

## Jaarverslag 2016

### 1. Bestuur

#### **Bestuursamenstelling per 31 december 2016:**

Voorzitter:

- Jaap van den Beukel

Bestuursleden:

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

Secretariaat:

- Ger Kamps, secretaris

In 2016 hebben de bestuursleden Ton Hermans en Ruud Knorr afscheid genomen als bestuurslid.

#### **Bestuursvergaderingen**

Het bestuur vergaderde in 2016 zes keer, namelijk op de volgende data:

- 23-3, 25-5, 22-9, 5-10, 10-11, 14-12

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

#### Woensdag 3 maart 2016

##### **Een energie avond vol (aard)warmte**

**Zodra je de auto had geparkeerd wist je al dat dit wel eens een bijzondere avond kon worden. Elke bezoeker werd welkom geheten door een enorm boorplatform. Energie is hot, dat blijkt ook wel uit het groot aantal gasten en de volle zaal bij Van Lipzig Tuinderijen. De avond wordt geopend door Lodewijk Burghout, directeur CLG Geothermie BV en Californië BV. CLG is een joint venture**

**van Van Lipzig Tuinderijen, Gielen Kwekerij (tomaten), Sweet Lions (cherrytomaten) en initiatiefnemer glastuinbouwgebied Californië.**

Op een bevlogen wijze laat Lodewijk ons kennismaken met de bijzondere wereld van geothermie. Duur en duurzaam gaan hand in hand. Het vraagt stevige investeringen maar de opbrengst is evenzo groot. Duurzame energie staat aan de basis van duurzame producten en daarmee een duurzame toekomst voor de tuinbouwsector. Lodewijk maakt ons deelgenoot van het bijzondere project. Op 2,5 kilometer onder de grond boort CLG water van 80 graden omhoog, 375 kubieke meter per uur! Het grootste geothermie-project van Nederland. De aardwarmtebron voorziet straks 27 hectare glas van duurzame energie en levert daarmee een cruciale bijdrage aan de vermindering van de CO2-uitstoot door de tuinbouwsector.

**Boorplatform**

Na de presentatie van Lodewijk starten de rondleidingen. Terwijl twee groepen kennismaken met de innoverende ondernemer Van Lipzig gaan de anderen naar het boorplatform. Een geweldige, robuuste installatie die – als wij er op staan - op anderhalve kilometer onder onze voeten aan het werk is. Een bijzondere ervaring. Momenteel wordt de laatste sectie van de injectieput, die het afgekoelde water terug in de aarde brengt, geboord. De productieput, die het warme water naar boven pompt, is al gereed. Boven de grond liggen de putten broederlijk naast elkaar; ondergronds liggen de buizen ruim één kilometer van elkaar verwijderd!

**Energietransitie biedt kansen**

In de tweede helft van de meeting plaatst Rob van der Valk, energiespecialist LTO Glaskracht, de recente ontwikkelingen op het gebied van energie in het juiste perspectief. Van Kyoto naar Parijs en de gevolgen van de gemaakte afspraken. Interessant voor de aanwezigen is het feit dat CO2-reductie de enige opdracht is die ze meekrijgen. Reduceer! Nu en vooral in de toekomst. Het is de opgave die Nederland (als onderdeel van de EU) heeft meegekregen van de wereld. Voor de glastuinbouwsector ligt daar nog een stevige uitdaging. Maar de opgave is zeker niet kansloos, de energietransitie biedt kansen.

**Energiemarkt op de schop**

Als laatste spreker geeft Peter Tamerus, energiespecialist van Eneco zijn visie op duurzame energie. Zijn boodschap is helder: een echte transitie heeft kans van slagen als de markt mee verandert. De energiemarkt moet duurzaam op de schop. Een vrije dagmarkt met prijzen die net zo veranderlijk zijn als het weer (sterker: prijzen afhankelijk van het weer).

Het was een dynamische en vooral erg interessante avond. Een mooie start voor de eerste bijeenkomst van het jaar!

*Aantal deelnemers aan deze bijeenkomst: 74*

**Donderdag 12 mei 2016**

**TuinBouw Businessclub plays the blues**

**De bijeenkomst van 12 mei stond in het teken van blauwe bessen. We waren te gast bij Marcel en Leon Driessen op hun vermeerderingsbedrijf Driesvenplant. Vervolgens werden we enkele kilometers verderop ontvangen in het Blauwebessenland van Tom en Gaby Faessen en het**

**teeltbedrijf van Hay en Margareth Geurts. Cindy van Rijswick van Rabobank Nederland nam ons mee in de ontwikkelingen rondom de consumptie van zachtfruit.**

De gebroeders Marcel en Leon Driessen vermeerderen met hun vermeerderingsbedrijf Driesvenplant jaarlijks ongeveer 2 miljoen blauwe bessen planten, volledig geautomatiseerd. Elke dag worden er ongeveer 50.000 planten geplant in een pot! Enkele kilometers verderop, in het Blauwebessenland van Tom en Gaby Faessen en het teeltbedrijf van Hay en Margareth Geurts, wordt ongeveer 70 hectare blauwe bessen zowel machinaal als met de hand geplukt. De blauwe bessen en verwante producten worden onder andere verkocht in hun winkel die op het terrein is gevestigd.

