

“Waar halen ze het vandaan...?”

Kennisinfrastructuur rond tuinbouwondernemers in de Duin- en Bollenstreek



WAGENINGEN UR
For quality of life

Colofon

De brochure “Waar halen ze het vandaan...?” is een publicatie van onderzoeksthema T&U Methodieken kennisoverdracht (BO-28). Het thema levert bouwstenen aan voor het verbeteren van kennisvalorisatie - tot waarde brengen van kennis -, middels integrale kennisketens en een effectieve en efficiënte inzet van kennismiddelen door en voor kennispartners en ondernemers in Greenportregio's. Dit met als doel dat *de keten van kennis naar kunde, naar kassa* structureel wordt.

Het onderliggende project is mogelijk gemaakt door financiering vanuit de topsector tuinbouw en uitgangsmaterialen (T&U). De middelen zijn ingezet als cofinanciering van het project Duurzame Innovatie en Demonstratie Centra, onderdeel Bollen en Vaste Planten, dat mede gefinancierd wordt vanuit het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO).

Auteurs

Marijke Dijkshoorn-Dekker, LEI

Gera van Os, PPO

Informatie

Marijke Dijkshoorn-Dekker, marijke.dijkshoorn@wur.nl

Dit rapport is tevens te vinden op internet:

<http://www.kennisonline.wur.nl/BO/BO-28>

© december 2013, Wageningen UR

Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1 Inleiding.....	5
2 Doelstelling en opzet	6
3 Resultaten interviews	7
3.1 Type bedrijven	7
3.2 Innovaties	7
3.3 Kennisbronnen	8
3.4 Betalen voor kennis	10
3.5 IDC en Kennisloket	10
4 Analyse	12
4.1 Kennisbronnen en -behoefte	12
4.2 Rollen verschillende kennispartners.....	13
4.3 Kennisloket	14
5 Conclusies en aanbevelingen.....	15
Literatuur	16
Bijlage 1: Vragenlijst Ondernemers Duin- en Bollenstreek	17

Samenvatting

In opdracht van het Innovatie- en Demonstratie Centrum (IDC) Bollen en Vaste Planten is onderzocht hoe tuinbouwondernemers in de Duin- en Bollenstreek aan kennis komen, aan welke extra kennis behoefte is en in hoeverre zij daarvoor willen betalen. Daarnaast is gepeild of er behoefte is aan een kennisloket als onderdeel van het IDC. Hiertoe is een zestal ondernemers geïnterviewd. Dit project is mogelijk gemaakt door cofinanciering vanuit de topsector tuinbouw en uitgangsmaterialen (T&U), als onderdeel van het onderzoeksthema T&U Methodieken Kennisoverdracht (T&U).

Kennisinfrastructuur

De ondernemers geven aan dat ze tevreden zijn met de kennis die ze kunnen vinden. De ontsluiting en vindbaarheid van kennis is volgens hen voldoende. In de interviews zijn 17 verschillende kennisbronnen benoemd, die globaal kunnen worden onderverdeeld in vier groepen:

- adviseurs en andere erfbetreders (partijen/personen die bij ondernemers op het bedrijf komen);
- kennisinstellingen (onderzoek en onderwijs);
- geschreven bronnen;
- persoonlijk netwerk.

Geschreven bronnen worden het meest gebruikt, met name als deze digitaal ontsloten zijn. Deze bronnen bevatten veelal kennis uit de andere groepen, zoals teeltadviseurs en onderzoeksinstellingen, die te vinden is via digitale nieuwsbrieven, vakbladen en internet. Opvallend is dat het groen onderwijs en social media niet als kennisbron worden gezien of gebruikt.

Ondernemers met meer dan gemiddelde ambitie om te innoveren halen onvoldoende kennis en energie uit de gangbare groene onderwijs- en adviescircuits. Zij halen kennis o.a. uit andere sectoren zoals transport, management, (electro-)techniek.

De meerderheid van de ondervraagde ondernemers ziet heil in de ontwikkeling van hun eigen kennisniveau en kennisvergaring via deelname aan praktijknetwerken rond (semi-) innovaties. Zij zijn bereid om in deze praktijknetwerken te investeren, meestal *in kind*. Voor echte, grote innovaties is wetenschappelijk onderzoek nodig. Slechts een beperkt aantal koplopers is bereid in wetenschappelijk onderzoek te investeren, en dan alleen onder voorwaarde van exclusiviteit van de kennis voor de financierende ondernemers (5-10 jaar).

Kennisloket

Er lijkt weinig behoefte te zijn aan een kennisloket. Maar als er toch één komt, gaat de voorkeur uit naar een *digitaal* loket. Hierbij moet dan de nadruk liggen op het makelen en schakelen tussen kennisvraag en – aanbod en tussen partijen.

Op dit moment is er geen bereidheid onder de geïnterviewde ondernemers om structureel bij te dragen aan de financiering van een kennisloket. Wel zijn ondernemers mogelijk bereid om per kennisvraag of - dienst te betalen.

Verdienmodel

Behalve een goede kennisinfrastructuur is een extra prikkel nodig voor ondernemers om hun kennisniveau verder te ontwikkelen en de benutting van kennis voor innovatie te stimuleren. Uit het onderzoek blijkt dat ondernemers wel veel tijd investeren (*in kind*) in kennisvergaring, maar er nauwelijks voor willen betalen (*in cash*). Een prikkel vanuit het bedrijfsleven is nodig om marktwerking te stimuleren rond kennisontwikkeling bij ondernemers. Er kan een gezond verdienmodel ontstaan als kennis- en competentieontwikkeling meer als een investering wordt benaderd, die automatisch voortvloeit uit de relatie met de markt- of ketenpartijen. Bijvoorbeeld als ketenpartijen kwaliteitseisen gaan stellen aan periodieke kennisontwikkeling rond ondernemerschap.

