

Jaarverslag 2017

1. Bestuur

Bestuurssamenstelling per 31 december 2017:

Voorzitter:

- Jaap van den Beukel

Bestuursleden:

- Guido Linders, BVB Substrates (sectie: toeleveringsbedrijven)
- Ron Duijf (sectie: dienstverlening)
- Hans van de Laak (sectie: primair)
- Frans van Leijden (sectie: onderwijs, voorlichting en politiek)

Secretariaat:

- Ger Kamps, secretaris

Eind 2017 is Jos Caubo als bestuurslid toegetreden en verantwoordelijk voor het programma-management

Ine Willemse is eveneens eind 2017 met haar activiteit als secretaris voor de Tuinbouw Businessclub gestart

Bovenstaande is het gevolg van het afscheid van de voorzitter Jaap van den Beukel en secretaris Ger Kamps, per 1-1-2018

Bestuursvergaderingen

Het bestuur vergaderde in 2017 vier keer, namelijk op de volgende data:

- 14 maart
- 17 mei
- 10 oktober
- 20 december

Globaal komen de volgende thema's in de bestuursvergaderingen aan de orde:

- Strategie- en ambitiebepaling TuinBouw Businessclub
- Vaststellen beleid (koers) en (speciale) bijeenkomsten
- Vaststellen en evaluatie werkzaamheden, activiteiten secretariaat
- Beoordeling lidmaatschap kandidaat-leden en vaststellen ledenbeleid
- Evaluatie bijeenkomsten
- Vaststellen jaarrekening en financieel beleid
- Voorbereidingen speciale bijeenkomsten

2. Bijeenkomsten

Donderdag 19 januari

Paskeuzes en paskamers voor de korte keten

Op donderdag 19 januari organiseerden we in opdracht van de Provincie Limburg enerzijds en de TuinBouwBusinessClub Greenport Venlo anderzijds een tweetal sessies over de Kracht van de Korte Keten. Doelgroep; primaire ondernemers, boeren en tuinders die hun nek uitwillen steken en dus reikhalzend uitkijken naar Kansen in de Korte keten. Ging het in de middag om de boeren en tuinders die kansen zoeken, in de avond was het de beurt aan de TuinBouwBusinessClub bij Restaurant Brienen aan de Maas waar de chef de sterren van de hemel kookte. 6 gangen met diverse dinerspeeches van oa Frans de Rond (Livar), Guido Eijgelshoven (Lebouille) en Giel Hermans (Mielies suikermais en Herefords van Natuurbeheer Limburg).

Veel ondernemers zoeken een bypass uit de voedseltrechter. Voedseltrechter? Ja, 60.000 boeren en tuinders leveren aan 6500 fabrikanten leveren aan 1500 toeleveranciers, LEVEREN AAN 5 INKOOPORGANISATIES leveren aan 25 retailers leveren aan 4400 supermarkten leveren aan 7 miljoen huishoudens leveren aan 17 miljoen consumenten. De belangrijkste redenen om te zoeken naar een bypass: Op zoek naar:

- meer waarde(n) en
- meer klantenbinding, klantloyaliteit
- consumentenvoorkeuren, real time markt onderzoek

Bij Korte Ketens is de Keuze eigenlijk een paskeuze. Past een keuze voor de korte keten wel voor mij als *Ondernemer*. Wat is het best passende *Kanaal* en de best passende *Logistiek*. Kiezen is verliezen is de common sense ipv je kiest om gekozen te worden. Onderscheidende waarde is van belang om een markt te houden. Vraag is hoe je dan omgaat met het delen van kennis. Is delen niet het opvoeden van je eerste concurrent?

