met chrysanten gezien dat de weerbaarheid van het gewas toeneemt als er wordt behandeld met biostimulanten en organische bemesting, terwijl het grondstomen na een teelt wordt uitgesteld. Spaargaren: “We zien meer en betere wortels, een betere groei en kwaliteit, zwaardere takken en meer knoppen. We hebben het bodemleven gemeten met de bodemlevenmonitor. Daarin zien we geen dingen veranderen, terwijl er in het gewas duidelijk wél iets verandert. Waarschijnlijk is de monitor heel breed en moeten we specifiek gaan kijken.”

Hoerberichts vervolgt: “Wij willen in zo’n project zoveel mogelijk meten, om te kijken welke dingen wel correleren. Het kan zijn dat je daarbij naar een specifiek niveau moet

af dalen, dat je binnen schimmels of bacteriën op soort-niveau moet gaan kijken. Dat kan niet met een bodemlevenmonitor, mogelijk moeten we daarvoor overstappen op DNA-analyses. Het kan óók zijn dat het om complexe interacties gaat die je niet zomaar blootlegt, dat het een samenspel is van allerlei factoren. Dat is heel complex en dat zie ik als een grote uitdaging. Het kan zelfs zo zijn dat het erop gaat uitdraaien dat elk gewas en elke bodemsoort een eigen recept krijgt. Dat vereist een soort van mentaliteitsverandering: de teler moet heel specifiek gaan kijken wat in zijn teelt en onder zijn condities werkt.”

### Meedoen met zoektocht

Het goede nieuws is volgens Spaargaren dat de teler zelf al aan de gang kan gaan met organische bemesting en biostimulanten. “Hoewel we het met metingen niet direct kracht kunnen bijzetten, weten we wel dat het werkt.” Als voorbeeld grijpt hij terug op het uitstellen van grondstomen in de chrysantenteelt. “Als je direct na het stomen gunstige organismen inbrengt, heeft dat als voordeel dat je goed van start kan gaan met de teelt. De grond is leeg, alle nadelige micro-organismen zijn gedood. Daarna krijg je een explosieve groei van nieuwe, gunstige, micro-organismen. Dat zie je niet direct, maar dat gebeurt wel. Telers die dat willen, hebben met de bodemlevenmonitor een globale indicatie om te zien wat er in hun grond gebeurt.”

Vermeer besluit: “Het zou mooi zijn als we op basis van bepaalde grondmonsters op de schaal van weerbaarheid kunnen aangeven hoe het met de bodemvitaliteit is gesteld en waar een teler naartoe moet. Dat gaat waarschijnlijk nog wel een aantal jaren duren, maar iedereen die dat wil kan meedoen met de zoektocht daar naartoe. Die zoektocht moeten we aangaan omdat er steeds meer uitdagingen komen op het gebied van gewasbescherming. We weten dat het in de toekomst steeds groener zal (moeten) worden. Een vitale bodem is één onderdeel om toekomstbestendig te telen.”



Sander Vermeer, Jan Willem Spaargaren en Frank Hoerberichts





'MEER EN BETERE WORTELS,  
**BETERE GROEI EN**  
**KWALITEIT**, ZWAARDERE  
TAKKEN EN MEER KNOPPEN'







# 'DIE VERSNIPPERING, DAAR BAAL IK BEST VAN'

Een platform waar de Nederlandse glastuinbouw jaarrond kennis kan delen, op de hoogte blijft van de laatste ontwikkelingen in de sector en als kers op de taart elkaar fysiek ontmoet. Dat is wat HortiContact wil bieden. "We willen het hele jaar door relevant zijn voor tuinbouwondernemers, niet alleen die drie dagen in maart. Maar tijdens het event zelf blijft dat gezellige netwerkmoment wel het uitgangspunt", aldus Lucas van 't Hof, Head of Cluster Agri & Horti bij organisator Easyfairs.

**Tekst:** Jacco Strating

**Fotografie:** Astrid Grootcholten

Afgelopen februari vond HortiContact voor het eerst sinds corona weer zonder beperkingen plaats. Niet alleen de tuinbouwsector, maar ook organisator Easyfairs snakte naar dat moment, zegt Lucas van 't Hof. In 2018 ging hij bij Easyfairs aan de slag als Head of Event binnen het Agri-cluster, maar na een jaar veranderde alles door de pandemie. Beurzen vielen weg en de internationale beursorganisator moest reorganiseren. "Het was best een pittige periode, waarin we met elkaar heel nadrukkelijk over de toekomst zijn gaan nadenken", zegt Van 't Hof. "De clusters Agri en Horti werden samengevoegd en ik werd daarvoor verantwoordelijk met het doel om onze beurzen, waaronder ook HortiContact, relevanter te maken. Niet slechts een paar dagen per jaar, maar het hele jaar door."

## **Vooral luisteren**

Tot aan corona ging het goed met HortiContact, geeft Van 't Hof aan. "Het concept stond: een beurs in onze eigen hal in Gorinchem, waardoor we de prijs per vierkante meter relatief laag konden houden en waarbij we een all-in-pakket aanboden. Van een uitnodigingenservice vooraf tot en met de catering tijdens de beurs. In de basis klopte die formule, maar we constateerden ook dat die opzet niet toekomstbestendig was. Als we echt relevant willen blijven, dan zullen we meer moeten bieden dan drie dagen beurs per jaar. Daar zijn wij mee aan de slag ge-

gaan. Door in gesprek te gaan met de sector, maar vooral door te luisteren. Want je moet dondersgoed weten wat er in de markt speelt, anders kun je geen stap voorwaarts maken."

Volgens Van 't Hof werd er de laatste jaren onvoldoende geluisterd naar wat exposanten en bezoekers wilden en stonden niet altijd alle thema's goed op de radar. "Daardoor konden we niet genoeg vernieuwend zijn. Wil je aansluiting vinden bij de doelgroep, zowel inhoudelijk als in praktische zin, dan heb je de sector gewoon keihard nodig. We kunnen een event als dit niet alleen organiseren, dat moet je met elkaar doen. De voornaamste vraag is: waarom komt een bezoeker naar Gorinchem? Komt hij om kennis op te halen of toch vooral om zijn leveranciers en collega's te spreken? Uit de gesprekken die wij hebben gevoerd, bleek vooral dat ontmoetingsmoment belangrijk. Het is dan aan ons om exposanten en bezoekers daar optimaal in te faciliteren. Een goed voorbeeld is het thema uitgangsmaterialen. Dat is onderbelicht geweest, maar gaat de komende edities veel meer aandacht krijgen. Maar ook thema's als de toekomst van de tuinbouw en de energietransitie keren natuurlijk terug."

## **Netwerkterrassen**

Tijdens de afgelopen editie van HortiContact werd daar in zekere zin al invulling aan gegeven, maar het kan en

moet nóg beter, weet ook Van 't Hof. "Natuurlijk doen we nog niet alles goed en zijn er verbeteringen mogelijk. Maar we hadden wel de juiste bezoekers in huis, zo bleek uit de feedback van deelnemers. Want het gaat niet zozeer om de hoeveelheid mensen die je spreekt, maar om wie je spreekt. Kwaliteit boven kwantiteit." Overall was het gevoel dan ook goed na de laatste beurs. "Men vond dat het goed georganiseerd was, maar misschien wel weer iets té strak, wat ten koste ging van de gezelligheid. Door daar open over te communiceren met elkaar, kunnen we daar voor de volgende editie mee aan de slag." Van 't Hof wijst onder meer naar het foodcourt, dat in coronatijd zijn intrede deed. "We hadden de catering op een plein geconcentreerd, waar er voorheen ook cateringpunten verspreid over de beursvloer waren. Voordeel is dat er dan geen rijen op de beursvloer zelf staan en dat er geen rotzooi in stands achterblijft. Maar mensen vonden het ook minder gezellig. In 2024 willen we daarom netwerkterrassen introduceren, waardoor men toch een hapje en een drankje kan doen tussen de stands in. Daarmee brengen we de gezelligheid terug, maar combineren we het ook met de mogelijkheid om te netwerken en dus met een stukje relevantie."

Het is slechts een voorbeeld van de veranderingen die Easyfairs wil doorvoeren, geeft Van 't Hof aan. Zo worden ook de openingstijden volgend jaar aangepast, waardoor de avondopenstelling op de dinsdag en donderdag komt te vervallen. "Die wijziging past bij wat de sector wil. Door schaalvergroting binnen de tuinbouw is de taakverdeling op bedrijven veranderd. In het verleden waren veel ondernemers overdag te druk om naar een vakbeurs te komen. Tegenwoordig kunnen zij daar wel tijd voor vrijmaken, omdat veel taken gedelegeerd zijn. Mits het de moeite waard is. Wij hebben er alle vertrouwen in dat we met HortiContact voldoende relevantie kunnen bieden, zodat ondernemers een bezoek aan de beurs tussen 10.00 en 18.00 uur willen en kunnen inplannen. Maar wie dat wil, kan op de woensdag ook nog steeds tussen 13.00 en 21.00 uur in Gorinchem terecht. Door de avond op één dag in ere te houden, bieden we partijen de mogelijkheid om 'iets gek's' te doen op het podium of om 'iets gezelligs' voor relaties te organiseren."

### Nationale focus

Een professionaliseringsslag, dat is wat HortiContact momenteel doormaakt, geeft Van 't Hof aan. "Met een sterke focus op Nederlandse tuinbouwondernemers. Andere events zijn goed in het aanspreken van de internationale markt, onze kracht ligt juist op het nationale stuk. Dat pad

zullen wij dan ook nadrukkelijk volgen. Ik ben ervan overtuigd dat wanneer de Nederlandse tuinbouw uitgaat van eigen kracht en wij een podium bieden om de trots van de sector te tonen, die internationale interesse vanzelf volgt. Natuurlijk is iedereen welkom, maar HortiContact wil vooral een Nederlandse beurs zijn. En als je zegt dat te willen zijn, moet je dat ook tonen."

Toch wil Van 't Hof nog een stap verder gaan. Door ook elders in het jaar contactmomenten te organiseren en door online kennis te delen moet HortiContact uitgroeien tot een jaarrond platform. "Denk hierbij aan de Dag van de Tuinbouw in het najaar, maar we willen ook samenwerken met en aansluiten bij andere initiatieven binnen de sector. Qua events is de tuinbouw enorm versnipperd en ja, daar baal ik best van. Door die versnippering gaan mensen namelijk keuzes maken. Dat kan anders en beter. Als we de handen ineen slaan, kunnen we denk ik veel meer mensen bereiken. HortiContact is door de jaren heen uitgegroeid tot hét zakelijke event voor de Nederlandse tuinbouw. Hoe gaaf zou het zijn als daar allerlei events en bijeenkomsten omheen worden georganiseerd, zodat we een soort van 'hortiweek' in het leven kunnen roepen? Met verbindingen tussen Gorinchem, het Westland en Aalsmeer. Misschien is het een utopie, maar ik vind het wel een interessant idee om gezamenlijk te verkennen in het belang van de tuinbouw."