1 Inleiding

Nieuwe opvattingen over de rol en betrokkenheid van publieke en private partijen bij het versterken van de agrarische sector leiden tot een andere zienswijze op de inrichting van het kennis- en innovatiesysteem, met meer focus op de kracht van regionale ontwikkeling. Bedrijven in de tuinbouwsector onderscheiden zich al door prestaties in efficiëntie en kwaliteit. De toekomst vraagt echter meer toegevoegde waarde door consument- en marktgedreven innovaties. Dit vraagt om flexibiliteit van zowel de ondernemer als zijn organisatie. Product- en procesinnovatie blijven belangrijk, maar daar komen organisatie-innovatie en sociale innovatie als nieuwe elementen bij. De verschillende Greenportregio's hebben de gezamenlijke ambitie om hier invulling aan te geven en krachtige regionale kennis- en innovatiesystemen te ontwikkelen.

In de Greenport regio's Westland-Oostland en Duin- en Bollenstreek wil men, ondersteund vanuit de Provincie Zuid Holland, tot een netwerk van een aantal zogenaamde Innovatie- en Demonstratie Centra (IDC) komen. Een IDC is een fysieke locatie, waar ondernemers samen met onderzoek en onderwijs werken aan de toepassing en implementatie van kennis van binnen en buiten de sector. Het IDC wordt geleid door de projectpartners die in staat zijn een brug te slaan naar of tussen ondernemers en ander stakeholders in de tuinbouwsector. Dit zal zowel vraag- en aanbod gestuurd plaatsvinden. Het gaat daarbij om de volgende kernactiviteiten: demonstreren, kennis uitwisselen en kansen signaleren, ondersteuning bij het uitwerken van kansen en het creëren van 'doorbraak-projecten' en communicatie. Ook voor de Duin- en Bollenstreek is een IDC opgericht die zich richt op bloembollen en vaste planten. Dit IDC maakt deel uit van een EFRO-project onder aansturing van de Stichting Greenport HortiCampus. Het IDC Bollen en Vaste planten wordt gedragen door negen partners (Anthos (belangenbehartiger handelsbedrijven), Bloembollen KeuringsDienst (BKD), NAK-Tuinbouw, Bollenacademie, HobaHo (handelsorganisatie), KAVB (belangenbehartiger teeltbedrijven), KennisCentrum Plantenstoffen, Gemeente Lisse, WUR-PPO) en een aantal andere regionale partijen ter ondersteuning. De ondersteunende partijen onderschrijven de vorming van het IDC, maar dragen niet financieel bij.

Een kernactiviteit binnen het IDC Bollen en Vaste Planten is het versterken van het innovatief gedrag en het kennisniveau van ondernemers. Tevens richt men zich op het stimuleren van nieuw ondernemerschap en visieontwikkeling ten aanzien van investeren in kennis voor innovatie binnen het bedrijf. De verschillende partijen binnen het IDC bewegen zich op verschillende terreinen, zoals handel, teelt, keuring van bloembollen/vaste planten, etc. Het is niet duidelijk wat de behoefte is bij ondernemers aan kennis op deze terreinen.

In 2011 heeft een onderzoek plaatsgevonden op het gebied van arbeid en scholing (Looman et al., 2011). Dit onderzoek richtte zich met name op de primaire productie van bollen, vaste planten en glastuinbouw. Hieruit kwam naar voren dat er op dat moment weinig arbeidsbehoefte was; werknemers blijven lang bij hetzelfde bedrijf (m.a.w. er is weinig verloop). Nieuwe werknemers zijn vaak niet geschoold met een agrarische opleiding, maar dat vindt men geen probleem. Men wordt binnen het bedrijf opgeleid. Hoe ondernemers zich op de hoogte stellen van kennis voor innovatie is niet onderzocht. .

In voorliggend onderzoek is de vraag als vertrekpunt genomen welke kennisbehoefte er is bij telers in de Duin- en Bollenstreek en hoe zij aan nieuwe kennis komen. Daarnaast is gepeild bij ondernemers of er behoefte is aan een kennisloket als onderdeel van het IDC bollen en vaste planten. Onder een kennisloket verstaan we de functie die de schakel van kennisontwikkeling, -doorstroom en -valorisatie mogelijk maakt tussen kennisvraag vanuit bedrijfsleven en maatschappij en -aanbod vanuit kennisinstellingen. In de praktijk wordt een kennisloket in de regio benut als een *single point of contact* om te bemiddelen tussen kennisvraag en -aanbod op regionaal niveau.

2 Doelstelling en opzet

In dit onderzoek zijn we in gesprek gegaan met ondernemers in de Duin- en Bollenstreek. De doelstelling was om te achterhalen hoe ondernemers in de Duin- en Bollenstreek aan kennis komen en/of aan welke kennis behoefte is.

Deelvragen hierbij waren:

- indien er behoefte is aan kennis, aan welke inhoud, in welke vorm en op welk niveau (t.a.v. het onderwijs: initieel/post-initieel) is specifiek behoefte?
- door welke kennisinstellingen (onderzoek, onderwijs) en coalities kan dit het beste worden vormgegeven?
 - welke rol is weggelegd voor welke kennispartner (onderzoek, onderwijs en advies)?
 - biedt de vorming van kenniscoalities (tussen onderzoek, onderwijs en advies) hierbij mogelijkheden?
- wat is een duurzaam model om de ondernemer te voorzien van de juiste kennis op het juiste moment (wanneer hij/zij daarom vraagt)?
- is er behoefte aan een kennisloket?