**"Ketensamenwerking noodzakelijk voor succes"**

Na de rondleidingen was het woord aan Cindy van Rijswick van de Rabobank. De zachtfruitmarkt groeit hard en de verwachting is dat het consumptievolume van blauwe bessen, frambozen en bramen in de komende vijf jaar met minimaal 7% per jaar toeneemt in de EU. Een groeiprognoze die er in een stagnerende voedings- en fruitmarkt echt flink uitspringt. "Ketensamenwerking is echter wel noodzakelijk voor succes", aldus Cindy.

**"Van 6 bessen naar 6 kg per persoon per jaar"**

De diverse gastheren en sprekers werden aansluitend geïnterviewd door Erik Titulaer. Tom, gevraagd naar zijn droom over circa 10 jaar: "We eten op dit moment 6 bessen per persoon per jaar, over 10 jaar gaan we 6 kilo per persoon per jaar eten." Zijn vader Hay gaat in op de heilende werking van de blauwe bes. De blauwe bes houdt onder andere de aderen open, is goed voor de botten en vermindert de kans op suikerziekte en kanker. Momenteel wordt er onderzocht of deze gezondheidsclaim vast te leggen is. Hay gevraagd naar zijn droom: "Over 10 jaar zijn we de leverancier van de farmacie." Marcel en Leon Driessen gevraagd naar de issues voor de komende jaren: "De komende jaren wordt teeltinnovatie belangrijk. Daarnaast zijn smaak, kwaliteit en houdbaarheid ook echt issues."

*Aantal deelnemers aan deze bijeenkomst: 58*

**Donderdag 13 t/m 15 oktober 2016**

**München: Kansen voor Korte Ketens**

*Van donderdag 13 t/m zaterdag 15 oktober gingen we met 53 leden naar München. Roger Engelberts schreef tijdens de reis per dag een blog over de reis.*

***München blog dag 1***

**50 tuinbouwondernemers & de Korte Ketens in München**

Donderdag 13 oktober was een bijzondere dag. Bus - Vliegtuig - Bus - München. Met ruim 50 ondernemers uit de periferie van de tuinbouw in en rond Greenport Venlo trekken wij - Ger Kamps, secretaris TuinBouw Businessclub en collega Meike Berkvens en schrijver dezes - drie dagen door Bayern en Tirol. Beieren met bijna hetzelfde inwonertal als Nederland, en een zeer hechte samenleving, gebouwd op eeuwenoude tradities en trots. De regio van 'von die Regio, fur die Regio' en het toonbeeld van de Duitse maakindustrie. Stelling: een regio zonder maakindustrie heeft geen innovatiepotentieel! Kijk naar Amerika wat 10 jaar geleden doorgeschooten is in de failliete auto-industrie, van producten- naar dienstenland moveerde en daar nu met nieuwe bedrijven als Tesla stevig terrein herwint.

Na New York (2012), Rotterdam (2014) is het voor de TuinBouw Businessclub nu de beurt aan München. Wat we dit jaar toevoegen is een competitie tussen diverse teams aan gemixte leden-ondernemers. Een competitie met verschillende opdrachten geënt op de korte keten en scorend op denkvermogen en originaliteit en haalbaarheid en betaalbaarheid. Met een vette prijs; het winnende team mag genieten van een sterrendiner met toelichting op de korte keten door sterren chef René Brienen hemzelf. Die dynamiek brengt meteen de nodige roering. Wil jij met jouw team het Duitse, Engelse of Nederlandse T.E.A.M. zijn? Toll Ein Ander Macht's, Together Everyone Achieves More of Tezamen Elkaars Ambities Managen? Hilariteit alom. Lex Ebus kwekt dat hij 'in een ander team wil' en dat hij 'al geboekt heeft bij Brienen aan de Maas om de prijs te verzilveren'.