Waarde(n). Verdiepen in klantwaarde is cruciaal. Te veel ondernemers gaan uit van wat zij uniek vinden aan hun product, in plaats van wat de consument als bijzonder ervaart (voorbeeld Aurora: in het natuurvoedingswinkel kanaal is hun biologisch-dynamische productie van onderscheidende waarde, maar in de retail kan dat smaak en lokale productie zijn)

Kanaal. Veelal vinden de primaire boeren en tuinders begin 21 eeuw zich te klein voor het tafellaken; voor individuele ondernemers is de route via de retail een verdomd lastige. En door de focus op schaalgrootte en costleaderstrategie zijn er veel te klein om een retailer te kunnen beleveren, onder de voorwaarden die zij stellen. Producten voor een deel van een formule zijn vanuit het oogpunt van de primaire producent lastig mee te nemen in bestaande logistiek (ontsnappingsroute: de franchise ondernemers van Jumbo en Albert Heijn, deze retailondernemers zijn nog baas in eigen buik, start hier je proefballonnetje. En u kent het spreekwoord. Te groot voor het servet: andersom geldt ook dat wat klein is in productie is, toch al snel groot in exclusievere afnemerskanalen (voorbeeld: een kleine pluimveehouder zet toch al snel 20.000 eieren per dag af).

Logistiek. Ondernemers ervaren veel knelpunten in logistiek. Voor welk vrachtje ga je rijden? Hoe maak je dit efficient, moet je alles zelf doen? Veel loopt vast op logistiek Elk kanaal stelt ook zijn eigen eisen aan *Ondernemer*. Het uitbaten van eigen boerderijwinkel vraagt totaal andere kwaliteiten dan het beleveren van speciaalzaken, horeca of retail.

Ondernemer. Rene Brienen, is een mooi voorbeeld-ondernemer, een mooi voorbeeld van de Korte Keten. „Bij voorbaat koop ik dichtbij, rechtstreeks van de bron en met de nestgeur van het product er nog aan’’, aldus Brienen. Mooi voorbeeld is zijn culinaire hit op De Wereld Draait Door waar hij samen met chef Robert Kranenburg 8 minuten *prime time* uitzendtijd wist te claimen door asperges met Livarham uit grootmoeders hooikist wist te serveren op een bord wat stond op droogijs en daar vloeibare stikstof onder goot. „Een culinaire hit waar ik een jaar op heb mogen teren doordat Heel Holland aanschoof in Well.’’ De sfeer bij de TuinBouwBusinessClub in Noord-Limburg zat er al snel goed in. Fijne sociale cohesie met dito humor. *Timing is everything*, het nieuwe jaar is gestart. Een nieuw jaar, een nieuw begin en de prijzen zijn in de groentehoek voor Nederlandse begrippen goed, niet dankzij toegevoegde waarde(n) maar simpelweg door tegenvallende oogsten in Zuid Europa. Verdringingsmarkt dus. Will Teeuwen maakt wel de slag naar toegevoegde waarde(n) met zijn eigen merkenlijst asperges van Teboza. Hij brengt deze week zijn eerste kistje Hollandse Asperges naar België. „Verse asperges van de warme grond uit Nederland. Als ik het niet doe, doet een ander het en verlies ik mijn markt.’’ Zo zit Giel Hermans er ook in „Jaarrond leveren en aanwezigheid op het schap is key! Een keer werd het mij te gortig. Ik kon alleen verse suikermais leveren mits ik een containertje kocht in... Australië. Dat kon ik niet, vond het de wereld op zijn kop.’’ Achteraf was het een domme keuze beseft Giel. „Man man man wat heb ik daar spijt van gehad: ik was twee weken uit het schap. De consument had geen logische link meer met verse suikermais omdat hij het die weken niet tegenkwam en ik was out of business, uit het oog uit het hart, ook voor de retail’’, zegt Hermans, die zijn grootste retailles ooit trok uit een door de Provincie Limburg georganiseerde deepdive naar categorymanagement in een Jumbo Foodmarkt. „Daar gingen bij mij pas echt de ogen open over retail, niets ligt ergens toevallig, alles is uitgevlooid op verleiding.’’ Hermans verzorgde een van de dinerspeeches over de korte keten. Niet te abstract en bovenover maar juist lekker praktisch van voor en door ondernemers. Frans de Rond vertelde over de 3 V's en drie zaken die nodig zijn om succesvol in de markt te zijn: „Vastberadenheid Vastberadenheid en Vastberadenheid.’’ Dat is wat anders dan onze visie op verandering: Verschillig, Volwaardig en Volhoudbaar. De Rond: „Iedereen wil naar de retail met zijn product maar wij kiezen om gekozen te worden; wij verkopen Nee tegen Jan Linders. Wij willen bij de Sligro en Hanos en Lebouille's van deze wereld liggen.