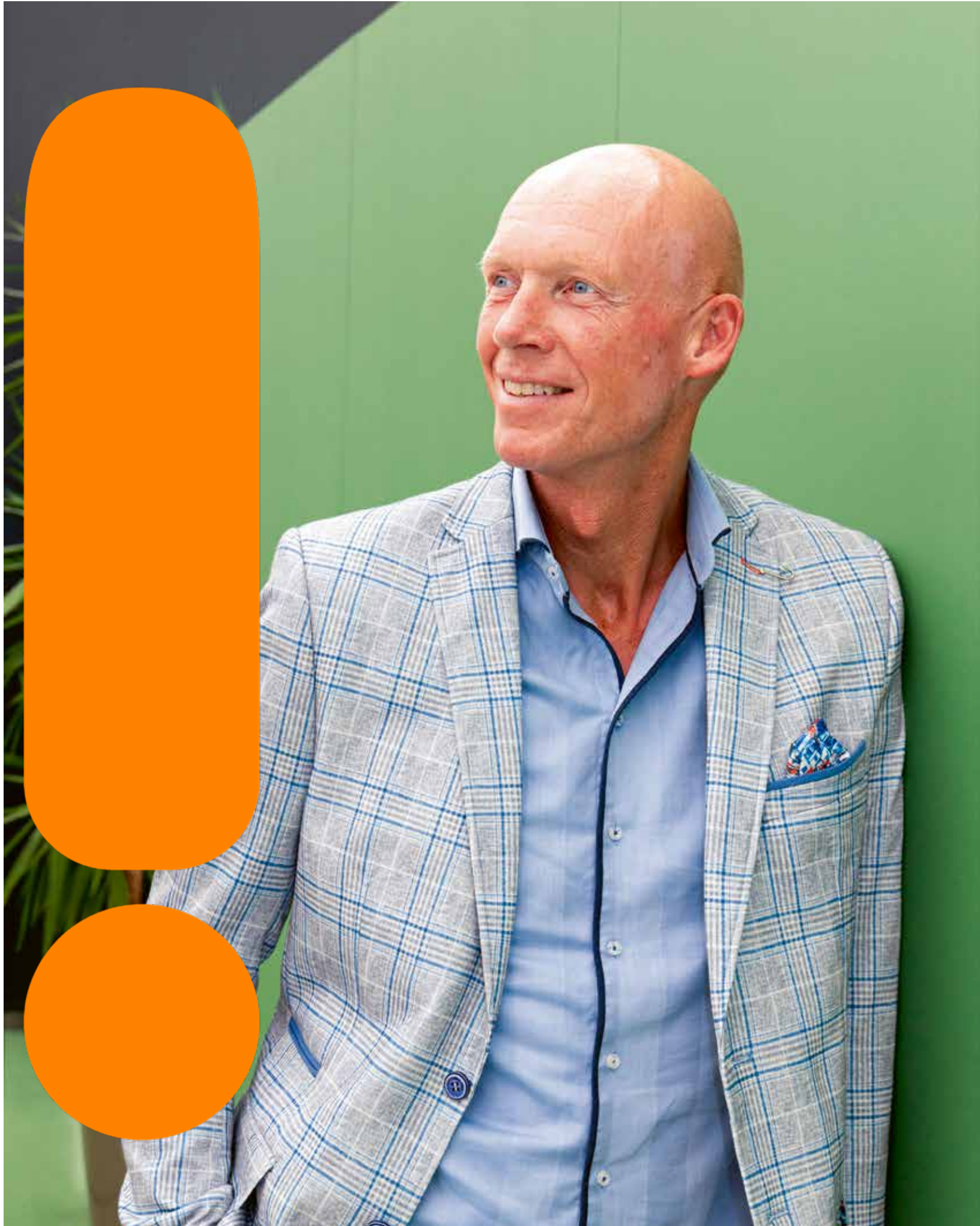
### Hernieuwd fundament

'HortiContact, waar de toekomst begint', zo luidt de nieuwe slogan, verkapt Van 't Hof. "We hebben dit jaar een hernieuwd fundament gelegd, laten we daarop verder bouwen. Een concept moet zich mee ontwikkelen met de sector die het bedient. Ik denk dat zowel HortiContact als de sector de laatste jaren zoekende is geweest door corona en de energiecrisis. Nu is het tijd om stappen te zetten. We hebben in Gorinchem een oppervlakte van 25.000 m<sup>2</sup> beschikbaar, waar HortiContact de laatste twee beursedities 75 procent van heeft gebruikt. Ik heb er enorm veel zin in om ook de overige ruimte in te vullen met enthousiaste deelnemers en nieuwe thema's als robotisering, Artificial Intelligence, duurzaamheid en arbeid. Gelukkig staan verschillende partijen te trappelen om met ons mee te denken en bij deze roep ik iedereen op om zich óók te melden voor die denktank. Als je bij een restaurant voor de deur staat en je ziet niets lekkers op de menukaart, dan loop je door. Daarom moeten we samen bepalen hoe de menukaart van HortiContact eruit gaat zien, zodat bezoekers niet alleen nu, maar ook in de toekomst bij ons naar binnen willen."





'WE HEBBEN DIT JAAR EEN  
**HERNIEUWD FUNDAMENT**  
**GELEGD**, LATEN WE DAAROP  
VERDER BOUWEN'





# 'GOUDEN FORMULE OM ELKAAR TE VERSTERKEN'

Tuinbouwondernemers helpen met vraagstukken, onderwijs beter laten aansluiten op de praktijk, doorlopende leerlijnen opzetten, proef- en experiencecentra voor iedereen openstellen en de samenwerking tussen ondernemers, overheden, onderwijs- en kennisinstellingen verder vergroten. Dat is kort samengevat het uitgangspunt van het ontwikkelingsprogramma dat Greenport West-Holland namens verschillende partijen heeft ingediend bij het Nationaal Groeifonds. Fabian van der Horst, directeur bij Inholland Delft, is trots op de plannen die onderwijs en bedrijfsleven volgens hem meer dan ooit bij elkaar brengen.

**Tekst:** Jacco Strating

**Fotografie:** Daniëlle Jiskoot

Greenport West-Holland is een van de meest toonaangevend sectoren van Nederland, meent Fabian van der Horst. Om dat toekomstbestendig te houden, is het volgens hem essentieel om het menselijk kapitaal continu op orde te hebben en om medewerkers mee te kunnen nemen in de ontwikkelingen en uitdagingen binnen de sector. "Juist door krachtenbundeling van bedrijfsleven en onderwijs kun je dat voor elkaar krijgen."

Van der Horst is sinds 2021 directeur Agri, Food & Life Sciences bij Inholland Delft. Daarvoor was hij twintig jaar werkzaam als Directeur Bedrijven bij Rabobank. Hij is groot voorstander van een samenwerking tussen de vier o's: ondernemers, onderzoek, onderwijs en overheid. "Een beproefde succesformule, waarmee een versnelling kan worden aangebracht in het toekomstbestendig maken van een sector of branche. Door de uitdagingen met elkaar te lijf te gaan, maak je meer impact dan wanneer iedereen dat voor zich doet." Om die samenwerking te stimuleren zijn landelijke Groeifondsen en regionale subsidieprogramma's (Katapult) opgezet. "Je moet al een toonaangevend ecosysteem zijn om daar aanspraak op te kunnen maken, maar als Greenport West-Holland voldoen wij daar volledig aan doordat wij de afgelopen jaren hard hebben gewerkt om die samenwerking invulling te geven."

## Sprake van mismatch

Langere tijd was er volgens Van der Horst sprake van een mismatch tussen tuinbouwondernemers en het onderwijsaanbod. "Die twee moesten dichterbij elkaar worden gebracht.

Daarom hebben we met tal van partijen vanuit Greenport West-Holland een prachtig programma ontwikkeld en aangeboden voor een subsidie. Alle ondernemers en organisaties uit deze regio hebben dat plan ondertekend en zijn aan elkaar gecommitteerd om beide werelden bij elkaar te brengen." Indien de subsidie vanuit het Groeifonds wordt toegekend, komt er tussen de 9 en 12 miljoen euro beschikbaar voor innovatie en het mogelijk maken van verbeteringstrajecten. Het bedrijfsleven zal eenzelfde bedrag 'in kind' beschikbaar moeten stellen door mensen en tijd vrij te maken. "Daarmee praten we dus over een verbetering van de Nederlandse economie in de komende jaren ter waarde van ongeveer 20 miljoen euro. Dat is substantieel."

Van der Horst beschrijft vijf actielijnen waarlangs het leren, innoveren, ondernemen en onderzoeken bij elkaar moeten worden gebracht. "De eerste lijn betreft ondernemers die bepaalde vraagstukken hebben. Zij zijn op zoek naar kennis, experts of handjes en kunnen nu eigenlijk alleen naar een consultant toe of een stagetraject opzetten. Straks kan men echter op drie campussen -World Horti Center in Naaldwijk, Horti Science Park in Bleiswijk en Dutch Fresh Port in Barendrecht - met teams van medewerkers en studenten aan de slag om die vraagstukken concreet beet te pakken."

## 'Up to speed' brengen

De tweede actielijn betreft het wijzigen van de onderwijsprogramma's op basis van de wensen en thema's die bij onder-

nemers in de tuinbouw leven. “We gaan het onderwijsaanbod aanpassen aan de huidige tijd en praktijk door meer aandacht te besteden aan bijvoorbeeld A.I. en robotica en juist minder aan specifieke teeltkennis. Dat wat het bedrijfsleven nodig heeft, moet het uitgangspunt worden van het onderwijs dat wij straks gaan aanbieden.” Tegelijkertijd zal een cursusaanbod worden opgezet met doorlopende leerlijnen, geeft Van der Horst aan. “Actielijn drie richt zich dan ook op ‘een leven lang leren’. Door de juiste cursussen te ontwikkelen, willen we duizenden medewerkers in de tuinbouw ‘up to speed’ brengen en naar een hoger niveau tillen. Niet eenmalig, maar continu en ook weer ingegeven door de wensen van de sector.”

Dat alles zal extra worden gefaciliteerd door middel van proef- en experiencecentra. “Voor bedrijven is het vaak te duur om dergelijke faciliteiten zelf op te zetten. Daarom gaan we proefkassen en onderzoeksfaciliteiten openstellen en beschikbaar maken voor iedereen die daarvan gebruik wil maken binnen de Greenport. Dat is de vierde actielijn die in ons programma is opgenomen. En de laatste actielijn omvat de infrastructuur van ons eigen ecosysteem. Het heeft veel tijd en energie gekost om dat op te bouwen. We willen er dan ook aan blijven werken om die samenwerking tussen de vier o’s de komende jaren te behouden en verder te versterken. Want uiteindelijk vormt dat de basis voor alles.”

### **Kleur op de wangen**

Volgens Van der Horst profiteren alle partijen van het ontwikkelprogramma. “Iedereen investeert erin en iedereen krijgt er ook iets voor terug. Ondernemers staan voor grote maatschappelijke uitdagingen en die ontwikkelingen gaan razendsnel. Bovendien neemt de krapte op de arbeidsmarkt alleen maar verder toe. Door relevantere opleidingen te bieden en samen na te denken over innovaties en oplossingen, kunnen we de sector vitaal houden en direct ook het imago van de tuinbouw verbeteren. Want de Greenport is meer dan een verzameling kassen. Het is een hele aantrekkelijke sector waarin je kunt meewerken aan het zoeken van oplossingen voor de uitdagingen van de toekomst. Maatschappelijke uitdagingen die ons allemaal aangaan. Ik geloof erin dat dit programma de sector als geheel naar een nóg hoger niveau brengt en nóg professioneler maakt en daarmee ook wat

meer kleur op de wangen geeft. Zodat de tuinbouw zich in de toekomst sterker kan positioneren en jonge professionals meer zal aanspreken.”

Ondernemers zijn volgens Van der Horst ‘de enige soort op aarde’ die praten naar doen kunnen brengen, zegt hij gekscherend. “Zij zijn meesters in slagkracht, verandervermogen en executiekracht. Die elementen zullen straks ook een versnellende werking hebben op de andere partijen binnen deze krachtenbundeling. Onderwijs, overheid en onderzoek staan minder bekend om hun executiekracht en snelheid, maar hebben weer andere vaardigheden. Zij hebben weer de kennis en de capaciteiten om de dromen van ondernemers mogelijk te maken. Je hebt elkaar dus nodig en gaat nu elkaars supertalenten gebruiken. Ik vind deze krachtenbundeling daarom echt een gouden formule om elkaar te versterken.”

### **Commitment maakt verschil**

Losse ontwikkelprogramma’s, vaak alleen vanuit óf ondernemersorganisaties óf onderwijs, óf de overheid brachten in het verleden vaak niet wat daarvan werd verwacht. Het verschil zit volgens Van der Horst in het commitment dat alle betrokken partijen binnen de huidige samenwerking hebben afgegeven. “Als je doet wat je deed, dan krijg je wat je kreeg. Dit keer zijn we anders van start gegaan en geloof ik oprecht dat we ook een beter en mooier resultaat krijgen. Maar alleen door wat we de afgelopen jaren met elkaar hebben opgebouwd binnen de Greenport. Ik word niet snel sentimenteel, maar deze mate van krachtenbundeling heeft nog niet eerder in deze regio plaatsgevonden en daar ben ik enorm trots op.”

Of het programma de subsidie ook daadwerkelijk ontvangt, moet nog even worden afgewacht. “De aanvraag is in april verzonden, samen met 18 andere aanvragen vanuit verschillende regio’s in Nederland. Daarvoor zullen zo’n 15 aanvragen naar verwachting worden gehonoreerd. In de zomer moet daar een klap op worden gegeven door de overheid. We hebben uiteraard goede hoop dat dat de goede kant opvalt en zodra er groen licht is, gaan we ook direct aan de slag. We staan te popelen om tot actie over te gaan.”