We worden ontvangen door Robert Roelofs, in München geboren en getogen en getooid met cowboylarzen onder een Beierse jas met spijkerbroek. Hij is de zoon van Jan Roelofs, voorzitter van de Duitse VGB (Verenigde Bloemenveilingen). Vader Jan is in de vorige eeuw heel klein gestart in een oud boerderijtje in de buurt van München. Nu heeft hij een prachtbedrijf. Robert: -"Ik spreek vloeiend Nederlands maar schrijf vrijdag nog steeds met een F"- runt een grote bloemen en plantenhandel met ca 35 collega's. Zijn focus ligt op het hogere segment in de markt. Luxe bloemenwinkels, 5-sterren hotels – waar Roelofs 2x per jaar een nieuw beplantingsplan voor ontvangt en hij dat dan turnkey oplevert - en event-organisaties. Zo levert Roelofs vandaag via een event-organisatie de bloemen voor de bruiloft van Mercedes-baas Dieter Zetsche aan de Tagensee. Hoog in de markt en hoog in aantallen. Van de bloemen komt 50% rechtstreeks van de kweker. Korte Ketens zorgt voor een goede prijs voor Robert en zijn kwekers. De kwekers zijn tevreden en krijgen een goede prijs. Altijd. Stunten met prijzen daar blijft Roelofs naar eigen zeggen weg van, zo zorgt hij dat hij de markt intact laat. De Korte Keten zorgt zo voor Kwaliteit en Kracht bij alle Ketenspelers.

Ook bracht de groep een bezoek aan de zeer imposante 'ufo', de Allianz Arena van FC Bayern München met een wel heel interactieve en vlotte gids die zijn verhaal met humor en verve kon brengen. Vlak daarvoor hadden we in het Hop-Museum een luxe lunch, bierproeverij en rondleiding. Holledau is het grootste hop aanplantgebied van de wereld. Nu nog met slechts vijf grote aanplantende bedrijven. Deze zijn kostenintensief en hanteren veel flexibele arbeid. Je vindt hier heel veel bedrijven met 20.000 planten en een paar met 200.000 planten. Roelofs, Rond 1 mei moeten de toppen worden aangedraaid, dan komen hele drommen Poolse medewerkers hier werken. Flex. Leuke anekdote: De hopoogst begint of heel vroeg of heel laat. Als de hopoogst vroeg begint is dat op 23 augustus in de ochtend. Als de hopoogst laat begint is dat op 23 augustus in de avond." Overigens verdwijnt slechts 20% van alle hop in de bekende bierkanalen. Het leeuwendeel gaat naar alternatieve bronnen meestal in de richting van berustingsmiddel, slaapmiddel. De nieuwste trend in de hopteelt is verder dat er steeds meer speciaal hop komt zoals Ananas hop en Mango hop. Hop met een natuurlijk aroma gekruist.

In de bus treffen de ondernemers elkaar en wordt er volop gediscussieerd. In Nederland is het einde van het collectief in zicht en het doorslaan van de groeiende individuele ondernemer onomkeerbaar. In Beieren is er nog een soort van gezamenlijk gevoel en gezamenlijk hart voor de regio. Dat lukt bij ons niet. Local4Local is letterlijk tegen de stad aan produceren. Regioteelt is een straal van 30 km en de rest is Europees product'', aldus de immer uitgesproken Ton Holthuijsen van Fossa Eugenia. Individualisering slaat door. Schaal is nog steeds succes. Tuinder Van Vliet gaat naar 100 miljoen euro omzet in tomaten. De kosten liggen hoog tot 2,5 miljoen investering voor 1 hectare tomaten belichte teelt. En bij de nieuwste technieken bijvoorbeeld slateelt op water betaal je al tot € 270, - per m2 voor automatisering en mechanisering. Daar moet je een professionele schaal en organisatie omheen

bouwen.” Maar ook een onderwerp als Bayer – Monsanto spreekt aan. Wat is de invloed van het Duitse Bayer op de overname en het imago van het Amerikaanse en Angelsaksische Monsanto? Holthuijsen maakt zich er zorgen om. , Die PCB’s in RoundUp die cumuleren in de keten en in het lijf. Dat opstapelen kan niet goed zijn. Ongelofelijk dat officiële instanties dat goedkeuren. Ik hoop en verwacht dat het grondliche en punktliche Deutsche Bayer een normaliserende en terug naar normaal werking gaat krijgen op het beschadigde imago van Monsanto.”

De sfeer zit er goed in op dag 1. Vandaag hebben de deelnemers in elk geval een aantal spelregels mee gekregen. Teamcaptains bekommeren zich over hun team. Tasty Ton Janssen geeft aan dat elke Duitser moet worden aangesproken met Sie. En iedereen kent nu de spelregel LSD tijdens deze trip. Niet in de zin van de Nederlandse drug uit de jaren 80 maar de afkorting die tevens een spelregel is tijdens deze driedaagse. Een afkorting die je aan twee kanten kunt uitleggen. De brave versie en de meer scherpe versie. De volwassen versie en de infantiele versie: Luisteren (we do not listen to understand, we listen to reply) Samenvatten Doorvragen of... Luisteren Stil zitten Dom kijken, aldus een van de leden.