De man achter Livar: „Neem een voorbeeld aan Groot Tomatenteler CombiVliet die een bodem in de markt legt door bij een te lage kostprijs van het overschot aan tomaten gewoon tomatensoep te maken, waarde toevoegen dus ipv moeten leveren tegen bodemprijzen’’, tipt Frans die zich niet wil laten mangelen. Wat de drie pitchers gemeen hadden is dat zij allen een neus hebben om een emotie toe te voegen aan het product. „Voeg emotie toe aan je versproduct, authentiek, echt met een topsmaak, en waarde valt je toe. Jouw streekproduct of jouw eigen unieke product kan dan als commercieel aanjager gaan werken. Een bodem inbouwen in de onderkant van de kostprijserosie. Een voorbeeldje bijv CombiVliet soepfabriek en wijn via een ander kanaal, niet MOETEN verkopen. Eye-openers voor met name de primaire hoek. Immers: „Verandering is de enige constante in een periode waarin we niet leven in een tijd van verandering maar een veranderende tijd.

De oplossing in deze veranderende tijdgeest: denk niet in producten maar denk in concepten en diensten. Denk niet in ratio maar denk in emotie. Oplossingen liggen in:

- Verken welk kanaal bij jou als ondernemer past
- Zoek samenwerking met niet sectorgenoten, welke omvang mik je op en kun je meer sporen naast elkaar ontwikkelen? (wat geeft je basisinkomen, wat geeft je toegang tot

nieuwe markten, wat geeft je smoel in de markt; leveren aan een sterrentent bijvoorbeeld of crowdfunding).

- Leer van andere ondernemers in de keten, maar kies bewust met welke kennis je je kennis wilt delen.
- Maak een merk van jezelf! Personal branding. Denk goed na over je kleding, je uitspraken en je tone-of-voice en blijf daar constant in. Zo gaan mensen jouw beeld en jouw geluid herkennen en erkennen. Stand out in the crowd! Doe als Corine Fleuren – door LLTB voorgedragen als meest innovatieve vrouwelijke agrarisch ondernemer van Europa - met de MiniTree: elke meeting of minds is een presentatie van jouw visie concept of product. Corine slaat de hele keten er uit doordat zij via een webshop rechtstreeks een boompje levert bij jou aan huis via de kortste keten: van 1 click op de webshop tot morgenvroeg een druk op jouw deurbel: DHL. En dan ook nog eens in een wel heel ander kanaal gaat graven van B2B naar B2C: oftewel waar haar man vruchtbomen levert aan fruittelers, levert zij vruchtbomen aan alle mensen die een hypotheek afsluiten bij de Rabobank. De Minitree wordt zo een relatiegeschenk; Huisje Boompje Beestje.

Aantal deelnemers aan deze bijeenkomst: 55

Donderdag 9 maart

Van gewas naar commercieel ras

De bijeenkomst van donderdag 9 maart stond in het teken van de wereld van veredeling. Wat zijn nieuwe veredelings technieken, wat betekent GMO in de veredeling, wat is de toegevoegde waarde, wat zijn wereldwijd de opvattingen omtrent GMO en wat is de invloed van de politieke besluitvorming? Gastheer van de bijeenkomst was Limgroup, internationaal veredelaar van de gewassen asperge, aardbei en paddenstoelen.

Roel Hendriks van Limgroup: “Limgroup is wereldwijd marktleider op het gebied van de ontwikkeling van aspergerassen en het commercialiseren van aspergezaden. We focussen ons momenteel op de uitbreiding van onze activiteiten binnen paddenstoelen en aardbei-veredeling.” Piet Beurskens, eveneens Limgroup: “We excelleren in de niche asperge. De laatste 10 jaar is het areaal in Nederland sterk gestegen. We doen wereldwijd rassenproeven maar de veredeling vindt ook steeds meer in het lab plaats. Inhoudsstoffen van het product worden ook steeds meer een item. Op dit moment zijn we bezig met de lancering van ons eerste aardbeienras. Als alles goed gaat wordt dit volgend jaar gelanceerd.”

