

SLIM INNOVEREN IN DE LANDBOUW

Ontwikkel en realiseer je innovatief idee via samenwerking



Faculteit
Bio-ingenieurswetenschappen



agentschap voor Innovatie
door Wetenschap en Technologie



Instituut voor Landbouw-
en Visserijonderzoek



Slim innoveren in de landbouw

Ontwikkel en realiseer je innovatief idee via samenwerking

Je hebt een innovatief idee maar mist de nodige partners en kennis om dit om te zetten in een succesverhaal? Of je bent benieuwd naar hoe potentiële afnemers staan tegenover jouw idee?

Innoveren: van idee tot realisatie...

Netwerken en samenwerken in de landbouw zijn vaak de sleutel tot innovatie. Bedrijven die over de eigen muren heen kijken, staan sterker en spelen hierdoor sneller in op noden van de markt. Netwerken helpen de krachten te bundelen om innovatieve ideeën te ontwikkelen en uit te werken tot een 'win-win' voor iedereen.

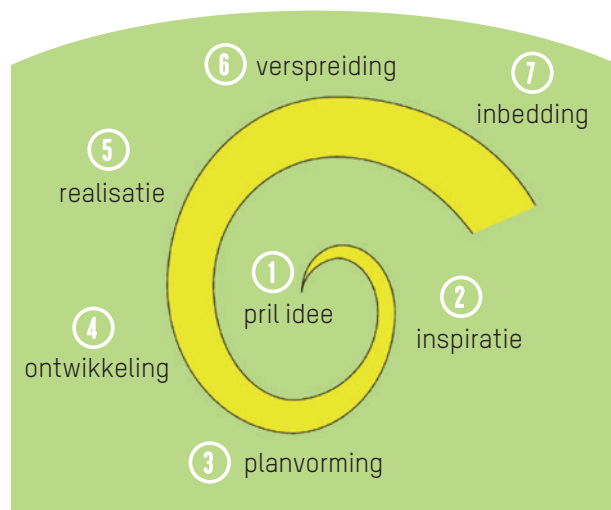
Je gelooft bijvoorbeeld in een nieuw of aangepast product, je denkt aan de uitbouw van een nieuw afzetkanaal, je ziet meerwaarde in aangepaste verpakkingen of een andere manier om je consumenten te beleveren, alleen... je weet niet goed op welke manier je deze veranderingen op een succesvolle manier in de praktijk kunt brengen. In dit geval kunnen netwerken helpen om je doelgroep te verkennen, om samen met mogelijke afnemers, leveranciers of collega-landbouwers en kennisinstellingen na te denken over de ontwikkeling en realisatie van je idee, om de haalbaarheid van je innovatief idee in te schatten, enzovoort.

Makkelijker gezegd dan gedaan?

Toch stranden veel goede ideeën vaak ergens onderweg en komt veel creativiteit niet tot ontplooiing. Het uitbouwen en benutten van een goed samenwerkingsverband is niet eenvoudig. Netwerken is tijdsintensief, verlangt dat je het erf verlaat en gericht gesprekken aangaat!

Aan de slag...

Deze brochure bundelt de belangrijkste aandachtspunten voor optimaal gebruik van netwerken in elke fase van het innovatieproces. Afhankelijk van de fase waarin je initiatief zich bevindt, zal je andere kennis en andere netwerkpartners nodig hebben. Bij elk van deze fases worden aandachtspunten, tips, of links meegegeven om je verder op weg te helpen. Onderstaande figuur geeft de verschillende fases in het innovatieproces weer. Het idee begint meestal klein, maar waaiert uit over meer actoren naarmate het innovatieproces vordert. De vorm geeft ook aan dat kennisprocessen zelden lineair verlopen. Fases kunnen verschillende keren worden doorlopen of herhaald.



Figuur 1: Overzicht met fases in het innovatieproces
Bron: Wielinga et al., 2007, Netwerken met vrije actoren. Stimuleren van duurzame innovaties met Netwerken in de Veehouderij. WUR Nederland

1

Het prille idee

Breng je idee in kaart, met eigen en ontbrekende capaciteiten en middelen voor uitvoering

Je hebt ergens iets inspirerends gezien, of voelt een uitdaging of probleem, waarvoor je een oplossing in gedachten hebt.

