



Ondernemen in innovatie

Nieuwsbrief van het ministerie van LNV

Inhoud

- 1 Dierenwelzijn krijgt dynamiek
- 2 "LNV: Lef Namens Verburg"
- 3 "Over de schutting kijken"
- 4 Kijken door de koeienbril
- 5 Meer welzijn voor het zwijn
- 6 "De klant is er klaar voor"
- 7 De winst in welzijn
- 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 D.Rijnen@minlnv.nl

nummer 23 • juni 2008

Dierenwelzijn krijgt dynamiek

"Ik ben opgegroeid op een boerderij. Tussen de varkens, kippen, koeien en paarden. Die laatste zijn mijn favorieten, maar ik heb van jongs af aan geleerd om respect te hebben voor alle dieren." Aldus minister Gerda Verburg op de site regering.nl. Begin dit jaar presenteerde LNV de Nota Dierenwelzijn 2008-2011. Een document waarin Verburg een breed scala aan maatregelen ontvouwt. Eén van de sleutelwoorden hierbij is innovatie.

Het is Verburg menens. Het Werkprogramma van de Nota Dierenwelzijn omvat maar liefst 94 concrete acties. Ze zijn onlangs goedgekeurd door de Tweede Kamer. Dat betekent dat de komende drie jaar het onderwerp dierenwelzijn een flinke dynamiek krijgt. De verantwoordelijkheid voor de uitvoering ligt in eerste instantie bij de ondernemers, de consumenten en bij de burgers.

Grote ambities

Minister Verburg zei eerder dit jaar over die gedeelde verantwoordelijkheid: "Ik heb een en ander maal gezegd dat wij als ministerie grote ambities hebben. Maar ik vind ook dat de samenleving die moet hebben, de hele samenleving. Wij moeten als departement herkenbare en reële resultaten nastreven, die zichtbaar zijn voor iedereen. Daar hebben wij elkaar hard bij nodig."

Nieuwe stalsystemen

In de primaire sector zet LNV sterk in op de zogenoemde 'duurzame stalsystemen'. In deze stallen staan de behoeftes van de koeien en varkens centraal. De Comfortclass- en Cowfortable-stallen (zie pagina 4 en 5) geven dieren meer ruimte om zich 'natuurlijk' te gedragen. Zo neemt de stress af en kunnen omstreken ingrepen als 'snavelknippen', het couperen van staarten en knippen van tanden, achterwege blijven. LNV ondersteunt diervriendelijke stallen met Innovatiesubsidies. In 2011 moet 5% van de stallen duurzaam zijn.

Vervolg op pagina 2 >>



De Nota Dierenwelzijn richt zich zoals gezegd ook op de consumenten. Zij moeten meer dan ooit bij het schap (kunnen) kiezen voor duurzame producten. In 2011 wil het ministerie dat een derde van de Nederlanders dierenwelzijn meeweegt bij het boodschappen doen. Voorwaarde is dan wel dat ze ook kunnen kiezen.

“LNV: Lef Namens Verburg”

Nu is het nog vaak onduidelijk of vlees in het schap een biologische of reguliere herkomst heeft. LNV wil stevige stappen zetten op dit terrein. Door vlees of vis van een ‘duurzaam’ etiket te voorzien bijvoorbeeld. Zo moet de vraag naar ‘diervriendelijker’ vlees gestaag groeien.

Advocaat van de dieren

LNV heeft met de Nota het onderwerp meer dan ooit in het beleid verankerd.

Huis- en circusedieren

Nederland telt 1,8 miljoen honden, 3,3 miljoen katten en 1 miljoen konijnen. Een ‘dierenbijsluiter’ moet de eigenaren van deze en andere huisdieren informeren over een optimale verzorging. Hiervoor roept LNV het Landelijk Informatiecentrum Gezelschapsdieren (LICG) in het leven. Een van de acties die voortvloeien uit de Nota Dierenwelzijn. Andere richten zich op circusedieren. Het ministerie onderzoekt bijvoorbeeld hoe leeuwen, tijgers en olifanten het ‘circusleven’ ervaren, want daar is nog weinig informatie over. Eind 2008 verschijnen de eerste resultaten, waarna er maatregelen worden genomen.

