



Ondernemen in innovatie

Foto: JayWalkers

Nieuwsbrief van het ministerie van LNV



nummer 10 • september 2006

Inhoud

- 1 Innovatie = Ondernemen
- 2 Geen dichtgetimmerd beleid
- 3 Column: "Meer innovatiewinst door de konvooi aanpak"
- 3 Korte berichten
- 4 "Alleen de blauwe tomaat ontbreekt nog"
- 5 Agrarisch, maar dan anders
- 6 Weer genieten van varkensvlees
- 7 Robot met groene vingers
- 8 LNV in bedrijf

Deze nieuwsbrief wordt verspreid onder overheden, onderzoeksinstituten, maatschappelijke organisaties, bedrijven en andere belanghebbenden die met innovatie te maken hebben.

Nieuwe abonnees kunnen zich aanmelden bij c.j.a.van.zundert@minlnv.nl

Innovatie = Ondernemen

Het InnovatieBeraad van LNV koos bewust een prikkelende titel voor de nieuwe departementale innovatiestrategie: Innovatie = Ondernemen. Een gelijkschakeling. Op die manier willen we onze kernopdracht kracht bijzetten: zorgen dat het bedrijfsleven kán innoveren. Het zijn immers de bedrijven die het moeten doen en die zorgen voor de benodigde concurrentiekracht.

Innovatie en bedrijvigheid vormen een relatief nieuw koppel. Voor LNV betekent dit een herijking van de bestaande activiteiten die gericht zijn op innovatie. Voldoen die (nog) aan de nieuwe opgave? En welke nieuwe inzet vragen innovatieve ondernemers van ons? De strategienota geeft onder meer antwoord op deze vragen. Een leidraad voor de komende jaren.

Kiezen voor Landbouw

De eerste aanzet voor een nieuwe LNV-innovatiestrategie gaat jaren terug. In de nota *Voedsel en Groen* (2000) lag de focus primair op kennis en - vooral - wetenschapsontwikkeling. Ondernemerschap werd niet direct gekoppeld aan innovatie. Dat gebeurde wel in de beleidsbrief *Innovatie: sleutel tot succes* (2001) en de nota *Vitaal en Samen* (2003). In *Kiezen voor Landbouw* (2005) werd innovatie en ondernemerschap voor het eerst expliciet aan elkaar gekoppeld. *Innovatie = Ondernemen* borduurt hierop voort.

Kennis

Het bedrijfsleven zit in een ingrijpend veranderingsproces. Opschaling, specialisatie, marktsturing, ketenbinding en het verdampen van de (Europese) inkomenssteun. Naast 'ondernemerschap' is 'kennis' het antwoord op deze opgaven. Kennis is een belangrijke drager van innovatie. Daarom investeert LNV de komende jaren volop in kennisontwikkeling en - vooral ook - kennisverspreiding. Ze hebben dan ook een centrale plek in de innovatienota.

Zie verder pagina 2 >>



Geen dichtgetimmerd beleid

Innovatie vereist een open mind. Over de schutting kijken. Dus geen vooraf dichtgetimmerd beleid, maar richtinggevende contouren. Het InnovatieBeraad vertaalde die naar een vijftal speerpunten. In de strategienota Innovatie = Ondernemen wordt per speerpunt de huidige inzet verbonden aan een verbeteragenda. Dat leidt tot concrete verbeteracties, voor zowel de korte als de lange termijn.



De speerpunten zijn nadrukkelijk aan elkaar gekoppeld. De onderlinge samenhang versterkt de betekenis van de afzonderlijke punten (zie schema). Juist de synergie moet het LNV-innovatiebeleid naar een hoger plan tillen.

Het centrale speerpunt is nummer I: Innovatie-opgave in beeld. We willen continu informatie, verkenningen en mogelijke toekomstbeelden beschikbaar stellen. Dit doen we langs twee sporen: *mogelijk maken* (speerpunt II) en *gericht steunen* (speerpunten III tot en met V). Het gepresenteerde schema is geen keurslijf. Voor innovatie bestaat geen standaardaanpak of -mal. De speerpunten vormen voor LNV een kapstok. De concrete invulling en dynamiek zal per sector verschillen.

