

BIOACADEMY OP ZOEK NAAR VERBREDING

# DE BIOLOGISCHE WERELD

## VOLGENS PETER ERIK YWEMA

Een jaar na de lancering van de website [www.bioacademy.nl](http://www.bioacademy.nl) groeit het aanbod workshops, cursussen en trainingen. Het doel blijft ambitieus: een platform dat mensen inspireert en verbindt. Op de inspiratiedag treffen de partners elkaar op het landgoed Kraaybeekerhof. Hoofdspreker is Peter Erik Ywema, oud-directeur Sustainable Agriculture Initiative Platform en actief als consultant duurzaamheidsvraagstukken. Hoe kijkt hij naar de biologische sector?

TEKST LEEN JANMAAT | FOTO'S ALICE LEIJTEN

**E**dith Lammerts van Bueren doet als voorzitter van de BioAcademy de aftrap. Volgens haar staat de biologische sector voor een opgave. De groei van biologisch brengt met zich mee dat er veel nieuwe mensen instappen. Dat geldt voor omschakelaars, maar ook voor (jonge) medewerkers in de bedrijven. Voor de nieuwkomers kan de BioAcademy een ingang bieden naar achtergrond en kennis. Maar biologisch zal ook verder moeten ontwikkelen, stilstand is achteruitgang. IFOAM heeft hiervoor Organic 3.0 uitgebracht. Hierin worden onderdelen benoemd die om aandacht en ontwikkeling vragen. Ook ligt er een uitdaging om open te staan voor de maatschappelijke ontwikkelingen en voor hoe de buitenwereld tegen ons aankijkt. Dat

vraagt om een kritische reflectie. Vandaar de uitnodiging aan Peter Eric Ywema om zijn kijk op de biologische sector met ons te delen.

**In zijn inleiding** vraagt Peter Erik zich af waar biologisch eigenlijk voor staat. Wil biologisch al het 'goede' annexeren zoals eerlijk (fairtrade), klimaatneutraal, biodivers, lokaal en seizoensgebonden? Misschien wil de biologische sector wel teveel van dit alles. En welke motieven heeft een consument die voor biologisch kiest, is dat iets goeds doen voor de wereld? De nieuwe bio-consument wil vooral gemak en heeft geen weerstand tegen de supers zoals AH of Jumbo. Duidelijk is dat het de grotere spelers lukt om biologische producten tegen wat lagere prijzen bij

de consument te krijgen. Voorlopig hebben ze nog keurmerken nodig, maar de kans is groot dat deze verdwijnen omdat de supermarkt zelf het vertrouwen bij de consument wil winnen, bij voorkeur met eigen merken. Keurmerken en certificering brengt vooral bureaucratie met zich mee. Ook boeren hebben genoeg van controle en checklists. Het gaat straks om vertrouwen zonder bureaucratie. Als we niet oppassen verwordt biologisch tot een instituut met papieren en audits.

**Over de ambities en doelen** die biologisch moet nastreven ontstaat discussie. Marian Blom van Bionext pleit er juist voor om op meerdere onderdelen koploper te zijn en te blijven. Landbouw is nu eenmaal complex en het systeem is gebouwd op

### DE BIOACADEMY-DAG

Werd georganiseerd om inspiratie op te doen en te werken aan kwaliteit en aan persoonlijke ontwikkeling. Binnen een drietal workshops lieten deelnemers zich inspireren en werkten ze aan eigen competenties en vaardigheden. In een workshop met Wiebe Broekema werden de mogelijkheden verkend van e-learning. In de workshop 'Werken aan je presentatie' gaf Geertje Schlaman vanuit de breinprincipes 'hoe leren wij?' basistips voor een goede presentatie. Deelnemers gingen zelf aan de slag en ervoeren onder andere het effect van mimiek bij het overkomen van een presentatie. Tijdens de SKAL-workshop door Ingeborg de Groot werd stilgestaan bij borging. Daarbij kwamen thema's als keuze van en vertrouwen in leveranciers en de risico's bij langere ketens aan de orde. Met 52 deelnemers die 20 partners vertegenwoordigden en inspirerende workshops was het een geslaagde dag.