“Ga het gesprek aan en vertel het verhaal”

Na de rondleiding bij Limgroup was het woord aan Tim Lohmann van Plantum, de branchevereniging voor bedrijven uit de sector plantaardig uitgangsmateriaal. Hij ging in op de innovaties in de sector en de maatschappelijke uitdagingen die er liggen. Lohmann: “De nieuwe veredelings technieken zijn zo belangrijk vanwege onder andere zaken als bevolkingsgroei, klimaatverandering en gezondheid. De Europese Commissie is nu al zo’n acht jaar bezig met GMO-wetgeving en er heerst ontzettend veel politiek verdeeldheid over dit onderwerp. Van het totale landbouwareaal in de wereld wordt op zo’n 20% GMO toegepast! Kijk bijvoorbeeld naar de hogere graanopbrengsten van de afgelopen

jaren, die zijn vooral te wijten aan genetische modificatie. Wij pleiten voor vrijstelling van GMO om daarmee toegang te krijgen tot innovatie. Er is geen tot weinig vertrouwen in wat veredeling doet, we moeten duidelijker vertellen wat we doen." De boodschap van Lohmann: "Ga het gesprek aan en vertel het verhaal, alleen zo kunnen we vooruitkomen."

Van techniek naar emotie

In een forumdiscussie met gedeputeerde Hubert Mackus, Tim Lohmann, Uwe Dijkshoorn (Bayer Crop Science), Pierre Lavrijsen (Limgroup) en Piet Beurskens werd het onderwerp verder uitgediept. Tijdens de discussie kwam naar voren dat de consument het technisch wel gelooft, maar dit is niet voldoende om hem te overtuigen. Het is een lastig onderwerp om de consument uitgelegd te krijgen. Eén van de opmerkingen uit de zaal: "We moeten afstappen van de technische discussie, het zit vooral op emotie. Het debat heeft meer een maatschappelijke dan een economische toon. We moeten transparant zijn en de boodschap goed laten aankomen."

Aantal deelnemers aan deze bijeenkomst: 66

Donderdag 6 juni

Meet the world's smartest

Dinsdag 6 juni stond in het teken van innovatie en hightech. We bezochten de slimste vierkante kilometer van Nederland: de High Tech Campus in Eindhoven. Hier werken meer dan 150 bedrijven en instituten en zo'n 10.000 onderzoekers en ontwikkelaars aan toekomstige technologieën en producten. Alles op de campus staat in het teken van het versnellen van innovaties door middel van toegang tot hightech faciliteiten en een internationaal netwerk.

Hans de Jong, CEO Philips Healthcare Benelux: "We geven 7 triljard dollar per jaar uit aan gezondheidszorg. Dit groeit veel te hard. Op dit moment hebben ongeveer 1 miljard mensen een hoge bloeddruk en 42% van de niet-overdraagbare aandoeningen heeft een relatie met onze voeding. Onze doelstelling is dan ook om de wereld gezonder te maken met technologie. Concreet die van 3 biljoen mensen. We zitten op dit moment op 1,9 biljoen mensen."

Digitalisering in hoog tempo

"Je ziet echt dat alles in enorm hoog tempo aan het digitaliseren is, waarbij technologie in de markt gezet wordt op basis van behoeften", vervolgt De Jong. "Denk bijvoorbeeld aan een nieuwe 3D-technologie die sinds kort bij diverse ziekenhuizen gebruikt wordt, waardoor een patiënt bij hartoperaties niet meer 'opgezaagd' hoeft te worden, maar er via een camera geopereerd kan worden en er direct geanticipeerd kan worden tijdens de ingreep." Philips geeft jaarlijks 1,8 miljard uit aan R&D.