Om deze vragen te beantwoorden zijn bedrijfsleiders geïnterviewd van zes bedrijven, vier bollen- en twee vaste plantenbedrijven. Voor de interviews is een vragenlijst opgesteld (zie bijlage 1).

3 Resultaten interviews

3.1 Type bedrijven

In totaal zijn de bedrijfsleiders van zes bedrijven geïnterviewd (vier bollentelers en twee vaste plantentelers, met een teeltareaal variërend van 5 tot 30 ha). De verwachte bedrijfsontwikkeling binnen vijf jaar varieert van instandhouding van de huidige bedrijfsomvang tot gestage uitbreiding voor wat betreft areaal, bedrijfsgebouwen en omzet.

Eén van de telers gaf aan in de huidige economische conjunctuur niet langer dan twee jaar vooruit te denken.

3.2 Innovaties

Opvallende zaken:

- De openheid van de ondernemers om te vertellen over nieuwe innovaties verschilt sterk. Sommigen spreken er openlijk over, anderen hebben geen behoefte om kennis omtrent hun innovatie te delen.
- Wat voor de ene teler innovatief is, is voor de ander gemeengoed. Bijvoorbeeld in relatie tot ketenintegratie is verregaande samenwerking met afzet en export voor de ene teler nog toekomstmuziek, terwijl dit bij de ander al binnen het bedrijf is geïntegreerd.
- Het implementeren van nieuwe technieken die reeds door anderen zijn ontwikkeld, wordt ook als innovatie gezien. Voorbeeld: gebruik maken van GPS, satelliet en gewasscans voor plantgezondheid en watervoorziening.
- Een van de ondernemers wil best grote innovaties oppakken in samenwerking met meerdere telers, maar dan zou daar een exclusiviteit van tien jaar op moeten rusten.
- Er zijn innovaties waar de ene teler flink op inzet, terwijl een andere teler daar vooralsnog geen cent voor geeft. Voorbeeld duurzaam bodembeheer/bodemleven: daar waar de ene teler dit benoemt als een van de belangrijkste innovaties waarbij hij betrokken is, geeft een andere teler aan juist niet in deze vernieuwing te geloven omdat de effecten moeilijk meetbaar zijn en niet aangetoond is dat het ook extra rendement oplevert.

Genoemde innovaties waarmee men aan de slag is of gaat:

- Productinnovatie: is altijd een uitdaging/probleem. De ondernemer investeert hier wel zelf in, maar het is altijd de vraag of er wat uitkomt, bijvoorbeeld hyacinten in de zomer. Een van de ondernemers doet zelf proeven en gebruikt daarbij de kennis van een adviseur en probeert hierbij klantgerichtheid in het oog te houden, dus bijvoorbeeld langer vaasleven. De geluksfactor speelt een grote rol voor succes.
- Gebruik van internettoepassingen voor communicatie en profilering: bijvoorbeeld een facebook account waar relaties de teelt kunnen volgen.
- Meer gebruik maken van GPS, satelliet en gewasscans ten behoeve van plantgezondheid en watervoorziening.
- Grootschalige teelt van snijhyacinten op water.
- Veredeling met moleculaire technieken.

De benodigde kennis voor dergelijke innovaties haalt men via de gebruikelijke kanalen, zoals via de teeltadviseur, toeleveranciers en internet.

3.3 Kennisbronnen

De volgende partijen en instellingen werden genoemd als kennisbron:

- Teeltadviseurs:
De helft van de bedrijven maakt gebruik van een teeltadviseur voor teelttechnische kennis en in sommige gevallen ook voor advisering rond de bedrijfsstrategie e.d.
- Toeleveranciers:
Toeleveranciers worden door allen gezien als een belangrijke kennisbron, met name Agrifirm en Van Gent en van der Meer Nuyens (GMN) worden genoemd. Een enkeling noemt ook leveranciers rondom mechanisatie (teelt en verwerking) en verpakkingsmaterialen.
- Onderzoeksinstellingen:
PPO wordt hier het meest genoemd. Proeftuin Zwaagdijk en CLM worden eenmaal genoemd en ook Agrifirm en GMN worden door een enkeling geschaard onder de onderzoeksinstellingen. Er is één teler die in het geheel geen kennis haalt bij onderzoeksinstellingen.
M.b.t. PPO wordt het meeste gezegd. Men haalt daar over het algemeen kennis via het diagnostiekloket, open dagen (incl. spuitlicentieverlening), rapporten en vakbladartikelen. Er is echter ook een teler die nadrukkelijk 'geen tijd verspilt' aan open dagen en rapporten. Hij gaat meer voor individuele gesprekken met PPO-onderzoekers naar aanleiding van concrete vragen.
Drie ondernemers doen mee met een of meer onderzoeksprojecten van PPO, als praktijkbedrijf en/of in de begeleidingscommissie.
- Onderwijsinstellingen:
Géén van de ondernemingen maakt gebruik van bijscholing via het agrarisch onderwijs. "Je leert altijd wat bij, maar niet via het onderwijs." Twee ondernemers geven aan dat hij of zijn medewerkers cursussen volgen juist **buiten** de sector, bijvoorbeeld op het gebied van bedrijfshulpverlening, management en transport. Dit betreft onderwijsinstellingen zoals LOI of NCOI.
Voor (bij-)scholing op teelttechnisch gebied wordt het meest verwezen naar spuitlicentiebijeenkomsten die georganiseerd worden door toeleveranciers (met name Agrifirm en GMN) en door PPO.
- Vakorganisaties:
Vier ondernemers geven aan lid te zijn van KAVB en/of LTO. Kennis vanuit deze organisaties komt binnen via hun digitale nieuwsbrieven. Vaak wordt er 'doorgeklikt' naar websites.
Twee ondernemers geven aan géén gebruik te maken van de kennis vanuit de vakorganisaties. "De KAVB houdt vooral de grote groep 'volgers' tevreden – ze biedt geen service voor voorlopers en lange termijn belangen."
- Digitale nieuwsbrieven:
Genoemd: KAVB (4x), LTO (2x), DLV (2x), Anthos (1x), CNB/BBV (1x) en PT (1x), Boerderij (1x), een financiële nieuwsbrief (1x) en een logistiek blaadje (1x).
Doorklikken vanuit digitale nieuwsbrieven naar internet wordt veel gedaan.
- Praktijknetwerken en studieclubs:
Een belangrijke en aantrekkelijke vorm om nieuwe kennis te genereren en uit te wisselen is het doen van onderzoek in praktijknetwerken, met begeleiding van een adviseur of onderzoeker. Vier van de zes ondernemers nemen deel aan één of meer praktijknetwerken en studieclubs.
Twee ondernemers zijn tamelijk negatief over het nut van studieclubs: "Het is meer kennis brengen dan kennis halen." "Binnen de club laat niemand het achterst van z'n tong zien; je wil je concurrenten toch niet helpen." "De studieclub is niet vooruitstrevend genoeg. Men laat zich wellicht te gemakkelijk iets aanpraten door toeleveranciers (verwerkingslijn, spoelen, etc.) en het ontbreekt aan een stukje ondernemerschap en visie."
- Collega's en vrienden:
Het persoonlijke netwerk met collega's en vrienden is voor alle ondernemers een belangrijke en betrouwbare kennisbron. Tijdens borrels, verjaardagen en andere contactmomenten worden informatie, tips en ervaringen uitgewisseld over teelt, financiën en afzetmarkt.