Wil biologisch al het 'goede' annexeren zoals fair trade, klimaatneutraal, biodiversiteit, lokaal en seizoensgebonden?

**PETER ERIK YWEMA**

Studeerde scheikunde aan de Universiteit van Utrecht. Hij werd gegrepen door de milieuvraagstukken van water-, lucht- en bodemverontreiniging. Die worden veroorzaakt door chemicaliën, dacht hij, dus ook het opruimen en voorkomen is chemie. Hij was tien jaar directeur van het wereldwijde duurzaamheidsplatform van de levensmiddelenindustrie ([www.saipplatform.org](http://www.saipplatform.org)). Sinds kort is hij directeur duurzaamheid bij het aardappelverwerkingsbedrijf Avebe. Tussen beide functies in ondernam hij een fietstocht langs boerenbedrijven in Europa. Zijn fietstocht begon in Noordeloos bij bio melkveehouder Teunis Jacob Slob. Na 3.000 km fietsen eindigde de reis in Zuid-Spanje. Onderweg leerde hij boeren kennen die op hun eigen wijze het land beheren. Over de ervaringen tijdens zijn fietstreis hield hij een blog bij op [www.connectingfarmers.eu](http://www.connectingfarmers.eu)

**ONTWIKKELINGEN BIOACADEMY**

Nieuw is dat dat BioAcademy in samenwerking met partners nieuw kennisaanbod ontwikkelt en toegankelijk maakt. Dit vooral via cursussen, trainingen en/of e-learning. Organisaties die graag kennis willen delen maar er niet zelf een cursus of workshop kunnen organiseren kunnen dat samen met de BioAcademy oppakken. In dat geval kan de BioAcademy meedenken over de opzet of verzorgt BioAcademy werving, logistiek en administratie. Daarmee wordt het geven van cursussen en workshops niet alleen interessant voor organisaties die experts in dienst hebben, maar ook voor kleinere partijen voor wie een cursus organiseren nieuw is. Zo is de cursus 'Boeren met bomen' ontwikkeld in samenwerking met het Louis Bolk Instituut en WUR. BioAcademy biedt ook online introductiemodules aan. Bezoekers van de website krijgen kennis aangereikt over specifieke onderwerpen. Dit kan in combinatie met een workshop of cursus die op locatie wordt gegeven. Het platform biedt zo mogelijkheden om online te leren. Dit als aanvulling op het leren 'op locatie'. Zo biedt BioBasics basiskennis voor mensen die beginnen met werken in de biologische sector of hierin geïnteresseerd zijn. Het is nog een prille ontwikkeling maar de eerste modules staan klaar. Het aanbod van e-learning-modules wordt verder uitgebreid. Tot nu toe is het aanbod op de site met name gericht op de primaire sector. Er wordt gewerkt aan aanbod voor handel, verwerkende sector en retail. Nieuwe partners voor deze doelgroepen zijn welkom.

meerdere samenhangende facetten. Juist de samenhangende aspecten maken biologisch aantrekkelijk, dat verhaal moeten we blijven vertellen. Hoe deze boodschap te verpakken in de marketing van bio producten wordt een punt van discussie. Laten we de boer zelf zijn verhaal vertellen via de verpakkingen of kiezen we onderdelen waarin biologisch uitblinkt? Er klinken meerdere opties, maar een flitsend marketingconcept rolt er nog niet uit. Ook het thema 'bezieling' komt nog aan de orde. Volgens boerin Jozien Vos is marketing eenzijdig gericht op de buitenkant, bezieling nodig om het verhaal achter bio over te brengen. Wat we 'wel' doen in biologische landbouw is hierin belangrijk. ■

