



# Ondernemen in innovatie

Nieuwsbrief van het ministerie van LNV



nummer 11 • oktober 2006

## Inhoud

- 1 Succesvolle tweede editie Dag van de Toekomst
- 2 "Samenwerking hoort bij succesvol ondernemen"
- 3 "Veel frisse gezichten"
- 4 Innovatievouchers uitgereikt op Dag van de Toekomst
- 6 TRING!!! Doorschuiven maar weer!
- 8 Hoe vind je het gat in de markt?
- 9 Meer vrijheid binnen een agrarisch huwelijk
- 10 "Plantaardig voedsel heeft de toekomst"
- 11 "Duwtje in de andere richting"
- 12 Luchtballon met inhoud

Deze nieuwsbrief wordt verspreid onder overheden, onderzoeksinstituten, maatschappelijke organisaties, bedrijven en andere belanghebbenden die met innovatie te maken hebben. Deze speciale editie wordt ook verzonden aan alle bezoekers van de Dag van de Toekomst.

Nieuwe abonnees kunnen zich aanmelden bij [c.j.a.van.zundert@minlnv.nl](mailto:c.j.a.van.zundert@minlnv.nl)

## Succesvolle tweede editie Dag van de Toekomst "Broeiness van ondernemerschap"

"Nieuwsgierigheid", antwoordde een ondernemer op de vraag waarom hij deelnam aan de Dag van de Toekomst. "Ik wil zien waar andere ondernemers mee bezig zijn." Hij staat daarmee model voor veel van de circa zeshonderd bezoekers van de tweede Dag van de Toekomst, dit jaar gehouden op 2 oktober in Orpheus Apeldoorn. Het motto van de dag was niet voor niks: 'vernieuwen doe je nooit alleen'.

Een dag *voor* en *door* ondernemers. Dat was de insteek van de drie organisatoren: het ministerie van LNV, InnovatieNetwerk en TransForum. En die opzet slaagde. Ondernemers spraken elkaar aan op vergelijkbare vraagstukken en staken elkaar waar nodig een hart onder de riem. Kortom, een inspirerende dag. Voor herhaling vatbaar, concludeerden de deelnemers. Op [www.dagvandetoeekomst.nl](http://www.dagvandetoeekomst.nl) gaf 95% van de bezoekers aan volgend jaar weer een Dag van de Toekomst te willen.

### Kleinschaligheid

In Orpheus Apeldoorn stelde iedereen zijn eigen *menu* samen. De deelnemers konden kiezen uit verschillende ingrediënten: rondetafelgesprekken, workshops, broedkamers, een innovatiebalie, fast networking, een filmfestival en een innovatieparade. En wie een concreet idee had, kon meedingen naar een innovatievoucher ter waarde van € 10.000,-. Door de kleinschaligheid van de activiteiten, konden de ondernemers elkaar écht spreken. "Ik ontmoette net iemand die met hetzelfde bezig is als ik; we houden contact!", reageerde een deelnemer. Een andere reactie: "Een broeiness van ondernemerschap en innovatie."

Zie verder pagina 2 >>





## “Samenwerking hoort bij succesvol ondernemen”

22 Rondetafelgesprekken, 21 workshops, 4 broedkamers, 4 sessies fast networking, een innovatieparade met 17 inspirerende projecten, 4 films en verschillende doorlopende programma's. Het spoorboekje was overvol. Achteraf gezien geen overbodige luxe, want vrijwel elke activiteit zat vol. Door de verscheidenheid aan onderwerpen kwam iedereen aan zijn trekken. Projectleider Mineke de Lange blikt tevreden terug op 2 oktober.

### Trends

“We hebben gekozen voor onderwerpen die nauw aansluiten op de cruciale vraagstukken waar ondernemers op dit moment mee bezig zijn. Daarvoor hebben we een meedenkgroep van ondernemers en intermediairen opgericht. Daaruit kwam onder meer naar voren dat agrarisch ondernemers nadrukkelijk op zoek zijn naar een



[www.dagvandetoeekomst.nl](http://www.dagvandetoeekomst.nl)

Deze editie van de nieuwsbrief Ondernemen in innovatie staat volledig in het teken van de Dag van de Toekomst. Ook de volgende nummers komen regelmatig enkele deelnemers aan het woord. Daarnaast ontwikkelden de drie organisatoren een virtuele ontmoetingsplaats.