- Keuringsdiensten:
Twee ondernemers geven aan dat ze de keurmeester ook als kennisbron zien/gebruiken.
- Vakbladen:
Allen zien de vakbladen als kennisbron: BloembollenVisie (6x), Nieuwe Oogst (4x), Bloemisterij (3x), Agraaf (2x), DistriFood (1x), Bloemenkrant (1x), Boom & Business (1x), Business (1x), Groente & Fruit (1x), Boomkwekerij (1x) en het blad van de bloemenveiling (1x).
- Internet:
Het internetgebruik voor het zoeken van kennis loopt zeer uiteen. Het varieert van zeer beperkt tot zeer intensief. Bij beperkt gebruik wordt er gekeken naar het weerbericht, doorklikken vanuit digitale nieuwsbrieven en het gericht zoeken op sites met 'exacte' kennis met betrekking tot de teelt, zoals Ctgb en PPO.
Eén ondernemer geeft aan zeer veel gebruik te maken van internet, met betrekking tot van alles en nog wat, binnen en buiten de sector; bijvoorbeeld om een totaal beeld ergens van te krijgen, bijvoorbeeld op het gebied van logistieke kennis. Een ander gebruikt internet om collega's, concurrenten en klanten te volgen.
- Social media:
- Wordt door geen van de ondernemers gezien als kennisbron.Krant:
Twee ondernemers geven aan de krant (o.a. Financieel Dagblad) te gebruiken voor economische informatie, beleidsmatige kennis en reportages over specifieke bedrijven.
- Klanten en afnemers:
Deze potentiële kennisbron is niet bij alle ondernemers aangekaart of aan de orde geweest. Degenen die er wel over spraken (4) vonden dit een relevante kennisbron. "Goed luisteren naar de klant is heel belangrijk."
- Banken en accountant:
Vijf ondernemers zien hun bank of accountant als kennisbron voor financiële zaken. Genoemd worden Rabobank, ABN-AMRO, Deutsche Bank en Flynth.
"Het is belangrijk hoe zij denken!" Een van de ondernemers volgt soms ook een workshop bij de bank (op uitnodiging).
- Notaris, advocaat:
Twee ondernemers zien hun notaris en/of advocaat als kennisbron voor juridische- en arbeidszaken en voor financiële/bedrijfseconomische informatie.
- Overig:
 - Gemeenteraadvergaderingen (1x)
 - Tijdschriften en reclamefolders van supermarkten, bouwmarkten voor het volgen van trends/ontwikkelingen, bijvoorbeeld verpakkingen (1x).

Gemiddeld besteden de geïnterviewde ondernemers 20-25% van hun tijd aan kennisvergaring. Dit komt neer op 10-20 uur per persoon per week. Met meer ondernemers binnen een bedrijf loopt dit op tot 20-30 uur per week totaal.

Over het algemeen zijn de ondernemers tevreden over de vindbaarheid van kennis. "Als je twijfelt, of niet tevreden bent, dan boor je een ander kanaal aan. Vasthoudendheid is soms nodig."

Een aantal ondernemers geven aan dat met het opheffen van de Productschappen een deel van de kennisinfrastructuur is weggevallen. Het is nog onduidelijk hoe de sector dit gaat oppakken. De gevolgen voor de langere termijn zijn zeer zorgwekkend, volgens de geïnterviewden.

3.4 Betalen voor kennis

Alle ondernemers maken gebruik van betaalde kennis in de vorm van bovengenoemde kennisbronnen, zoals het inhuren van adviseurs, lidmaatschap van sectororganisaties, abonnementen op vakbladen en kranten, scholing (o.a. spuitlicentiebijeenkomsten) en het PPO-diagnostiekloket.