De succesvolle uitwerking van je idee is van vele factoren afhankelijk. In eerste instantie is het belangrijk om na te gaan wat je zelf kan doen en wat je beter kan uitbesteden om het idee in de praktijk te brengen. Denk tevens na over wie je kan helpen bij de uitvoering van activiteiten waarvoor je zelf niet over de juiste capaciteiten of middelen beschikt.

TODO

> Beantwoord volgende vragen om na te gaan wat je eigen kwaliteiten en noden zijn om je idee te realiseren. Sta stil bij mogelijke struikelblokken en knelpunten. Het is belangrijk om hier voldoende lang bij stil te staan, en zo gericht te zoeken naar invulling van je noden, en de geschikte partners.

- Wat is je idee? Beschrijf wat je wil doen.
.....
.....
.....
- Welke activiteiten kun je zelf uitvoeren bij het realiseren van je idee?
.....
.....
.....

- Heb je nog bijkomende informatie/ondersteuning/kennis nodig om die activiteiten te kunnen uitvoeren? Zo ja, wie kan daarvoor instaan of wie zou je daarbij kunnen helpen?
.....
.....
.....

- Wat zijn de belangrijkste knelpunten in de zoektocht naar de nodige informatie? Hoe kunnen deze worden opgelost?
.....
.....
.....

- Maak een lijstje van alle mensen of organisaties die nodig zijn voor de realisatie van jouw idee.

Tabel 1: Identificatie van interessante contactpersonen met contactgegevens

	Interessante contact- personen voor realisatie idee	Contactgegevens of wijze van contacteren
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

2

Inspiratiefase

Wakker anderen aan: zoek gelijkgezinden die voor je idee gewonnen zijn

Zoek mensen die zich aangesproken voelen door je idee, of die geconfronteerd worden met een gelijkwaardig probleem. Vaak is er in deze fase angst voor concurrentie en zijn mensen bang om te dromen. Echter, dit is niet steeds terecht. Door ervaringen te delen, ontstaan nieuwe perspectieven en inzichten, die het enthousiasme verder aanwakken.

TODO

- > Zoek contact met gelijkgezinden en stel je idee aan hen voor. Tabel 1 kan je hierbij helpen. Bespreek wat jullie voor elkaar kunnen betekenen.
- > Vermijd contact met klagers, en zoek mensen op die iets willen bereiken en erin geloven.
- > Vermijd formele netwerken in deze fase. Hou het beperkt tot zogenaamde 'keukentafelgesprekken'.
- > Maak de anderen enthousiast met inspirerende voorbeelden. Deze kan je vaak vinden via je netwerken, of via sociale media.

TIP

Woon studiedagen, infosessies, praatcafés, land- en tuinbouwbeurzen en dergelijke bij, om mensen van buiten je directe bedrijfskring te leren kennen.

Zijn anderen bereid om mijn idee mee op poten te zetten?

De landbouwerszoon met het idee om hennep te telen, nam contact op met twee Vlaamse proefcentra die onderzoek uitvoeren naar de teelt van hennep en mogelijke toepassingsmogelijkheden binnen Vlaanderen. Hij deed talloze ideeën op over andere toepassingsmogelijkheden dan strooisel, zoals gebruik van het zaad voor vermenging in veevoeders, toepassingen in de bouw- en textielsector, enz.

Via via kwam hij ook in contact met andere geïnteresseerde telers en een verwerker van vlasvezels. Aanvankelijk probeerde de landbouwer zijn idee niet te veel rond te bazuinen uit schrik voor mogelijke concurrentie, maar uiteindelijk beseftte hij dat alleen maar extra kennis en ervaring kan verkregen worden door discussie en gesprekken aan te gaan met de juiste personen. Deze zorgden er ook voor dat zijn idee levendig bleef.

CASE



Samen rechtstreeks naar de markt?