Hoe kijkt de Dierenbescherming tegen het nieuwe beleid aan? Directeur Frank Dales: “Als ‘advocaat van de dieren’ zien we goede dingen gebeuren. We zijn warme voorstanders van vernieuwingen als de Volwaardkip en Comfortclassstallen. Het is prima dat LNV die ontwikkelingen verder wil uitbouwen. We zijn ook blij dat minister Verburg ‘hondenchips’ verplicht stelt. Zo kunnen we bijvoorbeeld weggelopen honden sneller terugbrengen bij hun eigenaren.”

Maar als ‘advocaat’ heeft hij ook kritiek. De 94 concrete acties gaan de Dierenbescherming nog niet ver genoeg. “We willen dat de letters LNV symbool gaan staan voor ‘Lef Namens Verburg’. Er liggen voor het ministerie volop kansen om meer regie te nemen. Nu staat het departement nog te veel langs de zijlijn, om te coachen. Verburg kan ook méespelen: in het veld de lijnen uitzetten.”

Goede plannen

Want de tijd is rijp voor ingrijpende innovaties op het gebied van dierenwelzijn, vindt Dales. “We winnen de prijzenslag niet van de lagelonenlanden. We moeten koersen op kwaliteit. Hoogwaardig biologisch vlees, daarin kunnen we als land leidend worden.

Kamerbrede aandacht

Binnen alle politieke partijen neemt de aandacht voor dierenwelzijn toe. Met als vlaggenschip de Partij voor de Dieren (PvdD). Bekende Nederlanders als Kees van Kooten, Maarten 't Hart en Jan Wolkers schaarden zich achter de partij tijdens de verkiezingen. Die kwam dan ook in de Kamer. Nederland is daarmee wereldwijd het enige land met een politieke partij die zich expliciet op dieren richt.

Laat ik voorop stellen dat ik in de Nota Dierenwelzijn goede plannen op dat vlak zie. Maar het mag allemaal wat meer vaart meekrijgen. Laten we daar met z'n allen voor zorgen!”





“Blijvende aandacht voor dierenwelzijn”

“Over de schutting kijken”

“De Groene Weg is een biologische slagerij. We hebben een keten van slagerswinkels en leveren vlees aan verschillende partijen. ‘Biologisch’ houdt in dat onze koeien en varkens vaak buiten lopen. Ze hebben ruime hokken en eten alleen voer dat door biologische boeren is verbouwd. Het toedienen van antibiotica proberen we zoveel mogelijk te voorkomen. Dat lukt goed; onze boeren merken dat hun dieren niet vaak ziek worden.

In onze visie betaalt goed zorgen voor koeien en varkens zichzelf terug. Dieren brengen meer op én ze leven vaak ook langer. Mensen vinden dierenwelzijn ook steeds belangrijker. En vooral: ze willen daar ook naar handelen! We krijgen steeds meer vragen van consumenten over wat onze dieren eten. Hoe ze leven en wat ons onderscheidt van de reguliere collega’s. Die groeiende belangstelling vertaalt zich door in onze omzet. Het afgelopen jaar steeg deze met tientallen procenten.

Natuurlijk; we vertegenwoordigen maar een klein stuk van de taart. Het aandeel biologisch vlees heeft slechts een marktaandeel van tweeëneenhalf procent. Maar toch: binnen een jaar groeide het met een half procent! En dat voor het zoveelste jaar op rij! Het is wellicht preken voor eigen paro-

chie, maar ik zie die trend niet zo snel afnemen. Zoals de verduurzaming van de maatschappij zich door zet, zo gaat ook de aandacht voor dierenwelzijn niet weg. Dat onderstreept het ministerie ook in de Nota Dierenwelzijn.

‘Regulier’ en ‘biologisch’ moeten elkaar helpen, op weg naar een diervriendelijkere sector. Ik zie nu nog te weinig bruggetjes. Terwijl wij veel van elkaar kunnen leren. ‘Biologisch’ is bijvoorbeeld van huis uit gewend te overleggen met andere ketenpartners. Ketencommunicatie zit bij ons ingebakken. Hetzelfde geldt voor innovaties in dierenwelzijn. Vorig jaar is verdoofd castreren voor de hele sector ingevoerd; wij zijn daarmee begonnen. Reguliere slachterijen en veehouders kunnen ons op hun beurt weer veel leren over processing, professionalisering en efficiënter produceren.

