

Voor het eerst een biovakbeurs

# Biologisch, een vak apart?

De eerste landelijke vakbeurs voor biologische land- en tuinbouw werd gehouden in een grote hal in Apeldoorn. Docenten uit het groene onderwijs kregen een uitnodiging. De biologische bedrijfsvoering wordt misschien door velen gezien als een vak apart, maar is dat in letterlijke zin niet meer. En dat geldt zeker voor biologisch in het onderwijs.



Leerlingen veehouderij uit Alkmaar op de beurs bij de Zuiverzuivel-stand

## Uitnodiging

De uitnodiging aan het groene onderwijs voor de Biovakbeurs kwam van het Programmteam Biologische landbouw, dat als een van de programma's van de Groene Kennis Coöperatie de docenten wil 'prikkel' om plannen te schrijven voor LNV subsidiëring. De vakbeurs heeft bijgedragen aan het

tot leven brengen van biologisch. In hoeverre een beursbezoek direct zal resulteren in ideeën en plannenmakerij bij de bezoekers is echter moeilijk te zeggen. Docent Vijverberg: "Het andere werk gaat voor."

In de rubriek Lezersservice vindt u informatie en mogelijke inspiratie over biologisch in het onderwijs en gesubsidieerde onderwijsprojecten via de KIGO-regeling.



Op dag twee van de Biovakbeurs is het programma deels afgestemd op docenten, met lezingen over de biologische afzetmarkt en over diergezondheid. Enkele tientallen docenten uit met name het groene mbo combineerden een of meer lezingen met een bezoek aan de stands op deze vakbeurs voor biologische land- en tuinbouw.

Docent veehouderij Harrie Driessen ging op zoek naar praktische informatie voor het lesprogramma waarvan biologische veehouderij en bedrijfsvoering een onderdeel is. "Ik heb gesproken met voerleveranciers en over graslandbeheer en gewasbescherming." Op de beurs spreken de docenten de standhouders wier product of dienst

aansluit bij de opleiding, variërend van producenten van biologische zuivel, vlees en fruit, tot makers van landbouwmachines en meststoffen. Docent veehouderij Liesbeth Kramer vond er interessante en nieuwe informatie op de beurs, die voor haar gevoel wel een beetje klein was. "Maar misschien is biologisch ook nog klein in Nederland."



Zij kwam met twee collega's veehouderij van AOC Friesland (beoogd was: met acht), omdat ze bezig zijn de opleiding opnieuw en breder op te zetten. Biologisch wordt dan geïntegreerd. Kramer: "Volgend schooljaar gaat 't echt loos." Harrie Driessen was er met een collega en een stuk of acht BBL-leerlingen van AOC Oost Doetinchem. De aanwezigheid van een paar groepjes leerlingen stemde de organisatie tevreden. "Ze leren op een neutrale manier biologisch kennen en kiezen zelf wat ze ermee doen in hun toekomstige werk. Dus niet: je moet biologisch worden." Zo zegt Ron Methorst (CAH Dronten), lid van het programmateam Biologische landbouw.

#### Versnipperd

Op zo'n beurs wordt natuurlijk genotwerkt en de bezoekers volgen workshops, zoals die over de omschakeling naar biologische tuinbouw. Of de lezing door een ambtenaar uit Brussel over het Europese beleid op het gebied van biologische land- en tuinbouw. Hans Vijverberg uit Culemborg was erbij: "Interessant dat ze zo iemand uitnodigen." De docent fruitteelt van Helicon Opleidingen vond de mensen en de bedrijven uitstralen: hier is wat te verdienen, hier is wat mogelijk. In die zin was het voor hem inspirerend, net als het enthousiasme van de standhouders. Hij heeft er zijn kennis uitgebreid en contacten aangehaald 'met afzet- en teeltclubs'. Twee lezingen aan het begin van de dag brachten de kant van de markt onder de aandacht. En die ziet er goed uit, volgens beide sprekers. Bert Leffers van de organisatie Bio+ zegt dat na een dip het afzetperspectief van de biologische markt in Nederland opnieuw en onvermijdelijk groter wordt. Momenteel loopt Nederland in de afzet achter bij de ons omringende landen. En terwijl elders in Europa het merendeel in de supermarkt wordt gekocht, haalt de Nederlandse consument de bio-producten overal vandaan. Wat een probleem is, schetst Leffers, is dat de producten niet goed herkenbaar zijn. AH heeft een eigen bio-merk, maar voor de rest is het erg versnipperd. Vervolgens vertelt hij over de overwegingen en factoren bij het

introduceren van het merk Bio+, één herkenbaar label dat verse producten aan supermarkten levert. Want om een rendabele keten te krijgen, moet je de totale markt en het volume van de producten vergroten. "Vroeger lagen er .7000 producten in een supermarkt, nu wel 15.000."

