



BIOLOGICA

DE KETENORGANISATIE VOOR
BIOLOGISCHE LANDBOUW EN VOEDING

herfst 2007

62

Bio update

VISIE EN FEITEN



geslaagd
voor de
pluk

**Eric van Veluwen:
nieuwe generatie
managers**



Boer en kok op school

Op 25 september was de aftrap van 'Boer zoekt Mond', onderdeel van de Week van de Smaak, bij basisschool de Vier Heemskinderen in Deursen. Biologisch veehouder Theo van Schaijk had een stier, 2 koeien en 2 kalfjes meegenomen op de veewagen. Hij vertelde de leerlingen vol liefde over zijn dieren, het werk op de boerderij en zijn producten. Op dezelfde school nam Pierre Wind de Landelijke Smaaktest af, waar ruim 900 scholen aan meedoen. Daarna werden onder luid gejuich de eerste exemplaren van het Smaakdiploma A uitgereikt. Op 26 september stond het Van Maerlant College in Den Bosch in de spotlights. Pierre Wind lanceerde daar 'Adopteer een kok' samen met adoptiekok Jos van Grunsven. Het idee is dat de koks de directies van middelbare scholen 'positief gaan stalken' zodat het kantinebeleid structureel verandert. Wilt u meedoen aan Boer zoekt Mond of Adopteer een Kok? Stuur een e-mail naar: info@weekvandesmaak.nl.



Week van de Smaak groot succes

Zo'n 200 genodigden uit de culinaire wereld, het bedrijfsleven en de overheid genoten bij de aftrap van de Week van de Smaak op 23 september van een ontbijt in de Kunsthal Rotterdam. Daaraan voorafgaand had Minister Verburg van LNV lovende woorden uitgesproken over deze eerste landelijke editie van de Week van de Smaak. Verburg gaf nog eens aan dat ze ook 10.000 maatschappelijke stages in het groen wil om van hangjongeren 'scharreljongeren' te maken. Bert van Ruitenbeek, directeur van Biologica, heette de genodigden welkom namens

de stuurgroep en gaf de Minister mee dat de Week van de Smaak er aan moet bijdragen dat de scharreljongeren ook 'echte scharrelkippen' kunnen tegenkomen bij de boer. Na de aftrap barstte het smaakfeest los in alle uithoeken van Nederland: van landwinkel tot supermarkt, van kookstudio tot natuurvoedingswinkel. Al halverwege de Week hadden ruim 86.000 mensen de website bezocht op zoek naar een leuke en lekkere activiteit in de buurt. Diverse grote ondernemingen en instellingen hebben inmiddels interesse getoond om in 2008 deel te nemen.

Groen Genieten Gids

Het milieu en het werken aan een betere wereld staan momenteel volop in de belangstelling. Ook dagblad Trouw speelt in op deze trend. Op de website www.trouw.nl/groen heeft Trouw in samenwerking met Biologica de Groen Genieten Gids gepubliceerd met alle verkooppunten van biologische producten. De 1600 adressen zijn verzameld en worden onderhouden door Biologica voor de BIO-gids; dezelfde adreslijst wordt dus nu ook gepubliceerd via Trouw. Alleen al in juli trok de Groenwebsite bijna 150.000 bezoekers. De Gezond Genieten Gids past in het streven van Trouw om internetgemeenschappen te beginnen op domeinen die dicht bij het profiel van de krant liggen. Voor Biologica biedt de samenwerking met Trouw een mooie kans om zijn missie, de markt en de bekendheid van de biologische landbouw en voeding te vergroten, dichterbij te brengen. Biologica en Trouw hebben afgelopen jaar ook samengewerkt in de promotie van het BIO-congres en de landelijke Open Dagen bij de biologische boer en tuinder. In 2008 zal deze samenwerking een vervolg krijgen.



Superhip, adopteer een kip!
Steel de show met deze kippentas.
www.adopteereenkip.nl

Bijlage de BIO-Monitor

Goudmerk

De discussie over innovaties in de sector heeft een flinke prikkel gekregen door de wens van telers van FresQ om op substraat in de kassen te mogen telen onder het EKO-keurmerk. In eerste instantie een gevoelige prikkel omdat we ons realiseren dat we wat betreft energiegebruik en bodemleven beter moeten gaan presteren. Is het daarmee een bedreiging of een kans? Bedreigingen ontstaan alleen daar waar de eigen koers onduidelijk is en een dynamische innovatieagenda ontbreekt.