Flowers & Food

We opereren als ministerie in een breed (inter)nationaal krachtenveld. We moeten algemene trends buiten Europa goed volgen en vertalen naar de betekenis en consequenties daarvan voor ons land. Meer dan ooit werken we daarbij samen met andere departementen. En natuurlijk met het InnovatiePlatform dat in 2003 is geformeerd en wordt voorgezeten door de Minister-President. Dit Platform benoemde *Flowers & Food* als twee sleutelgebieden van het nationale innovatiebeleid. Wij gaan een stap verder. Natuur, voedselkwaliteit, visserij, dierenwelzijn, verbrede landbouw en groen onderwijs staan ook hoog op onze innovatie-agenda.

Wilt u de nota Innovatie = Ondernemen ontvangen?

Stuur dan een mailtje naar Berdie Vink: b.vink-vink@minlnv.nl.

We sturen u dan een exemplaar. ■

De verbeteropgave per speerpunt

I. Innovatie-opgave in beeld

We gaan gericht om met het inzetten, aansturen en verbinden van programma's en voorzieningen voor toekomstverkenning en concept-ontwikkeling. Met de uitkomsten dagen we ondernemers uit om te innoveren. We vertalen de resultaten in concrete innovatieprogramma's, in samenwerking met het bedrijfsleven.

II. Basisruimte en -voorzieningen

Het (verder) beperken van belemmeringen voor innovatieve ontwikkeling. Onder meer door een 'omgeving' voor ondernemers te creëren die hen maximaal prikkelt en helpt om in beweging te komen.

III. Gezamenlijke agendavorming

Sterker inzetten op het tot stand brengen en faciliteren van sturende, agendavormende groepen uit het bedrijfsleven en overheid. De voorzieningen stemmen we af op de uitkomsten.

IV. Ontwikkelen Innovatieprogramma's

Nieuwe innovatieprogramma's ontwikkelen. Die moeten completer, flexibeler en vooral meer vraaggestuurd zijn.

V. Realisering projecten en uitrol

De ruimte voor realisering van projecten flexibeler, toegankelijker en meer vraaggestuurd maken.



“70% Van de succesvolle innovaties komt voort uit slim samenwerken”



“Meer innovatiewinst door de konvooi aanpak”

“Concurreren betekent innoveren, meer dan ooit. Geen wonder dat er zoveel innovatieve projecten worden uitgevoerd. Veel van die projecten worden succesvol afgesloten en andere sneuvelen. Dat is nu eenmaal inherent aan innovatie. De overheid faciliteert een aantal projecten en programma's en het bedrijfsleven groeit gestaag in zijn rol van initiatiefnemer. Een prima ontwikkeling. Dit neemt niet weg dat er een aantal zaken beter moeten en ook beter kunnen. Alleen zo boeken we de benodigde innovatiewinst. Ik beperk me tot twee - met elkaar samenhangende - punten: samenwerking en lange termijnperspectief.

Een taskforce van de LTO organisaties constateerde recent dat de samenwerking tussen organisaties die betrokken zijn bij de ontwikkeling en verspreiding van innovaties 'voor verbetering vatbaar is'. Zo laten bedrijfsleven en kennisinstellingen kansen liggen, omdat ze zich niet over meerdere jaren rond concrete doelen aan elkaar verplichten. Dit wreekt zich vooral bij de ontwikkeling van lange termijn marktinnovaties. Internationaal onderzoek onderstreept deze bevindingen: juist de zachte kant leidt tot harde resultaten. Concreter: 70 % van de succesvolle innovatieve

projecten komt voort uit slim samenwerken en adequaat competentie management. 'Slechts' 30 % is een kwestie van geld!