Een teler van biogroenten was op zoek naar een rechtstreekse afzetmarkt die minder streng is naar cosmetische kwaliteitseisen toe. Hij gebruikte zijn uitgebreid netwerk en kwam bij het idee om markten te beleveren. In zijn regio sprak hij met collega-landbouwers over zijn idee. Al snel bleek er ook bij hen interesse, en werden de mogelijkheden bekeken om samen te werken en zo een groter assortiment te kunnen aanbieden.

CASE



3

Planvormingsfase

Maak afspraken en ga op zoek naar ontbrekende partners

Om iets in beweging te zetten, is het belangrijk dat er afspraken worden gemaakt en dat de taken verdeeld worden. In deze fase wordt verder gezocht naar alle nodige partners om het idee te doen slagen, inclusief investeerders indien externe financiële middelen nodig zijn.

Vanaf nu wordt in groep nagedacht en ook de taakverdeling wordt in groep besproken.

Het kan ook mogelijk zijn om vanaf nu de begeleiding van de groep uit handen te geven als je deze rol zelf niet wenst te vervullen.

Een goede begeleider of facilitator is transparant over zijn rol en consistent (doet wat er gezegd is, en wijkt daar niet van af). Is dit niet het geval, dan is er verlies van geloofwaardigheid en vertrouwen. De facilitator zorgt ervoor dat de groep zijn doelen op een effectieve en efficiënte manier kan bereiken en dat interactie en samenwerking opgewekt en bewaard wordt. Bovendien zorgt hij voor een focus op de lange termijn binnen het netwerk in plaats van op snelle en korte termijn oplossingen.

TO DO

- > Nodig de meest geïnteresseerde en best geschikte partners uit op een eerste gezamenlijke bijeenkomst. Zoek hiervoor een geschikte locatie. Dit kan bijvoorbeeld bij jou zijn op het bedrijf, op een centraal gelegen locatie, of op een locatie die door één van de genodigden is aangebracht. Creëer een omgeving waar netwerkdeelnemers vrij kunnen praten met elkaar, met een hapje en drankje bij de hand.

- > Zorg dat er tenminste één actieve facilitator is die verantwoordelijk is voor het samenbrengen van de leden, het opstellen van de agenda, het faciliteren van het netwerk en het opvolgen van de verslaggeving.

- > Beantwoord in groep opnieuw volgende vragen om inzicht te krijgen in welke schakels en informatie ontbreken om je idee te realiseren.

- Welke activiteiten zou elk van de aanwezigen kunnen uitvoeren bij realisatie van het idee? Maak nuttig gebruik van eenieders troeven, expertise en kennis.

.....
.....
.....

- Heb je nog bijkomende informatie/ondersteuning/kennis nodig om activiteiten te kunnen uitvoeren?

.....
.....
.....

- > Zo ja, wie kan daarvoor instaan? Maak een lijstje op van alle mensen of organisaties die verder nodig of nuttig kunnen zijn voor de realisatie van je idee. De groep kan je ondersteunen met middelen (financieel, tijd, faciliteiten,...), kennis en data, politieke steun, opmaak van aangepaste voorwaarden, enz. Het kan hierbij aangewezen zijn dat alle aanwezigen binnen hun persoonlijk netwerk op zoek gaan naar aanwezige kennis en middelen.

Tabel 2:

	Bijkomende interessante contactpersonen voor realisatie idee	Contactgegevens of wijze van contacteren
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

- Denk ook na over wie in welke fase van het proces moet gecontacteerd worden: Nodig je hen nu al uit, peil je enkel al eens naar hun interesse, of contacteer je hen pas in de volgende fase van het innovatieproces?

➤ **Maak concrete afspraken over de te ondernemen acties en de inzet van alle aanwezigen om doelen te bereiken. Om de inzet van aanwezigen vast te leggen, geven we de volgende drie aandachtspunten voor de facilitator:**

1. Verwachtingen achterhalen in een open sfeer

- Maak voldoende tijd vrij om binnen een ongedwongen kader elkaars wensen en belangen te bespreken. Zorg dat iedereen vertelt wat hij komt halen en brengen in het netwerk en dat hij zo open mogelijk zijn individuele belangen bespreekt. Ga na welke topics uitgeklaard moeten worden

vooraleer de verschillende partners met elkaar in zee willen gaan en zoek uit wie wie nodig heeft om toegevoegde waarde te creëren.