Ik ben ervan overtuigd dat als meer partijen over de schutting kijken, we een krachtigere en diervriendelijkere sector krijgen!”

Henk Gerbers, directeur de Groene Weg

Meer informatie:

hgerbers@degroeneweg.nl



Kijken door de koeienbril

Koeien willen hun kalfjes zo lang mogelijk bij zich houden. En dan in gezelschap van de kudde. Maar ze hebben ook behoefte aan een ‘eigen plekje’. En ze rusten het liefst op een zachte ondergrond. Het project Cowfortable kijkt met een koeienblik naar melkveebedrijven. “Dit levert waarde op. Op de eerste plaats voor de koe, maar zeker ook voor de ondernemer.”

Inmiddels is de verkennende fase van het project achter de rug. Wageningse onderzoekers, ondersteund door experts van de Dierenbescherming, het Innovatienetwerk van LNV en een zestal ondernemers weten na uitgebreide studies ‘wat de koe wil’. Biologisch melkveehouder Nils Spaans uit Broek in Waterland is één van die deelnemers. Hij meldde zich aan voor het project, omdat hij op het punt staat nieuwe stallen te bouwen. “Net als veel andere melkveehouders bereid ik me voor op het wegvallen van de melkquota in 2014. Er is straks dus ruimte om uit te breiden. Daarbij wilde ik het direct goed doen, voor mij en voor mijn dieren.”

Zacht liggen

Inmiddels heeft hij al een aardig beeld van hoe de ideale stal eruit kan zien: vooral veel ruimte! De huidige ligboxen van gangbare stallen bieden die ruimte vaak niet. De gemiddelde Nederlandse koe heeft circa vijf vierkante meter tot haar beschikking. In Amerikaanse proefprojecten hebben ze veel meer

ruimte. Waarmee Spaans niet de indruk wil wekken dat rundvee het hier slecht heeft. “Koeien hebben in Nederland volop uitloopmogelijkheden, voer is kwalitatief hoogstaand. Maar de nieuwe inzichten zeggen: ‘het kan beter.’”

Zo’n nieuw inzicht: koeien willen zacht liggen. Een ondergrond van beton is niet alleen onprettig voor de dieren, het zorgt ook voor wonden aan poten. “Beton is goed voor een efficiënte bedrijfsvoering, maar vanuit dierenwelzijn is een zachtere ondergrond beter. Bovendien bespaar je zo kosten voor de dierenarts.”

Moederdieren

Het meest opmerkelijke resultaat van de onderzoeksfase: kalfjes langer bij de moeder laten, komt de dieren ten goede. Spaans: “Koeien hebben een sterk maternaal gedrag. Kalveren wat langer bij hun moeder houden, zorgt voor minder stress bij de moederdieren. We bekijken nu hoe we dat op een verantwoorde manier kunnen realiseren.”

De deelnemers zijn er volgens Spaans van overtuigd dat een meer cowfortable koe de ondernemer uiteindelijk méér oplevert. “Dieren die ‘lekkerder in hun vel’ zitten, leveren verhoudingsgewijs meer op, blijkt uit verschillende onderzoeken. Ze leven langer en produceren meer.”

De kunst is de balans te vinden. Spaans. “Om een voorbeeld te noemen: in Amerikaanse projecten hebben de stallen humuslagen. Koeienmest wordt opgenomen in de bodemgrond. Fantastisch, maar om het af te breken, heb je twintig vierkante meter per koe nodig. Is dat bij ons ook mogelijk? Dat onderzoeken we op dit moment. Maar laat duidelijk zijn: dit levert waarde op. Op de eerste plaats voor de koe, maar zeker ook voor de ondernemer.”

Meer informatie:

Spaans68@zonnet.nl



In de Comfort Class-stallen staan geen hekken. Vleesvarkens hebben er de ruimte om roedels te vormen. Ze kunnen spelen met ballen en zelfs douchen. De innovaties uit het project winnen aan populariteit binnen de sector. Zo is ondernemer John Marcellis druk bezig een stal in te richten volgens de Comfort Class-norm. "Ik zie de dieren liever vrij rondlopen dan in kleine hokken staan."