Op [www.dagvandetoeekomst.nl](http://www.dagvandetoeekomst.nl) kunt u ervaringen uitwisselen en inspiratie opdoen. Interactiviteit en actualiteit staan centraal op de site.



business die ook op *termijn* rendabel is. Ze zijn met hun toekomst bezig. Vandaar dat we volop aandacht besteedden aan trends in de markt; van gezondheidstrends tot de supermarkt van de toekomst, en van internationale trends tot logistieke innovaties.”

### Marktdenken

Een andere rode draad vormden de onderwerpen ‘sterk merk’ en ‘samenwerking’. De Lange: “Marktdenken is essentieel om het als ondernemer te redden. Het is voor een ondernemer pure noodzaak om voeling te krijgen en te houden met de markt, en van daaruit bedrijfsactiviteiten vorm te geven. Daarbij heeft hij meer dan ooit partners nodig. Samenwerking hoort bij succesvol ondernemen, zeker in de productieketen.”





# “Op zo’n dag springt vaak de eerste vonk over”



## “Veel frisse gezichten”

“Het toverwoord van deze Dag van de Toekomst: samenwerken! Het bleef niet bij een wens, het werd werkelijkheid. De workshops en ronde tafeldiscussies waren drukbezocht. In het hele gebouw broeide het. Ook in de wandelgangen zochten ondernemers elkaar op om te praten. ‘Hoe heb jij het geregeld?’ Samenwerking is een onderwerp dat lééft onder boeren. Ze beseffen dat ze elkaar nodig hebben.

*Vernieuwen doe je nooit alleen* is meer dan een slogan. Het is een feit. Want als je iets nieuws maakt, stuit je op problemen. Dan is iedere hulp welkom en zijn samenwerkingsverbanden cruciaal voor succes. Steeds meer ondernemers zien in dat ze verder komen als ze anderen inschakelen. Of ze nu coöperaties met andere boeren aangaan, of buiten de sector aansluiting zoeken. De Dag van de Toekomst speelde hier optimaal op in. Een ideaal platform om elkaar te ontmoeten en kennis te maken. Op dit soort dagen wordt vaak de eerste aanzet gegeven, de eerste vonk tussen ondernemers springt er over. Ook in Apeldoorn zijn er weer mooie kiemen gelegd. Er waren ontzettend veel agrariërs aanwezig. Veel meer dan

vorig jaar. Toen waren er meer consultants. Begrijp me goed, ook die hebben een rol, maar uiteindelijk leren ondernemers het meest van collega-ondernemers. En dat merkte je in de zalen, kamers en gangen. Het zinderde, er was dynamiek; er werd meer dan alleen kennisgemaakt. Ook goed om te zien dat een jonge generatie agrariërs zich alweer aandient: veel frisse gezichten die onze business sterk houden.

Het enthousiasme zag je bijvoorbeeld ook terug bij *fast networking*: mooie conversaties over het vak tussen jong en oud. Spannende geluiden. Het concept werkte goed. Organisatorisch was het alleen een beetje hectisch toen minister Veerman aanschoof. Iedereen wilde met hem praten. Begrijpelijk. Ik vind het trouwens prachtig dat Veerman meedeed. Daarmee geeft hij een positief signaal af: we luisteren naar u! En je kon zien dat hij het meent. Kortom, een uitermate geslaagde dag.”

**Jan Cees Vogelaar**  
*Melkveehouder en voorzitter van de Meedenkgroep Dag van de Toekomst*

## Een parade van innovaties

Ze stonden in de foyer van theater Orpheus op een rijtje. Inspirerende ondernemers die hun ideeën, producten en concepten presenteerden. De supermagnetron, ambachtelijke chips, een nieuwe kweekmethode voor algen, een paardenmelkerij, GPS, een energieleverende kas... Genoeg te zien en te horen. Ook de Wageningen UR was aanwezig, met de duurzaamheids-scan. Een nieuw (en gratis) instrument voor zelfanalyse. Een online vragenlijst die ondernemers helpt bij het formuleren en doorvoeren van een duurzaamheidsstrategie binnen het bedrijf ([www.duurzaamheids-scan.nl](http://www.duurzaamheids-scan.nl)).



# Innovatievouchers uitgereikt op Dag van de Toekomst

## Kennishulp voor lokale melk, belevingstuincentrum en wormencompost

Goede ideeën. Ze waren meer dan welkom op de Dag van de Toekomst. Spannende innovaties, dynamische vernieuwingen: allemaal pasten ze in de brievenbus. Deelnemers en bezoekers konden hier al hun 'kindjes' kwijt. Gedurende de dag werden in totaal negen goede ideeën uit de bus getrokken. Ze werden beloond met een innovatievoucher ter waarde van € 10.000,-. Het met het innovatievoucher beschikbaar gestelde bedrag wordt niet uitgekeerd in geld, maar bestaat uit ondersteuning bij de verdere ontwikkeling van de ideeën.