- Probeer inzicht te verwerven in hoe partners over elkaar denken, en over de (on)mogelijkheden van samenwerking. Een mogelijke methode hiertoe is een individuele consultatie van alle deelnemers via telefonisch contact of een persoonlijk bezoek.

2. Netwerkpartners vertrouwd maken met elkaar

- Stimuleer dat deelnemers vragen stellen aan elkaar over hun meningen, visies en opvattingen. Dit zorgt voor de creatie van vertrouwen en openheid in een netwerk. Bovendien voorkomt het dat andere netwerkleden een vooroordeel hebben of hun eigen beeld gaan vormen, dat waarschijnlijk niet klopt.
- Begeleid zorgvuldig de uitwisseling tussen praktijk en wetenschap en tussen de diverse belanghebbenden, daag wetenschappers uit hun concepten te toetsen aan de praktijk en daag de praktijk uit hun ervaringen te beschrijven.

3. Taakverdeling

- Zorg dat er een goede taakverdeling wordt afgesproken en dat taken voldoende benoemd worden, zodat iedereen weet wat zijn/haar rol is. Afhankelijk van het doel en de grootte van het netwerk kunnen volgende rollen worden opgenomen: voorzitter, secretaris, andere uitvoerende taken, ... Het gaat om taken zoals vertegenwoordiging van het netwerk naar buiten toe, visiebepaling met leden, stimuleren en toezicht houden op uitvoering van de taken, bijeenkomsten begeleiden, advisering bij en stimulering van activiteiten, contacten leggen en onderhouden...

TIPS

Maak gebruik van FarmCafe. Dit is een digitale omgeving waarin je een idee kunt uitwerken met mensen die je zelf kiest. Je kunt er samenwerken, plannen smeden, reageren en tot actie overgaan op een snelle en efficiënte manier. *Voor meer info: www.farmcafe.be.*

Maak gebruik van de coherentiecirkel: Dit instrument geeft inzicht in interactiepatronen in een netwerk, en geeft aanwijzingen wat te doen als de interactie niet vitaal is, en er te weinig energie is in het netwerk. *Voor meer info: <http://www.netwerkinbeweging.nl/?file=326&m=1288250761&action=file.download>*

Maak gebruik van netwerkanalyse: Dit instrument helpt om de betrokkenheid en opbouw van het netwerk te analyseren. Wie is betrokken? Hoe maken we verbinding met betrokkenen? Welke posities nemen partners in? Missen we belangrijke spelers? Is dit een netwerk om op te bouwen? Een netwerk waarop men kan bouwen heeft partners die zich eigenaar voelen van het initiatief, leveranciers en schakels die de partners met hun omgeving verbinden. *Voor meer info: http://www.nisb.nl/doen-tools-en-instrumenten/netwerkwijzer-zorg-sport-bewegen/2.-netwerkanalyse_a4_def.pdf*

Technisch-wetenschappelijke vragen? Zit je nog met een technisch of wetenschappelijk probleem waar je zelf niet meteen een oplossing voor kan vinden? Weet dat je dan altijd terecht kan bij één van de talrijke kenniscentra

in Vlaanderen. Praktijkcentra, gespecialiseerde onderzoeksinstituten, hogescholen en universiteiten... Zij helpen je graag verder in je zoektocht naar partners die jou hierbij kunnen helpen. Een eenvoudige manier om met deze instellingen in contact te komen is het Vlaams Innovatienetwerk, een platform waarbij een 250-tal organisaties/afdelingen beschikbaar zijn om ondersteuning te bieden rond innovatie aan elk Vlaams bedrijf. Voor meer info: <http://www.innovatienetwerk.be/>

Financiële vragen?