### **München blog dag 2**

**“CO2 neutraal x Regionaal x Breed Pakket Glasgroente = Resultaat met REWE”**

**Steiner doet het in een Sexy Triootje**

Van donderdag op vrijdag gingen diverse lieden om 1:00, 2:00 of 3:00 uur naar bed. En dan, klokslag 5:00 uur op. Op naar de Münchener Grossmarkt. Om 6:00 uur kort college van de directeur en dan een rondleiding door een mierenhoop van busjes, heftrucks en steekwagens. Dit is de place to be voor de gastronomie, foodservice en catering om direct bij de bron te kopen. Telers staan hier met hun verse waar en veelal waar wat vanuit specialisme en de niche te koop is. Dit is de Last Mile voor vers. Mooi om te ervaren. Telers kijken hun ogen uit. En dan... om 8:00 uur; WeisWurst, Kaffee und ein Brettel krakeling. “Die beste Weiswurst von München, hausgemacht im Keller.” Veel ondernemers denken daar anders over. Er zijn zelfs cultuurbarbaren die dit Münchener Tradizion Geschmack met Heinz Ketchup inmasseren.

Dan op naar Gartnerei Böck. Wilhelm Böck und seine Sohne Florian Böck. 35 verschillende gewassen op een tiental hectare glas en 100 hectare vollegrond. Mooi bedrijf, dat schittert door diversificatie en spreiding. Eigen JungPflanzen Anbau en vergister (350 hectare mais rechtstreeks de vergister in). In Nederland woedt de discussie Mond of Motor. Telen we mais voor energie of voeden we er de wereld mee. Veelal ingestoken door subsidie in plaats van klandizie gaat er mede door Die Energie wende duizenden hectare mais de vergister in. Biocascadering is hier nog geen gemeengoed. Biowat? Biocascadering: de hoogste toegevoegde waarde uit de hoogste F halen: FARMA (inhoudsstoffen uit mais), dan FOOD (humane voeding, popcorn zum beispiel), dan FEED (diervoeding, silage mais) dan FIBERS (vezels voor de touwindustrie) en dan pas FUEL (energie uit de vergister).

Op naar de apotheose van de dag. Het bezoek waar veel grotere tuinders zich op verheugen. Gemüsebau Steiner. 20 hectare state of the art glastuinbouwbedrijf met aardbei, paprika en tomaat. En dat in het heuvel- en bergachtige Beieren. Steiner: , Ik ben zeer blij en trots om jullie te mogen ontvangen. Heb altijd met grote bewondering naar de Nederlandse glastuinbouwsector gekeken. Dat was altijd hét voorbeeld voor mij. Nu komen de tuinders uit Nederland hier kijken, das froht mich.”

Steiner start met een presentatie waaruit blijkt dat de zelfvoorzieningsgraad in Beieren ligt op 15% (!) t.a.v. verse groenten en fruit. De rest komt vooral uit Nederland, Italië en Spanje. Steiner heeft wat zaken bij elkaar gegooid en zo is hij gekomen tot een uniek triootje: CO2-neutraal, Lokaal en Divers Groentepakket. Hij is op zoek gegaan naar een plek waar veel restwarmte over was. En combineerde dat met het feit dat de huidige import groenten veel autokilometers per as hebben afgelegd en nog meer fossiele brandstof hebben gekost. Op zijn 20.000 m<sup>2</sup> glas bespaart hij nu 7,5 miljoen kubieke meter aardgas en 1,6 miljoen kubieke meter CO<sub>2</sub>. Steiner produceert voor één klant: retailer REWE. Met voor twee á drie artikelen waaronder het grootste gewas tomaat, jaarrond een vaste prijs. Voor andere groenten uit het assortiment gelden weekprijzen. Steiner: „CO<sub>2</sub>-neutraal en regionaliteit leveren een meerprijs bovenop de goede kwaliteit en goede smaak die rand voorwaardelijk zijn.”