**‘WE HEBBEN ELKAAR NODIG  
EN GAAN NU ELKAARS  
SUPERTALENTEN GEBRUIKEN’**







# UIT DE GREENPORT: HOUWELING GROEP

In elke KAS 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 Jaco de Vries, Horticulture Director bij Houweling Groep.

**Tekst:** Suzan Croijmans

**Fotografie:** Astrid Grootcholten





Houweling Groep weet niet anders dan duurzaamheid in de bedrijfsvoering mee te nemen. Sterker nog, het familiebedrijf heeft er in 1925 zijn bestaansrecht aan ontleend. Alleen toen was duurzaamheid nog geen woord en de aanleiding had een andere reden. Visionair was het wel, want Houweling Groep is het duurzame gedachtegoed altijd trouw gebleven en heeft, met een honderdjaar lange ervaring, een voorsprong opgebouwd.

Cor Houweling was de eerste van de familie die zich op de tuinbouw richtte met zijn revolutionaire krijtproduct voor kassen om planten tegen instraling van zon en hoge temperaturen te beschermen. Zijn inspiratie hiervoor haalde hij uit het calciumcarbonaat, de grondstof voor krijt. Zijn product werd een doorslaand succes in de tuinbouw en voor de groeiende verkopen had hij meer verpakking nodig. Bij de Rotterdamse haven haalde hij afgedankte emmers, jerrycans en vaten op. Hij maakte ze schoon en gaf ze een tweede leven. En nam ze weer retour voor hergebruik, of om te recyclen. Het was het begin van de huidige verpakkingdivisie, die binnen de Houweling Groep nu de grootste en sterkst groeiende tak is binnen het bedrijf. Sinds zes jaar heeft Houweling een eigen fabriek om van het geshedderde plastic verpakkingmateriaal nieuwe verpakking te maken.

De visie van toen is actueler en betekenisvoller dan ooit. Houweling draagt die met verve uit. Safe Keepers noemen ze zichzelf en dat omvat meer dan alleen veiligheid. "Wij beschermen drie dingen", zegt Jaco de Vries, directeur van de divisie Horticulture: "personen, producten en planten. De kern van Houweling Horticulture is beschermen en stimuleren van planten. We hebben sterk ingezet op de ontwikkeling van biostimulanten, producten van natuurlijke oorsprong, die de weerbaarheid van planten verhogen." De Vries is dan ook blij met de aandacht van Greenport West-Holland voor een duurzame bedrijfsvoering en circulair ondernemen. De toepassing van biostimulanten past goed binnen het thema. Hij noemt het een van de grote uitdagingen waar de tuinbouw voor staat. "De Greendeal 2030 bepaalt dat het gebruik van chemische gewasbeschermingsmiddelen afgebouwd moet worden en voor 2023 moet een halvering in het gebruik van pesticiden worden gerealiseerd."

Om die reden wordt, onder andere door het bedrijfsleven, veel geïnvesteerd in het ontwikkelen van biologische alternatieven zoals biostimulanten, natuurlijke gewasbeschermingsmiddelen en biocides. "Het is frustrerend dat de huidige wetgeving achterloopt op deze ontwikkeling en de verdere uitwerking van deze producten tegenhoudt. Het probleem is dat de biologische producten onder dezelfde regelgeving vallen als de chemie. De wet moet hiervoor aangepast worden. In de afgelopen jaren is hiervoor veel lobby gevoerd in Den Haag. Naast het feit dat de overheid hierin heel traag acteert, is de capaciteit bij de toelatingscommissie CTGB een groot probleem. Zij hebben nauwelijks tijd om nieuwe producten te beoordelen. Ze zouden hiervoor ook beter mensen met een biologische in plaats van een chemische achtergrond moeten inzetten. Wanneer deze knelpunten door de overheid niet snel worden aangepakt, zorgt de overheid er zelf voor dat het behalen van de milieudoelstellingen in gevaar komen en dat doorontwikkeling van deze innovaties stagneren", zegt De Vries. "Het is op z'n zachts gezegd toch echt een gemiste kans dat oplossingen, die de sector heel hard nodig heeft om de Greendeal-doelstellingen te behalen, niet toegepast kunnen worden omdat de overheid zelf in gebreke blijft." De Vries gelooft dat de Greenport een rol kan spelen door de overheid dichter bij de praktijk te brengen, wat de bewustwording bij de overheid zal vergroten.

### **Andere mindset**

Het werken met biostimulanten en natuurlijke gewasbeschermingsmiddelen vraagt ook een andere mindset van kwekers. Chemische middelen worden veelal pas ingezet wanneer teeltproblemen zich voordoen. Biostimulanten worden preventief ingezet om problemen in het gewas juist te voorkomen. Dit betekent dat er anders gewerkt en geïnvesteerd moeten worden. "Opleidingscentra zouden hieraan meer aandacht moeten besteden. Daarom vind ik het waardevol dat Greenport West-Holland het bedrijfsleven, onderwijs en overheid bij elkaar brengt en weet te inspireren. De hechte band die bedrijven binnen de sector vroeger als vanzelf hadden, is losser geworden. De Greenport heeft die verbindende rol weer opgepakt. We hebben elkaar gewoon keihard nodig."



“Zo groen mogelijk naar de toekomst”

*Richard van Schie,  
Santiniwkerij 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.



**SCAN EN VOLG!**  
**VOLG KAS OP INSTAGRAM**



# HYBRIDE IS DE TOEKOMST

Een hybride auto kan zo'n 40 of 50 kilometer volledig elektrisch rijden. Dat is lekker voor eigenaren van hybride auto's, want het leeuwendeel van de ritjes van de gemiddelde Nederlander is korter dan 50 kilometer. Ooit was het bijtellingspercentage ook nog eens gunstig...

Enfin, ik wil het niet hebben over hybride auto's maar over hybride docenten. Dat zijn docenten die een dagdeel, soms twee, in het onderwijs werken terwijl ze daarnaast een mooie baan hebben in een relevante sector. Een hybride docent lijkt dus wel een beetje op hybride auto. Het leeuwendeel van de kilometers wordt in het bedrijfsleven gemaakt en een klein deel in het onderwijs. De opleiding Tuinbouw & Agribusiness heeft een aantal hybride docenten. Mannen en vrouwen met een half been in het onderwijs en anderhalf been in het bedrijfsleven. Fantastisch dat zij deze keuze maken om zo een bijdrage te leveren aan goed beroepsonderwijs. Want van onderwijs word je niet rijk namelijk. Wacht, dat klopt niet. Je wordt er wel rijk van namelijk. Maar dan vanuit het perspectief zingeving, ervaring, werkplezier, netwerk en creativiteit.

Op dit moment ben ik op zoek naar een docent teelt en een docent business. Dat mag hybride. Ontwikkelingen rondom AI, autonoom telen, duurzaamheid, energie maar ook category management, digitalisering

en online marketing gaan zo snel dat wij dat niet in een onderwijsprogramma weggeschreven krijgen. Terwijl we studenten toch willen meenemen in deze ontwikkelingen. U bent waarschijnlijk op de hoogte van de groeifonds / katapult aanvraag die Greenport West-Holland heeft gedaan. Het voor onderwijs bijna duizelingwekkend bedrag van negen miljoen euro wordt dan beschikbaar gesteld om het groene onderwijs in de regio West Holland nog beter te laten aansluiten op de beroepspraktijk, juist op de door mij zojuist genoemde thema's. Voor zowel studenten als werkende professionals. Al die opgeschreven ambities kunnen wij gemakkelijker behalen op het moment dat we nog sterker team van hybride docenten hebben.

Met GreenTech, FlowerTrials, HeroFestival en tal van andere mooie events voor de deur, gaan we proberen op de ouderwetse manier kennis op te halen voor onze studenten en eigen ontwikkeling. Door er, met studenten, naar toe te gaan en het gesprek aan te gaan. Klinkt wat ouderwets in een tijd dat ChatGPT het toch beter schijnt te weten.

Als u na het lezen van dit stuk interesse heeft om eens van gedachten te wisselen wat uw organisatie kan betekenen voor het groene onderwijs, schroom dan niet contact op te nemen. Maar ook als er ergens in u een docent verstopt zit. Want hybride is de toekomst!

## Raymond Hedges

is teamleider Tuinbouw & Agribusiness bij Inholland.



# ENERGIE BESPAREN



54

**Tekst:** Ank van Lier

**Fotografie:** Sharon van den Berg

Twee jaar geleden werd op één van de locaties van het huidige The Valley in De Lier geswitcht van de tomaten- naar de hogedraadkomkommerteelt. Tegelijkertijd met deze ommezwaai stopten de ondernemers met volledig belichten. Om desondanks voldoende temperatuur in de kas te houden en daarnaast energie te besparen, investeerden zij begin dit jaar in een tweede scherm; het Luxous 1147 FR-scherm van Svensson. Met name de hoge lichtdoorlatendheid van dit energiescherm was hierbij doorslaggevend.

'The Valley' is een relatief nieuwe naam in de vruchtgroentewereld. Het bedrijf ontstond namelijk begin dit jaar uit een fusie tussen vier bedrijven: Kwekerij Greenway, Kwekerij GreenValley, Voort Tomaten en Kwekerij Van den Berg. De nieuwe onderneming omvat nu zeven locaties in met name het Westland, en telt een totaaloppervlak van circa vijftig hectare. De afzet loopt via Growers United. "Zes locaties zijn gereserveerd voor de teelt van diverse types tomaten, op één locatie telen we komkommers. En wellicht dat er in de toekomst nog andere vruchtgroenten aan dit palet worden toegevoegd", vertelt Jack Groenewegen. Hij is één van de vier directeuren van het bedrijf. Tot begin dit jaar was hij eigenaar van Kwekerij Greenway en medeaandeelhouder van Kwekerij GreenValley. Met de fusie wilden de ondernemers hun bedrijven klaarstomen voor de toekomst. "Een meervoudige directie - deze bestaat nu uit vier personen - biedt de kans om te specialiseren. En dat is een groot voordeel, aangezien je als teler vandaag de dag van



# IN KOMKOMMER

vele markten thuis moet zijn. Dat is niet meer te behappen in je eentje. Het is daarom goed dat we de taken nu kunnen verde- len.”

## Behoeftte aan extra temperatuur

Aan de komkommerlocatie van The Valley in De Lier kleeft een bijzonder verhaal. Aanvankelijk werden in deze kas, die in 2019 werd gebouwd en toen onderdeel was van Kwekerij GreenValley, namelijk tomaten geteeld. “Vanwege virusproblemen besloten we na circa anderhalf jaar echter over te stappen naar de teelt van hogedraadkomkommer”, zegt Groenewegen. “Met deze overstap stopten we ook met volledig belichten; dat is namelijk minder gebruikelijk in komkommer. Wel belichten we in de eerste maanden van het jaar soms nog enkele uren van de dag, afhankelijk van de product- en elektriciteitsprijzen.”

De teler merkte dat de temperatuur in de kas behoorlijk daalde, als gevolg van het wegvallen van de belichtingswarmte. “Dat was teeltechnisch niet wenselijk, ook vergde dit meer energie-inzet. Om die reden besloten we afgelopen najaar te investeren in een tweede scherm. Daarnaast is het sowieso zaak om zoveel mogelijk in te zetten op energiebesparing, aangezien fossiele energie vanaf 2025 zwaarder wordt belast. In de betreffende kas hing overigens al een Obscura FR-scherm van Svensson, om de lichtuitstoot te beperken.” Het tweede scherm werd een Luxous 1147 FR-scherm, ook uit de koker van Svensson. De hoge lichtdoorlatendheid van dit energiescherm was doorslaggevend in deze keuze, geeft de ondernemer aan. “We wilden weliswaar meer temperatuur in de kas, maar anderzijds ook zo min mogelijk productie inleveren. Daarom was een hoge lichttransmissie cruciaal voor ons. En het Luxous 1147 FR-scherm is wat dit betreft koploper in de markt.”