Een innovatietraject brengt soms heel wat kosten met zich mee. Een extra financieel duwtje kan een boost betekenen voor het realiseren van je idee. Om te achterhalen of jouw initiatief in aanmerking komt voor een subsidie, en onder welke voorwaarden, kan je contact nemen met het **Agentschap Innoveren en Ondernemen** (<http://www.iwt.be/subsidies>), of met het **Departement Landbouw en Visserij** (<http://lv.vlaanderen.be/nl/subsidies/vlif-steun-voor-de-land-en-tuinbouw>). Binnen het kader van het Programmeringsdocument voor Plattelandsontwikkeling 2014-2020 (PDPO III) werden o.a. twee nieuwe maatregelen gelanceerd, nl. 'Projectsteun voor Innovaties in de Land-en Tuinbouwsector' en 'Operationele Groepen in het kader van EIP (Europees Partnerschap voor Innovatie)' (<http://lv.vlaanderen.be/nl/nieuws/oproep-vlif-projectsteun-voor-innovaties-de-landbouw-en-eip-operationele-groepen-2016>)

Innovatiecentra en Innovatiesteunpunt kunnen je helpen bij het achterhalen of je idee voor steun in aanmerking komt, en begeleiden je bij het opstellen van je dossier.

Contacteer het innovatiecentrum uit je regio en laat je begeleiden door een ervaren adviseur. (<http://www.innovatiecentrum.be/> en <http://www.innovatiesteunpunt.be/nl>)

Er zijn ook mogelijkheden voor crowdfunding. **Crowdfunding** is een alternatieve wijze om een project te financieren. In de meeste gevallen gaan ondernemers naar de bank om een kredietaanvraag te doen en zo startkapitaal te verkrijgen. Crowdfunding verloopt echter zonder financiële intermediairs, maar zorgt voor direct contact tussen investeerders en ondernemers. Er zijn platforms waar je ideeën of projecten kunt delen, uitwerken of financieren, zoals bijvoorbeeld <https://www.hellocrowd.be/nl/discover>.

Daarnaast kan het ook interessant zijn om je financiering te verzorgen via **business angels**. Dit zijn private investeerders die niet enkel hun geld, maar ook hun kennis, ervaring en contacten met jou kunnen delen. Om met dergelijke personen in contact te komen, werden in het verleden reeds platforms opgezet. Zo is er bijvoorbeeld het Business Angels Netwerk in Vlaanderen (BAN Vlaanderen). Hier kunnen startende of groeiende ondernemers op zoek naar risicokapitaal in contact worden gebracht met informele private investeerders, de zogenaamde Business Angels. (<http://www.ban.be/Home/1731/BanVlaanderen>)

PERSONAL
NOTES

CASE

Hoe pakken we het idee aan, en wie ontbreekt nog om succesvol hennep te telen en te vermarkten?

Zowel bij producenten als verwerkers was er interesse om met hennep te werken, maar beide partijen kwamen elkaar onvoldoende tegemoet. Door tussenkomst van de Universiteit van Gent, vakgroep landbouweconomie, kon via projectfinanciering een facilitator worden aangesteld. Die bracht in eerste instantie een kleine groep producenten, afnemers en onderzoekers samen om van gedachten te wisselen over de mogelijkheden van hennep teelt in Vlaanderen. De aanwezigen werden het erover eens dat ook de Vlaamse overheid betrokken kon worden om meer informatie te krijgen over mogelijkheden tot gereglementeerde samenwerkingsverbanden en gereglementeerde teelt. Ook moest verder uitgekeken worden naar andere geïnteresseerde afnemers van vezels, scheven en zaad, telers met ervaring, mogelijke tussenschakels voor verwerking van producten en verspreiding van het idee, het Algemeen Belgisch Vlasverbond, enz. Vervolgens werden deze verschillende partijen samengebracht in een eerste werkgroep. Na een kennismakingsronde lichtten alle aanwezigen hun verwachtingen voor deelname aan het netwerk toe. De proefinstellingen gaven ook een presentatie met de huidige stand van zaken in het onderzoek.



PERSONAL NOTES

.....

.....

.....

.....

.....

.....