De eerste trekking werd verricht door directeur InnovatieNetwerk Ger Vos. Uit de melkbus trok hij aan het begin van de middag drie namen. De eerste winnares was Sandra de Wit uit Mariaheide. "We willen met ons aspergebedrijf de mogelijkheid van *smaakbeleving* onderzoeken. Asperges zijn een uitgesproken seizoensgroente: van voorjaar tot de vroege zomer. We willen het product verbreden. We hebben een boerderijwinkel; wat kunnen we daar aan producten aanbieden? Zelf denk ik aan kant-en-klaar maaltijden; salades, magnetronmaaltijden. Met de voucher kunnen we die mogelijkheden onderzoeken. Geweldig!"

### Melk uit de buurt

Melkveehouders Arno en Carola van Dorp uit Hazerswoude waren niet in de gelegenheid hun prijs in ontvangst te nemen: ze zaten in een workshop en wisten niet dat hun plan was beloond. Met hun melkveebedrijf willen ze een collectief een regionaal product opzetten. Melk uit de buurt. Arno van Dorp: "Dus zijn we de mogelijkheden aan het verkennen; hoe zetten we op? Het verband, bedrijfsvoering, logistiek; dat soort dingen. Dat ons idee met een innovatievoucher is beloond, is geweldig. Nu kunnen we écht een heldere kosten-baten analyse van ons plan laten maken."

Ook Eric-Jan van Trijen ontving een kennisvoucher. HAS-student Van Trijen, wiens ouders een handelskwekerij in Halsteren hebben, postte het idee om wormencompost in te zetten als biologische gewasbescherming. "Het is bekend dat de compost een goede biologische beschermer is bij bepaalde plantensoorten. Het vormt een laagje op de plant dat ziektekiemen buiten houdt. Maar wat nog niet duidelijk is, is bij welke planten dit exact werkt. Dat kan ik nu laten uitzoeken. Zeker omdat ik na mijn afstuderen een handelskwekerij voor pieren wil opzetten."

### Free-publicity

In de tweede ronde trok TransForum-directeur Henk van Latesteijn agrarisch ondernemer Maaïke van Breugel uit Sterksel, ondernemer Jaap Korteweg uit Halfweg en boomkweker Ton Baltissen uit Randwijk uit de bus. Van Breugel heeft als plan imagoverbetering van 'haar' agrarische regio. "Samen met andere ondernemers willen we graag onze streek uitdragen. We zijn trots op het Sterkselse platteland en willen het imago graag verbeteren. Dan denken we aan excursies, free-publicity of een pr-campagne. Met de voucher laten we onderzoeken wat de beste aanpak is. Heel mooi dus."

Jaap Korteweg wil een studie naar een manier om de mineralenkringloop te sluiten 'kopen'. Want er gaan volgens hem nog steeds te veel waardevolle mineralen verloren







binnen agrarische ondernemingen. “Doodzonde: het slib is zo vervuild dat het verbrand moet worden. Pure verspilling van al die kostbare mineralen. Daarom wil ik goed laten bekijken of er manieren zijn om het slib te reinigen. Dit bedrag is een mooie aanzet.”

### Robots

Ton Baltissen uit Randwijk is betrokken bij de oprichting van een vereniging van Laanboomkwekers. Zijn idee: het mechaniseren van de bedrijfstak. “Het kan veel efficiënter. We kunnen bijvoorbeeld meer samenwerken. Dat is dan ook het voornaamste argument voor de oprichting van deze vereniging. Vervolgens willen we kijken bij welke onderdelen we robots kunnen inzetten. Arbeidskrachten worden schaarser en duurder. Dit geldt steken we in onderzoek naar de onderdelen die we kunnen mechaniseren.”

Rond halfacht vond de laatste trekking plaats. Terwijl velen hun eerste biertje dronken, maakte LNV'er Teun Klumpers de laatste drie voucherwinnaars bekend. Gemma Walraven uit Wychen was de eerste naam die uit melkbus tevoorschijn kwam. De studente aan de HAS in Den Bosch nam blozend haar voucher in ontvangst. “Ik ben totaal verrast! Ik stond er niet bij stil dat mijn idee eruit kon rollen.” Walraven wil een tuincentrum beginnen, maar net een tikje anders. “Een *belevingstuincentrum*: een tuincentrum waar consumenten iets kunnen beleven. Waar ze workshops volgen, worden vermaakt en geïnformeerd, bijvoorbeeld over tuinaanleg en de verzorging van planten. Dát is de toekomst. Mensen willen iets beleven.” Met de tegoedbon wil ze een doelgroepenonderzoek laten uitvoeren.