## 15 tot 20 procent minder gas

Het energiescherm werd medio januari geïnstalleerd, net na de start van de nieuwe teelt. In de nacht zijn nu beide schermen dicht, overdag is alleen het energiescherm gesloten. “Tenmin- ste, als het koud is. Naarmate het warmer wordt, trekken we het scherm in de loop van de ochtend open”, zegt Groenewegen. Bjorn van Wingerden, teeltverantwoordelijke voor de betref- fende locatie, merkte de afgelopen maanden duidelijk dat de warmte dankzij het scherm beter in de kas bleef hangen. “Vorig jaar trokken we het lichtuitstootscherm meestal rond half acht 's ochtends open; anders hadden de medewerkers onvoldoen-







de zicht. Dit zorgde echter voor een temperatuurval van gemiddeld drie graden. Nu houden we het energiescherm dicht, in ieder geval tot in de loop van de ochtend. Als we dit dan opendoen, is er al voldoende instraling van buiten en geen sprake meer van een kouval. Dit komt de gewasgroei ten goede, ook besparen we op die manier energie. Ik schat dat we dankzij het tweede scherm gedurende de wintermaanden zo'n 15 tot 20 procent konden besparen op onze gasinzet."

Ook de koptemperatuur van het gewas komt volgens locatieverantwoordelijke Leendert Vaandrager gemiddeld hoger uit, wat de plantgroei ten goede komt. Het is volgens hem echter moeilijk te bepalen of dit specifiek komt door het tweede scherm. "Ook het feit dat we in de eerste maanden van het jaar wat belichten, draagt hier waarschijnlijk aan bij. Dit is moeilijk uit elkaar te trekken." Hoewel het scherm goed vochtdoorlatend is, is kieren volgens Vaandrager nog wel een must. "Op een bepaald moment heb je zoveel gewas staan, dan houd je het vocht gewoonweg niet meer onder controle. Helemaal op momenten dat ook nog de lampen aangaan."

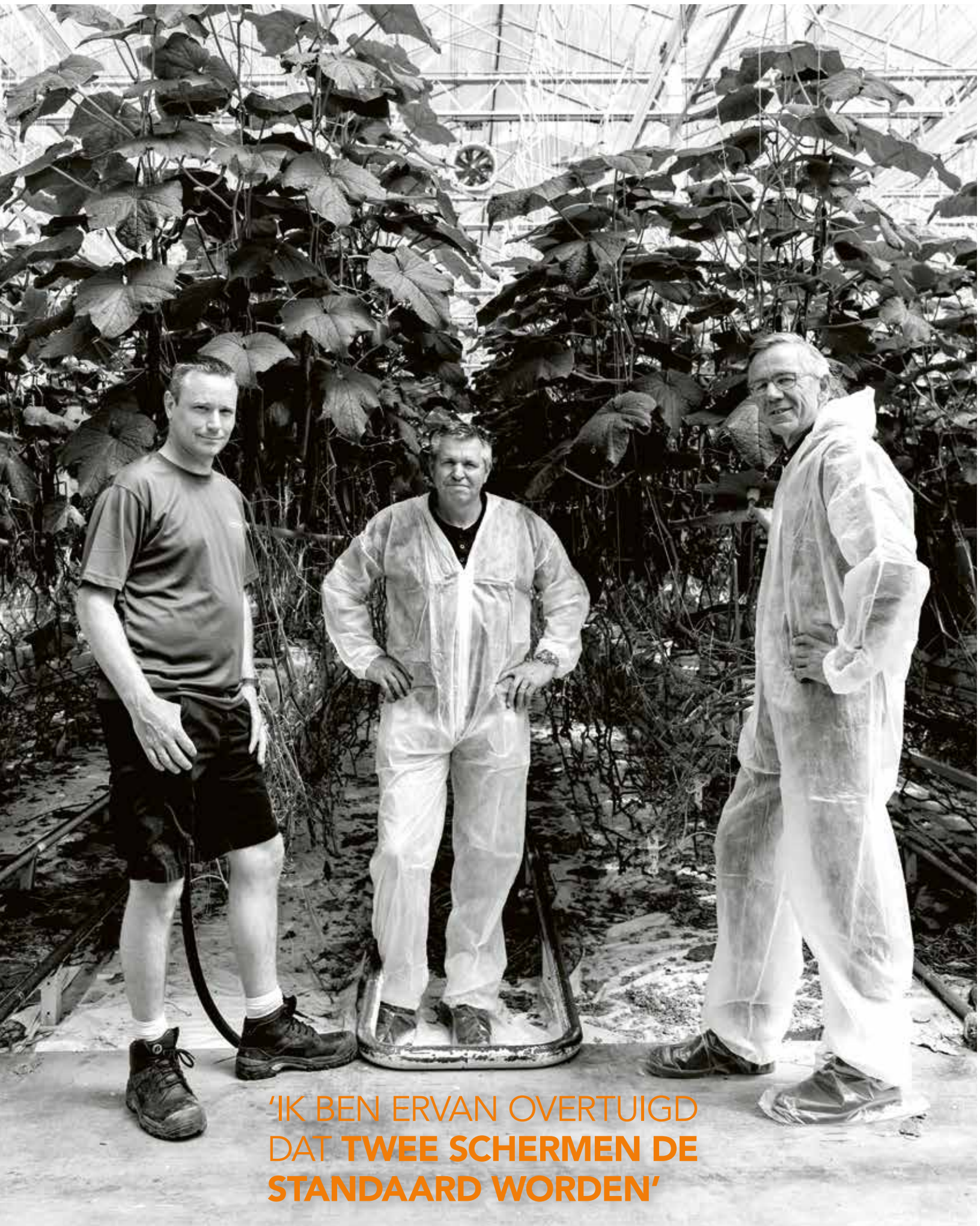
### Meerwaarde onder de streep

Of het lichtverlies door het tweede scherm ook daadwerkelijk resulteert in een lagere productie en zo, ja hoeveel precies, kan Groenewegen nog niet zeggen. "We hadden dit jaar natuurlijk een donker voorjaar, dus dat is niet representatief. Hoe de productie zich gaat ontwikkelen, dat is nog wel spannend. Maar ik heb er alle vertrouwen in dat deze niet te zeer zal teruglopen. Daarbij: zonder scherm hadden we ook productieverlies gehad, als gevolg van een lagere temperatuur. Ook hadden we dan meer energie moeten inzetten. Dit Luxous 1147 FR-scherm levert onder de streep absoluut een meerwaarde op: we hebben méér temperatuur, een maximale hoeveelheid licht en besparen op energie."

Vaandrager en Van Wingerden onderschrijven dit. "Daar komt nog bij dat we het scherm in het voorjaar en de zomer ook inzetten om licht weg te schermen, om zo verbranding te voorkomen. Daar ligt nog een extra winstpunt", geeft Bjorn van Wingerden aan.

Vanwege de positieve ervaringen overweegt Jack Groenewegen om ook op de vier Valley-locaties met een enkel doek te investeren in een tweede scherm. "En dan is het Luxous 1147 FR-scherm absoluut in de race. Ik ben ervan overtuigd dat twee schermen op termijn de standaard worden, zeker met de verhoging van de energiebelastingen die eraan zitten te komen."





**'IK BEN ERVAN OVERTUIGD  
DAT TWEE SCHERMEN DE  
STANDAARD WORDEN'**





I ♡ AM  
RECYCLED  
RECYCLABLE



# HELDERE CIJFERS OVER DUURZAAMHEID VERPAKKINGEN

Je kunt er niet omheen, bij alles wat we kopen en verkopen speelt verpakking een belangrijke rol. Met de toenemende belangstelling voor duurzaamheid ligt ook het verpakkingsmateriaal onder het vergrootglas. Bloemenemmers, bloemenhoezen, potten en tray's; ze hebben allemaal hun eigen footprint. Steeds meer bedrijven gebruiken deze informatie om keuzes te maken. Drie bedrijven uit de Horti Footprint Circle (voorheen Horti Footprint Chain Program) vertellen hoe footprints zorgen voor meer duidelijkheid, en daarmee discussies met bijvoorbeeld supermarktketens in een ander licht plaatsen.

59

**Tekst:** Ton van der Vliet

**Fotografie:** Simon Metselaar

De folie rondom een komkommer of de hoes rond een bos bloemen heeft één hoofddoel, en dat is het product langer laten meegaan. Dat op zich is al hartstikke duurzaam. Feit is ook dat van een verpakte plant de CO<sub>2</sub>-uitstoot van de verpakking slechts enkele procenten is; de meeste uitstoot zit 'm immers in het opkweken en laten groeien van de plant. Dat neemt niet weg dat door de hele keten heen – van teler tot supermarkt en consument – men óók wil weten hoe duurzaam een verpakking is.

## Impact van verpakkingen

JBB Packaging was er al vroeg bij om de impact van hun hoezen te berekenen, vertelt Sean van Bergenhe-negouwen van dit bedrijf: "We zijn in 2019 als eerste

verpakkingsbedrijf in onze sector begonnen met het berekenen van de impact van hoezen, omdat wij als hoezenexpert het als onze taak zien om onze klanten een onderbouwd antwoord te kunnen geven op hun vragen over duurzame verpakkingen. In dat jaar hebben we samen met Greenhouse Sustainability een rekenmodel ontwikkeld en onze eigen footprint door laten rekenen. In 2022 zijn we lid geworden van de Horti Footprint Circle om informatie uit te wisselen met andere bedrijven in onze sector over hoe we de sector verder kunnen verduurzamen. Met het model kunnen we onze klanten adviseren hoe ze de milieu-impact van hun verpakking kunnen verbeteren. Bijvoorbeeld door voor een ander materiaal te kiezen of minder inkt te gebruiken."

## Duurzame bescherming

Hét idee achter de Procona bloemenemmers is duurzaamheid. Alleen werd dat woord er nog niet opgeplakt toen Jan de Pagter zijn uitvinding in 1992 lanceerde. Hem ging het erom bloemen tijdens het transport zo goed mogelijk te beschermen. Om zo verspilling te voorkomen en de kwaliteit te borgen tussen het moment dat de bloemen de kwekerij verlaten en ze bij de consument aankomen. Het is nog terug te lezen in de naam, een samentrekking van 'from producer to consumer in aqua'. Loes van der Toolen, directeur van Pagter Innovations, roemt de kwaliteit van hun herbruikbare bloemenemmers, die 80 tot 100 keer hergebruikt kunnen worden en daarna volledig recyclebaar zijn. Dat hun producten duurzaam zijn, daarvan zijn ze al lang overtuigd. "Maar je wilt het ook op objectieve wijze laten zien. En inzichtelijk maken waar de voordelen precies zitten." Met Pinguin Projects en Greenhouse Sustainability hebben ze daarom een footprint tool ontwikkeld waarmee ze dat nu kunnen. Aan de hand van een duidelijke visual zie je in één oogopslag de procentuele besparing in CO<sub>2</sub>-uitstoot. Vergelijken met een eenmalige emmer wint Procona afgetekend, met maar liefst 52,5 procent minder CO<sub>2</sub>-uitstoot. Eenvoudige staafdiagrammen laten de verschillen zien op specifieke onderdelen, zoals bijvoorbeeld productie en transport. Van der Toolen heeft de LCA (Life Cycle Analysis) van hun producten aan diverse CSO's (Chief Sustainability Officer) van grote supermarktketens laten zien, en die waren zonder uitzondering enthousiast. "Zij zien duidelijk de voordelen op het gebied van duurzaamheid. Dat een investering in Procona lonend is, wordt per potentiële klant in een business case berekend."