De biologische sector wil graag het goudmerk zijn op de winkelvloer. Dat vraagt ruimte voor zelfkritiek en de voortdurende bereidheid tot innovatie. Niet alleen werken zonder kunstmest en chemie, maar ook aan bodemvruchtbaarheid, aan energiezuinige kassen, duurzame verpakkingen, koelsystemen en transport. Daarvoor hebben we een gezamenlijke toekomstagenda nodig. We kunnen erop rekenen dat de komende jaren de biologische sector steeds kritischer zal worden bekeken op zijn prestaties. De consument wordt steeds bewuster. Laten we dat omarmen en onafhankelijk onderzoek stimuleren. Vooral in het onderzoek liggen er mogelijkheden om buiten de directe kaders te kijken en denken. Biologica heeft met Bioconnect een uniek systeem om samen met de hele sector aan systeeminnovaties te werken.



Bert van Ruitenbeek, directeur Biologica

Het belangrijkste anker voor de biologische sector zijn de beloften die er naar de consument liggen op het gebied van veilig, milieuvriendelijk, gezond en diervriendelijk geproduceerd voedsel. Het Louis Bolk Instituut heeft dit in een interessant onderzoek gebundeld onder het begrip 'natuurlijkheid' en respect voor de integriteit van plant en dier. Vervolgvraag is: wie is de consument van morgen? De consument die milieu centraal stelt of diegene die vooral let op smaak en gemak? Het is een schijnbare tegenstelling. Smaak komt voort uit het feit dat je anders met bodem en dieren omgaat. Hetzelfde geldt voor gezondheid. Het is verbonden aan een systeem. De markt zal hier met verschillende concepten op inspelen. Deze marktdynamiek zal toekomstperspectief hebben als tegelijk de basis goed geborgd is.

De gangbare Nederlandse glastuinbouw heeft wereldwijde naam en faam als het gaat om dynamiek en innovatie, denk aan de Kas van de Toekomst, die energie gaat opleveren. De uitdaging voor de biologische glastuinbouw in ons land is om wereldleider in de ecologische modernisering te worden. Geen geringe ambitie voor voorlopers én onderzoekers!

Genoeg stof voor prikkelende discussies en voorbeelden op het ons volgende Bio-Congres in april. De vooraankondiging staat in de volgende Bio update, die medio december uitkomt. De uitnodiging krijgt u in januari 2008 toegestuurd.

Biologica heeft de afgelopen jaren met succes de verbinding gezocht naar nieuwe toetreders in de markt door de hele keten heen. Concepten als Week van de Smaak geven ruimte voor nieuwe verbindingen en samenwerkingsvormen. Met nieuwe partijen kunnen we grotere groepen consumenten bedienen en daarmee ruimte creëren voor meer biologisch areaal.

Nieuwe feiten over Wereldvoedselproductie

Kan biologische landbouw de wereld voeden? Als de boeren in de wereld massaal zouden kiezen voor biologisch, blijft er dan genoeg ruimte over voor natuur? Dergelijke vragen leveren regelmatig pittige discussies op tussen experts.

Afgelopen mei organiseerde de FAO, de Wereldvoedsel-organisatie van de VN, een driedaagse internationale conferentie in Italië over biologische landbouw, wereldvoedsel-productie en voedselzekerheid. De 50 deelnemers concludeerden naar aanleiding van de conferentie:

- dat biologische landbouw de potentie heeft om de wereldbevolking te voeden;
- dat biologische landbouw bovendien kan leiden tot een stabiele voedselproductie.

De conclusies van de conferentie heeft Biologica samengevat in de brochure: 'Wat weten we over biologisch en Wereldvoedselproductie'. In deze Bio update lichten we vast een tipje van de sluis.