Het geothermieproject waar Gemüsebau Steiner aan gekoppeld is, heeft een aparte jonge historie. Een groep Engelse investeerders staken fors geld in een aardwarmte project op de plek – in the middle of nowhere - waar nu Steiner is gehuisvest. Dit geothermieproject stond volledig los van de plannen van Steiner. De investeerders gingen uit van een investering van 13 miljoen euro. € 13.000.000,-. Dat was een forse miscalculatie. De diepboor moest echter dieper en dieper om in een warme waterlaag terecht te komen. Boren tot op een diepte in de aardkorst van 3.600 meter kostte uiteindelijk € 36.000.000,-. Steiner: „Zo’n lange financiële polsstok hadden de investeerders niet. Het project is aldus onderuit gegaan. Stekker eruit. De lokale gemeente heeft het risico en het project overgenomen.” Waar vind je dat nog momenteel in Nederland? De echt dienstbare overheid. Een faciliterende overheid die voor eigen risico en rekening zo’n megaproject oppakt. Steiner heeft helemaal niets met het aardwarmteproject van doen. Hij koopt de warmte van de gemeente. Water komt binnen op 95 graden vanuit 3.600 meter diepte. Ervaringsdeskundige Lodewijk Burghout: „Bottomline is voor hem aardwarmte nu duurder dan het gebruik van gas. Dat komt dat we niet meer in een tijd leven van een gasprijs van 40 cent maar een gasprijs van 13-14 cent! Steiner heeft een aardwarmteprijs afgesproken die niet gekoppeld is aan de gasprijs. Dit heeft het aardwarmteproject in glastuinbouwgebied Californië wel. Onze Project BV heeft daar via SDE Plus een subsidie opgehaald die wel gekoppeld is aan de gasprijs.” Burghout, directeur van Californië BV, kijkt naar Steiner en analyseert: „Hij heeft een stevig partnership, een goede relatie met afnemer REWE. Wederzijds vertrouwen. CO<sub>2</sub>-neutraal en regionaal. Blij met elkaar. Waarom zouden wij dit niet kunnen op Californië. Als we volgend jaar ons geothermieproject openen, dan zou het natuurlijk fantastisch zijn als wij ook de combinatie kunnen maken met een breed assortiment of groentepakket, een CO<sub>2</sub>-neutrale aanpak en een combi met bijvoorbeeld een retailer die zich focust op de regionale markt, denk aan Jan Linders. Vaste afspraken, wederzijds begrip en echt partnership.” Een mooie uitsmijter. Een sexy triootje. CO<sub>2</sub>-neutraal x Regionaal x Divers Groentepakket = Resultaat met REWE. Kiezen om gekozen te worden in plaats van niet kiezen en dan verliezen. De Nederlandse tuinbouw moet niet Willen Verkopen. De Nederlandse tuinbouw, Greenport Venlo in het bijzonder, moet Gekocht Willen Worden. De les van Beieren: Ambitie tonen – door je ambitie te tonen ben je al halfweg - en: Kopen in de buurt geeft kilometers voorsprong. "Shoot for the moon and if you miss you'll rank amongst the stars."

### ***München blog dag 3***

#### **Met liefde gemaakt in Tirol; stand out in the crowd Passion Pleasure and Pride**

Dag drie. Uitputtingslag. Op weg naar het prachtige Tirol. Bedrijf van boer Walter en zijn schone vrouw Cornelia – Connie fur freunde – Plank. Walter doet de Gemüse anbau, Cornelia is: ‘Pilzen

suchterin'. Samen hebben ze een dochter. En nog een ander prachtbedrijf 50 hectare vollegrondsgroente in het dal van Tirol tussen de prachtige Alpenpuisten. Hier is het goed toeven. Waterig najaarszonnetje. De herfst toont zijn kleurentooi, in deze Indian Summer. Binnen 5 minuten gaat de discussie over grondprijzen. Venlo schrikt. € 200, - per meter voor de bouwgrond, en tot € 100, - per meter voor akkergrond, althans in deze regio Tirol. Op een nabijgelegen industrieterrein huren ze een loods voor € 50.000, - per jaar. In die loods mooie tunnels en een goed opgezet teeltsysteem mede begeleidt door onze brug-gids Henk van Roij uit Weert. Henk gaat samen met Biopilze een kwekerij opzetten in Tirol. Henk heeft een kwekerij in Weert en doet daarnaast flink wat advieswerk wereldwijd in de champignonteelt en... heeft een uitzendbureau "met toegevoegde waarde" waar hij in de plantaardige sectoren toch zo'n 9.000 uur per week rondzet.

Cornelia en Walter hebben in het verleden - vinden ze – veel geld verloren. Vooral door de kostprijsspiraal in de groente hoek waar ze telkens in werden gezogen. Nu telen ze biopilzen. Onderscheid en de consument centraal is de reden, zo zegt Cornelia, dat ze „von bureaufraulein richting biopilz suchterin ist gegangen." Niet de inkoper die zegt wat zij moet leveren tegen welke condities en vooral (bodem)prijzen. Nein! , Leveren wat de consument vraagt, wow dit product wil ik hebben. Das ist der Grundstein um Erfolg zu haben. Het gaat niet over kostprijs per m2. Het gaat over hoe kun je een verhaal maken op basis van storytelling en echte toegevoegde waarde waar de consument voor terug komt. Ik bewonder Nederland vanwege efficiency maar het schiet door in kostencalculatie. Efficiency wil ik combineren met een brug over de keten naar storytelling", aldus haar vurige en gepassioneerde pleidooi. Pardoes stelt Lex Ebus voor om de jury met haar te laten eten bij Brienen aan de Maas.