## Petje af voor PET

Johannes Tuinhof en Joël Malefason van Bestebreurtje bieden de professionele sector maar liefst 10.000 tuinbouwproducten aan en proberen intussen de tuinbouw op allerlei manieren wat duurzamer te maken. Dat doen ze onder andere

met hun PET-trays. Kunststof verpakkingen zijn niet meer weg te denken uit de land- en tuinbouw, maar je hebt natuurlijk plastic en plastic. Bij Bestebreurtje werken ze al sinds de jaren negentig veel met PET (polyethyleentereftalaat) en met de jaren komen de voordelen van dat materiaal steeds beter naar voren. Malefason: "Met hulp van de Horti Footprint Circle hebben we berekeningen laten maken en onder andere PET-trays vergeleken met een standaard PS-tray van polystyreen. Dan blijkt PET het 25 tot 30 procent beter te doen. PET is makkelijker én vaker te recyclen. Het kost minder energie in de productie en met dunnere (lees minder) folie maken we een tray met dezelfde sterkte als die van de concurrentie." Dat verhaal kenden ze overigens al langer bij Bestebreurtje, dat met Partners2Pack een eigen fabriek voor de productie van kunststof verpakkingen heeft. Een fabriek die voor 100 procent op de grondstof PET draait (en ook trouwens op 100 procent groene stroom). Tuinhof: "PET is bewezen duurzamer dan veel andere producten. Papier kun je 20 keer recyclen, dan zijn de vezels kapot. PET kun je probleemloos 100 tot wel 150 keer recyclen. Werken in de voedselketen stelt hoge eisen op het gebied van hygiëne. Eenmalig PET-fust komt daaraan tegemoet. Met meermalig fust dat bij een collega-tuinder is geweest weet je nooit of het virus- of bacterievrij is. Ja, reinigen kan, maar dat kost veel energie." De groothandelaar signaleert een toenemende bewustwording voor nut en noodzaak van recycleren. Het feit dat ook landen als Duitsland en Italië actief zijn met inzamelen van plastic stemt tot tevredenheid. Het maakt het Bestebreurtje net wat makkelijker om te voldoen aan hun zelf opgelegde inkoopnorm, waar de lat best hoog ligt. Tuinhof: "Wij kopen nauwelijks meer 'Virgin materiaal' in. De folie die we gebruiken voor onze PET-trays moet een certificaat hebben dat er sprake is van minimaal 85 procent gerecycled materiaal." Malefason tot slot: "Het verhaal dat wij te vertellen hebben klopt, maar dat we er nu ook de cijfers uit de LCA-berekening bij kunnen laten zien maakt het extra geloofwaardig."



Bij Royal Lemkes zijn duurzame verpakkingen niet meer weg te denken. Het bedrijf maakte eerder ook een interessante podcast over verpakkingen. Scan de QR-code om de podcast te beluisteren.



## OOK INZICHT?

Wil je ook inzicht krijgen in de milieu-impact van de totale keten en sparren met ketenpartners om gerichte duurzame keuzes te maken? Sluit met jouw bedrijf ook aan bij de Horti Footprint Circle (voorheen Horti Footprint Chain Program)

# VAN HANDJES NAAR HART MET HERSENS

Als we echt onze nek uitsteken en werken aan een nieuw voedselsysteem, dan kunnen we voor de komende 50 jaar opnieuw een GIDS-land worden: Gezond Innovatief Duurzaam en Sociaal. De kennis over hoe dat werkt en wat daar bij komt kijken wordt ons exportproduct. En deze knowhow en growhow wordt gevolgd door onze software en tooling, ketenmanagement en productieregie. Meer van handjes naar het hart met de intelligentie van onze hersens. High tech én high touch. Van product naar dienst. Dat geeft een impuls naar voren, toegevoegde waarde voor telers en vormt een wenkend perspectief.

**Tekst:** Paul Houtepen, Imagro

**Fotografie:** Unsplash





Nederland vormt een hub en internationale draaischijf voor voedsel en groen. Driekwart van wat we produceren wordt geëxporteerd. De helft van wat we consumeren wordt geïmporteerd. Que? De glastuinbouw in West-Nederland huist midden in een stedelijke agglomeratie die maximaal 35 procent van de productie consumeert. De rest rijden, varen en vliegen we weg naar verdere oorden, om daar tegen lage prijzen te verkopen. Door schaalvergroting en de laagste kostprijzen was dit lang een lonend model.

Boeren en tuinen in 'de stad Nederland' met allerlei issues rondom duurzaamheidseisen, grond, energie en personeelsmarkt dwingen ons na te denken over een ander groeimodel. De toekomst is te vinden in het verleden: In de 19e eeuw groeiden de steden hard en haalden hun voedsel op één dag kar reis van de stad. Wat is nodig voor een succesvolle regionale voedselstrategie ?

## 1. DE STAD CENTRAAL

Waar vindt de meeste dynamiek plaats? Waar veranderen het snelst de burgers hun gedrag als consument? Waar

verandert het waardenpatroon naar welzijn in plaats van duurzaam? Waar zit de meeste invloed van en symbiose met andere eetculturen? Het vindt allemaal plaats in de stad! Op Europees en landelijk niveau worden goede strategieën bedacht, maar zorgen de structuren voor te trage actie. En de provincie gaat niet over de instrumenten die het verschil maken. In steden nemen burgers het initiatief om zelf de verandering in gang te zetten, te gaan experimenteren. Doen en denken tegelijk: dat heet nu in beleidstaal 'Living labs'. Dat is het kolkende en bruisende eind van de keten, dat vraagt om hulp en invulling van de rest van de keten. Daar moeten we onze haak naar uitslaan en in verbinding de paden van de toekomst plaveien.

## 2. DE EXPERIMENTEN VOORBIJ

Er zijn al talloze lokale en regionale initiatieven. Om als next step te komen tot een volwassen en kansrijke regionale voedselstrategie is het belangrijk dat die niet geformuleerd wordt als een optelsom van al die initiatieven. Er moeten learnings uit worden getrokken: wat zijn precies de doelstellingen die met de voedselstrategie worden nagestreefd? Welke van al die experimenten hebben dan wel en welke geen of te kleine impact? Welke zijn wel en welke niet schaalbaar? Hoe kunnen we experimenten met elkaar verbinden waardoor het bloeiende innovaties worden? In plaats van verleppende idealistische initiatieven. Durven kiezen uit de experimenten om gekozen te worden in de regio.

## 3. KRITISCHE MASSA

We hoeven je niet uit te leggen, dat 't huidige voedselsysteem een fijnmazig, hoog competitief netwerk is. Om dat regionaler, duurzamer en gezonder te maken vergt een grootschalige inspanning met lange adem. Kijk alleen al naar de communicatiebudgetten die bestaande partijen inzetten. Verandering vergt dat alle mogelijke middelen worden geactiveerd. Maar het zichtbaar maken, bestaand denken veranderen en consumenten anders laten kiezen vergt ook massa. Massa in aanwezigheid, massa ook in financieel budget. Het komt niet van de grond als het gebaseerd is op korte termijn budgetten vanuit subsidiepotjes. Het vergt een tienjarenplan met langdurige en grootschalige financiering. Want er zullen zaken fout gaan en die zullen gecorrigeerd en opnieuw geprobeerd moeten worden. Dat kost inspanning, maar vooral ook budget. Leren dus.

## 4. ELKAAR LEREN VERSTAAN, BEGRIJPEN EN TEGEMOETKOMEN

In het huidige voedselsysteem zijn de verschillende schakels ver doorgespecialiseerd en uitontwikkeld. Dat maakt dat je met je directe partners in dat systeem snel op één golflengte zit. Om het systeem te veranderen en vernieuwen moeten we onze oren uit die efficiency modus halen. We moeten



**GreenTech 13, 14 en 15 juni.  
3 dagen live radio vanuit de RAI.  
Moderators Maurice Wubben en Romy Stuik.  
Booth 03.205  
[hortibiznewsradio.nl](http://hortibiznewsradio.nl)**



[hortibiznewsradio.nl](http://hortibiznewsradio.nl)



leren luisteren en meedenken met partners in het nieuwe systeem, die vanuit een heel andere invalshoek komen en dus ook andere taal spreken in de zin van wat zij nastreven, waarop ze dat beoordelen en hoe ze daarover praten. Dat zal soms tot doodlopende straten leiden, maar dat kan bij uitstek ook tot ontmoetingen leiden waar de nieuwe perspectieven ontstaan die een gezamenlijke leidraad voor ontwikkeling kunnen vormen.

## 5. COMMERCIEEL INITIATIEF EN ONDERNEMERSCHAP

Onze ervaringen in Zuid-Limburg, Van Gogh Nationaal Park en Vechtdal leren dat een regionaal voedselsysteem ondernemers vergt die het trekken. Ondernemerschap begint bij de afzet! En ondernemers hebben een goede neus voor succes, een sterke drive om te zorgen dat iets gerealiseerd wordt en nemen klanten als hun natuurlijke kompas. Dat zorgt dus voor aansluiting bij ketenpartners,

geen nodeloze doorontwikkeling, maar tijdig uitproberen en het doen van het nodige zonder het overbodige. Voorlopers gezocht! Natuurlijk heb je goede redenen genoeg om andere prioriteiten te kiezen en de nood is niet aan de man. Anderzijds hebben degenen die vooraan zitten in deze achtbaan het beste zicht op wat komen gaat en kunnen voorsorteren op de juiste wissels. Dus ons advies is toch instappen! Ga organiseren dat grote partners zich committeren voor de lange termijn en met voldoende massa.

Natuurlijk zijn dit niet de enige ingrediënten voor een succesvolle voedselstrategie. Maar wij denken wel dat dit de meest belangrijke zijn. Daarnaast moet ook gewerkt worden aan druk op de overheid voor regelgeving die duurzame productie een level playing field geeft, focus op nieuwe gewassen en oplossingen voor de 'last mile' logistiek. Daarvoor staat RESET; Regels, Economisch model, Sociale druk Educatie en Tools.

We moeten weer leren luisteren naar de wensen en waarden van onze stadsconsument, want geld stroomt naar waarde. Die stadsconsument eet inmiddels spijzen uit alle wereldkeukens, varieert meer dan ooit, staat korter in de keuken en eet meer buiten de deur. De waarde zit in minder bulk, meer differentiatie; dichterbij een groter deel van de consumentbehoefte invullen. Dat willen zij, dat kunnen wij.

### Wereldkampioen worden

Laten we met Greenport en Westland een nieuw voedselsysteem creëren: regionaal, regeneratief, korte ketens, laagste footprint, faire opbrengstprijzen. Een voedselsysteem waarin we wereldkampioen worden in gedifferentieerde productie, consumentkennis, burgerparticipatie, nieuwe kanaalinvulling en fijnmazige duurzame logistiek. Verdienstelijk en gewaardeerd door bij te dragen aan het welzijn - meer nog dan de welvaart - van onze stadsconsument. Waarin we waarde betaald krijgen voor onze producten met maatschappelijke bijdrage. Gezondheid! Daar toasten we op.

Van groei uit de regio naar groei in de regio vergt een grote omslag in denken en doen. Met de steden Den Haag, Delft en Rotterdam en het groene hart van Midden-Delfland zijn de basisvoorwaarden aanwezig. Dus 'Waardevol Westland', vind jezelf opnieuw uit.







# T-SHIRT OF LINGERIE VAN TOMATENSTENGELS? HET KAN NU AL!

**Tekst:** Ton van der Vliet

**Fotografie:** Sharon van den Berg

Vóóruitdenken. Dat is de belangrijkste taak voor een teler die actief aan de slag gaat met biobased tuinbouw (en dat zijn er gelukkig steeds meer!). Dus ja, uiteraard alle aandacht voor je hoofdproduct – tomaten, komkommers – maar tegelijk ook het vizier scherpstellen op alle bijproducten zoals bladeren, stengels, schillen en noem maar op. Want dat is geen compost, maar kostbaar – en dus waardevol - materiaal voor bijvoorbeeld de papierindustrie. Zorgvuldig omgaan met reststromen betaalt zich meermaals uit. Het biedt economische voordelen en is beter voor de mens, het milieu en het klimaat.

Willem Kemmers (Project Manager Biobased Circular bij Greenpost West-Holland) houdt zich al 10 jaar bezig met biobased tuinbouw. De laatste jaren bemerkt hij onder telers een wisselende, maar toch ook toenemende belangstelling voor het thema. “Economisch gezien zijn reststromen voor een teler veelal kosten – voor afvoer en verwerking - die slechts enkele procenten van zijn totale begroting vormen. Logisch dus dat ze ‘verwaarding’ van reststromen soms even parkeren, en zich op grotere vraagstukken zoals energie richten. Maar we zien steeds meer circulaire verdienmodellen ontstaan.”