Genoeg voedsel voor iedereen

Biologische landbouw en gangbare landbouw kennen verschillen in de gewasopbrengst per hectare. De effecten van biologische landbouw op de productiviteit hangen af van gewassoort en productieomstandigheden. Tijdens de conferentie werden (nieuwe) modelberekeningen van Badgley e.a. (2007) gepresenteerd:

- Bij optimale groeiomstandigheden en een hoog gebruik van kunstmest en pesticiden in gangbare landbouw (situatie Europa en Noord-Amerika): de opbrengsten van biologische landbouw bedragen 60 - 100% van gangbaar.
- Bij gematigde groeiomstandigheden en een matig gebruik van kunstmest en pesticiden in gangbare landbouw: de opbrengsten van biologisch bedragen 92 - 100% van gangbaar.
- Bij slechte groeiomstandigheden en weinig of geen gebruik van kunstmest en pesticiden in gangbare landbouw (situatie ontwikkelingslanden): opbrengsten biologisch bedragen 100 - 180% van gangbaar.

Volgens het model van Badgley e.a. (2007) zou, in de huidige verdeling van groeiomstandigheden over de aarde, de wereldlandbouwproductie met gemiddeld 32% toenemen, bij volledige overgang op biologische landbouw. Afhankelijk van de toepassingsmogelijkheden in ontwikkelingslanden zou de productie komen te liggen tussen 100% en 157% van de huidige situatie. Bij de ondergrens van 100% zou de huidige wereldbevolking kunnen worden gevoed met het huidige areaal landbouwgrond. Bij de bovengrens van 157% zou ook de toekomstige groei van de wereldbevolking kunnen worden opgevangen.

Kijk voor het volledige verhaal op:
www.biologica.nl/feiten.

Vakgroepnieuws



Er is nu een tekort aan biologische producten. Je zou verwachten dat de vragende markt leidt tot een hogere meerprijs voor biologische melk en akkerbouwproducten. Maar dat gebeurt nog niet. Om het aanbod weer op peil te krijgen, pleit Vakgroepvoorzitter Martin Wiersema er voor dat de hele keten gaat meebetalen aan de omschakeling.

“Zolang de gangbare melkprices goed zijn, zullen er weinig omschakelaars komen.”

“Er is een tekort aan melk, zowel gangbaar als biologisch,” vertelt Martin Wiersema. De voorzitter van de Vakgroep Biologische Landbouw LTO/Biologica is biologisch melkveehouder in de provincie Groningen. “De gangbare boeren profiteren van de vragende markt. Ze ontvangen momenteel goede prijzen. De prijs voor biologische producten stijgt mee, maar de meerprijs voor bio doet dat nog onvoldoende. Gezien de grote vraag naar biologisch producten, zou het toch normaal zijn als de meerprijs mee omhoog gaat? We hebben die hogere meerprijs nodig om onze ambities zoals op het terrein van dierenwelzijn te realiseren. Met een betere prijs kunnen we blijven innoveren”.

Noodklok

Voor de biologische geitenhouderij heeft de Groene Geit, de belangenvereniging van de biologische geitenhouders, zelfs de noodklok

geluid. De opbrengstprijs voor biologische geitenmelk ligt momenteel zo laag, dat een groot aantal bedrijven hun kop niet lang meer boven water kan houden. Voorzitter Gerrit Verhoeven: “Ondanks de krapte in de markt is het bij ons crisis. Als er niet snel een prijsverhoging komt, voorspel ik dat 30 tot 40 procent van de biologische geitenhouders zal stoppen of terugschakelen. We krijgen al een lage prijs uitbetaald maar doordat het krachtvoer zoveel duurder is geworden, hebben we nu echt een probleem. Wij pleiten er voor dat de melkprijs afgeleid wordt van de echte kostprijs waarin alle kosten zijn opgenomen, dus ook onze arbeid. Met de huidige melkprices ligt de hele sector stil. Er is te weinig ruimte om te investeren en er komen geen omschakelaars bij.”

Wens

“Zolang de gangbare melkprijs goed is, zullen er te weinig omschakelaars bijkomen. Hetzelfde

is in de akkerbouw aan de hand,” constateert Martin Wiersema. “Dat is jammer. De sector zou kunnen groeien, wat ook de wens is van consumenten en politiek.” De Vakgroep neemt daarom samen met Biologica de hele keten onder de loep. Wiersema: “Er zijn maatregelen nodig om de biologische productie aantrekkelijker te maken. Op de eerste plaats moet de meerprijs gebaseerd op een echte kostprijsberekening voor biologische producten omhoog. Daarnaast pleit ik er voor dat de hele keten – van boer tot en met supermarkt – moet meebetalen aan de omschakeling. Daarmee kunnen we het risico en de kosten voor omschakeling over de hele keten verdelen.”