Ook een bijdrage in natura aan onderzoeksprojecten kost geld en wordt gezien als 'betaalde kennis'.

Alle ondernemers zijn bereid om incidenteel te betalen voor specifieke expertise, mits er een reële kans is op een bruikbaar antwoord. Het advies moet zichzelf wel terugverdienen. De bereidheid om in kennis te investeren is op dit moment een stuk minder dan een aantal jaar geleden als gevolg van de teruggelopen rentabiliteit en prijs.

Eén van de ondernemers geeft aan dat hij ook bereid is te betalen wanneer hij wil weten wat er aan de hand is bij een specifiek probleem. Dit is dan vooral nieuwsgierigheid gedreven. De ondernemer vindt het minder relevant of het antwoord uiteindelijk bruikbaar is of zichzelf terugverdient. "De verkregen kennis kan in de toekomst wellicht nog geld besparen." Betalen voor kennis doet deze ondernemer tegenwoordig veel makkelijker dan vroeger: "Je realiseert je dat je nu beter niet alles zelf kan of moet willen. Het is soms efficiënter om kennis en ervaring in te huren."

3.5 IDC en Kennisloket

Aan het eind van de interviews is gepeild of er behoefte is aan een kennisloket als onderdeel van het IDC bollen en vaste planten. In eerste instantie reageren de ondernemers hier afwijzend op. Na verder doorvragen geven drie van de zes ondernemers aan *wel*/iets in een kennisloket te zien, mits onafhankelijk en discreet. De andere drie ondernemers hebben *geen* behoefte aan een kennisloket; alle kennis is bereikbaar en vindbaar en er is geen behoefte aan een verzamelfunctie. Maar *als* er een kennisloket komt, dan gaat de voorkeur uit naar een *digitaal*/loket. Ook wordt de suggestie gedaan om het beheer bij grote organisaties onder te brengen, zoals LTO of VBA. Deze partijen zouden in het collectief (IDC) moeten worden opgenomen.

Vijf ondernemers konden punten aandragen die wellicht door een kennisloket opgepakt zouden kunnen worden:

- Probleeminventarisatie en vraagarticulatie;
- Voor vragen waarbij je niet weet aan welke partij je deze moet stellen;
- Matching/bemiddeling bij vragen en kennisuitwisseling *tussen ondernemers*, met een antwoord tegen betaling (de betrouwbaarheid van de antwoorden is dan wel een issue);
- Indienen van onderzoeks-/demoaanvragen met een groep telers voor grote innovaties (met exclusiviteit van ca. 10 jaar);
- Verzamelloket/startpagina voor alle aspecten binnen de bollenteelt en -handel;
- Vragen op het gebied van milieuaspecten en regelgeving;
- Onderzoek naar problematiek die de hele sector aangaat, zoals de plantenziekte Pythium. Wellicht kan er via het IDC innovatiegeld van de Rabobank worden geïnvesteerd;
- Informatie over bedrijfsvergelijking op economisch en teelttechnisch gebied (vaste planten);
- Stimuleren van bewustwording voor het belang van collectiviteit en gezamenlijk probleemoplossend vermogen;
- Stimuleren van ketenintegratie;
- Collectief oppakken van informatie voor de consument met betrekking tot toepassingen van nieuwe gewassen (vaste planten);
- Vindbaarheid van onderzoeksrapporten;
- Onafhankelijke teeltinformatie, onder andere op het gebied van gewasbescherming, onkruidbestrijding.

Rechtstreeks contact met een specialist moet volgens de geïnterviewden wel mogelijk zijn via het kennisloket.

Vier van de zes telers zijn bereid om per vraagstuk/dienst te betalen. Eén ondernemer is wel geïnteresseerd in een demokas mits er een regelmatig variërend kennisaanbod is.

NB.: Met klem benadrukken de meeste ondernemers dat het al of niet opstarten van een kennisloket geheel los moet staan van het fysieke Diagnostiekloket bij PPO. Deze moet volgens hen absoluut behouden blijven. Zonder een goede, onafhankelijke ziektediagnose zal men meer gewasbeschermingsmiddelen inzetten.