Van product naar services

Na Hans de Jong is het woord aan Frank van der Vloed, algemeen directeur Philips Lighting Benelux. "We zijn bezig met de switch van analoog naar digitaal en van product naar services. Zo gaat het bijvoorbeeld niet meer zozeer om straatverlichting maar om veiligheid en niet om verlichting in een voetbalstadion maar om het creëren van een fan-experience. Het is echt meer dan puur alleen verlichting. Zo kijken we ook naar openbare ruimtes, waar iedereen zijn eigen lichtniveau kan

regelen. Jongeren hebben bijvoorbeeld 40% minder licht nodig dan ouderen. Hier kunnen we veel meer op inspelen.”

LED in horticulture

Udo van Slooten, specialist LED Solutions in horticulture: “We zien dat de wereldbevolking steeds meer in steden gaat wonen en de wereld meer en meer verandert. Hightech horticulture kan hierin een antwoord zijn. Zo hebben we samen met tomatenteler Wim Peters uit Someren zijn hele LED-belichting uitgezocht met als uitgangspunt het behalen van het meeste rendement. We zien dat de prognose die we gemaakt hebben ook is uitgekomen. LED-belichting kan mogelijk ook een rol spelen bij het leveren van een product jaarrond aan een retailer, iets wat een must is voor de retailer. Mogelijk kan vertical farming in de nabije toekomst ook als aanvulling dienen op traditionele landbouw.” De leden kregen ook een kijkje in het GrowWise center, waar meerlaags gewassen onder LED's worden geteeld en getest onder diverse omstandigheden.

Diversiteit is de kracht

Cees Admiraal, business development director van Brainport, sluit het bezoek aan de High Tech Campus af. “De kracht van Brainport is onze diversiteit: een mooie mix van mensen op het gebied van techniek en design. We zijn onder andere de slimste regio omdat hier veel global companies zitten zoals ASML en DAF en hun toeleveranciers. Daarnaast zijn er hier veel kennisinstituten.”

Strijp S: start-ups

Tot slot brengen we een bezoek aan Strijp S: historisch erfgoed op het voormalige Philips terrein. In de afgelopen tien jaar is Strijp S getransformeerd tot een belangrijk centrumgebied binnen Brainport, wat vooral in het teken staat van creativiteit en ondernemerschap. We worden ontvangen door Piet van de Wielen, programmamanager Brainport Development. Hun doel: betere en meer startups aanjagen. Een viertal startups presenteerde zich kort aan de groep: Eline van den Haak, soil optimizer en robotisering, Therese van Vincken (Cerescon) en de asperge-oogstmachine, Harrie Houben met de Wingsprayer die gewassen kan spuiten met zero-emissie en Ramon Haak (Avular) over drone-technologie. De avond werd op Strijp S afgesloten met culinaire verwenning van restaurant Wynwood!

Aantal deelnemers aan deze bijeenkomst: 68

Donderdag 30 november 2017

De jas van Lizbeth

De laatste TuinBouw Businessclub activiteit van het jaar 2017 was een waardige afsluiting van een mooi jaarprogramma. Nadat we ‘spot on’ op tijd vanuit Venlo zijn vertrokken, draait de bus klokslag twee uur de parkeerplaats van het Gouvernement in Maastricht op. De bus zit net niet vol, maar met degenen die per auto gaan meegerekend zijn we toch met in totaal zo’n 50 personen. Kon slechter, kon beter, zullen we maar zeggen.

Moderator Bart Pastoor, die ons door de middag zal leiden, staat bij de ingang van het provinciehuis al op ons te wachten. Gedeputeerde Twan Beurskens, oét Holt-Blierick, heet ons namens het Provinciebestuur van harte welkom. Even later lopen we, verdeeld over twee groepen, onder leiding van twee charmante VVV-gidsen door de bestuursvleugel van het Gouvernement. De uitdrukking ‘op

het pluche zitten' krijgt hier toch een wat andere dimensie, want overall in dit deel van het gebouw is het vooral glanzend gepolijst Italiaans marmer wat de klok slaat.