Comfort Class-stallen Meer welzijn voor het zwijn

Het Comfort Class-project is een door LNV gefinancierd initiatief van LTO Nederland en De Dierenbescherming. Animal Sciences Group (ASG) van de Universiteit van Wageningen voert het onderzoek uit. ASG formuleerde tien basisbehoeften van varkens. Het proefproject vertaalde die naar de praktijk van een proefstal. Inmiddels staat deze alweer enige tijd in Raalte.

Marcellis over de proefopstelling: "Varkens willen bijvoorbeeld met elkaar kunnen optrekken; groepjes vormen. Ook willen ze zich kunnen verzorgen en ongestoord kunnen eten en drinken. Dat kan nu." In Raalte worden de dieren op hun wenken bediend. Ieder varken heeft tot twee vierkante meter ter beschikking. Bijna tweemaal zo veel als hun soortgenoten in gangbare stallen. Ze hebben slaapplekken met een ondergrond van zaagsel. Ballen en rammelaars zorgen voor afleiding en beweging. Om op warme dagen af te koelen, is er een vernevelaar: een 'varkensdouche'.

Plezier

Varkenshouder John Marcellis ziet veel in de aanpak. Hij heeft samen met zijn ouders een bedrijf in het Limburgse Castenray. Hij wil nu ook één van zijn huidige stallen aanpassen volgens de Comfort Class-norm. "Eigenlijk om twee redenen; voor mezelf en voor de toekomst van het bedrijf. Om met het eerste te beginnen: ik wil met plezier tussen de dieren zitten en zie ze liever vrij rondlopen in één grote groep, dan apart in een klein hok staan. Als je ervan houdt om de dieren bezig te zien, dan is dit dé manier. Twee: ik kan wel een

gangbare stal bouwen, maar in 2013 moeten de dieren sowieso meer ruimte krijgen. Met een Comfort Class stal wil ik hier alvast op inspelen."

En dus is het werk in volle gang op het familiebedrijf. "We zijn bezig alle hekken weg te halen en zo één groot hok te maken. In een stal van 350 m2 komen 350 tot 400 dieren. Dat kan. Wetenschappers zeggen: hoe groter de groepen, des te minder ruimte heeft het individuele varken nodig. Verder kun je in een grotere ruimte meer doen. Bijvoorbeeld een douche maken. Per dier is die aanpassing goedkoper. Voor ons maakt dat de Comfort Class-stal aanpassingen hopelijk betaalbaar. Straks kan ik een

mooi grote eetruimte, een hok om te recreëren en een slaapplek maken. Het is nu kijken in hoeverre aanbevelingen uit het project financieel haalbaar zijn. Maar als deze stal zowel voor ons als de varkens een succes is, dan bouwen we ook een tweede en een derde stal!"

Meer informatie:
www.comfortclass.nl



Supermarktketen Jumbo positief over diervriendelijke producten

“De klant is er klaar voor”

De Volwaard Kip levert het bewijs. Een diervriendelijker product succesvol in de markt zetten kán. Supermarktketen Jumbo was de eerste die het aandurfde. Jumbo's assortimentsmanager vlees, Patrick Luhrman over dat pionierswerk en de toekomst van 'vriendelijker vlees'. “De Volwaard Kip bewijst: consumenten zijn zeker te porren voor diervriendelijker vlees.”

De Volwaard Kip kan volwaardig scharrelen in een afgeschermd buitenverblijf. Met ruwweg zeventig dagen leeft hij bovendien langer dan zijn reguliere soortgenoten. De kip kwam tot stand door ketenbrede samenwerking van ondermeer Coppens diervoeding, pluimveeslachterij Flandrex en ZLTO. De Dierenbescherming steunt het initiatief. Begin 2007 verschenen de eerste kippen op de markt.

Jumbo was een van de eerste afnemers. Hoe kwam dat? Luhrman: “Wij willen als maatschappelijk betrokken organisatie een ‘goede buur’ zijn. Goed zorgen voor je omgeving. Vanuit dat uitgangspunt hadden we bijvoorbeeld al diervriendelijk varkensvlees in het assortiment. Vlees van varkens die in ruimere stallen zitten. We stonden dus open voor het initiatief Volwaard Kip.”

Niet zonder slag of stoot

Waar andere detaillisten de kat uit de boom keken, wilde de Brabantse supermarktketen de trend voor zijn. Verschillende ‘trendmodellen’ wezen uit: diervriendelijke voeding heeft een toekomst. Maar volgens Luhrman zijn die modellen nog niet eens nodig. Over de hele wereld klinkt een duurzaam geluid. In Duitsland en Denemarken heeft biologisch en verantwoord zelfs een behoorlijke positie.” Volgens hem signalen dat de klant er klaar voor is.