Hoe kan het beter? We kunnen onze samenwerking meer elan geven door een aantal spelregels van een konvooi over te nemen: een gemeenschappelijke koers (op basis van lange termijn innovatie-agenda's!), duidelijke afspraken over ieders inzet, adequaat management van de samenwerking en duurzaam commitment aan elkaar (voor een periode van minimaal vijf jaar). Partijen kunnen zo voluit gaan voor het boeken van structurele innovatiewinst. En dus zo een bijdrage leveren aan een meer duurzame versterking van de concurrentiepositie van boer en teler. LTO organisaties hebben recent overleg opgestart met het bedrijfsleven om deze visie te toetsen. Wij pleiten hierin voor de ontwikkeling van konvooi programma's. Voor samenwerking en lange termijnperspectief.”

Bart Jan Constandse, Voorzitter LTO

Voor meer informatie: www.lto.nl

Korte berichten

Dag van de Toekomst

Vernieuwen doe je nooit alleen. Dat is de titel van de Dag van de Toekomst die LNV dit jaar voor de tweede keer organiseert, samen met TransForum Agro & Groen en InnovatieNetwerk. De Dag van de Toekomst vindt plaats op maandag 2 oktober van 14.00 tot 21.00 uur, in Orpheus Apeldoorn. De organisatie richt zich dit jaar primair op ondernemers, uit de hele agro- en foodsector: voor en door ondernemers. Voor ambtenaren, onderzoekers en adviseurs is er maar een beperkt aantal plaatsen beschikbaar. Op 2 oktober laten collega-ondernemers zien welke keuzes ze hebben gemaakt in de ontwikkeling van hun bedrijf en welke wegen ze daarvoor hebben doorlopen. Ondernemers kunnen onder meer deelnemen aan workshops en een individueel advies krijgen.

Voor meer informatie: www.minlnv.nl/dagvandetoeekomst



“Alleen de blauwe tomaat ontbreekt nog”

Geel, wit, lila, bruin, zwart. De aloude tomatenrassen van Frank de Koning hebben zo'n beetje alle kleuren van de regenboog. “Alleen de blauwe tomaat ontbreekt nog.” De kleuren mogen modern aandoen, maar de biologisch geteelde vruchten hebben de vorm van een klassieke tomaat. Ook de smaak van de 25 verschillende rassen is ouderwets lekker. “Vooral de markt niet overvoeren.”

Tuinder Frank de Koning had het wel een beetje gezien met de trostomaat, zes jaar geleden. De op geijkte wijze gekweekte vruchten konden hem niet meer bekoren. “Ik miste de uitdaging. Als het allemaal loopt, dan is het eigenlijk niet zo'n boeiend gewas meer. Ik wilde iets nieuws. Ook al omdat de prijs die ik kreeg voor mijn trostomaten laag was. Verder vond ik het niet leuk om producten te verbouwen waar bepaalde delen van het jaar een overschot aan is.”

Motivatie

Om de motivatie te hervinden, schakelde hij in eerste instantie over op ecoteelt. Zijn trostomaten zonder bestrijdingsmiddelen - “uit de volle grond in plaats van een kunstmatig substraat” bevielen goed. “De lol was er weer. Bovendien was de markt voor biologische producten toen nog vrij ‘open’. Ik kreeg een goede prijs voor mijn producten.” Maar de volgende stap diende zich een paar jaar later alweer aan. Zijn distributeur EOSTA kwam begin 2002 in aanraking met oude tomatenrassen die in de Verenigde Staten gretig aftrek vonden.

“Het was een hit daar. Ze brachten wat bakjes mee en vroegen of dat iets voor mij was. Nu ben ik altijd in voor iets nieuws, dus ik was direct enthousiast. Weer eens wat anders!” De zaden kreeg hij vanuit heel Europa. Hij testte verschillende soorten. Tomaten met tegenvallende smaak, weinig vruchtopbrengst of langzame groei nam hij niet in productie. “Sommige grote vlezige tomaten moest ik echt met pijn in het hart wegdoen. Heerlijke soorten, met een unieke en ongeëvenaarde smaak. Alleen niet te vermarkten, want ze worden al tijdens het transport zacht en beurs. Jammer.”