Bert Leffers is van mening dat de traditionele biosector haar wat beschermende visie op de markt moet loslaten. Het is geen tweedeling van óf óf, maar het is én én. "Je biedt de consument de keuze: producten van de melkveehouderij en van de biologische melkveehouderij. Je vertelt wat het inhoudt, wat er anders is." Volgens hem is de kunst om daarbij over te brengen dat je met beide kiest voor kwaliteit, maar dat een keus voor het een iets anders is dan een keus voor het andere. Het gaat om de intrinsieke waarden van het product.

#### Geruststellen

Met keuzes kom je bij de consument. Daarover vertelt ook de tweede spreker, Jon de Ruijter van het internationale bedrijf Eosta. Dat brengt groenten en fruit op de markt van het merk Nature & More. "Elke consument heeft andere argumenten om bio te kopen." *Issue* marketing, noemt hij dat. Dat gaat van sociale en veiligheidsredenen tot gezondheid en klimaatverandering. Daar moet je als markt op reageren of liever nog anticiperen. Deze argumenten zijn enorm divers en veranderlijk. Het belangrijkste is de zorg van de consument. Eosta, zo vertelt De Ruijter, probeert de consument gerust te stellen door transparantie, door de hele keten zichtbaar te maken voor iedereen door op het web info te geven over de toeleverende bedrijven en hoe zij scoren op criteria rond duurzaamheid. Het verhaal van de twee sprekers maakt duidelijk dat snelheid van de marktwerking en de macht van de consument toemenen. Biologisch is een groeimarkt. Ook het onderwijs moet kennen en weten wat de klant wil, zeggen zij, om het product erop aan te passen, het aanbod en de communicatie erover. Jon de Ruijter vraagt aan de producent en aan de docent: Waarom zou je je product onderbrengen in de grijze massa? Hij verwacht net als Leffers dat biolo-

gisch onderdeel is en wordt van onderwijs. "Je kunt niet meer voorbij aan de *issues* van de consument. Je waarden zijn dé aankoopargumenten, dat betekent laten zien wat je doet, je blootgeven. Verder kijken dan tot het hek van je eigen erf."

#### Schakels

Wat vonden de docenten van deze twee lezingen? Harrie Driessen vond ze vooral aangeven dat biologisch echt professioneel wordt. De jonge docent Lies-

### *De snelheid van de marktwerking en de macht van de consument nemen toe*

beth Kramer vond er niet zoveel van. De lezing door een dierenarts over minder antibioticagebruik sprak haar daarentegen wel aan. Hans Vijverberg vond de lezingen leuk. Dat biologisch groeit en dat de markt van nu een vraagmarkt is, is hem bij gebleven. "Wij gaan met Helicon richting Greenport business. Als teler ben je een schakel in het geheel, en als opleiding ook. In die zin vond ik het interessant, de keten krijgt een dominante rol, zoals de Bio+ man vertelde." Vijverberg ziet dat biologisch steeds meer verweven raakt in het onderwijs. Hij noemt als voorbeeld gewasbescherming, dat allang niet meer synoniem is voor spuiten. Ook Ron Methorst van de CAH noemt dit aspect van biologisch: het heeft veel te bieden voor de gangbare praktijk. "Neem het niet meer, het onverdoofd castreren van biggetjes." Volgens hem is biologisch iets voor de lange termijn. "De ontwikkelingen in praktijk en onderwijs gaan door. Net als de kruisbestuiving. In het onderwijs is het een kwestie van enkele jaren proberen en niet van vandaag op morgen implementeren, dat is praktisch onmogelijk. Scholen maken hun keuzes voor wat ze past." □