## ‘Wat willen we?’

BlueCity in Rotterdam is een fraai voorbeeld van hoe en hoe snel de circulaire economie zich ontwikkelt. In een voormalig zwembad (Tropicana) startte het bedrijf in 2015 een broedplaats voor circulaire ondernemers. Het zijn er inmiddels ruim vijftig en het bruist er van de activiteiten. ‘Rotterzwam’ bedacht hier de kweek van oesterzwammen op koffiedik. Een andere ondernemer pioniert met een proces om van schimmels verf te maken, en weer een ander weet plantaardig materiaal om te zetten in printerinkt. BlueCity directeur Sabine Biesheuvel voorziet dat we met hoogwaardige scheiding van reststromen nog maar aan

het begin staan van allerlei nieuwe ontwikkelingen. “Wat willen én kunnen we van al die reststromen maken? We kunnen er de nutriënten uithalen, te beginnen met bepaalde stoffen terugbrengen in de voedselketen. Ook kun je aan sommige gewassen medicinale ingrediënten onttrekken. En daarna is er allerhande gebruik mogelijk voor toepassingen in de bouw, in textiel etc. Het is erg belangrijk dat we vóór vergisting of compostering deze toepassingsmogelijkheden verkennen en actief gaan ontwikkelen. Dit biedt ook commerciële kansen, want het kan een aanvullend verdienmodel betekenen voor telers.”

## Zuiver

Kansen genoeg dus voor de reststromen. Maar die moeten dan wel aan strikte voorwaarden voldoen. Zo moeten ze zo zuiver mogelijk zijn. Aan een bonte mix van allerlei biomaterialen heeft niemand iets. Om nog maar te zwijgen van chemische resten in de biomassa. Van tomatenstengels kun je de vezels gebruiken om er textiel of papier van te maken of zelfs plantaardig leer. Maar dan heb je wel 100% zuivere stengels nodig. Zitten er restjes plastic tussen – bijvoorbeeld van de polypropyleen opbindtouwjes – dan heb je meteen een serieus probleem want die smelten vast aan de droogtrommel in de papierfabriek.

## Groeiende belangstelling

Wie het heeft over biobased tuinbouw kan niet om SIGN heen. De afkorting staat voor Stichting Innovatie Glas-tuinbouw Nederland en is een initiatief van Glastuinbouw Nederland. SIGN werkt voor de uitvoering van haar innovatie- programma samen met het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV). Programmamanager Dewi Hartkamp heeft de belangstelling voor het thema 'verwaarding van reststromen' in de loop der jaren zien oplopen. Toen ze in 2018 de belangstelling voor een pilot polste onder de circa 1.500 glastuinbouwleden kreeg ze welgeteld vijf reacties. Vandaag de dag is de belangstelling beduidend groter. "Bedrijven kijken steeds meer naar duurzaamheid. Mede door een crisis in de afvalverwerking in 2019. De kosten voor afvoer stegen toen in korte tijd van € 35,- naar € 100,- per ton. Toen gingen telers zich serieus op het hoofd krabben en kijken wat ze nog meer met hun reststromen konden doen. Een 'boost' voor de bewustwording."

## 'Out of the kas'

Succesvolle projecten hebben de interesse in hergebruik alleen maar verder vergroot. Zoals Theelers, dat onlangs de Themaprijs 'Nieuwe Teelt, Nieuwe Toepassingen' van de Tuinbouw Ondernemersprijs won. Theelers is een samenwerking van vier glastelers die van restmaterialen en bijproducten een nieuw product voor de consumentenmarkt ontwikkelden: kruidentheemelanges. 'Noem het maar out of the kas denken', is wat ze zelf zeggen over hun verrassende concept. T-shirts of zelfs lingerie-setjes gemaakt van de vezels van tomatenstengels, of een huisje gemaakt van plaatmateriaal waarin paprika-granulaat is verwerkt, zijn andere opvallende blikvangers. "Het is goed dat deze inspirerende projecten aandacht krijgen om de sector in beweging te brengen, zonder dat ze meteen voor afzetvolume zorgen", zegt Kemmers. "Ik verwacht niet dat

in de toekomst alle T-shirts van tomaten gemaakt gaan worden. De werkelijke waarde van reststromen zit in andere aspecten. Tuinbouwfval bestaat voor 80 tot 85% uit vocht. Daar zit veel water in, maar ook nutriënten - zoals eiwitten en mineralen. Systemen ontwikkelen om die stoffen terug te winnen is een investeringsproces van jaren, maar het is wel de weg die we moeten gaan. En nu de kosten voor afvoer toenemen, wordt verwaarden steeds interessanter. Zo zijn er komkommertelers die uit perssap van restbiomassa meststoffen maken voor teelt van o.a. aardappelen en uien."

## Gamechanger

De vooruitzichten voor biobased tuinbouw zijn veelbelovend. Deels gedwongen door de omstandigheden. Zoals het gegeven dat composteerdere hun prijzen én hun eisen alsmaar opschroeven. Maar ook de oorlog in Ukraine is een 'gamechanger'. Daardoor zijn bijvoorbeeld de prijzen voor kalimest vorig jaar verdrievoudigd. In tuinbouw reststromen zit nog veel kalium, dus wordt het interessant om te kijken hoe je die terug kunt winnen. Hartkamp tot slot: "Energie is nu hét thema in de tuinbouw. Hoogwaardig verwaarden van reststromen komt niet op het eerste plan. Maar ik denk dat binnen vijf jaar iedereen wel iets doet met reststromen. Het is een ontwikkelproces. Teler zien de betekenis en de waarde van hun reststroom langzaam opschuiven. Van kostenpost naar een reststof die, weliswaar met de nodige investeringen, waarde heeft. Ook hun intrinsieke motivatie voor verantwoorde bedrijfsvoering en de markt vraag draagt bij aan verhoogde interesse. En telers zijn van nature innovatief; gaan die echt wel iets verzinnen."

Bij die uitspraak kan Willem Kemmers zich volledig aansluiten. "Je merkt dat men steeds bewuster met het thema omgaat. Sterker nog; circulaire tuinbouw wordt een keiharde voorwaarde; het begrip afval gaat op termijn volledig verdwijnen."







## NU TE ZIEN IN DE 'BIOBOOST' BIOSCOOP

Een T-shirt gemaakt van tomatenstengels? Thee van Nederlandse bodem van snoeiafval? Of geperste meubelplaten op basis van tuinafval? De mogelijkheden met restafval zijn talloos.

Op [www.bioboost-platform.com/nl/media/](http://www.bioboost-platform.com/nl/media/) staan meer dan dertig korte video's die een aardige impressie geven hoe innovatieve tuinbouwondernemers bezig zijn om restanten, die voorheen in de container of op de composthoop belandden, als basis gebruiken voor iets nieuws. Scan de QR-code om de video's te bekijken!



# BEWUST IN KAS: WINNAAR & LOYALIST

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

Voor veel bedrijven is het een uitdagende tijd om de goede mensen te vinden en aan je bedrijf te binden. Ook het behouden van goede mensen in je bedrijf is uitdagend onder de huidige omstandigheden. Meer geld is soms een drijfveer voor een medewerker om te kiezen voor een andere baan, maar vaak zijn er andere argumenten om voor verandering te kiezen. Een paar van die argumenten zijn een gebrek aan ontwikkelingsmogelijkheden en slechte communicatie met de medewerker.

## Verbinding maken

Een goede verbinding maken met je medewerkers is dan ook belangrijk. Door gebrek aan tijd en andere prioriteiten van

de ondernemer of leidinggevende lukt dat niet altijd, met alle gevolgen van dien. Als je er als ondernemer zelf niet toe komt om die verbinding te maken en in stand te houden, zorg er dan voor dat er leidinggevendenden zijn die daarvoor zorg dragen.

Met productiemedewerkers kun je als leidinggevende of ondernemer in een wat rustiger periode één of meerdere keren per jaar een uurtje samen aan het werk gaan, waardoor er een betere relatie ontstaat. Met je kaderpersoneel zou je als ondernemer al wandelend of op een locatie buiten je bedrijf een beter contact op kunnen bouwen met je medewerkers. In de praktijk zie ik dat die tijd en aandacht zich terugbetaald. Doordat jij aandacht voor die medewerker hebt en weet wat er speelt, voelt die ander zich meer gehoord en gaat hij of zij zich meer inzetten voor jouw onderneming. Hoe weet jij als ondernemer te verbinden en te boeien? En wat heb je nodig om je meer te verbinden met je medewerkers?

## Vast contract

Ik mijn praktijk had ik laatst een ondernemer die een van zijn medewerkers al meerdere contracten had gegeven en hem had gezegd dat zijn laatste contract niet meer zou worden verlengd. De omstandigheden maakten dat in de laatste maand van het contract de ondernemer een aantal dagen samen had gewerkt met die medewerker. Hierdoor is de ondernemer gaan zien hoe de medewerker voor zijn bedrijf aan het werk was. Uiteindelijk bood hij de medewerker alsnog een vast contract aan en dat loopt nu nog altijd naar ieders tevredenheid.





### ENNEATYPE 3: WINNAAR

De winnaar is gericht op succes en wil altijd winnen. Hij heeft veel energie en hecht waarde aan status. Enneatype 3 kan goed leidinggeven en verliest nooit het doel uit het oog. Het zijn de workaholics die zich zeer competitief opstellen en ze hebben nog wel eens de illusie dat ze tot de meest succesvolle mensen behoren. Ze praten graag over hun prestaties, maar liever niet over hun eigen gevoelens. De meeste winnaars hebben geen echt contact met hun eigen gevoelens en die gevoelens willen ze voor anderen graag verborgen houden. Sommige winnaars hebben moeite om op vakantie te gaan, omdat een winnaar het liefst altijd maar bezig is. Ze maken zich nog wel eens zorgen om hun imago en wat anderen over hen zeggen. Onvoldoende ontwikkelde winnaars gebruiken wel eens een leugentje om maar te kunnen winnen. Diep van binnen is dit type bang om te falen. De winnaar kan niet tegen zijn verlies, weet wat hij wil en richt zich op succesvol zijn.

**Fixatie:** Succes

**Kernovertuiging:** Ik faal/ik ben een loser.

**Verdedigingsmechanisme:** Identificatie

**Blinde vlek:** Bedrog/ijsdelheid

**Deugd:** Oprechtheid/eerlijkheid

**Sleutel tot verandering:** Leer je eigen authenticiteit omarmen.

**Goed ontwikkelde winnaars zijn:** Optimistisch, gedreven, doelgericht en besluitvaardig.

### ENNEATYPE 6: LOYALIST

De loyalist is gericht op zekerheid. 'Zessen' moeten wel goed uitgelegd krijgen wat er van hen wordt verwacht en wie waarvoor verantwoordelijk is. Ze kunnen onder stress goed werken, terwijl ze daar meteen ook erg over kunnen klagen. Ze zijn trouw en loyaal, maar worden geplaagd door twijfels. Ze testen nog wel eens de loyaliteit van anderen. Ze hebben problemen met hun zelfvertrouwen en zoeken bevestiging. Meer dan andere Enneatypen projecteren ze hun eigen problemen op anderen. Ze zijn vaak te voorzichtig en enigszins angstig. 'Zessen' houden niet van veranderingen en hebben moeite met nieuwe ideeën. Ze zijn gezellig en hechten veel waarde aan betrouwbare vrienden. Ze werken het best als ze goede collega's hebben met wie ze een vriendschappelijke band hebben. Ze komen op voor de zwakkeren. Ze nemen minder graag het initiatief en willen alles graag samen doen. Ze steken veel energie in vriendschappen en relaties, want samen sta je sterk.

**Fixatie:** Zekerheid

**Kernovertuiging:** Ik ben onzeker/ik ben angstig

**Verdedigingsmechanisme:** Projectie

**Blinde vlek:** Angst

**Deugd:** Moed

**Sleutel tot verandering:** Heb vertrouwen in jezelf en de mensen om je heen. Laat je niet leiden door angst of onzekerheden.

**Goed ontwikkelde loyalisten zijn:** Alert, loyaal, plichtmatig, doorzetter, verantwoordelijk en betrouwbaar.

## MAAK KENNIS!

Ben je nieuwsgierig geworden of Cor van Ruijven ook iets voor jou kan betekenen? Wil je meer weten over de Enneatypen? Of lijkt het je interessant om kennis te maken met deze vorm van coaching? In samenwerking met CvR VISIE mag KAS Magazine aan drie personen een sessie tegen sterk gereduceerd tarief aanbieden. De sessie vindt plaats in Honselersdijk en start met een kennismaking. Daarna wordt ingegaan op de behoefte van de deelnemer of gaat Cor van Ruijven aan de slag met de actualiteit die zich aandient. Stuur een mail naar [info@kasmagazine.nl](mailto:info@kasmagazine.nl) om kans te maken op een van de drie plekken. Uiteraard zullen wij vertrouwelijk met de aanmeldingen omgaan. De winnaars worden persoonlijk benaderd en zullen niet met naam en toenaam bekend worden gemaakt.