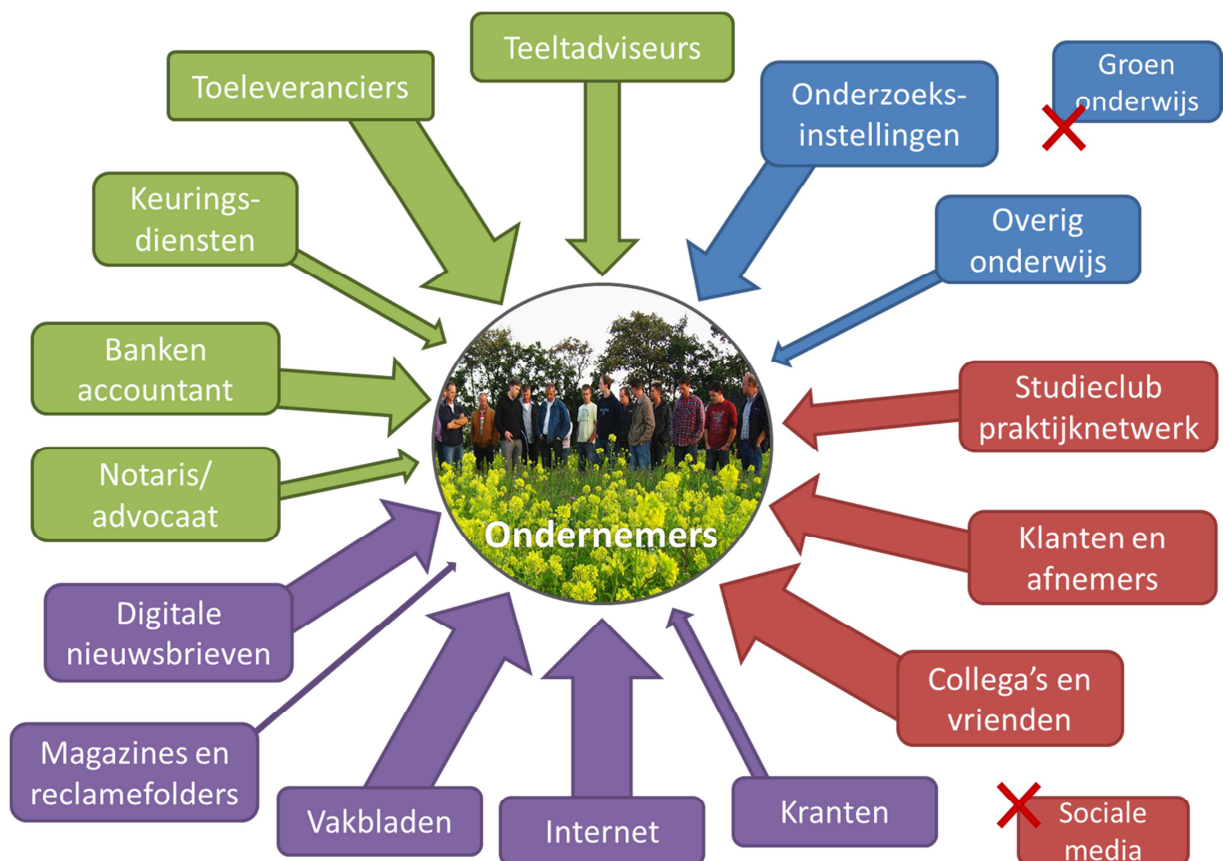
4 Analyse

4.1 Kennisbronnen en -behoefte

Aan ondernemers in de Duin- en Bollenstreek is gevraagd waar zij kennis vandaan halen. In de interviews zijn 17 verschillende kennisbronnen benoemd. Deze kunnen globaal worden onderverdeeld in vier groepen;

- adviseurs en andere erfbetreders (partijen/personen die bij ondernemers op het bedrijf komen)
- kennisinstellingen
- geschreven bronnen
- persoonlijk netwerk

In figuur 1 staat weergegeven hoeveel van de geïnterviewde ondernemers gebruik maken van deze bronnen. De figuur geeft geen informatie over gebruiksfrequentie van de bron en/of de kwaliteit van de kennis. Als meest genoemde kennisbronnen komen naar voren: toeleveranciers, vakbladen, internet, collega's en vrienden. Uit de interviews komt naar voren dat 'geschreven bronnen' het meest gebruikt worden, met name als ze digitaal ontsloten zijn. Hierbij geldt dat deze groep ook kennis uit de andere groepen omvat, zoals kennis van teeltadviseurs en onderzoeksinstituten die te vinden is via digitale nieuwsbrieven, vakbladen en internet. Opvallend is dat het groen onderwijs en de social media niet als kennisbron worden gezien of gebruikt.



Legenda:



Figuur 1: Kennisbronnen van bollen- en vaste plantentelers (de pijldikte is een maat voor het aantal telers dat gebruik maakt van de betreffende kennisbron variërend van 1 tot 6).

In eerste instantie geven de ondernemers aan dat ze tevreden zijn met de kennis die ze kunnen vinden. De ontsluiting en vindbaarheid van kennis is voldoende. Bij doorvragen naar kennisleemtes bleken ze toch een aantal punten te kunnen benoemen, zoals milieuaspecten en regelgeving, bedrijfsvergelijking op economisch- en teelttechnisch gebied van vaste planten en onafhankelijke teeltinformatie (zie paragraaf 4.5).

De meerderheid van telers ziet veel in de methodiek van praktijknetwerken en de deelname daaraan. Praktijknetwerken zijn (gesubsidieerde) samenwerkingsverbanden waarin telers, voorlichters, toeleveranciers en onderzoek samen optrekken om nieuwe kennis op te doen en inpasbaar te maken, ervaringen uit te wisselen en van elkaar te leren. Dit betreft voornamelijk vraagstukken op semi-innovatief vlak. Ondernemers zijn bereid om in deze praktijknetwerken te investeren, meestal *in kind*. Echter, echte innovaties lenen zich minder voor praktijknetwerken. Daar is wetenschappelijk onderzoek voor nodig. Een beperkt aantal koplopers is bereid te investeren in echte innovaties, maar dan wel gekoppeld aan exclusiviteit.

Ondernemers met meer dan gemiddelde ambitie halen onvoldoende energie uit het bestaande onderwijs en adviescircuit. Zij halen hun kennis o.a. uit andere sectoren. Deze voorlopers kunnen goede aanwijzingen opleveren voor nieuwe kansen en knelpunten waar veel volgers naar alle verwachting over enkele jaren tegenaan zullen lopen.

4.2 Rollen verschillende kennispartners

Ondernemers hebben een duidelijk beeld over de rollen die voor de verschillende kennispartners (onderzoek, onderwijs en advies) zijn weggelegd in kennisvoorziening.

Rol onderwijs

Ondernemers zien geen rol weggelegd voor het groene onderwijs voor het verhogen van hun eigen kennisniveau of dat van hun medewerkers. Wel is er behoefte aan niet-groene kennis bijvoorbeeld op het gebied van bedrijfshulpverlening, management en transport.