CASE

De rol van een begeleider bij het opzetten van producentenorganisaties in de melkveehouderij

Producentenorganisaties worden gestimuleerd door de Europese en Vlaamse overheden om de scheefgetrokken machtsverhoudingen in de zuivelsector aan te pakken. Door zich te verenigen in een producentenorganisatie, kunnen landbouwers gezamenlijk het gesprek aangaan met de afnemers. In deze fase van het initiatief zaten melkveehouders aan tafel om te peilen naar elkaars verwachtingen en motivaties om mee in het initiatief te stappen. Bovendien werd gepolst naar de interesse en competenties van de deelnemers om de taken op een efficiënte manier in te vullen. Het bleek opportuun om een begeleider aan te stellen die vertrouwen geniet en handelt in het belang van alle melkveehouders. Deze begeleider werd gevonden bij de landbouworganisaties, die de ambitie hadden om initiatieven van de melkveehouders te ondersteunen.



Ontwikkelingsfase

Stel de plannen verder scherp

Tijdens de ontwikkelingsfase wordt het innovatief idee verder uitgewerkt tot een techniek, product of werkwijze. Onvoorziene omstandigheden zijn niet vreemd aan deze fase, omdat bijvoorbeeld expertise wordt afgeschermd uit concurrentieoverwegingen, de juiste expertise niet voorhanden is of dat niet iedereen zijn afspraken nakomt.

Sommigen houden zich ook liever afzijdig, om geen risico te nemen. Bijkomend wordt binnen deze fase de taakverdeling binnen de groep verder scherp gesteld. Het kan gebeuren dat plannen moeten worden bijgesteld, waardoor je terug in de planvormingsfase komt.

TO DO

- > Ga opnieuw na welke expertise in deze fase nog ontbreekt. Nodig eventueel de personen opgesomd in tabel 2 en die nog geen deel uitmaken van het netwerk, uit. Mocht blijken dat dit niet voldoende is om je idee verder te ontwikkelen, bekijk dan het lijstje opnieuw.
- > Zorg dat iedereen elkaar kent. Als er nieuwkomers zijn, is het belangrijk dat iedereen aan elkaar wordt geïntroduceerd. Organiseer bijvoorbeeld een kennismakingsronde, waarbij iedereen zichzelf voorstelt.
- > Bezorg een lijst met contactgegevens van alle netwerkdeelnemers aan iedereen. Dit is heel handig, maar zorg er wel voor dat iedereen hiermee akkoord is.
- > Ontdek perspectieven van de nieuwkomers en zorg voor uitwisseling ervan door discussie, bedrijfsbezoeken, informele events.
- > Zorg dat er ruimte is om te evalueren hoe de voorgestelde rolverdeling functioneert, en deze indien nodig bij te sturen.
- > Verfijn het projectplan: zorg dat iedereen een goed beeld heeft van de gevolgen die het aangaan van een samenwerking zal hebben op het vlak van inbreng van arbeid, kapitaal, grond, machines, en of gebouwen en de beloning voor deze inbreng. Volgende vragen moeten beantwoord worden:
 - Wat zijn de voor- en nadelen van deelname in het netwerk?
.....
.....
.....
 - Hoe frequent worden bijeenkomsten gepland?
.....
.....
.....
- > Leg de gemeenschappelijke doelstelling vast. Eenmaal duidelijk is welke wensen en belangen elk van de partijen heeft, is het essentieel om het gemeenschappelijk doel op een ondubbelzinnige manier te definiëren. Dit kan voorbereid worden door in een presentatie de verwachtingen van alle partners (verzameld op individuele basis) te confronteren met elkaar, en hieruit een gemeenschappelijke doelstelling af te leiden. Deze presentatie zal dan de basis vormen voor verdere discussie omtrent de gemeenschappelijke doelstelling. Het is heel belangrijk om hier voldoende tijd aan te besteden.
- > Spreek af hoe kennis wordt vastgelegd of gedocumenteerd.