Nichemarkt

Maar er waren genoeg soorten die wél geschikt zijn voor verkoop. Hij bracht ze op de markt onder de naam Wild Wonders. Met succes. Op dit moment is dan ook een groot deel van de kas gewijd aan de teelt van witte, bruine en paarse tomaatjes. Allemaal met een eigen specifieke smaak. “Donkere soorten zijn over het algemeen kruidig. Nu het zo warm is, pakken we in de kas vaker de witte soort; die is lekker fris.”

Niet alleen de bijzondere smaak, maar ook het afwijkende, soms kalebasachtige uiterlijk maken De Konings tomaten populair. “Ja, mensen zijn enthousiast. We hebben echt een nichemarkt te pakken: lekkere tomaten die ook nog eens mooi ogen op de fruitschaal.”

Hoewel De Koning met zijn innovatieve producten dus goed scoort, blijft hij voorzichtig. Vooral de markt niet overvoeren, is zijn credo. “De kunst is precies aan de markt vraag te voldoen om ook een goede prijs te blijven krijgen. Voorlopig slagen we daarin.”

Voor meer informatie: koning@agroweb.nl



Agrarisch, maar dan anders

“Mensen laten zich graag inspireren. Maar je moet ze er wel aan hun haren bij slepen.” De vernieuwingsdrang van boerin Marianne van Arkel waait als een frisse wind door de Haarlemmermeerpolder. Met haar ‘brede boerderij’ laat ze andere boeren zien wat er zoal kan: een adviesbureau voor plattelandsontwikkeling, een zorgboerderij en een maïsdoolhof in combinatie met kleinschalige akkerbouw. “Ik wil graag een voorbeeld zijn.”

Marianne van Arkel (33) is een boerendochter met het agrarische in haar genen. In de Haarlemmermeer runt ze samen met haar man als vijfde generatie de boerderij die overging van haar vader op haar. Met een studie ‘rurale ontwikkelingsociologie’ als bagage, laat ze weinig bij het oude. Haar aanpak is niet traditioneel, benadrukt ze. Naast nog wat tarwe, suikerbieten en maïs, stort ze zich vooral op haar advieswerk en de zorgboerderij.

Laserjetprinter

De nieuwste aanwinst van ‘Hoeve de Vogel’ is een maïsdoolhof. Een ware publiekstrekker van afgelopen zomer. “De bezoekers stroomden toe. Een leuke uitdaging is het: de weg vinden tussen de twee meter hoge stengels. Het veld is ingezaaid volgens een sjabloon met een voorgeprogrammeerde zaaimachine. Gewoon paden maaien had ook gekund, maar ik wilde iets nieuws proberen. Als een soort laserjetprinter weet zo’n machine precies waar hij de zaaadjes wel en niet moet laten vallen.”

De Haarlemmermeerse ziet in haar polder volop kansen voor zichzelf en anderen. “Wil je echt graag een agrarisch bedrijf ontwikkelen, dan kun je daarmee aan de gang. Er is van alles mogelijk. Denk niet alleen aan verbreding, maar ook aan natuurbeheer en productie van streekproducten. Of aan koolzaadteelt en de vergisting van gewassen als alternatieve energiebronnen. Bovendien is schaalvergroting voor een enkeling ook nog altijd een optie.”

Voortouw

Marianne wil graag een voorbeeld zijn. “Een maïsdoolhof leek me commercieel interessant in deze zeer drukke omgeving, maar tegelijkertijd ook echt een signaal van ‘kijk eens wat er kan!’” Door het voortouw te nemen, trekt ze bovendien extra klanten als adviseur. Omdat ze uit een bekende boerenfamilie komt, is de drempel voor veel boeren bovendien laag. “Ze bellen me op: ‘Marianne, ik denk ook over een zorgboerderij...’”