### “Fan-tas-tisch”

Ad van Iersel uit Nederweert viel ook in de prijzen. Van Iersel, een voormalig rundveehouder, ontwikkelde een drainage-systeem dat op natuurlijke wijze nitraat in afvalwater afbreekt. “Een soort pijpenstelsel onder het land, met een put op een dusdanige hoogte dat bacteriën erbij kunnen en de giftige stoffen afbreken. Zo simpel, maar heel effectief. Het neemt me helemaal in beslag. Op dit moment start een onderzoek van de Universiteit van Wageningen, PPO en Alterra om de exacte effectiviteit te meten. Die € 10.000,- euro zou ik in willen zetten voor de co-financiering.”

Kees Scheepens diende een idee in om zijn grote wit-zwarte varkens beter aan de man te brengen. De voormalig dierenarts was al naar huis, maar zijn vrouw Frances was nog aanwezig. “Fan-tas-tisch! Ik bel zo direct meteen mijn man!” Het echtpaar timmert al enige tijd aan de weg met de Duke of Berkshire-varkens. Het vlees wordt geprezen door topkoks. “We gebruiken de voucher om te kijken hoe we het nog beter in de markt kunnen zetten. Erg plezierig dat we dit op ons pad krijgen.” ■



“De ene keer vertelde ik over mijn bedrijf, de andere keer luisterde ik naar het verhaal aan de andere kant van de tafel. Elk gesprek heeft mij wel wat opgeleverd.”

## Fast networking TRING!!! Doorschuiven maar weer!

*Speed dating* is inmiddels een succes op de markt van de liefde. Op de bedrijvenmarkt is een relatief nieuw concept. Maar ook daar blijkt het aan te slaan. Op de Dag van de Toekomst werd een viertal sessies gehouden. De animo was groot. Zo'n dertig bezoekers van de Dag verschoven per sessie om de drie minuten van stoel. In een halfuur maakten ze zo kennis met een tiental andere aanwezigen. “Ik heb in korte tijd veel nieuwe contacten opgedaan.”



Ondernemer Mart van Dijk (37) wist niet goed wat hij van *fast networking* moest verwachten. Hij kwam naar Apeldoorn uit nieuwsgierigheid. “Toen ik de uitnodiging voor de Dag van de Toekomst zag, werd ik geprikkeld. Ik dacht: daar gebeurt van alles - en daar wilde ik dus bij zijn.” Mart is eigenaar van een boomkwekerij in het Limburgse Swolgen. Vijf jaar geleden nam hij een bestaand bedrijf over, inclusief de zes werknemers. Dat zijn er inmiddels veertien geworden. Het gaat goed met zijn business; hij levert vooral aan Duitsland.



### Tien keer schuiven

Mart schuift aan bij de sessie van 15.15 tot 15.45 uur. Tot zijn verbazing ziet hij dat minister Cees Veerman een van de deelnemers is. Even tellen (“tien keer schuiven”) leert dat hij hem net wél of net niet kan ontmoeten... Marts eerste gesprekspartner is een medewerker van de NAJK, het Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt. “Ik kende de club al, maar had er nog nooit contact mee gehad. De jongen vertelde mij dat ik altijd bij hem kan aankloppen met een probleem. Zij hebben geld en mankracht om mij te ondersteunen. Goed om te weten.”

Nummer twee is een melkveehouder. “Ik heb vooral goed geluisterd. De man vertelde over zijn uitbreidingsplannen. Schaalvergroting is nodig om zijn bedrijf ook in sociaal opzicht gezond te houden. Om zijn medewerkers goed te kunnen betalen moet de productie omhoog. Ik herken zijn probleem, maar zit in een andere markt. Mijn product bederft niet zo snel, dus ik kan wachten op een goede prijs.” TRING!!! De drie minuten zijn om. Doorschuiven maar weer!

### Energie

Van gesprekspartner nummer drie (een medewerker van het scholierenproject Tijd voor eten) en vier (een projectleider van Milq2) sprak Mart vooral het enthousiasme aan. “Beide werken met hart en ziel aan hun idealen. Dat werkt besmettelijk. Het geeft energie.” ‘Nummer vijf’ (medewerker van DLV Subsidieadvies) levert minder op. “Ik kende de club vooral als ziektebestrijder. Maar ze verstrekken ook subsidies. Dat weet ik dan nu, wellicht heb ik er in de toekomst wat aan.”