Reacties kunt u mailen naar Biologica, secretaris van de Vakgroep, Sjors Willems, willems@biologica.nl. Op het Bio-Congres 2008 zal het vraagstuk van te weinig omschakelaars ook aan de orde komen.

EU ontwikkelt toolbox voorlichtingsmiddelen



De EU bereidt een campagne voor over biologische landbouw. In feite is het geen campagne maar een toolbox met voorlichtingsmiddelen, die Europese landen kunnen gebruiken als ze hun burgers willen voorlichten over biologische landbouw. De campagne wordt vertaald in alle talen van de EU-landen. Er worden o.a. een website, foldermateriaal, postkaarten en posters ontwikkeld en drukbaar beschikbaar gesteld aan de lidstaten. De meeste West-Europese landen hebben aangegeven hun eigen campagnes en slogans te zullen blijven gebruiken,

omdat die wat beter aansluiten op de nationale cultuur, omdat er communicatief wat andere accenten gelegd worden en omdat er al veel in geïnvesteerd is. Maar voor landen die nog geen nationale campagnes hebben, bijvoorbeeld omdat daar de financiële middelen voor ontbreken, is de toolbox een manier om snel, professioneel en voordelig een begin te maken met nationale voorlichting. Ook komt er een vervanger voor het huidige EU-logo voor producten uit de biologische landbouw. Zodra het nieuwe logo klaar is, zal de toolbox beschikbaar komen.

Geen kip zonder haan!

Sinds dit voorjaar kun je bij Adopteer een Kip ook een biologische haan adopteren. Inmiddels zijn er al 275 hanen onder dak. Op 30 adoptiekippen is er één haan. Een adoptiehaan is dus ook dertig keer zo exclusief als een kip! Waarom zijn hanen zo belangrijk? In een koppel kippen hebben de hanen veel verantwoordelijkheid. Ze bewaken de kippen, houden de lucht continu in de gaten en waarschuwen de kippen als ergens iets lekkers te eten valt.

Met de hanenadoptie wil Biologica ook de aandacht vestigen op het probleem van mannelijke dieren in de landbouw. Hanen leggen geen eieren en worden dus meestal als kweekens gedood. Je zou ze als vleeshaan kunnen kweken, maar daar worden weer andere rassen voor gebruikt. Soortgelijke problemen bestaan voor stierkalfjes uit de melkveehouderij. Biologica vindt het belangrijk dat aan deze problemen wordt gewerkt. Meer info: www.adopteereenkip.nl.



Geslaagd voor de pluk!

Adopteer een Appelboom heeft in september zijn jaarlijkse hoogtepunt beleefd: de appelpluk.

De plukfoto's en plukverhalen stromen binnen. De oogst viel dit jaar erg vroeg en was wat wisselvalliger dan vorig jaar. Gelukkig was de oogst bij de meeste adoptanten toch naar verwachting. De kinderen keken hun ogen uit, en de volwassenen genoten van de kinderen, getuige het mailtje van adoptante Marlene de Kort: "Kunnen jullie je indenken wat het is voor een 'stadskind' om op je loopfiets door een echte appelboomgaard te rijden?! En voor opa en oma, als je je kleinkind zó ziet genieten van wat voor jou, 50 jaar geleden, heel normaal was!" Onze nieuwste teler, fruitkwekerij Zevenhuis in Zwaagdijk-West, had flink uitpakket voor het plukfeest op 23 september. Adoptanten werden bij de ingang verwelkomt door twee volledig uitgedoste herauten met trompet. Enkele dagen na het begin van de oogst, op 2 september, kregen we al het volgende mailtje van Jan en Herna Jonkers uit Almere: "Goedenmiddag, wij willen even melden, dat de eerste appeltaarten al gebakken zijn!"