Verder is ze een drijvende kracht in diverse agrarische projecten binnen de Haarlemmermeer. Ze is blij met de gemeente. Wisten de ambtenaren eerst niet goed wat ze met hun boeren aanmoesten, nu denken ze mee over hun toekomst. “In het gemeentehuis oefenen ze zelfs in rollenspellen voor een klantgerichte benadering van agrarisch ondernemers.”

Zelf koos Marianne bewust voor verbreding om haar boerderij aan een succesvolle toekomst te helpen. “Ik kwam uit op ‘zorg’. Dat past bij mij en mijn slechts twintig hectare grond. Daarbij word ik nog kleiner, want Schiphol rukt op. Met een zorgboerderij, die niet om veel ruimte vraagt, kan ik de agrarische component er toch inhouden. Dat vind ik uiteindelijk het allerbelangrijkste.”

Voor meer informatie: www.hoevedevogel.nl

‘Wat moet je in hemelsnaam met zo’n vet varken?’ vroegen varkensboeren aan Kees Scheepens toen hij drie jaar geleden de ‘Berkshire’ naar Nederland haalde. Nu prijkt zijn zwarte rasvarken op de kaart van menig restaurant in Nederland, België en Engeland. Scheepens: “Uiteindelijk floreert innovatie denk ik het beste bij rare snuiters zoals ik; je moet eigenwijs zijn.”

Weer genieten van varkensvlees

Iedereen kent de beelden van grijpers die dode varkens in vrachtwagens laden. De varkenspest eind jaren negentig was een dieptepunt in Scheepens’ carrière als varkensarts. Hij stapte over naar een functie als veterinair directeur van een grote varkensfokkerijorganisatie in Engeland. Prompt kreeg hij ook op het Brits eiland varkenspest op zijn bord. Nog gevolgd door een mond- en klauwzeercrisis.

Bij Scheepens begon ‘t te kriebelen om eens iets positiefs te doen voor de varkenssector. “Ik wilde weer beelden tot leven roepen van mensen die genieten van varkensvlees.” Zijn idee: beter en lekkerder varkensvlees op de markt brengen. “Weg van de bulkproductie. Maar ook met een smaak die zich onderscheidt van biologisch varkensvlees.”

Minder kauwslagen

Op een Engelse boerderij van een stichting voor zeldzame huisdieren, stuitte hij op de ‘Duke of Berkshire’. In dit oude varkensras zag hij wat hij zocht: een delicatessen voor een nichemarkt. Niet veel later wroeten er Berkshires in het stro op zijn eigen boerderij in de buurt van Eindhoven. De dieren krijgen speciaal voer en de tijd en ruimte om vooral flink uit te dijen.

“Vet is de smaakdrager”, legt Scheepens uit. “De gangbare ‘Arnold Schwarzenegger varkens’ groeien te snel. Daardoor maken ze amper intramusculair vet aan. Bij mijn varkens gebeurt dat juist in overvloed. Dat geeft het vlees volop smaak: de unieke, karakteristieke Berkshire smaak, die je ook

niet kunt vergelijken met biologisch vlees. Bovendien is een stukje Berkshire bijzonder mals. Je hebt minder ‘kauwslagen’ nodig. Het mondgevoel is uitstekend.”

Kees zijn meer conventionele collega’s zijn inmiddels enthousiast over zijn product, dat goed is voor het imago van varkensvlees in het algemeen. “Ik durf met trots te zeggen dat mede door mijn inspanningen varkensvlees weer op de kaart staat. Soms letterlijk, bij restaurants die het van het menu hadden geschrapt. Ook topcateraars, slagers en vleeswarenfabrikanten zien mijn product als een uitdaging om mooie culinaire dingen mee te doen.”

Rare snuiter

Wat is nu eigenlijk zo innovatief aan Scheepens’ aanpak? “Als rare snuiter loop ik voor de horde uit die denkt ‘we draaien goed, we gaan zo door en verder niks’. Om te beginnen stel ik ‘smaak’ voorop. En tegen de globaliseringstrend in, speel ik in op ‘mens, dier en omgeving’. Ik heb mijn eigen wil doorgezet. En daar begint innovatie.” Het hoogwaardige en puur plantaardige voer betreft hij zoveel mogelijk uit de regio. Zijn varkens worden minimaal belast met kiemen. Antibiotica is zelden nodig. “Mijn varkens hebben een uitstekende gezondheid en dat is vanuit het oogpunt van dierwelzijn het allergrootste goed.”