Bij de twee volgende gesprekken zit Mart weer op het puntje

### “Dit is echt fantastisch!”

Cees Veerman over zijn deelname aan de sessie: “Schitterend! Al die gemotiveerde mensen die mij kwamen vertellen wat ze doen en waar ze tegenop lopen. Wat een enthousiasme, bij jong en oud. Dit is echt een fantastisch concept! Maar... ik heb van een aantal ook huiswerk meegekregen. (Lacht.) Daar ga ik natuurlijk mee aan de slag, want *fast networking* is wel snel, maar niet vrijblijvend.”



### Tevreden

De minister spreekt hij net niet. Nog twee keer schuiven en het was gelukt. Toch kijkt Mart tevreden terug op de sessie. “De ene keer vertelde ik over mijn bedrijf, de andere keer luisterde ik naar het verhaal aan de andere kant van de tafel. Dat was prima. Elk gesprek heeft mij wel wat opgeleverd. De ene keer



van zijn stoel. “Ik heb mijn bedrijfsfilosofie getoetst bij een marketing-adviseur. Die bevestigde me in mijn keuzes: ga voor de service, meerwaarde en kwaliteit die je te bieden hebt en hou daaraan vast; ga uit van je eigen kracht.” Als laatste schuift hij aan bij een oud-ondernemer. “Die was actief in de verbrede landbouw. Een interessant verhaal. Zo heeft hij een zorgboerderij opgezet voor gehandicapten. Ik heb ook een gehandicapte werknemer in dienst, dus ik herkende me wel in zijn idealisme.”

een visitekaartje, de andere keer een inzicht of simpelweg energie.” Wel vindt hij het jammer dat hij de minister niet heeft gesproken. “Ik wilde hem vragen waarom de overheid zo snoeit in de aanbestedingen. Gemeenten kijken alleen nog maar naar welke leverancier de laagste prijs kan bieden. Boomkwekers concurreren elkaar zo kapot op prijs. Dat is jammer, want ik wil juist investeren in kwaliteit. Gelukkig heeft de Duitse markt daar wel oog voor, maar ik wil als Nederlander ook graag in Nederland mijn producten kwijt.” ■



# Paviljoen Sterk Merk

## Hoe vind je het gat in de markt?

Stel: u heeft een idee. Is het een gat in de markt? Hoe weet je als ondernemer dat het geen losse flodder is? En vervolgens: hoe bescherm je je plan, als kersverse Willie Wortel? En als het zover komt: hoe bouw je je business uit? Een gesprek met drie doorgewinterde ideeënmakers en innovatoren.

Anco Sneep, een boerenzoon uit Dinteloord, zeult rond met een grote koffer voor zijn workshop 'Hoe vind je het gat in de markt.' In die koffer: stukken stof in een oranjerode en donkerrode kleur. Sneeps product is niet het textiel, maar de *grondstof* waarmee ze gekleurd zijn. Deze is gewonnen uit de wortels van meekrap, een Oosters plantenras. Sneeps bedrijf Rubia is inmiddels een succes. Vijftig telers leveren de wortels. Textielproducenten die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan, zijn enthousiast.



### Gaten schieten

Wanneer wist hij dat hij een 'gat' te pakken had? "Toen het nog overeind stond nadat iedereen er tegenaan had getrapt. Overleefte het idee de meest kritische personen, dan wéét je dat het goed zit. Want reken maar dat die lastige vragen stellen. *Ze grillen je.*" Gaten laten schieten in je idee, een goede oefening voor de volgende stap: het verkopen van je concept aan investeerders en banken. Sneep: "Wij doen het als volgt: alle meekrap blijft ons eigendom. Telers zijn verplicht de wortels aan ons terug te geven. Ze hebben ze bij ons in bruikleen. Een sterke constructie waarmee we concurrentie tegenaan."

Die concurrentie maakte het boomkweker Bart van de Starre enkele jaren bijzonder lastig. Tijdens het rondetafelgesprek 'Leer marktdenken!' vertelde hij hoe zijn vondst werd gekopieerd door een tegenstrever. "We leverden mooie klimplanten, opgebonden in piramidevorm, aan tuincentra. Komt daar ineens een andere ondernemer met hetzelfde concept en gaat vijftien eurocent onder mijn prijs zitten. Ik was woedend!"

### Inspiratiebron

Maar die woede was ook een inspiratiebron. "Ik rustte niet voordat ik hier een antwoord op had. Nachtenlang dacht ik na over hoe we ons product meerwaarde konden geven." Uiteindelijk kwam hij op het idee de planten in hoge zwart-plastic potten te

verkopen met een handvat. Een doorslaand succes. "Ik ben op dat handvat gekomen toen ik in een tuincentrum een jonge moeder met zo'n pot zag stuntelen. Ik zag emotie en liet me daardoor inspireren."