De grootste klant neemt de helft van de biopilzen af. „Meer krijgen ze niet." Ze wil spreiden en uit de prijsdiscussie. Goede kunde structuur. Biopilze is de enige met bruine biopilze in Oostenrijk, 6000 kg per week en zo snel als mogelijk uitbreiden op een andere plek. En op afzienbare termijn wil Cornelia naar andere soorten paddenstoelen, exoten en rechtstreeks leveren aan de gastronomie. Plank verpakt alles zelf en ook daarin zijn ze uniek. Differentiatie is een cadeau. „Wij verpakken alles zelf. Geen tussenhandel. We zijn de enige die in een mooi kartonnen merkbakje paddenstoelen in flowpack afleveren." Ook vanuit het oogpunt van innovatie kan Plank uit een ander vaatje tappen. In de zomer als de prijzen en afzet wat onderuit gaan komen zij – tegen de verdrukking in – met een nieuw concept wat uitblinkt in eenvoud en een hoog inhakersgehalte heeft: Tiroler grill pilzen. En Tiroler bbq pilzen! Cornelia: „500 kg per week en daarmee de zomerdip voorkomen want dat kannibaliseert niet op de gangbare zomerverkoop, het geeft zelfs extra tractie in het afzetkanaal."

In de ogen van Cornelia en Walter is er geen kortere keten mogelijk. „Wij doen niet mee in de handelsketen, hebben direct en persoonlijk contact met onze eindgebruiker. Als ze Tiroler Biopilze bellen, het nummer op de achterkant van de verpakking, dan krijgen ze mij hoogstpersoonlijk aan de lijn. Kortere keten bestaat niet."

Een kort intermezzo. In de Tiroler champignoncel heb ik een kort onderonsje met voorzitter Jaap van den Beukel en Rene van Haeff van Light4Food. De laatste heeft samen met nog een paar compagnons waaronder Peter Christiaans (champignons cultuurbouw en techniek, inmiddels verkocht aan zijn jongste broer) in het voormalige proefstation in Horst aan de Maas en volledig nieuwe revolutionaire teelttechniek opgezet. Dit doet hij mede in opdracht van Peter van Dijck, een grote sla en baby leaf groententeler. Voor Rene, die er gepassioneerd over vertelt, is het win win win win. Op een mat kiemen zaadjes, die wortelen door de mat op water. Meerlagenteelt met de goede led-verlichting. Geen substraat. Geen groeimedium. Geen gewasbescherming. 95% minder water

nodig en geen afval. Een schoner restproduct. Doordat je het geogste product niet meer hoeft te wassen is deze spinazie, basilicum of andere bladgewassen 5 tot 7 dagen langer houdbaar en.. beter stuurbaar. En passant kun je met deze techniek ook veel eenvoudiger inhoudsstoffen uit de bladgroenten halen, een nieuw hoofdstuk dat aanstaande is. Ons relatief nieuwe lid Van Haeff bouwt inmiddels ook klimaatkamers voor Bayer. Een derde hoofdstuk van deze nieuwe onderneming is dat ze nu aan het uitknobbelen zijn hoe ze eenvoudig de oogst kunnen automatiseren. Hier gaan we binnenkort meer over horen binnen de TuinBouw Businessclub. Wat ik u brom.

Terug naar Cornelia en Walter. Tijdens de luxe lunch in een authentiek Tiroler restaurant - met uiteraard wienerschnitzels auf dem teler so groß wie eine Kettingkastte – geeft de vrouw des huizes Cornelia een zeer professionele presentatie over hun Grote Droom; Symbiose. In die droom, gesymboliseerd door een logo gebaseerd op de lamellen van een paddenstoel, komt zij in ronde vrouwelijke vormen tot een zeer inspirerende visie op het nieuwe hoofdstuk voor Plank Gemüse. Eén ding is kraakhelder: deze powerlady uit Tirol prikkelt dit hoofdzakelijk mannengezelschap uit Venlo. Alles klopt en het is een echt en eerlijk verhaal recht uit het hart. Dat ze het publiek weet te bespelen is eerder een kracht. Ze kijkt bijvoorbeeld niet naar het publiek maar in de camera waardoor haar verhaal via een groots uitgelichte beamer nog steviger overkomt. Cornelia presenteert de grote droom SYMBIOSE gebaseerd op gezonde voeding. Bewustzijn. Bildung. „Merken als Coca Cola, Nestle en Unilever willen geen bewustzijn voor onze producten. Dus gaan we het zelf doen. Nu zijn we nog inwisselbaar. Zonder innovatie zijn wij inwisselbaar. Daarom pleit ik voor zelfbewustzijn, reflectie en kwetsbaar opstellen vanuit onze kant. Nu is het concurrentie- en aanbod gestuurd. Meer produceren en uiteindelijk dat product op prijs knijpen. Als wij alleen met de massa meegaan hebben we geen onderscheid. Als je zelf niet verandert, verandert er niets.” En zo is het. We leven niet in een tijd van verandering maar in een verandering van tijd. Het enige dat blijft IS de verandering.

