

Grodan bestaat 40 jaar en wil rond dit lustrum een bijdrage leveren aan de tuinbouwsector met het symposium:

Moderne oplossingen voor moderne uitdagingen

Over de toekomst van de hightech tuinbouw

Expert sessie influencers en stakeholders d.d. 22 september 2009

Uitgangspunt van de expert sessie was de (toekomstige) balans tussen de wensen van de samenleving (met name op het gebied van milieu) en de winstgevendheid van de hightech tuinbouw. Verwachtingen werden gedeeld ten aanzien van de toekomst van de hightech tuinbouw en wat dit voor de sector betekent.

Korte samenvatting van de resultaten

Ondernemers in een spagaat

Algemene reactie van de groep is dat duurzaamheid en winstgevendheid best wel gelijk op kunnen gaan. Uitdaging is om meer credits te krijgen voor inspanningen in de sector (de consument moet het zien). Duurzaamheid is hierbij de weg, maar ondernemers zitten momenteel in een spagaat: de eerste paar jaar hebben zij hun handen vol met het overleefden van hun bedrijf. Uitdaging is om de kennis overeind te houden. Overtuiging van de groep is dat de wil er wel is *“als er een bijeenkomst is over aardwarmte zit de zaal vol”*. Deze sector kiest voor de aanval!

Sterkten	Zwakten
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ondernemerschap ▪ Kennis & hightech status van de sector ▪ Samenwerking (wordt wel minder) ▪ Tuinbouwtraditie (NL is dé bakermat van kennis en hightech) ▪ Schoon telen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Versnippering in aanbod & ‘merken’ ▪ Weinig marktinnovatie ▪ Te weinig innovatie op het gebied van teelttechniek ▪ Sector kijkt te weinig naar andere sectoren
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geconditioneerde teeltsystemen ▪ Regio Schiphol / Rotterdam logistiek beter benutten ▪ Kennisuitwisseling, ook naar het buitenland ▪ Nieuwe stijl van samenwerken (bv FresQ) ▪ Moderniteit van de keten communiceren ▪ We moeten en kunnen transparant zijn ▪ Belang van ‘people’ onderkennen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concurrentie van biologisch / Eko ▪ Imago & scepsis bij de consument ▪ Local for local (is ook kans) ▪ Carbon foot print (verliezen we omdat het geen integraal verhaal is) ▪ Crisis: weinig investeringen, kennis nu overeind houden ▪ Spanningsveld tussen hightech en consument lijkt te groeien

Thema's voor de toekomst

Op basis van de SWOT analyse (zie hierboven) is gesproken over de thema's voor de toekomst. Door de omstandigheden gedwongen zal men het op korte termijn zoeken in kleine zaken die direct rendement opleveren. Innovatie op het gebied van techniek gaat door, maar meer scepsis is er over het kennisgebied rond teeltechniek. *“De kennis is onvoldoende en onvoldoende geïntegreerd. Dit is echt een gebied voor de toekomst om ervoor te zorgen dat we ook het rendement eruit halen wat er in potentie in zit.”* Geconditioneerde teeltsystemen worden gezien als hét thema voor de toekomst: het beheersen van processen in relatie tot energie, fossiele brandstoffen en water. Water wordt wereldwijd een belangrijk thema voor de toekomst, maar is moeilijk te operationaliseren. Het is nog onduidelijk wat de Nederlandse tuinbouw hiermee wil. Water is wel een kans voor Nederland (terwijl CO2 meer wordt gezien als een bedreiging).

Mogelijke aanpak

Innovatie zou vanuit een langere termijn visie moeten plaatsvinden *“alle innovatie is nu gericht op snel rendement.”* Ook pleit men voor meer aandacht voor marktinnovaties, minder versnippering en meer samenwerking om innovaties beter uit te rollen en écht te implementeren. Ook zou de sector veel kunnen leren van andere sectoren. De sector moet kiezen voor de aanval; Nederland is dé bakermat van kennis en hightech op het gebied van voedselproductie en moet (en kan) dit ook blijven.

Randvoorwaarden

Communicatie van behaalde successen is cruciaal *“het spanningsveld tussen hightech en de consument zal altijd wel blijven bestaan, maar nu lijkt het wel steeds verder af te komen staan.”* De sector moet meer en anders communiceren. Met emotie én met bewijsvoering. De sector moet en kan transparant zijn. Ook zal de sector haar link met de maatschappij moeten versterken en beter communiceren. En tenslotte: *“we moeten milieu als kans zien en efficiency als kracht.”*