Emotie, dat vindt ook Vincent Wijers van de stand Eerste Hulp Sterk Merk (EHSM) een kernvoorwaarde. Wijers kwam anderhalf jaar geleden op het idee van de *Happy Bulbs*: zes bollen in een aantrekkelijk ogend kartonnen 'koffertje' met aarde. Het product won diverse prijzen. Inmiddels zijn er 100.000 exemplaren van zijn product verkocht, en zijn versies in Delfts blauw en met de zonnebloemen van Van Gogh in de maak. Zijn inspiratie haalde hij uit een eenvoudige vraag. "Waarom zitten bollen al honderden jaren in zo'n netje? Dit heeft toch meer uitstraling. Bovendien betalen mensen graag extra voor emotie en uitstraling." ■







## Thema Samenwerken

# Meer vrijheid binnen een agrarisch huwelijk

Waarom werken agrariërs niet méér samen? Waarom worden krachten niet vaker gebundeld? Samen sta je toch sterker? Jaap Korteweg van Bio-trio weet het wel: “We blijven toch mensen die erg gesteld zijn op vrijheid. Eigen baas, de open ruimte, zelf je koers bepalen. Het idee is nog steeds dat je dat inlevert in een samenwerkingsverband. Dat is een misvatting!” Het ‘verhaal’ van Korteweg was illustratief voor het Paviljoen Samenwerken.

Korteweg is een van de deelnemers aan het rondetafelgesprek ‘Samenwerken binnen de sector’. Twee jaar geleden zette hij een samenwerkingsverband op met twee burens. Drie bedrijven werden één: Bio-trio. “In eerste instantie deelden we machines en ander gereedschap. Zo is het een beetje ontstaan.” Bij Korteweg en zijn burens groeide langzaam het idee van een sterkere samenwerking. “De financiën speelden mee: samen sta je economisch sterker. De grondprijzen bijvoorbeeld. Individueel hadden we niet het budget om zomaar even uit te breiden. De banken zagen ons aankomen. Dan natuurlijk de prijzen die we voor onze producten kregen; als driemanschap is je onderhandelingspositie sterker.”



### Beste vrienden

Uiteraard speelt vertrouwen een rol. Anders moet je er niet eens aan denken, verklaart hij. Het gevoel moet goed zijn. “Daar hebben we in het begin veel over gesproken: vertrouwen we elkaar, durven we zaken aan elkaar over te laten? Het antwoord was voor ons alledrie: ‘ja’.” Over een samensmelting van agrarische bedrijven moet verder niet te gewichtig worden gedaan. “Je hoeft niet elkaars beste vrienden te worden. Goede afspraken maken. Die maken of breken een *agrarisch huwelijk*.”

Niet vreemd dus dat Korteweg en zijn partners daar flink wat tijd voor uit trokken. De lijnen en verantwoordelijkheden moesten duidelijk zijn. “Net als in een huishouden moet glashelder zijn wie de was doet en wie stofzuigt.” Bij Bio-trio is de taakverdeling duidelijk: een partner zorgt voor de financiële huishouding, de ander voor de gewassen (penen, uien, kruiden) en Korteweg zelf bestiert de commerciële kant.

### Vrijheid

“Dat bevalt perfect. Ik heb volop de ruimte. Naast Bio-trio heb ik eigen projecten in landgoedontwikkeling en bio-energie. Dankzij onze structuur kom ik daar nu meer aan toe. Zonder dat het ten koste gaat van het bedrijf. De afspraak over mijn aanwezigheid is duidelijk en die kan ik tegelijkertijd heel flexibel invullen. Ik ben twee dagen per week beschikbaar. Maar dat kunnen soms ook drie, vier dagen zijn. Dit geeft mij de vrijheid om me met mijn eigen dingen bezig te houden.” ■

Wat verwacht de consument van de toekomst van voedsel? Wil hij massaal vleesvervangers op zijn dagelijkse bord? En hoe staat het met de behoefte aan vers voedsel? En in het verlengde daarvan: wat betekent dat voor de supermarkt van de toekomst? In de rondetafeldiscussies en de workshops gingen de deelnemers met het thema 'trends' aan de slag.