WWW.PROEFDEAANDACHT.NL

Proef de Aandacht 3

Van 1 oktober t/m 10 november 2007 vindt de derde Proef de Aandacht campagne plaats. Omdat 'smaak' de belangrijkste drijfveer van consumenten is om biologische producten te kopen, zijn de topkoks Cas Spijkers, Caspar Bürgi, Eric van Veluwen en Ben van Beurten weer de ambassadeurs van de campagne. Zij roepen de consument op om drie verschillende biologische producten tegelijk te kopen. Wie met de kassabon inlogt op de www.proefdeaandacht.nl, maakt wekelijks kans op een sterrendiner thuis voor 10 personen, verzorgd door één van de koks. Van alle consumenten koopt 65% wel eens een biologisch product. Door nu te vragen drie producten tegelijk te kopen, is de actie een prikkel om het aankoopgedrag te verruimen.

Bio op Lowlands

Op het muziekfestival Low Lands heeft cateraar La Place afgelopen zomer 11.000 biologische omeletten verkocht, dat zijn 33.000 biologische eieren. Daarnaast had Oxfam Novib een restaurant ingericht waar behalve biologisch ook aandacht was voor fair trade. Organisator Mojo gaat deze maand met de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw bekijken of er ook op andere festivals met biologische producten gewerkt kan worden. Mojo organiseert ieder jaar tussen de 120 en 150 concerten waar ruim 1,2 miljoen bezoekers op af komen. André Brouwer, campagneleider van Task Force MBL: "Mojo merkt dat het vlottere publiek geen trek meer heeft in de klassieke snacks. Mensen willen ook op festivals goed eten. Mojo wil inspelen op deze trend en daar passen biologische producten bij."

Koe voor Kameroen

Met zuivel van Zuiver Zuivel en Groene koe kunnen consumenten tot 15 december 2007 meespelen voor koeien voor Kameroen. De plattelandsbevolking van Kameroen heeft te kampen met werkloosheid en ondervoeding. Het schenken van een koe kan deze vicieuze armoedecirkel helpen doorbreken. De koeien geven vijftien liter melk per dag. Hierdoor heeft een gezin zelf genoeg melk te drinken en kan er een goed inkomen verdiend worden uit de verkoop van melk, yoghurt en zelfgemaakte kaas. Van te voren leren de boeren hoe ze hun koe moeten verzorgen. Mee doen? Spaar 25 streepjescodes van de literpakken en flessen Zuiver Zuivel en Groene koe. Iedere 180 inzendingen is goed voor 1 koe voor Kameroen. Meer info: www.zuiverzuivel.nl.



Eric van Veluwen

Naast de eerste ondernemers uit de jaren '70 en '80 verschijnt er inmiddels ook een nieuwe generatie managers aan het roer van de biologische sector. Dankzij de ongelofelijke inspanningen van de pioniers is 'bio' anno 2007 mainstream geworden. Gelijktijdig erven de nieuwkomers het geitenwollen sokken imago, dat ondanks alles nog steeds rond biologische voeding hangt. Ook stappen de nieuwkomers in een eigenwijze en verdeelde sector.

Young Green Management

Om de positieve kracht van de nieuwe generatie te bundelen, heeft chef-kok Eric van Veluwen het Young Green Management (YGM) opgezet, een business-to-business netwerk voor managers tussen de 20 en 40 jaar. De eerste bijeenkomst is gepland op vrijdag 30 november op Landgoed Rhederoord in De Steeg.

Hoe ben je op het idee gekomen voor het Young Green Management?

Eric: "Tijdens de eerste twee Bio-congressen viel het me op dat de winkeliers bij elkaar kropen, dat de groothandelaren juist zover mogelijk bij elkaar uit de buurt bleven, en dat de mannen in pak zich niet echt thuis voelden in de voor hun alternatieve setting. Ik constateerde een redelijke verdeeldheid in de sector. Dat is jammer en niet nodig. Bovendien viel het me op dat de jeugd – jongere managers – ontbrak op deze bijeenkomsten. Ik heb nagedacht op welke manier er meer homogeniteit gecreëerd kan worden en hoe de nieuwe generatie managers er bij betrokken kan worden. Zo kwam ik op het idee van het YGM."

Hebben de jonge ondernemers behoefte aan een eigen netwerk?

Eric: "De eerste ondernemers hebben zich al aangemeld, voornamelijk uit de winkelbranche. Uit hun reactie maak ik op dat zij staan te

popelen om het stoffige imago af te schudden. Zij willen ook graag nieuwe doelgroepen aantrekken, zoals nieuwe Nederlanders (allochtonen) en gemakconsumenten."