Toch ging het op de markt brengen van de Volwaard Kip niet zonder slag of stoot. Want burgers beoordelen dierenwelzijn anders dan consumenten. Luhrman: “De burger zegt: ‘Dieren moeten het goed hebben’. De consument vindt dat ook, maar wil daar niet te veel extra voor betalen. Nóg niet, in elk geval.” Uit onderzoek van het Landbouw Economisch Instituut bleek dat consumenten 15 tot 20% meer willen betalen voor

diervriendelijkere alternatieven. “Vervolgens zijn we met alle ketenpartijen gaan kijken hoe we dat konden aanpakken. Iedereen moest een veer laten, maar uiteindelijk kwamen we eruit.”

Topkoks

Maar het predikaat ‘duurzaam’ alleen, trekt consumenten niet over de streep. “Daarom hebben we topkoks laten proeven. In ‘blinde’ smaakproeven vonden ze de smaak zelfs beter dan die van biologische kippen. De Volwaard Kippen zien er ook beter uit. Ze zijn groter en zwaarder. Dát geeft bij veel Jumboklanten de doorslag om er een euro extra voor te betalen.”

De assortimentsmanager vlees is tevreden over de resultaten. Inmiddels verkopen de Jumbo supermarkten 600 tot 700 Volwaard Kippen per week. “Maar toen we ze in de aanbieding deden om mensen met het product bekend te maken, verkochten we er 25.000 in vier weken.” Luhrman ziet de trend van diervriendelijke alternatieven doorzetten. “Wij denken dat mensen in de toekomst minder vlees eten. Maar als ze vlees kopen, kiezen ze wel voor de hoogst mogelijke kwaliteit en diervriendelijkheid.”

Meer informatie: patrick.luhrman@jumbosupermarkten.nl ■



Hoe groot is de vraag naar diervriendelijk vlees? Wat vraagt dat van leveranciers en supermarkten? In gesprek met Peter Poortinga, directeur van kippen slachterij Plukon Poultry en Marc Jansen, Hoofd Consument en Kwaliteit bij het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL). “Economie en welzijn kunnen in deze sector hand in hand gaan.”

De winst in welzijn

Kipfilets met bloedplekjes. Ze zijn het gevolg van slachten door middel van elektrische verdooving. Consumenten zijn er niet happig op. En dat maakt ze moeilijk te verkopen. Poortinga: “De bloedpuntjes ontstaan door belasting van de haarvaatjes. Bovendien kan het voorkomen dat de dieren nog leven als ze aan de haken worden gehangen. Zo komt er stof vrij van de fladderende dieren. Dat kan ongezond zijn voor onze medewerkers.”

Deze manier van doden is vanuit zowel dierenwelzijn- als arbo-oogpunt dus geen goede zaak. Voor Poortinga was het reden genoeg om op zoek te gaan naar andere manieren. Inmiddels loopt er sinds november een door LNV ondersteunde pilot. Kippen worden met gas verdoofd. Poortinga: “Dat is veel beter voor het welzijn van de dieren. Je hebt 100% zekerheid dat ze dood aan de haak hangen. En filets hebben geen bloedplekjes meer en dus een hogere kwaliteit.”

Kapitaalvernietiging

Voor hem is het de beste illustratie van de winst die in dierenwelzijn zit. “Wij zijn ervan overtuigd dat economie en welzijn bij slachterijen hand in hand kunnen gaan. Daarom houden we het logistieke proces ook scherp in de gaten. Ieder dier dat de eindbestemming niet haalt, is kapitaalvernietiging. We zitten ver onder het gemiddelde wat betreft uitval.”

Hoe staat het aan het uiteinde van de keten? Overspoelen consumenten supermarkten met de vraag naar diervriendelijke producten? Niet bepaald, weet Marc Jansen van het CBL. “Geen Nederlander zegt: ‘Ik wil minder dierenwelzijn.’ Huisdieren zijn lid van het gezin. En dat wordt gevoelsmatig één op één vertaald naar productiedieren. Maar in de harde verkoopcijfers zie je dat die producten gewoon achterblijven. Mensen voegen de daad nog niet massaal bij het woord.”