Voor meer informatie: www.dukeofberkshire.com

Robot met groene vingers

In de kassen van Levoplant loopt alles op rolletjes. Letterlijk: het hele productieproces van orchideeën is geautomatiseerd. Directeur Leo van der Voort: “Eindeloos monnikenwerk komt bij ons niet meer voor.” Hoe groene treintjes, robotarmen en camerasystemen een ondernemer verder kunnen helpen.

Overall klinkt gezoem in de Phaeleanopsis-kas. Op de 38.000 vierkante meter wordt weinig aan menselijke handen overgelaten. Alle planten worden feilloos en volautomatisch gesorteerd op kleur, ras en hoogte. Door het glazen huis in Maasland slingeren kriskras lopende banden door elkaar heen, waarover 150 verschillende planten probleemloos op de juiste plek terechtkomen. Jaarlijks produceert Levoplant zo drie miljoen potten. “Onze vierde kas zijn we nu aan het bouwen. Hierin gaan we wéér een stapje verder.”

Knutselen

En dan te bedenken dat Van der Voort de teelt van de populaire kamerplant een aantal jaar geleden niet eens zag zitten. “In het begin was het een proef om ze te telen naast mijn Cordyline-teelt, groene kuipplanten. Maar het kwam moeilijk van de grond, ik had pech met de rassen. Het groeide niet goed. Bovendien zag ik wat er allemaal bij kwam kijken. Het verpotten, sorteren en de potten voorzien van stokjes, kostte zóveel tijd. Ik twijfelde of het allemaal wel rendabel zou worden.”

Van der Voort volhardde en schakelde “de techniek” in. Hij noemt het een vanzelfsprekende stap. “Techniek boeide me altijd al. Ik ben vanaf het begin van mijn bedrijf, in 1969, bezig met knutselen. Zo was ik er al vroeg bij om een lopende band te gebruiken in mijn eerste kas.” Maar in de loop der jaren groeide de techniek de kweker boven het hoofd. Doe-het-zelven volstond niet meer. “Om mijn ideeën uit te voeren, had ik professionals nodig.” Die kwamen van automatiseringsbedrijf Aris. Samen met het bedrijf keek Van der Voort naar manieren om orchideeën efficiënter te telen.

Groen treinverkeer

Door automatische treinen bijvoorbeeld. Met een camera-systeem houden werknemers het verkeer op de lopende banden in de gaten. Van der Voort: “Zo hoeven we niet naar de planten toe. Als de planten voorzien moeten worden van een stok om de bloeistengel te ondersteunen, komen ze vanzelf bij mensen achter de stoktafel terecht.”

Een ander interessant aspect van het groene treinverkeer: het ingenieuze systeem sorteert planten op grootte, kleur en ras. Deze worden herkend door speciale software. Een robotarm doet de rest. Bloeiende planten worden op de band linksaf geplaatst en vervolgens gesorteerd op soort. Nog groene exemplaren worden opgetild en slaan met de trein rechtsaf. “Deze groep maakt een *looping*; de planten komen na drie, vier dagen terug om opnieuw gesorteerd te worden,” legt Van der Voort uit.

Noodzaak

In de nieuwe kas die in 2007 klaar moet zijn, voert Van der Voort de automatisering nog verder door. “Daar worden alle soorten voorzien van een code op de pot. Zo krijgen we een nog beter inzicht in hoe een plant zich ontwikkelt en kunnen we zwakke soorten wegsaneren.” Bovendien ‘denkt’ het systeem mee. “De camera ziet: ‘er is ruimte nodig’, de software schakelt en ‘haalt’ een tafel. Staan er op een tafel geen planten, dan gaat het systeem deze halen. Een continu proces.”