Wat heeft het YGM de jonge managers te bieden?

Eric: "Ik heb voor ogen dat we drie keer per jaar bij elkaar komen. We nodigen een goede spreker uit, die een lezing geeft over een commercieel of inspirerend onderwerp. Daarover gaan we met elkaar in discussie. Op de eerste bijeenkomst van 30 november bijvoorbeeld komt Onno Franse, Program Director Healthy Living van Ahold. Hij is als gerenommeerd trendwatcher en marketeer een fantastische inspirator voor duurzame ondernemers. Daarnaast is het YGM een effectieve manier om een netwerk op te bouwen en ervaringen uit te wisselen met sectorgenoten."

Wat is het doel van het YGM als netwerk?

Eric: "Ik wil met het YGM de impulsen en innovatieve krachten bundelen. Veel jonge ondernemers bruisen van de ideeën maar hebben in hun eentje geen slagkracht of voelen zich machteloos bij een bepaalde ontwikkeling waar ze het niet mee eens zijn. Neem actuele onderwerpen zoals CO₂ neutraal produceren, het verminderen van voedselkilometers, slaafvrije producten, track and trace. Dat zijn allemaal zaken die jonge ondernemers in de biologische sector belangrijk vinden. Met elkaar kunnen we de voorhoede vormen en deze duurzame ontwikkelingen aanjagen."

Dat klinkt heel idealistisch.

Eric: "Ja, de meeste jonge ondernemers zijn net als de pioniers vanuit een ideaal begonnen. Maar ik ken veel winkeliers die 's ochtends beginnen met het vegen van de stoep en eindigen met het uidraaien van de kassabon. Daartussen hebben ze de hele dag gebuffeld en worden ze opgeslokt door de waan van de dag. Het YGM kan een middel zijn om weer tijd vrij te maken voor visieontwikkeling. Wat wil ik over 5 of 20 jaar bereikt hebben? Het is heel motiverend om daar met sectorgenoten over te sparren. Het is belangrijk om fris en kritisch naar je eigen bedrijf te kunnen kijken en geïnspireerd te blijven. Dat is de motor voor ontwikkeling."

Lid worden van het Young Green Management?

De deelnamekosten bedragen € 195,- per jaar. Aanmelden: bel of mail Corien Berger: 026-4959104; cberger@rhederoord.nl. Meer info: www.rhederoord.nl.





Betere afzet voor biobomen

De biologische boomteeltsector is heel divers. Zowel in producten (van laanbomen tot sierheesters) als in de afnemers (van particulieren tot gemeenten en provincies). Tot nu toe wordt weinig samengewerkt door de ondernemers in deze sector en worden veel producten gangbaar afgezet. In het bedrijfsnetwerk onderzoeken biologische boomtelers wat ze zelf kunnen doen om hun afzet te verbeteren. Daarbij wordt bijvoorbeeld gekeken naar de particuliere markt, marketing en de bundeling van verkoop. Neem voor meer informatie contact op met projectleider Francis Schennink: info@mens-en-bos.nl, of kijk op www.biokennis.nl onder bedrijfsnetwerken.

Gentechvrije hulpstoffen

In de biologische productie is het gebruik van een beperkt aantal gangbare ingrediënten toegestaan. Sommige ingrediënten kunnen met behulp van ggo's gemaakt zijn. Daarom moeten biologische producenten voor deze risicostoffen een zogenaamde gentechvrij-verklaring overhandigen aan Skal. In de praktijk komt het voor dat de gangbare leverancier weigert om deze verklaring af te geven. Dit probleem speelt vooral bij hulpstoffen zoals vitamines, smaakstoffen en enzymen die gemaakt zijn door micro-organismen. Op verzoek van de Vereniging Biologische Productie- en handelsbedrijven (VBP), biologische veevoederproducenten en Biologica is binnen Bioconnect een onderzoek gestart om de omvang van het probleem in kaart te brengen en mogelijke oplossingen te onderzoeken. Uitvoerder is Huib de Vriend van Lisconsult, lisconsu@xs4all.nl