## Paviljoen Trends “Plantaardig voedsel heeft de toekomst”

Maarten Janse (24) werkt in het bedrijf van zijn vader. Eerdaags hoopt hij het over te nemen. Maar het blijft niet alleen bij een handtekening, het roer moet om. “Aan de huidige akkerbouw is geen droog brood meer te verdienen. Verbrede landbouw heeft de toekomst.” Hij denkt bijvoorbeeld aan een mini-camping en zeegroenten. Vooral dat laatste biedt volop kansen, want zijn grondgebied heeft ‘last’ van zoute kwel. “We maken van de nood een deugd: we produceren groenten met een lekkere zoute smaak. Zeekraal is inmiddels een begrip bij ons in Zeeland, nu de rest van Nederland nog.”

### Goede bite

In de rondetafeldiscussie ‘Consumententrend’ breekt ondernemer Henk Schouten een lans voor vleesvervangers. “De eindklant hecht meer en meer belang aan gezondheid en diervriendelijkheid. Ze zappen van vlees naar vis en straks naar een plantje. Dat is een belangrijke trend.” De reacties zijn verschillend. “Klanten willen een goede *bite*; dat is niet mogelijk met vleesvervangers.” Maar ook: “De eiwitbehoefte neemt wereldwijd toe. Er is simpelweg te weinig vlees om aan die behoefte te voldoen.” En: “De westerse kinderen zijn te dik. Ze moeten minder vet eten. Plantaardig voedsel met weinig calorieën heeft de toekomst.”



In de workshop ‘Internationale trends’ later die dag komt het onderwerp ook aan de orde. Henny Swinkels, director Corporate Affairs van familiebedrijf VanDrie Groep: “We zijn op dit moment marktleider van kalfsvlees in Nederland. Onze grootste zorg is: kunnen we in Nederland blijven produceren?” Hij doelt op de alsmat strenger wordende regelgeving en hogere kwaliteitseisen in ons land, terwijl de andere landen er ‘soepeler’ mee omgaan.



Bollenkweker Van den Bos Flowerbulbs heeft een vergelijkbaar probleem; uitbreiding van de bollenproductie in Nederland is niet mogelijk. De oplossing: de productie verplaatsen naar het buitenland. Het bedrijf stuit daarbij op een ander probleem. *President* Hans Kleiweg over: “Fysieke grenzen verdwijnen weliswaar, maar de culturele niet. Wat we in Nederland ‘omkoping’ noemen, heet in India ‘marktwerking’.”

### Ben ik ondernemend genoeg?

Om dat te testen, ontwikkelde Wageningen UR een investeringsgame en een ondernemersscan. Bezoekers konden vanachter de pc spelenderwijs uitzoeken of hun investeringen renderen. Ze werden daarbij verleid met subsidies. Belangrijkste les aan ondernemers volgens onderzoeker Jos Versteegen: “Laat je niet te snel verleiden door subsidies. Soms moet je ze pakken, maar soms is het beter om even te wachten. Subsidies moeten passen bij het moment en bij je vraag.”





## Broedkamers “Duwtje in de andere richting”

Ondernemers die willen innoveren; ze hebben veel vragen en weinig antwoorden. Wat is de juiste aanpak, welke kansen zijn er? Om ondernemers te motiveren, te inspireren en ‘te koppelen’ waren er in Apeldoorn vier zogenoemde Broedkamers. Keete Voerman was één van de gespreksleiders. “De verhalen van succesvolle ondernemers inspireren aspiranten.”

Broedkamers zijn bijeenkomsten waarin door de wol geveerde ondernemers hun beginnende collega’s op weg helpen. “Waar vraagtekens door uitroepstekens worden vervangen”, zegt Keete Voerman. De communicatiemedewerkster van het Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt (NAJK) organiseerde met ervaren ondernemers tijdens de Dag van de Toekomst brainstormsessies rond een bepaalde thema. Bio-energie, samenwerking, gezondheid, nieuwe afzetmogelijkheden; stuk voor stuk gebieden waar kansen liggen voor ondernemers.

### Hogedrukpan

Vooraf rond het thema samenwerken was het dringen in de zaal. De massale toeloop zorgde voor een hogedrukpan, vol met enthousiasme. Voerman: “Agrarisch ondernemers trokken tijdens de Broedkamer vanzelf naar elkaar toe. Het was mooi om te zien dat na een theoretisch gedeelte over de voordelen van de samenwerking er *röhrung* in de zaal ontstond. De bezoekers raakten enthousiast, zochten elkaar op. Er werden spontaan ‘paartjes’ gevormd van mensen die met elkaar over het thema praatten. Ze wisselden kaartjes uit, wilden weten

waar de raakvlakken lagen. Kortom, het broeide.”