Grachtengordelkip

Die mening deelt Poortinga. “We hebben een lijn van biologische kippen. Die leven langer; zo’n 81 dagen, ze krijgen alleen biologisch voer. We produceren er 13.000 per week voor een grote Nederlandse supermarktketen. Het is nog steeds een nichemarkt. Want tegelijkertijd slachten we elke week 3 miljoen ‘reguliere kippen’. Biologische kip is duur: een kilo kipfilet kost 24 euro. Weinig mensen betalen dat. Het is nog een grachtengordel kip.”

De sector moet sterker anticiperen, vindt Jansen. “Laat voorop staan dat we gunstige ontwikkelingen zien. Wij weten ook hoe dun de marges zijn bij fabrikanten. Maar we moeten voorkomen dat de druk van de buitenwereld te hoog wordt en we ad hoc moeten reageren.” Poortinga: “We beseffen dat als een dier binnen je bedrijf onnodig lijdt, dat óók ten koste gaat van de economie. Dieronvriendelijk produceren verlaagt de kwaliteit. Slechte handling van je dieren betekent verlies. Door de hele keten werken we met onze afnemers steeds beter samen om dat te verbeteren. Zo zijn we straks klaar voor de toekomst.”

Voor meer informatie: peterpoortinga@plukon.nl



Directie Industrie en Handel in bedrijf

Internationale aandacht

Dierenwelzijn krijgt ook internationaal de nodige aandacht. Alleen de normen die worden gehanteerd, verschillen. Daarom wil de EU dat internationaal dezelfde normen moeten gelden in de intensieve veeteelt. In landen als Brazilië en Thailand is er bijvoorbeeld geen ruimtegebrek, zodat de noodzaak van intensivering ontbreekt. Door die ruimte 'scoren' deze landen positief naar Europese normen, terwijl ze op andere punten ver achterlopen. Ze hebben dan ook geen behoefte om tijdens de WTO-onderhandelingen over dierenwelzijn te onderhandelen. Stok achter de deur is dat deze landen veelal voor de Europese markt produceren, en dus wel moeten voldoen aan de EU-normen. LNV houdt zich internationaal bezig met milieu en voedselveiligheid. Met de expertise die het ministerie in Nederland opdoet, draagt ze oplossingen op internationaal vlak aan. Duurzaamheid is een belangrijk exportartikel.

Voor meer informatie: j.porte@minlnv.nl

Directie Kennis

Dag van de Toekomst 2008

Ondernemers die op zoek zijn naar nieuwe en innovatieve ideeën en die hulp willen met de uitvoering van hun innovatieve plannen, zijn op 10 november welkom op de Dag van de Toekomst. LNV, Transforum en het InnovatieNetwerk organiseren dan opnieuw verschillende activiteiten voor ondernemers in de agro- en foodketen.

De Dag van de Toekomst 2008 vindt deze keer plaats in Papendal, Arnhem, van 12.00 tot 19.00 uur. Het motto is 'Ondernemen midden in de samenleving'.

Vanaf half augustus kunnen ondernemers zich inschrijven via de site www.dagvandetoekomst.nl.

Directie Landbouw

Innovatieprojecten

De belangstelling voor de regeling 'Samenwerking bij innovatie' was groot. De openstelling voor de glastuinbouw, paddestoelenteelt, akkerbouw, open grond tuinbouw en biologische landbouw was van 1 februari tot 15 maart. In totaal zijn 46 projecten in behandeling genomen. De intensieve veehouderij en de melkveehouderij hadden in mei de mogelijkheid om aanvragen voor innovatieregelingen in te dienen.

Voor meer informatie: f.h.germs@minlnv.nl

Toezending, opmerkingen of vragen

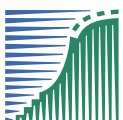
Dit is een nieuwsbrief van het ministerie van LNV. U kunt zich op deze nieuwsbrief abonneren door uw naam, functie, organisatie(-onderdeel), e-mail adres en post-adres door te geven aan de Service Unit Innovatie: D.Rijnen@minlnv.nl.

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:

Helmy van Erp, LNV

Productie en realisatie:

Communicatiebureau Textuur, Tilburg

Vormgeving:

De Mannen van Staal B.V., Tilburg

Drukkerij:

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