Cornelia licht haar SYMBIOSE-concept toe. „Zonder symbiose kunnen wij niet leven. Wij willen problemen omdraaien in kansen. Gaan een integrale beleving bouwen met als kern ons prachtige landschap, gezonde en smaakvolle voeding van dichtbij en geënt op Biopilze.” Van massa naar maatwerk dus. Dat laten zien. „Symbiose ist in unsere Natur.” Nieuwe initiatieven en verbanden laten zien. Branding en trots laten zien. „Agrar Marketing mit Fleisch, Obst und Gemüse. Gastronomie und Tourismus in Tirol. Tiroler Schnitzels, Speckknödel und Stauber.” Symbiose wordt eigenlijk de combinatie tussen Lindchenhof in Uedem en Floriade 2012 Venlo. Een plek waar alles bij elkaar komt en een condensatiepunt voor gezonde voeding van dichtbij.

### **Standing still**

#### **3 Ps**

„In een straal van 250 km hebben wij Tirol, Beieren, Turijn, Verona en Venetië. Dat zijn allemaal regio's die al 1000 jaar onze regio geprikkeld hebben in de handel. Deze regio's moesten om te overleven zich specialiseren. Fleisch Gemüse. Apfenseller Kase. Bodensee Schnaps. Ik wil nu een Raume creëren für Symbiose. Ja, ook met Red Bull uit Salzburg.” Als het aan Cornelia ligt gaat dat lukken. Tasty Ton Janssen staat op en brengt haar oraal een staande ovatie. Hij geeft aan dat dat waar zij mee bezig is, uit zijn hart is gegrepen. Ik kan het niet mooier zeggen. Met respect en oprechtheid praat hij namens de voltallige Businessclub als hij zegt dat zij met het goede werk bezig is. Consument centraal, waarde toevoegen en beleving op een authentieke manier. Twee gezegden zijn haar en haar man Walter op hun Tiroler lijf geschreven; “Standing still is the fastest way of moving backwards in a rapidly changing world.” Cornelia Plank maakt indruk. De mannen zijn er stil van. Volgens Lex moeten er een paar zelfs aan de zuurstof bij het aanhoren en aanzien van zoveel passie. Hier in Tirol leert de Businessclub wat Echte Duurzaamheid is. Zoals Charles Darwin – The



Survival of The Fittest - al eerder aangaf, niet de grootste, snelste of beste in de soort overleeft, maar degene die het meest adaptief is. Weinigen weten dat deze zelfde Darwin 40 jaar later nog een boek schreef – The Survival Of The Sexiest -. Hoe kon het immers zijn dat de papegaai en rose kolibrie, dwars tegen alle regels van het oerwoud in toch kon overleven. En wat bleek. Onderscheid en kleurenpracht doen er toe. Dat leidt immers tot reproductie. Bloemen roepen: kies mij bij-tje. Kolibries zingen "ik wil gekocht worden". Cornelia Plank bewijst dat Darwin gelijk had. De drie P's van de Duurzaamheid People Planet Profit levert deze dame in voor 3 P's die een veel groter verschil maken, die elke tuinder in zich heeft als hij iets minder bescheiden is en die elke tuinder bij zichzelf kan wakker kussen. Cornelia, wij noemen haar Conny, geeft de 3 P's kleur: Passion, Pleasure en Pride.

*Aantal deelnemers aan deze reis: 53*

### **Donderdag 24 november 2016** **Meer halen uit regionale AGF!**

De meeting van 24 november - die plaatsvond bij gastheer Jan Linders Supermarkten - stond geheel in het teken van Retail. Hoe krijgen wij onze producten in het winkelschap? Hoe zorgen we dat producent en retailer elkaar begrijpen? Hoe kunnen we echt samen werken? En hoe halen we meer uit onze regionale AGF? Leo Linders en Chantal de Rijk gaven de TuinBouw Businessclub een zeer open kijk in de wereld van Jan Linders.

Algemeen directeur Leo Linders bijt de spits af met een inleiding over Jan Linders Supermarkten. "Er werken ongeveer 4200 mensen bij ons met een jaaromzet van circa 400 miljoen. We hebben een jaarlijkse groei van 5%, daar waar de markt gemiddeld 2% groeit". Na de korte inleiding volgde een rondleiding door het indrukwekkende distributiecentrum.