Groene kennis die ze nodig hebben voor hun bedrijfsvoering wordt gehaald uit andere kanalen zoals teeltadviseurs, onderzoek, internet. De ondernemers zijn hier tevreden over. Er is wel behoefte aan kennis met betrekking tot gewasbescherming. Deze kennis is te halen bij het cursusonderwijs bijvoorbeeld via spuitlicentiebijeenkomsten. Echter, volgens de geïnterviewde is er een overmaat aan dit soort bijeenkomsten bij andere aanbieders dan groene onderwijsinstellingen, die bovendien goedkoper zijn.

De indruk van de kwaliteit van het huidige MBO-niveau is niet positief. Naar de beleving van de ondernemers is er nu onvoldoende aansluiting met de praktijk. Men kiest er eerder voor om medewerkers intern op te leiden binnen het bedrijf. Momenteel is het bedrijfsleven vooral op zoek naar medewerkers met de juiste competenties en instelling, ongeacht de verworven opleiding.

Rol onderzoek

Ondernemers halen veel kennis op bij het onderzoek. Dit gebeurt in verschillende vormen (vakbladartikel, persoonlijke communicatie, rapporten, opendagen) en op verschillende niveaus (innovatief, semi-innovatief, basaal). Onderzoekers worden actief benaderd door ondernemers met specifieke vragen.

Er is nadrukkelijk behoefte aan het diagnostiekloket. Er is zorg geuit over de voortzetting hiervan en van het onderzoek na het wegvallen van de collectieve financiering (Productschappen). De ondernemers zien geen alternatief hiervoor omdat de bereidheid tot collectieve betaling is gedaald. Ze zien dit als een belangrijk knelpunt voor de financiering en voortzetting van het praktijkonderzoek.

Rol advies

Voor alle ondernemers zijn de adviseurs en andere erfbetreders een belangrijke bron voor kennis. Onder erfbetreders verstaan we partijen/personen die bij ondernemers op het bedrijf komen, zoals teeltadviseur, toeleverancier of anderszins. Er is een verschuiving gaande dat deze partijen buiten het geven van advies ook onderzoek doen, praktijknetwerken begeleiden en (bijscholings-)cursussen geven. Zodoende nemen zij naast hun adviesrol ook een onderzoeks- en onderwijstaak op zich. Ondernemers zijn zich er van bewust dat erfbetreders commerciële belangen hebben en niet altijd onafhankelijk advies geven.

4.3 Kennisloket

Uit de gesprekken komt naar voren dat er in eerste instantie weinig behoefte lijkt te zijn aan een kennisloket. Daarbij moet vermeld worden dat het kennisloket volledig los staat van de behoefte aan het fysieke diagnostiekloket. Alle ondervraagde ondernemers zijn in het algemeen tevreden over de vindbaarheid en bereikbaarheid van kennis. Aangegeven is dat als er toch een kennisloket komt, de voorkeur uitgaat naar een digitaal loket. Dit digitale loket moet dan vooral geen verzamelfunctie hebben, maar de nadruk moet liggen op het makelen en schakelen, bijvoorbeeld op probleeminventarisatie en vraagarticulatie.

Bij ondernemers is er op dit moment geen bereidheid om structureel bij te dragen aan de financiering van een kennisloket. Wel is men bereid om per vraag of dienst te betalen. Aangegeven wordt dat het beheer van een digitaal kennisloket zou moeten liggen bij een collectief orgaan, bijvoorbeeld bij het IDC bollen en vaste planten, waarin alle partijen zijn vertegenwoordigd. In dit verband zijn ook LTO en VBA genoemd.

5 Conclusies en aanbevelingen

Conclusies

In dit onderzoek hebben ondernemers in de Duin- en Bollenstreek aangegeven hoe ze aan hun kennis komen en/of aan welke kennis behoefte is. Daaruit komen de volgende conclusies naar voren:

- De huidige kennisinfrastructuur voldoet aan de wensen van de ondernemers. Volgens de ondernemers kunnen zij alle kennis vinden, die ze nodig denken te hebben. Zij kunnen geen grote kennisleemtes benoemen.
- Ondernemers maken het meest gebruikt van 'geschreven bronnen', al dan niet digitaal ontsloten. Om de ondernemer te voorzien van de juiste kennis op het juiste moment zal met name deze groep kennisbronnen moeten worden ingezet door de kennisinstellingen.
- Adviseurs en andere erfbetreders, onderzoeksinstellingen, en persoonlijke netwerken en contacten zijn vaste, onmisbare onderdelen van de kennisinfrastructuur rond ondernemers.
- De geïnterviewde ondernemers vinden dat het groene onderwijs onvoldoende aansluit bij de praktijk. Het groen onderwijs zal pas een goede rol kunnen spelen als de opleidingen qua specifieke groene kennis aangepast worden aan de behoefte van het bedrijfsleven.

Ten aanzien van een kennisloket en het IDC kunnen wij het volgende concluderen:

- Er is onvoldoende basis bij de ondernemers om een kennisloket op te richten. We verwachten dat betaalde opdrachten via het kennisloket onvoldoende zullen opbrengen om de continuïteit van het kennisloket te waarborgen. Structurele financiering uit andere bronnen zal dan noodzakelijk zijn.
- Ondernemers zijn bereid om te investeren in praktijknetwerken, welke zich lenen voor de ontwikkeling en/of implementatie van semi-innovaties. Het leggen van dwarsverbanden tussen praktijknetwerken en het communiceren over- en ontsluiten van kennis, wordt door de huidige kennispartners nog onvoldoende opgepakt. Hier lijkt mogelijk een rol weggelegd voor het IDC bollen en vaste planten.

