

‘Haak aan bij stadslandbouw en ga dialoog aan’

De Nederlandse glastuinbouw moet leren zich beter te presenteren



Interesse in voedsel groeit hard. Enerzijds heerst er grote scepsis over wat er nu te koop is, anderzijds zie je een enorme belangstelling voor lokale, verse voedselproductie.

Consumenten willen weer begrijpen waar hun voedsel vandaan komt. Ze zijn sceptisch over groot-schalige voedselproductie. Deze beweegredenen zetten mensen ertoe om zelf land- en tuinbouw weer te willen beleven, bijvoorbeeld in de vorm van stadslandbouw. Hoe kun je dergelijke voorbeeldprojecten in de stad gebruiken om het vertrouwen te herstellen en als teler de dialoog aangaan met de stadsbewoner?

Tycho Vermeulen, bedrijfskundige bij Wageningen UR Glastuinbouw, is in zijn werk bezig met innovatieprocessen. Denk aan koppeling van warmte uit de glastuinbouw met woningbouw, of het ontwerpen van teeltsystemen. Hij ziet welke innovatiestappen nodig zijn om iets uit te rollen naar de praktijk en welke expertise er op de

verschillende momenten nodig is. Die expertise wil hij nu ook gebruiken om de tuinbouw beter te positioneren in de maatschappij via stadslandbouw. “Mijn rol is het aanjagen en begeleiden van telers. Dat wil ik doen door het ontwikkelen van bedrijfsconcepten, het uitdagen van telers om mee te denken en het creëren van kansen. We doen onderzoek naar verdienmodellen en zoeken naar werkvormen. We verzamelen verhalen met het doel om van elkaar te kunnen leren. Denk bijvoorbeeld aan urban farming De Schilde in Den Haag of projecten die we samen met collega’s doen in Almere, Amsterdam, Rotterdam, Zoetermeer, Arnhem en andere locaties in Den Haag.”

Groeiende interesse

Vermeulen ziet een geweldige interesse in voedsel om zich heen. Enerzijds heerst er grote scepsis over wat er nu

te koop is, waar producten vandaan komen en of het wel eerlijk en betrouwbaar is. Anderzijds zie je een enorme belangstelling voor lokale, verse voedselproductie. Niet voor niets zie je nu wachtlijsten voor volkstuinen, initiatieven om gezamenlijk openbaar groen te beheren als moestuin, teelt in gebouwen en start-ups die met voedsel in de stad een bedrijf willen oprichten. “Het zou ons voor de wind gaan wanneer we kunnen meeliften met deze enorme golf van interesse.”

Deze belangstelling leidt volgens de bedrijfsdeskundige nu nog niet tot de omarming van de grootste groente-producent van de wereld: de Nederlandse glastuinbouw en zelfs niet van de lokale tuinbouwbedrijven. “Om als tuinbouw mee te kunnen liften, moeten we werkvormen vinden om weer een echte relatie te hebben met consumenten. Dit geeft vervolgens kansen voor een sterkere positie in de markt en voor de ontwikkeling van merken.”

Geen verbinding

Stadslandbouw is zo’n werkvorm. De bedrijfsdeskundige ziet daarbij de stadslandbouw als grote noemer voor activiteiten waar niet-professionals bezig zijn met het produceren van voedsel. Alleen al in Den Haag kan hij meer dan 130 initiatieven benoemen. Hij ziet het als uiting van interesse in voedsel, die hij graag wil richten op de Nederlandse Tuinbouw.

Vermeulen is het niet eens met een uitspraak van Rob Baan van Koppert Cress, die stelt dat het Westland de stadslandbouw is van de Randstad. “Er is geen verbinding tussen de stad en het

Vervolg op
pagina 50 >



Tycho Vermeulen: “We moeten werkvormen vinden om weer een echte relatie te hebben met consumenten.”

Westland. Zo lang de kassen anoniem zijn en de vrachtwagens met producten anoniem naar de distributiecentra rijden, vind ik het geen stadslandbouw. Dat is van mensen in de maatschappij, de stedelijke bewoner. Ik hoop dat het Westland over vijf jaar wel die verbinding heeft weten te maken.”

Starten of aanhaken

Telers kunnen volgens Vermeulen zelf initiatieven ontplooiën of aanhaken bij andermans initiatieven. Een voorbeeld van eigen initiatieven door telers is de Volkskas in De Lier. Bij dit project wordt een leegstaande oude kas van Royal Pride gehuurd door de Stichting BoereGoed. Achter het idee zitten drie Westlandse ondernemers, onder andere Frank van Kleef. De vrijwilligers werken er onder leiding van een teeltbegeleider. Telers en toeleveranciers uit de tuinbouw ondersteunen het project. De geogste producten worden verkocht via het regionale afzetkanaal BoereGoed. De Volkskas is het vlaggenschip van het merk BoereGoed. De tomaten komen gewoon uit de warme kas.