Van der Voort is stellig in zijn overtuiging dat automatisering geen luxe, maar noodzaak is. “Ander red je het gewoon niet. Je kunt als sector niet stil blijven staan. Met kleivoeten had ik dit bedrijf niet gehad. Misschien wel helemaal geen bedrijf.”

Voor meer informatie: www.levoplant.nl ■

In het InnovatieBeraad werken de drie directies Industrie & Handel, Landbouw en Kennis nauw samen. Elke maand presenteren ze op deze plek de meest actuele ontwikkelingen.

LNV in bedrijf

Directie Industrie & Handel in bedrijf

Fresh on Demand

Wageningen UR en IBM hebben een consortium opgericht om verspilling van voedsel terug te dringen. Daarvoor hebben ze een project opgezet: Fresh on Demand. Met het project is 45 miljoen euro gemoeid. Het ministerie van LNV ondersteunde het initiatief in een vroeg stadium met een bijdrage in de proceskosten. Het departement beslist dit najaar of specifieke vervolgacties van het ministerie nodig zijn.

LNV baseert zich daarbij op de uitkomsten van een bijeenkomst van het Consumentenplatform. Het platform constateerde onder meer dat het zinvol is om het probleem vanuit twee kanten te benaderen: de consument en de voedselverwerkende industrie. "Mocht de overheid voedselverliezen willen aanpakken, dan is zij nadrukkelijk niet alleen verantwoordelijk, maar samen met de voedselproductieketen."

Jaarlijks gooit de totale productieketen zo'n 3 miljard euro aan voedsel weg, waarvan 2,1 miljard door de consument. Dat blijkt uit cijfers van het onderzoek 'Voedselverliezen, verspilde moeite' van het Consumentenplatform van LNV.

Voor meer informatie: www.minlnv.nl/consumentenplatform
Contactpersoon: Helmy van Erp, 070-3784893.

Directie Kennis in bedrijf

Jongleren met Visie

De Groene Kenniscoöperatie gaat dit najaar aan de slag met de nota 'Kiezen voor landbouw'. Op basis daarvan zet de coöperatie een toekomstvisie voor de landbouw neer, met als titel 'Jongleren met Visie'. Hoe zal de agrarische sector er in 2016 uit zien? De deelnemende onderwijsinstellingen ontvangen een toolkit, van VMBO tot universiteit. Die kunnen de docenten gebruiken bij de begeleiding van studenten en scholieren. Op de jaarlijkse Oogstdag in april 2007 presenteert de Groene Kenniscoöperatie haar toekomstvisie.

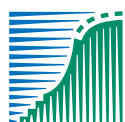
Voor meer informatie: r.p.m.van.schie@minlnv.nl

Toezending, opmerkingen of vragen

Dit is een nieuwsbrief van het ministerie van LNV. U kunt zich op deze nieuwsbrief abonneren door uw naam, functie, organisatie(-onderdeel), e-mail adres en postadres door te geven aan de Service Unit Innovatie: C.J.A.van.Zundert@minlnv.nl. Ook voor vragen of opmerkingen over deze nieuwsbrief kunt u dit e-mailadres gebruiken. Of bel naar de Service Unit Innovatie tel. 070 - 378 48 47. Voor alle overige innovatievragen: innovatieunit@minlnv.nl.

Archief op Internet

U kunt oudere nummers van deze nieuwsbrief lezen op de website van het Ministerie van LNV: www.minlnv.nl (rubriek publicaties/periodieken).



**landbouw, natuur en
voedselkwaliteit**

Colofon

Hoofdredactie:
Paul Thewissen, LNV
Productie en realisatie:
Communicatiebureau Textuur, Tilburg
Vormgeving:
Jaywalkers, Tilburg
Drukwerk:
Drukkerij Groels BV
Redactie-adres:
Nieuwsbrief Ondernemen in innovatie
T.a.v. Corrie van Zundert (coördinatie)
Postbus 20401, 2500 EK Den Haag
Tel. 070 - 378 48 47