Aanbevelingen

Behalve een goede kennisinfrastructuur is nog een extra prikkel nodig om de kennisontwikkeling bij ondernemers te stimuleren. De aanbevelingen uit het rapport 'Een leven lang leren' van Kortstee e.a. (2011) sluiten uitstekend aan op de conclusies uit de interviews. Ondernemers met meer dan gemiddelde ambitie halen onvoldoende energie uit het bestaande onderwijs- en adviescircuit. Zij hebben behoefte aan een andere omgeving met onder andere MKB-achtige thema's. Deze voorlopers kunnen goede aanwijzingen opleveren waar veel volgers naar alle verwachting over enkele jaren tegen aan zullen lopen. Het is belangrijk dat er ruimte is voor dit soort ondernemers binnen nieuwe kenniscoalities. Zij kunnen daarbij ook dienen als verkenners van nieuwe invalshoeken voor het leven lang leren.

Om een gezond proces rond 'leven lang leren' te kunnen ontwikkelen zal er een marktwerking moeten zijn of worden ontwikkeld. Deze marktwerking kan gestimuleerd worden door prikkels die ketenpartijen afgeven aan hun leveranciers en afnemers. Als zij kwaliteitseisen gaan stellen aan individuele ondernemers ten aanzien van deelname aan periodieke kennisontwikkeling rond ondernemerschap, dan zal er voor de ondernemers een eigen belang of noodzaak ontstaan om zelf stappen te gaan zetten in het proces van een leven lang leren. Ook banken, adviseurs en accountants kunnen hiertoe stimuleren en/of verplichten.

Kennisontwikkeling moet een gezond verdienmodel voor ondernemers opleveren. Uit het onderzoek blijkt dat ondernemers wel veel tijd willen investeren in kennisontwikkeling maar er nauwelijks voor willen betalen. Aangezien de overheid naar verwachting niet zal gaan investeren in dergelijke trajecten zal de financiering uit de markt en/of de keten moeten komen. Dit kan door de kennis- en competentieontwikkeling meer als een investering te gaan benaderen die automatisch voortvloeit uit de relatie met de betreffende markt- of ketenpartij (inclusief banken).

Literatuur

Kortstee H., N. Hamers- van den Berkmortel, K de Grip, H. Hermans, B. Smit, R. Stokkers en M. de Vlas, 2011. Een leven lang leren - Voortdurende ontwikkeling van ondernemerscompetenties in kenniscoalities. LEI-rapport 2011-069. (<http://edepot.wur.nl/197173>)

Looman B., G. van Os en R. Derkx, 2011. Situatieschets behoefte onderwijs en arbeid - Groene sectoren Greenport Duin- en Bollenstreek. Stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO), Wageningen. (zie ook <http://bloembollen.groenweb.nl/content/project-arbeid-en-onderwijs-greenport-duin-bollenstreek>)

Bijlage 1: Vragenlijst ondernemers Duin- en Bollenstreek

1. Waar haalt u **nu** nieuwe kennis vandaan?
 - Kennisbronnen, vorm en betrokken partijen/personen: andere collega-ondernemers, erfbetreders, vakbladen, open dagen, rapporten, websites, workshops/cursussen/masterclasses, onderwijsinstellingen, onderzoekinstellingen, demonstraties, studieclubs en andere netwerken, vakorganisaties, ...
 - Onderwerpen: inhoudelijk, competentieontwikkeling
 - Bijscholing ondernemer en werknemers
2. Wat voor bedrijf heeft u en hoe zou u uw bedrijf verder willen ontwikkelen binnen nu en 5 jaar?
 - Technologische ontwikkelingen: nieuwe toepassingen, technieken, mechanismen, etc.
 - Duurzaamheids-, milieuaspecten: energie, bodem, lucht en water
 - Marktontwikkeling, afzet
 - Uitbreiding/krimp: personeel, gebouwen, organisatie
3. Heeft u een eigen innovatie-idee?
 - Zo ja, bent u hier mee al aan de slag of gaat u hiermee aan de slag?
 - Wat heeft u nodig om hier mee aan de slag te gaan? Hoe komt u aan de kennis?
 - Zo nee, waarom bent u hier niet mee aan de slag gegaan?
4. Gegeven de veranderingen die je zelf wil inzetten, welke kennisbehoefte denk je hier zelf voor nodig hebben?
Welke kennisbehoefte is hieraan gekoppeld?
 - Onderwerpen, innovaties
 - Vaardigheden
 - Heeft u behoefte aan een kennisintermediair die u adviseert welke kennis u het beste voor uw investering kan benutten?
5. Wat vindt u van de verschillende kennisbronnen?
[gebruik de tabel]
 - Positieve, negatieve ervaringen per kennisbron
 - Hoe zou het beter kunnen? Op elkaar aansluiten, afstemming, timing, kosten, vorm, vindbaarheid, kwaliteit, ...
 - Hoe zou u de kennis het liefst aangeleverd krijgen? (de meest ideale manier)
6. Wat zijn uw beweegredenen om al dan niet **betaalde** kennis op te halen?
 - kosten, inhoud, noodzaak, motivatie, rendement
 - Financiert u de eigen kennisvoorziening voor het bedrijf? Zo ja, hoeveel procent van de omzet besteedt u aan kennis, indicatie?
7. Hebt u behoefte aan een kennisloket? Zo ja....
 - Hoe stelt u zich dat voor, wat verwacht u van zo'n loket?
 - Fysieke locatie, internet?
 - Wie zou dat moeten beheren?
 - Welke expertise zou er aanwezig moeten zijn?
 - Wat mag zoiets kosten?