### Rondreizende karavaan

Voerman is tevreden over het verloop van de Broedkamers. “Wij zitten er niet om het gouden ei te leggen. Dat is aan de ondernemers zelf. Wij zijn er om ze een duwtje in de andere richting te geven, ze buiten de gebaande paden te leren denken. Met het project Nieuwe Wegen borduren Voerman en andere leden van het NAJK op kleine schaal voort op de Broedkamers. “Een soort rondreizende karavaan waarbij we door het hele land zaaltjes in agrarische gebieden aandoen. Iets intiëmer dan hier, maar hopelijk net zo succesvol.” ■

### Vier Broedkamers

#### Bio-energie

Wat is er allemaal mogelijk op het gebied van bio-energie voor de verschillende sectoren?

#### Nieuwe afzetmogelijkheden

Wat vraagt de maatschappij en hoe kan ik daar als agrarisch ondernemer lokaal op inspelen?

#### Samenwerking

Welke vorm van samenwerking past bij welke ondernemer?

#### Trends in gezondheid / overgewicht

Wat is er gaande en hoe kunnen bedrijven hier op inspelen?

Zelf is ze wel een vrouw-van-actie. Letterlijk en figuurlijk. Na twintig jaar koken (inclusief een Michelin-ster) wilde ze wel eens wat anders. En ideeën had ze genoeg. Ze begon een eigen bedrijf, dat culinaire projecten verzorgt. Ze noemt het zelf 'kooktheater' (Theater van de Smaak). Haar doel is met verrassend koken mensen te inspireren, zodat ze buiten de gangbare kaders leren denken. "Dáár liggen de kansen, buiten de bekende weg. Ik laat in mijn workshops de deelnemers ervaren dat ze daarbij alle zintuigen kunnen gebruiken."

### Wit tomatensap

Een voorbeeld. Als een volleerd goochelaar stopt Angélique een tiental tomaten in een zeef. Met doeken brengt ze een filter aan en begint te persen. Haar vraag: hoe ziet het tomatensap er uit? "Rood natuurlijk", reageert een van de deelnemers. Fout! Het sap is helderwit, met een vleugje geel. De kleur van witte wijn. Ze schenkt het sap in een aantal glaasjes en deelt het uit. "Het smaakt 100% naar tomatensap", aldus een verbaasde ondernemer. De boodschap komt aan: doorbreek de verwachtingen, tomatensap hoeft helemaal niet rood te zijn.

Een ander stokpaardje: maak van beleving een avontuur. Haar voorbeeld is zo nodig nog aansprekender. Angélique gebruikt een luchtballon als heteluchtoven. Ze bereidt in de warme



## Luchtballon met inhoud

"Elke fantasie kun je realiseren." Dat is de boodschap die meesterkok Angélique Schmeinck de deelnemers aan haar workshop meegaf. Volgens haar blijven te veel goede ideeën slechts goede ideeën. Het komt niet tot concrete actie. "Veel ondernemers veroordelen hun eigen inspiratie; dat is ontzettend jammer."

lucht een driegang diner. Van Coquille St. Jacques tot zeebaars en piepkuike. Doordat de temperatuur in de ballon geleidelijk oploopt, kunnen de gerechten langzaam garen. Met een speciaal mandje worden ze in de nok van de ballon gehangen. Zijn ze gaar, dan maakt Angélique de gerechten ter plekke af en serveert ze aan de gasten. Saillant detail: de tafeltjes hangen over de rand van de ballonmand heen...

### Videoclip

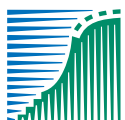
Hoe is het idee eigenlijk ontstaan? Angélique: "Ik zat voor de eerste keer in een luchtballon en dacht aan de warmte. Hé, een luchtballon is eigenlijk een enorme hete luchtoven. Stel dat...De link naar koken was snel gemaakt. Eenmaal thuis visualiseerde ik mijn idee; ik maakte er een videoclip van in mijn hoofd. Dat draaide ik regelmatig af. Het fungeerde als streefbeeld. Een goede tip voor ondernemers: visualiseer je idee en breng het vervolgens in de praktijk. Dan merken ze: het resultaat nog mooier is dan de fantasie." ■

### 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](mailto: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](mailto: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](http://www.minlnv.nl) (rubriek publicaties/periodieken).



**landbouw, natuur en  
voedselkwaliteit**

## Colofon

Hoofdredactie:  
Paul Thewissen, LNV  
Productie en realisatie:  
Communicatiebureau Textuur, Tilburg  
Vormgeving:  
Jaywalkers, Tilburg  
Drukkerwerk:  
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