### **Denk vanuit de consument**

Vervolgens is het woord aan Chantal de Rijk, op haar 19e begonnen als receptioniste bij Jan Linders en nu op haar 43e met hard werken opgeklommen tot commercieel directeur. "Dat is ook typerend voor Jan Linders, we kijken naar de mens en zijn of haar mogelijkheden, niet alleen naar een diploma". Jan Linders dankt haar bestaansrecht aan het lidmaatschap van Superunie: "We hebben maar een relatief klein marktaandeel en kiezen voor collectiviteit. Zo'n 90% van onze inkoop gaat via Superunie". Chantal heeft wel enkele tips voor de primaire sector: "Denk vanuit de consument! Realiseer je als teler ook dat als wij bijvoorbeeld een actie hebben, wij beschikbaarheid hebben. Wendbaarheid is vaak lastig voor telers. Wij zijn op zoek naar relevante producten. Als je een bijzonder product hebt, neemt contact met ons op! Zoek ook samenwerking met de tussenhandel, denk na over zaken als derving en denk vanuit de consument".

### **Vers als groeimotor**

"Het is belangrijk om te weten wat de klant wil. We zetten kwaliteit op één en zoeken naar mooie verhalen achter het product of de teler. Zo kiezen alle supermarkten in het seizoen bijvoorbeeld voor de El Santa aardbeien, maar wij kiezen voor de Sonata omdat hier veel meer smaak aan zit, maar die weliswaar kwetsbaarder is. Ik geloof in vers als groeimotor, daar zet ik mijn geld op in. Onze visie is ook om kinderen tussen de 4 en 10 jaar meer groenten en fruit te laten eten en hier een gedragsverandering te creëren. Zo hebben we een kidspanel waarin we bijvoorbeeld een zoetere tomaat in een leuke vorm testen. Chantal geeft de groep een mooie handreiking: "De afgelopen jaren

waren we telkens de nummer 1 vers supermarkt. Sinds oktober dit jaar zijn we dat helaas niet meer maar ik daag jullie uit om samen de nummer 1 weer terug te krijgen!"

### **Diversity or die**

Vervolgens neemt Leo Linders het stokje weer over en neemt ons even kort mee naar het verleden, naar de uitgangspunten van de supermarkt, om deze vervolgens te vergelijken met het heden en de toekomst van de supermarkt. "We zien in Duitsland met zijn 80 miljoen inwoners en Frankrijk met ongeveer 65 miljoen inwoners, dat er maar 7 of 8 winkelformules zijn. In Nederland hebben we met bijna 17 miljoen inwoners maar liefst 17 verschillende formules! Dat kan niet blijven bestaan, de markt gaat onherroepelijk veranderen en kleiner worden. Momenteel heeft e-commerce een marktaandeel van 1,9%. Maar ook pure players zoals bijv. een Zalando of Amazon, die volledig op online focussen, zijn een bedreiging. We zien ook dat de nieuwe consument echt een impulsieve koper is. De consument wenst ook steeds meer nú een bereide maaltijd te hebben en daar is de supermarkt niet opgericht. Mijn oproep: we moeten minder voorspelbaar worden om te overleven; diversity or die!"

### **De dag van morgen**

Na de forumdiscussie met Julian Santegoeds (Wijnen Square Crops), Marcel Dings (Dings Aardbeien), Theo Cuppen (Oriental Seeds) en Leo en Chantal, geeft Chantal de groep nog een tip mee: "Denk nou straks eens als je naar huis rijdt, wat ga ik morgen als eerste doen, waar ga ik op anticiperen? Als je dit niet doet gaat alles gewoon weer op dezelfde wijze verder."

*Aantal deelnemers aan deze bijeenkomst: 74*

## **3. Ledenbestand**

Op 31 december 2015 bedroeg het aantal leden 87.

Op 31 december 2016 bedroeg het aantal leden 91.

Afmeldingen 2016: 5 afmeldingen

1. Glastuingebied Siberië, Ewald Pelser
2. Veiling Rhein-Maas, Ruud Knorr
3. ZON fruit & vegetables, Michiel Geraedts
4. KnowHouse BV, Rinus van de Waart
5. Especia BV, Jaap van den Beukel

Nieuwe leden 2016: 9 leden

1. Aarts Conserven, Lode Kessels
2. Kwekerij De Maasvallei, Bart Jacobs
3. Kwekerij Vieverde, Ed Classens
4. Meijers Planten, Rene Meijers
5. Plantenkwekerij De Kemp, Paul Litjens
6. Rotjes Young Plants, Tobias Rotjes
7. Teboza Groep, Will Teeuwen
8. Tielemans Groentekwekerij, Rene Tielemans
9. Voorzitter TBBC, Jaap van den Beukel.