# KEUZES VOOR DE TOEKOMST

Volgende week is RAI Amsterdam weer het middelpunt van de internationale tuinbouw. Tussen 13 en 15 juni vindt GreenTech Amsterdam plaats en het event is dit jaar groter dan een jaar geleden. Met ruim 525 stands maken we dit jaar weer een flinke groei door. En we verwachten een zeer internationaal publiek met landendelegaties uit de hele wereld.

Er gebeurt momenteel een hoop binnen de sector en veel bedrijven zijn aan het innoveren. Wij willen hen tijdens GreenTech Amsterdam de ruimte bieden om die vernieuwingen aan de wereld te tonen. Maar het gaat om meer dan het ontwikkelen van producten alleen. Ook de bedrijven zelf innoveren. Zo zie je een groeiende aandacht voor duurzaamheid, wat zich vertaalt in de keuze voor hernieuwbare energie, het verlagen van de milieufootprint, het investeren in biodiversiteit en het implementeren van een geïntegreerde teelt. Maar ook de inzet van robots en artificial intelligence op kwekerijen neemt toe om het tekort aan medewerkers op te kunnen vangen. Allemaal keuzes voor de toekomst, zonder dat die ten koste mogen gaan van de kwaliteit van het product.

Tijdens GreenTech willen we deze thema's onder de aandacht brengen van onze bezoekers, die ook dit jaar weer vanuit de hele wereld naar Amsterdam komen. Samen met verschillende bedrijven en organisaties uit de tuinbouw hebben we een breed kennisprogramma opgezet, waarin al dit soort ontwikkelingen binnen de sector centraal staan. In onze paviljoens en met diverse subprogramma's besteden we bovendien aandacht aan nieuwe trends en initiatieven, zoals robotics en renewables. Het cannabispaviljoen is daarnaast breder getrokken en richt zich nu op de kansen van inhoudsstoffen. We organiseren de 'GreenTech Start-up Meets Investors'-challenge. Start-ups krijgen daarbij de kans om hun concept te pitchen aan investeerders. En tijdens de speciale 'Powerday' worden Nederlandse en internationale telers uitgenodigd om samen met partijen van buiten de sector mee te denken over de duurzame voedselproductie van de toekomst.

Ik kijk dan ook enorm uit naar deze editie van GreenTech Amsterdam en nodig zeker ook alle Nederlandse telers uit om langs te komen, internationale collega's te ontmoeten en kennis uit te wisselen.

73

**Mariska Dreschler**  
is Director Horticulture  
GreenTech Global bij  
RAI Amsterdam





74

# RESTAURANT MET CREATIEVE TWIST

**Tekst:** Ashley Grobben

**Fotografie:** Floris-Jan Veldhuis

In KAS worden inspirerende verhalen gedeeld van ondernemers buiten de glastuinbouw, die werden geholpen door de sociale kredietverstrekker Qredits. Tegen welke uitdagingen liepen zij aan en wat maakt hun onderneming uniek? Dit keer: Jasper Hemersma van de Weijnenborg, die creatieve draai gaf aan zijn horecagelegenheid.





Eigenlijk begon het al op z'n veertiende. Toen Jasper voor het eerst kennismakte met het restaurant van zijn ouders. Van bediende tot afwas, na een paar jaar was niks hem meer onbekend. Ondertussen is hij mede-eigenaar en continu bezig met de ontwikkeling van het bedrijf. Van een nieuw pand tot verduurzaming. Jasper ziet overal kansen.

## De Weijenborg

De ambitie om de zaak over te nemen was er. Toch besloot Jasper eerst een tijd te werken in de bancaire sector, maar de ambitie bleef. En werd werkelijkheid: 12 jaar geleden werd Jasper mede-eigenaar van de Weijenborg in Delden. Nu runt hij het bedrijf samen met zijn ouders en zijn vrouw. Het bedrijf begon in 1981 als café en later werd het een restaurant. Elk kwartaal werd een ander landentema gekozen. Deze creatieve manier van werken past tot op de dag van vandaag nog perfect bij het bedrijf. Je kunt er namelijk voor veel terecht! "Van themafeestjes, team-activiteiten, workshops tot escape

rooms. We doen eigenlijk alles met eten, drinken én een leuke activiteit", vertelt Jasper. Geen dag is hetzelfde bij de Weijenborg. "Mijn handen gaan écht jeuken wanneer gasten vragen om mee te denken over een leuke activiteit. Dan komen we altijd tot iets moois samen", vertelt hij enthousiast. Zijn antwoord op de vraag hoe hij focus houdt met zo'n divers bedrijf is simpel: 'Gewoon doen!'

## MKB Duurzaamheidslening

'De afgelopen jaren zijn we vooral druk geweest met ondernemen. Dat heeft ervoor gezorgd dat het onderwerp verduurzamen niet op onze agenda heeft gestaan', legt Jasper uit. Halverwege april dit jaar kocht hij het pand van de buurman erbij, waardoor het restaurant nog twee extra zalen krijgt en de capaciteit met een kwart toeneemt. Met een nieuw pand, kwam het onderwerp verduurzamen op de agenda te staan. "Het huidige pand komt uit 1739, dus we wisten dat we hier een keer moesten isoleren, maar dat is er nooit van gekomen. Toen de MKB Duurzaamheidslening voorbij kwam zagen we dit meteen als de perfecte kans om met een gunstige rente én korte looptijd te verduurzamen."

Jasper geeft aan helemaal niet van lenen te houden. "Maar dit gaat in principe om een lening die zichzelf terugverdient. Dat vind ik een prettig idee", legt hij uit. Met de lening kunnen ze airconditioning installeren in het nieuwe pand en de gehele bovenverdieping van het huidige pand voorzien van dubbelglas. Het platte dak wordt ook volledig geïsoleerd. "We zijn met toeval bij Qredits terecht gekomen. Het bleek een schot in de roos", vertelt Jasper. "Rick van Qredits kwam bij ons thuis voor een kennismaking. Dat was een prettig gesprek. We keken samen naar de mogelijkheden, doelgericht en informeel. En ik moet zeggen, het scheelt ook wel dat Qredits uit Twente komt, dat praat toch lekker."

## De sleutel tot succes? Samenwerken

Als creatieve ondernemer vindt hij het belangrijk om gestructureerde mensen om zich heen te verzamelen. "Ik zie altijd overal kansen. Dat is mijn kracht maar dat kan ook een valkuil zijn. Ik verdwaal nog wel eens in nieuwe ideeën. Ik ben zo ontzettend trots op hoe het bedrijf nu staat. Het team. Hoe we draaien. En vooral hoe we dat samen voor elkaar boksen. Ik zeg altijd: Vergeet niet samen te werken. Samen kun je meer voor elkaar krijgen dan alleen."



## COACHING EN KREDIET

Qredits biedt coaching, Microkrediet en MKB-krediet aan (startende) ondernemers in het midden- en kleinbedrijf, die geen toegang hebben tot verschillende (financiële) diensten via het reguliere circuit, zodat zij economische, financiële en sociale onafhankelijkheid kunnen verkrijgen. Hiermee wil Qredits ondernemerschap bevorderen. "Ons doel is om dromen van ondernemers mogelijk te maken. Vertrouwend op de kracht van het ondernemerschap, de kracht van een goed idee. Daarbij kijken wij liever naar de toekomst dan naar het verleden."



# KAS media

## ➤ CONTENT? DOEN WE!

Meer informatie?

Mail naar [Info@kasmagazine.nl](mailto:Info@kasmagazine.nl)



TEKST / FOTO / VIDEO / MAGAZINE





**FRANSE 'FLEURISTEN  
VAN DE TOEKOMST'  
KIJKEN HUN OGEN UIT**



Ze zitten wat slaperig in een warme kas naar een videopresentatie te kijken. Kopje koffie in de hand, Hollandse stroopwafels binnen handbereik. We hebben het over een groep van zo'n dertig studenten van de 'Ecole Nationale des Fleuristes de Paris'. Hun excursieweek naar Nederland met een bomvol programma zit er bijna op. Ook het stappen in Amsterdam van de voorgaande avond lijkt z'n tol te eisen. Dat alles verandert echter op slag als ze een rondleiding krijgen bij een chrysanten-veredelaar.

**Tekst:** Ton van der Vliet

**Fotografie:** Sharon van den Berg

Vol aandacht volgen ze elk stapje van het proces. En ze leggen werkelijk álles vast met hun mobiele telefoons. Studente Justine neemt zelfs even plaats achter de lopende band waar pluggen worden gemaakt. "Ha, die gaat niet meer mee terug naar Parijs," wordt er gegrap: "Die blijft hier!"

### Kennismaking

De gerenommeerde bloemistenschool telt zo'n 200 studenten. Verspreid over drie weken komen ze in groepen van ongeveer 70 naar Nederland, waar ze in vijf dagen kennismaken met de Nederlandse bloemensector in z'n volle omvang. Van productie tot handel, van veiling tot bloemenwinkels. Op vrijdagmorgen is de groep in tweeën gesplitst. Ze bezoeken om beurten een kweker van Amaryllis en een chrysanten-veredelaar.

"Voor deze bloemisten van de toekomst is het heel belangrijk dat ze op deze wijze kennismaken met de praktijk," zegt Manon Manceau. Zij werd 10 jaar geleden aan deze school zelf opgeleid tot bloemist. Nu is ze als marketingmedewerker aan de school verbonden en begeleidt ze met enkele docenten de studenten tijdens hun Nederlandse trip. Dat de studiereis onalledaags is blijkt ook uit het feit dat twee journalisten, één uit België, één uit Frankrijk, meereizen. De reis is de afsluiting van een studieweek rondom het thema milieu en duurzaamheid.

### Onder de indruk

Een thema dat ook Baptiste zeer bezighoudt. Net als

de andere studenten werkt hij één dag in de week bij een bloemist in de Franse hoofdstad. "Een belangrijke taak voor ons als bloemist is om klanten te vertellen over de impact van de producten die wij verkopen. In 2024 wordt het bij ons verplicht op labels te vermelden waar de bloemen vandaan komen. Dat gaat een hoop veranderen. Voor de klanten, maar ook voor ons. Dan is het nuttig om hier achter de schermen en ook op de veiling te zien hoe de business in elkaar steekt."

Justine is onder de indruk hoe compact de bloemenindustrie in Nederland is: "Alle belangrijke plekken die we deze week bezochten liggen op minder dan een uur met de bus rijden van Amsterdam. Dat is in Parijs wel anders; daar zitten we heel ver weg van de Franse bloemenindustrie."

En wat ze ook is opgevallen is hoe er in Nederland binnen de keten, en ook tussen concurrerende partijen onderling, wordt samengewerkt. Veredelaars en kwekers die informatie uitwisselen. Nederlandse bloemisten die probleemloos hun Franse collega's tips geven om oogstrelende arrangementen te maken. Dat is in Parijs wel anders. Baptiste: "Daar houden bloemisten elkaar heel scherp in de gaten en roddelen ze over elkaar." Jeanne beaamt dat: "In Frankrijk is de onderlinge competitie vele malen groter. Van samenwerking is geen sprake. Maar wij, de nieuwe generatie, kunnen dat straks veranderen en zorgen dat er wél meer samenwerking komt."



80

80

## PRAKTISCHE INVULLING

Marketingbureau Concept Factory was medeorganisator van deze reis en deed een beroep op drie van haar klanten om er invulling aan te geven. Vanuit Stichting Chryson (collectief van alle Nederlandse chrysantenveredelaars- en kwekers) nam veredelaar Deliflor Chrysanten de studenten mee in het veredelingsproces van chrysanten. Bij Marrewijk Amaryllis (deelnemer aan de collectieve promotie voor Amaryllis) kregen ze uitleg over het veelzijdige Amaryllisassortiment en het duurzame teeltproces. En verpakingsbedrijf Clayrton's liet letterlijk zien én voelen wat mooi, praktisch en duurzaam verpakken is.



# DE Y-AS VAN ONDERNEMERSCHAP

Ondernemers halen alles uit de dag en gaan er dag en nacht voor. Ondernemer ben je 365/24/7. Dat kost bakken met energie, maar levert ook bakken met energie en inspiratie op. In die zin vormt de lengte en levensduur van je ondernemerschap de X-as. Zeg maar de kwantiteit en hoe lang je ondernemer bent, je jouw 25-jarig of zelfs 50-jarig jubileum viert en wát je allemaal rond zet aan business en omzetgroei.