Na de boeiende rondleiding is het tijd om aan de slag te gaan, en gaan we speeddaten met Twan Beurskens en collega-deputé Hubert Mackus. In een elevatorpitch van één minuut per persoon jezelf aan de gedeputeerde voorstellen, zo luidt de opdracht. Dat valt nog niet voor iedereen mee, zo blijkt even later. Als de door Bart Pastoor aangehaalde anekdote klopt dat wijlen Steve Jobs medewerkers ontsloeg die niet in die éne minuut aan hem duidelijk konden maken wat ze deden bij Apple, dan zitten na het uurtje speeddaten toch áárdig wat TuinBouw Businessclubvrienden zonder werk! Maar gelukkig staan er hier geen strafpunten op een tijdoverschrijding.

Na het rondje pitchen gaan we luisteren naar twee eminente hoogleraren van de Universiteit Maastricht. De woorden van de Thornse boerenzoon Peter Peters, wereldwijd bekend wetenschapper in de nanobiologie, maken schrijver dezes daarbij helder dat je een betoog niet perse hoeft te begrijpen om de strekking ervan toch boeiend te vinden. Duidelijk wordt me in elk geval dat de kans best aanwezig is dat ik over een paar jaar kan zeggen ooit college te hebben gehad van een Nobelprijswinnaar! Uit het door hoogleraar Piet Eichholz gepresenteerde onderzoek naar het binnenklimaat van onder meer huizen, kantoren en scholen kunnen we opmaken dat de medewerkers van veel glastuinbouwbedrijven in een duidelijk beter binnenklimaat werken dan de meeste van hun collega's in veel kantoren!

De middag in het gouvernement vliegt voorbij, en voor we weten is het tijd om richting binnenstad te vertrekken. De banden met de provinciale politiek zijn aangehaald, we hebben met eigen ogen kunnen zien en horen waar onze provinciale belastingcenten zoal aan worden besteed, we hebben onze kennis bijgespijkerd kortom, een leerzame en boeiende middag!

Ger Kamps, als immer wakend over niet alleen een goed verloop van het programma maar ook over het spirituele welzijn van de leden, deelt in de bus aan eenieder een eurootje uit die we even later in de beroemde Onze Lieve Vrouwenkerk kunnen offeren voor een keerske veur slevruike. Een mooi gebaar, en even een contemplatief moment in het programma.

Het afsluitend diner bij restaurant Harry's is niet alleen uitstekend van kwaliteit, maar bovenal ook buitengewoon geanimeerd. Dit is de TuinBouw Businessclub nu in optima forma: samen discussiëren, samen kennis en ideeën uitwisselen, samen een borrel drinken. Zelfs de vervelende diefstal van de jas van nieuw lid Lizbeth van den Boogaard, door een onverlaat die tijdens het diner de garderobe is binnen gelopen, biedt stof voor een leermoment in de vorm van een metafoor. Wie in een sector met veel bulkproducten iets bijzonders maakt, krijgt meestal betere prijzen en méér belangstelling voor zijn product. De hoteldief liet alle andere jassen ongemoeid, maar werd verleid door die ene mooie nieuwe jas van Lizbeth. Het kan verkeren.

Aantal deelnemers aan deze bijeenkomst: 57

3. Ledenbestand

Op 31 december 2016 bedroeg het aantal leden 91.

Op 31 december 2017 bedroeg het aantal leden 100

Afmeldingen 2017: 8 afmeldingen

1. Aacera BV, Richard Wilms
2. Helicon Opleidingen, Jan Krol
3. Intratuin Malden, Joep Ebben
4. Vergeldt & Bouten Boomkwekers BV
5. Planasa Holland BV, Hans Obers

Nieuwe leden 2017: 13 leden

1. Boels Zanders Advocaten NV, Rhalp Geelen
2. Boomkwekerij Koningstuin BV, Barbara Erkelenz
3. De Peelkroon BV, Rob van Enkevort
4. Green People Recruitment, Else van den Beukel
5. Wageningen University & Research, Jan-Willem de Vries
6. Waterschap Limburg, Patrick van der Broeck
7. Work and Stay, Frank van Gerven
8. Gemeente Horst aan de Maas, Greetje Lep
9. Top Terra Holland, Leon Litjens
10. Fresh Park Venlo, Lizbeth van den Bogaard
11. Tuinbouwbedrijf Berden BV, Luc Berden