WWW.BIOCONNECT.NL

Aardappel onder de loep

Met een areaal van 1.300 hectare en 5% aandeel van de totale aardappelmarkt, neemt de biologische aardappel een belangrijke plaats in binnen de akkerbouw en binnen het schap van supermarkt en natuurvoedingswinkel. Echter, voor handel en retail kan de kwaliteit van de biologische aardappel vaak niet tippen aan die van gangbare aardappels. Om de teelt en afzet van biologische aardappelen veilig te stellen, werkt Bioconnect aan een masterplan om de kwaliteit op korte en lange termijn te verbeteren. In het masterplan wordt o.a. gekeken naar veredeling, rassenkeuze, resistentie management, teeltmaatregelen, gewasbescherming, bewaarbaarheid en ketenafspraken. Medio november komt er een bijeenkomst voor de hele aardappelsector om een visie te ontwikkelen voor veredeling en gewasbescherming. Wilt u meepraten? Neem dan contact op met Biologica, Marian Blom, blom@biologica.nl.

Light User

Kwaliteit, smaak, genieten en gezondheid. Dat zijn de argumenten voor de 'light user' om biologische producten te kopen. De huidige verpakkingen van biologische producten spelen daar nog onvoldoende op in. "Een gemiste kans," aldus kennismanager Maurits Steverink van Bioconnect. "Met name in het supermarktkanaal valt nog veel terrein te winnen bij de minder bewuste consument." Om daar verbetering in te brengen, is Bioconnect samen met Task Force Marktonwikkeling Biologische Landbouw een project gestart om op basis van consumentenonderzoek nieuwe criteria voor verpakkingen te ontwikkelen. Er wordt gekeken naar diverse productgroepen en afzetkanalen zodat er voor de praktijk geschikte kennis beschikbaar komt om de light user meer te laten kopen. De verpakkingen van Groene koe zuivel zullen als inspirerend voorbeeld gebruikt worden. Meer info: secretariaat Task Force MBL, Monica de Heide, deheide@biologischconventant.nl.

Weerbaar vee

Zo natuurlijk mogelijk produceren met zo min mogelijk ingrepen en medicijngebruik, dat is een belangrijke doelstelling van biologische veehouders. Ook gangbare boeren koesteren dit ideaal. Onlangs heeft Courage, een stichting voor vernieuwing in de melkveehouderij, in opdracht van de gangbare melkveehouderij het rapport 'Weerbaar Vee' opgesteld, met daarin een visie op natuurlijke weerstand. Bioconnect heeft op basis van dit rapport de samenwerking gezocht met Courage voor een vervolproject. Biologisch en gangbaar kunnen op dit onderwerp prima samenwerken. Met praktijkonderzoek en fundamenteel onderzoek wordt beoogd om 'tools' te ontwikkelen om natuurlijke weerstand bij dieren concreter te kunnen meten, te benutten en te bevorderen. Het onderzoek wordt uitgevoerd door Wageningen UR en de Faculteit Diergeneeskunde van de Universiteit Utrecht. Meer info: Biologica, Maurits Steverink, steverink@biologica.nl.

COLOFON



De Bio update is een uitgave van Biologica en verschijnt vier keer per jaar.

Leden van de bij Biologica aangesloten verenigingen ontvangen deze update. Dat zijn de leden van de Vakgroep Biologische Landbouw LTO/Biologica, de Vereniging van Biologische Productie- en handelsbedrijven (VBP) en Vakcentrum Natuurvoeding & Reform (VN&R). Ook de ondertekenaars van het "Biologisch Deelconvenant" en een groeiende groep relaties binnen en buiten de biologische sector ontvangen de Bio update.

Bio update 62
herfst 2007

Redactie en samenstelling:
Annelijn Steenbruggen

Bijdragen:
André Brouwer
Alexis van Erp

Maaïke Raaijmakers
Bert van Ruitenbeek
Jasper Vink

Foto's:
Beeldbank Biologica
Jan en Herma Jonkers
Nico Koffeman
Minke Rozendaal
Pieter Ouddeken
Annelijn Steenbruggen

Oplage:
2.000 exemplaren

Lay-out:
Vilarrica bv
Baarn

Druk:
Drukkerij Klomp
Amersfoort

Redactieadres:
Biologica
Postbus 12048
3501 AA Utrecht
tel. 030-2339970
info@biologica.nl
www.biologica.nl
www.adopteereenkip.nl
www.adopteereenappel.nl