Ik wil in deze column stilstaan bij de Y-as van ondernemerschap. Dat gaat meer over het waarom en hoe achter jouw ondernemerschap. Dat gaat dan ook over de purpose of bedoeling achter jouw ondernemerschap. En zeg eens eerlijk, hoeveel fun, impact en trots heb je dán bereikt met je team? Hoeveel vette gave dingen heb je meegeemaakt samen? Hoeveel echte viermomenten en feestjes heb je samen gevierd omdat iets gelukt is op jouw echte bedoeling?

Even een reality check. Kijk eens naar je schermtijd in jouw ondernemerschap. Met een hoge schermtijd, als je veel op je mobiel, iPad, laptop of pc zit, haal je veel minder uit je ondernemersleven dan in het echt. En die tijd haal je nooit meer in.

Daarom een tip: Look up! Van schermtijd naar zwermtijd.

Ga zwermen! Kijk om je heen, dan zie je de mooiste dingen! Ervaar lijfelijk de veranderende context in de maatschappij, voel en beleef trends, ga echt in het moment zitten, ben echt aanwezig. En je zult zien dat de kwaliteit van je ondernemerschap groeit. Dit gaat over de ruimte die ontstaat onder de Y-as van jouw ondernemerschap. Dat is het mooie van tijd: hoe groter de wolk onder je curve op de Y-as, hoe meer je meemaakt. En je weet het, tijd kun je alleen verliezen als je er niet van genoten hebt. De historische tijd krijg je nooit meer terug. Maar de toekomstige tijd, ha, daar is nog zoveel mooie tijd te maken en te behalen. 'Kwalitijd' op de Y-as wel te verstaan. There's plenty of time.

De X-as, de levensduur van ondernemerschap, willen we graag verlengen. We zien het als een gegeven dat we willen oprekken. Daar verbaas ik me over. Want in feite gaat het over het verhogen van de Y-as. Probeer het eens. Steek meer 'kwalitijd' en beleving in het moment. Verzamel herinneringen, kijk om je heen. Elk uur, elke dag. Ga naar buiten, kijk omhoog. Vier alle (kleine) mijlpalen. Ben écht aanwezig, geniet van de ondernemersreis in plaats van telkens weer een dag af te vinken. Just an (un)usual day at work. Waag jij de sprong? Ga ook zwermen.

81

**Roger Engelberts**

is Chief Emotions  
Officer bij Imagro BV



# 'VOORKOM HOGER GASVERBRUIK BIJ AANSCHAF LED-BELICHTING'

Door de hoge energieprijzen van afgelopen winter lieten veel telers hun SON-T belichting uit of gingen alleen verder met LED, ook als ze beschikten over een hybride installatie. Maar LED geeft veel minder stralingswarmte af, waardoor de warmte-input in de kas tot wel 40 procent kan afnemen. Deze lagere warmte-input dient dan weer gedeeltelijk gecompenseerd te worden door extra warmte in de verwarmingsbuizen. Een tweede energiescherm in combinatie met verticale schermventilatoren kunnen dit grotendeels opvangen, zegt klimaatconsultant Bart Bakker. "Daarmee kun je niet alleen ontvochtigen, maar ook een veel gelijkjer en actiever kasklimaat creëren, zonder inzet van een relatief dure minimum buis."

Tekst: Mario Bentvelsen

Fotografie: Svensson





De energietransitie is in volle gang in de glastuinbouw, gedreven door volatiele energieprijzen, onvoorspelbare geopolitiek en aanvullend klimaatbeleid. Omschakelen naar LED-belichting is populair, maar niet zonder gevolgen voor het kasklimaat. "Daardoor wordt de verwarming vaak toch weer iets opgeschroefd. Uiteindelijk kom je per saldo wel uit op een iets lager energieverbruik, maar die warmte moet toch ergens vandaan komen en dat kost ook geld. Het is dan beter om te denken aan een aanvullend energiescherm. Je hebt dan meer isolatie, maar niet per se meer warmte in de kas."

### **Latente warmte**

Waar de teeltruimte meer geïsoleerd wordt, maar door het belichte gewas wel extra vocht geproduceerd wordt, ontstaat een behoefte aan ontvochtigen. Apparaten die niet alleen ontvochtigen, maar ook vrijgekomen latente warmte teruggeven aan de kaslucht kunnen echter veel stroom verbruiken. "Dat is ook niet allemaal voor niks. Als je die stroom zelf opwekt kun je deze niet doorverkopen. In een koude periode kun je de teruggewonnen warmte meestal al goed gebruiken, maar in het najaar en voorjaar meestal niet. Dan zit je daar niet om verlegen." Hij vervolgt: "Je ziet bijvoorbeeld in de gerberateelt waar ze nu een jaartje met full-LED draaien dat er toch problemen kunnen ontstaan in het relatief dichte bladgewas. Onder LED-licht en een dubbel scherm krijg je sneller stilstaande lucht met name in het microklimaat. Als je dan een buis onder het gewas in brengt zal dit de worteldruk te veel aanjagen en dan krijg je een negatieve spiraal, die je eigenlijk wil doorbreken met de juiste middelen. Je wil wel luchtbeweging, maar niet te veel worteldruk of verdamping, zeker in de nacht en vroege ochtend."

### **Absoluut vocht**

Door uitwisseling van kaslucht boven en onder het scherm kunnen telers het absoluut vocht in de teeltruimte verlagen en door middel van een verticale luchtbeweging de afvoer van vocht doorconvectie stimuleren. Bakker: "Wat je voorheen met je buis deed, namelijk droogstoken, kan vele malen voordeliger met een ventilator. Want een minimumbuis van 30 tot 35 graden Celsius kost al gauw 25 à 30 W/m<sup>2</sup> aan warmte-input. Een verticale ClimaFlow ventilator,

die hetzelfde effect sorteert, kost maar 1 W/m<sup>2</sup>. De warmte die opstijgt van een buis zit op een gegeven moment boven in de kas, waar je die warmte eigenlijk niet wilt hebben. Die warmte kun je met een verticale ventilator weer naar beneden forceren, zodat je die vaker kunt gebruiken. Dat is veel effectiever en efficiënter."

### **Verticaal ventileren**

Het ClimaFlow verticaal ventilatiesysteem laat het ook toe om bij een hogere luchtvochtigheid te telen. Bakker: "Verdamping creëren en de RV omlaag brengen kost energie. Door een zachte luchtbeweging in het gewas te creëren kun je een hogere RV toelaten. Dat scheelt een paar procent die je dan niet via de luchtramen hoeft weg te stoken en dat kost dan ook geen geld. Daar moet je wel voorzichtig mee zijn natuurlijk, maar het is wel de goedkoopste oplossing." De belangrijkste boodschap is: zorg voor een gelijk kasklimaat. "Stop zoveel mogelijk met schermkieren, dat geeft maar kouval en ongelijkheid. Ga kijken of je met verticale ventilatoren onder een dubbel scherm een gelijk klimaat kan creëren, waardoor je ook een veel nauwkeurigere klimaatsturing hebt."

### **Onbelicht telen**

Wie onbelicht teelt moet extra goed letten op de lichtdoorlatendheid, zeker bij de aanschaf van een dubbel scherm. Voor dat doel is de NEN-norm een handig hulpmiddel, zegt Bakker. "Dat is een onafhankelijke meetmethode, dat objectief vergelijken van schermeigenschappen mogelijk maakt. Elke procent extra licht telt en wij kunnen ook berekenen wat die 1, 2 of 3 procent jou extra oplevert aan energiebesparing. Wij kunnen die cijfers vergelijken met andere type schermen." Tot slot: "Het verschil in rendement kan wel oplopen tot 10 procent. Dat is echt veel, met name bij dubbele schermen. Dan weegt het nog veel zwaarder. Je hebt al heel weinig licht in de winter. Elke procent licht moet je dan gewoon binnenhalen. Laat je dus vooraf goed informeren!" Let op: in de zomer gaat de EG-subsidiepot weer open voor telers die in een tweede scherm willen investeren.

*Neem voor meer informatie op met klimaatexpert Bart Bakker, [bart.bakker@ludvigsvensson.com](mailto:bart.bakker@ludvigsvensson.com)*

**Contact**

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

**Aan dit nummer werkten mee:**

Mario Bentvelsen / Suzan Crooijmans /  
Mariska Dreschler / Roger Engelberts /  
Annemarie Gerbrandy / Raymond Hedges  
/ Jolanda Heistek / Paul Houtepen / Ank  
van Lier / Thom Persoon / Cor van Ruijven  
/ Jacco Strating / Ton van der Vliet

**Coverfoto:**

Lianne Torn/Salted by Salt

**Fotografie:**

Sharon van den Berg / Astrid Grootshol-  
ten / Imagro / Daniëlle Jiskoot / Simon  
Metselaar / RAI Amsterdam / Salted by  
Salt / Svensson / Lianne Torn / Unsplash /  
Floris-Jan Veldhuis

**Vormgeving:**

Diseno Vormgeving

**Druk:**

Vellendrukkerij BDU BV

**Uitgever:**

Jacco Strating

**Samenwerken met of  
adverteren in KAS?**

Mail naar [jacco@kasmagazine.nl](mailto:jacco@kasmagazine.nl) of bel  
met 06-18827446

**Abonnement**

Mail naar [abonnement@kasmagazine.nl](mailto:abonnement@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 ein-  
de van de lopende abonnementsstermijn  
per mail op te zeggen. Indien u meerdere  
exemplaren van KAS wilt ontvangen  
binnen uw organisatie, kunt u contact  
opnemen via [jacco@kasmagazine.nl](mailto:jacco@kasmagazine.nl) voor  
een speciaal aanbod.

**KAS Media**

KAS Media richt zich specifiek op con-  
tentproductie voor eigen gebruik. Van  
artikelen, podcasts en video's tot eigen  
magazines en complete mediaproducten.  
Neem voor informatie contact op via  
[info@kasmagazine.nl](mailto:info@kasmagazine.nl).

**Disclaimer/copyright:**

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

**Privacy**

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



# FIJNE VAKANTIE!

Eerst staat de zomervakantie voor de deur, tijd om uit te rusten en energie op te doen voor de tweede helft van het jaar. De eerstvolgende uitgave van KAS valt eind september weer door de bus. In dat magazine keren de vaste thema's uiteraard terug, zoals verduurzamen, ondernemen, groeien, ontwikkelen, digitaliseren en energie. Daarnaast lichten we de laatste tuinbouwinnovaties uit en starten we in samenwerking met Decorum een nieuwe serie artikelen waarin je een kijkje achter de schermen van het kwaliteitsmerk krijgt. Heb je tips of ideeën, wil je een inhoudelijke bijdrage leveren aan deze KAS of wil jouw bedrijf of product onder de aandacht brengen door middel van een advertentie of bijsluiter? Neem dan contact op met Jacco Strating via [jacco@kasmagazine.nl](mailto:jacco@kasmagazine.nl) of tel. 06-18827446.





# Ontmoet de wereldwijde tuinbouw community

## Registreer nu!

Bezoek hét wereldwijde technologie platform voor de tuinbouw in Amsterdam van 13 t/m 15 juni 2023. Ervaar oplossingen voor de tuinbouw, vind de laatste innovaties en laat je inspireren.

- Maak kennis met nieuwe- en interessante leads van over de hele wereld
- Duizenden tuinbouw professionals, waaronder marketleiders en vernieuwers, zijn aanwezig
- Matchmaking: Bereid je bezoek voor en maak alvast afspraken in het GreenTech Connect platform
- Meer dan 50 kennissessies
- Innovation & Concept Awards
- In de schijnwerpers: Vertical Farming, Plant Compounds, AI & Robotics en Renewable Energy

### OVER GREENTECH

GreenTech Amsterdam is een wereldwijde ontmoetingsplaats voor alle professionals in de tuinbouwtechnologie met de focus op de vroege stadia van de tuinbouwketen en de actuele problemen waar telers mee te maken hebben.

SCOOOR JE GRATIS  
VISITOR TICKET



(NORMALE PRIJS 95EUR)







Jan van den Berg, paprikateler in Zevenhuizen

## “Een sprong vooruit”

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

### #sharingahealthyfuture

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

Lees meer op [rijkzwaan.nl](https://rijkzwaan.nl)

Sharing  
a healthy  
future