De Schilde in Den Haag is een voorbeeld waarbij telers en toeleveranciers zouden kunnen aanhaken bij andermans initiatieven, in dit geval Urban Farmers uit Zwitserland. Op het dak van een leegstaande, voormalige Philips

fabriek komt een kas van 1.200 m² te staan voor de teelt van verse groente en vis.

Goed voor imago

Er zijn ondernemers die al bezig zijn met stadslandbouw of overwegen stappen te zetten. Tomatenteler Ted Duijvestijn uit Pijnacker ziet de meerwaarde. “Ik zie het als een kans om ons imago te verbeteren. We kunnen in contact komen met consumenten, laten zien wat we doen in de gewone tuinbouw en praten over het belang van het voedsel dat we produceren.”

De kwekerij van Gebr. Duijvestijn ligt in Pijnacker. “We zijn de achtertuin van de stad. Daarom moet je op een goede manier open staan voor ontwikkelingen in de stad. We zien steeds meer kleine initiatieven waar groenten in de stad worden verbouwd en steeds meer samenwerkingsvormen van mensen die dezelfde interesse hebben. We staan ervoor open wanneer ze contact zoeken. Bijvoorbeeld met teeltvragen of problemen waar ze tegenaan lopen. Dan zie je wat er leeft en wat de professionele tuinbouw daar mee kan.”

Zelf zijn ze betrokken bij een project van de gemeente Rotterdam. “Ze zijn bij ons op bezoek geweest, waardoor wij in de gelegenheid waren om te laten zien wat we doen. Dat is goed voor ons imago. Hun mond viel open.” Concreet ziet de tomatenteler in de projecten kansen voor marketing, verkoop, ontmoeting, workshops en presentaties. Het is een gelegenheid om laagdrempelig mensen te ontmoeten en te tonen wat je met de tuinbouw kunt.

High tech biologisch

Maren Schoormans, salesmanager Nederland bij Koppert Biological Systems, ziet als geen ander de toegenomen aandacht voor voedsel. Ontwikkelingen als de Markthal, biologische markten en food festivals zijn volgens hem van onmisbare waarde. Telers moeten de trend dat voedsel leuk en interessant is benutten. “Mensen willen meer weten hoe het groeit. We zitten met ons grote tuinbouwgebied tegen de Randstad aan, maar de onwetendheid van stadsbewoners is heel groot. Jarenlang is geprobeerd mensen te bereiken

met Kom in de Kas. Dat is heel goed, maar niet genoeg.”

Hij gelooft wel degelijk in initiatieven om de tuinbouw de stad in te trekken. Het is een enorme ‘eye opener’ voor stadsmensen als ze uitleg krijgen welke high tech dingen telers hier doen. Het rendement mag niet het enige thema zijn in de business case. Het gaat er volgens hem vooral om dat mensen kennismaken met de voedselproductie en zien hoe schoon en biologisch deze is. Hij ruimt ook gelijk een plaatsje in voor verse vis, die prima in combinatie met tomaten kan worden gekweekt.

Promotie in wereldsteden

Koppert is betrokken bij urban farmers De Schilde. “Het project bestond al in kleinere vorm in Basel. We helpen het project in Den Haag samen met twee andere Nederlandse toeleveranciers, Priva en Rijk Zwaan.”

Schoormans ziet het als een megakans voor de Nederlandse tuinbouw. De komende tien jaar zal er overal steeds meer stadslandbouw ontstaan, ook in megasteden. “Als je daar een stukje kunt presenteren van de Nederlandse glastuinbouw is dat een enorme kans. Nu laten we alleen producten in het schap het verhaal vertellen. Je moet echter de technologie laten zien. Technologie in de omgeving van mensen is ‘the coolest thing’: biologisch telen op high tech niveau, zonder gif, met bestjes. Wij zijn fantastisch bezig.”

Samenvatting

Stadslandbouw is ontstaan vanwege scepsis ten aanzien van de grootschalige voedselproductie. Tegelijkertijd neemt de aandacht voor voedsel toe. Het is een kans voor de Nederlandse glastuinbouw om te laten zien welke mooie en gezonde producten er worden geteeld in de achtertuin van de stad.