- > Denk tijdig na of jullie idee of concept beschermd moet worden. Laat je hiervoor adviseren door bijvoorbeeld innovatiecentra. Zij weten welke vormen van bescherming mogelijk zijn voor jouw innovatieproject. Maak contact met overeenkomstige netwerken en onderzoek de verschillen.
- > Naarmate de plannen concreter worden, is het best dat je de ondersteuning van buiten het netwerk laat afnemen, en partners zelf verantwoordelijkheid laat opnemen.
- > Laat alle deelnemers zelf eens in de huid kruipen van de netwerkfacilitator. Laat hen de volgende vraag beantwoorden: "Stel dat jij de touwtjes in handen had, hoe zou jij het dan aanpakken?" Dit brengt eveneens inzichten naar boven met betrekking tot de verwachtingen van de leden.
- > Kijk voor een ICT applicatie dat contact en kennisuitwisseling tussen de kennisbronnen kan verhogen.

CASE

Scherpstellen plannen en afspraken om kiwibes te telen

De kiwibes was een radicaal nieuw product, een soort mini-kiwi die kan gegeten worden met de schil, als een bes. Een aantal initiatiefnemers hadden het idee om het product te vermarkten in Vlaanderen en Zuid-Nederland, en gingen hiervoor op zoek naar partijen om mee samen te werken. Hieruit groeide de producentenvereniging van de kiwibes, die nu reeds enkele jaren bestaat. In deze vereniging zijn een 35-tal telers actief, samen met UGent en Coöperatie Hoogstraten.

In de ontwikkelingsfase van het netwerk, werd het netwerk vervolledigd met de nodige expertise. Steeds werden onderzoekers of telers met relevante kennis, leveranciers, personen met inzicht in de markt,... uitgenodigd op de periodieke meetings.

Telkens was er achteraf een mogelijkheid tot netwerking ingepland. Op geregelde tijdstippen werd nagedacht over de toekomst, de gemeenschappelijke doelstellingen, mogelijkheden om het product succesvol te vermarkten, de teelt verder te optimaliseren, overproductie te beperken... Ook werden afspraken gemaakt over het al dan niet binnen de groep houden van bepaalde kennis en werd er een website opgemaakt, waarbij

leden toegang hebben tot een portaal met info die enkel voor hen beschikbaar is.

Voorafgaand aan het lidmaatschap, werden telers goed geïnformeerd over de gevolgen en hun verwachte inzet.



CASE

Verdere plannen en vastgestelde knelpunten voor het succesvol telen en vermarkten van hennep

Na de organisatie van een eerste werkgroep, werd het succes ervan geëvalueerd door enerzijds de initiatiefgroep, en anderzijds de aanwezigen. Er werd gepeild naar de tevredenheid en suggesties voor verdere initiatieven of uit te nodigen partijen. Ook werd mits toestemming een lijst verspreid met alle namen en contactgegevens van de aanwezigen. Gebaseerd op nieuwe inzichten experimenteerden de pioniers van de hennepgroep verder in verschillende richtingen. Zaaitijden, rassen, oogsttijden, zaaidichtheden, verwerkingsmogelijkheden etc. werden aangepast. Na verloop van tijd zagen landbouwers steeds meer afzetmogelijkheden, maar werden ze met nogal wat onverwachte technische barrières geconfronteerd.

In totaal vonden nu vier werkmeetings plaats, waarop naast de vertrouwde personen steeds nieuwe gezichten aanwezig waren. Ook werd een digitaal platform ter beschikking gesteld, waarop alle geïnteresseerden zich kunnen inloggen, in contact komen met elkaar en zo informatie kunnen uitwisselen.



5

Realisatiefase

Breng je idee in de praktijk via opgemaakte plannen en afspraken

In deze fase wordt het product in de markt gezet, is de producentenorganisatie opgericht, wordt de hennep geteeld, verwerkt en vermarkt, etc. Deze fase gaat van start als het netwerk weet wat het wil en hoe het zou moeten in de praktijk gebracht worden. Hiervoor is vaak medewerking van andere schakels in de keten of het beleid nodig.

De contacten die je in dit kader al had binnen de plannings- en ontwikkelingsfase kunnen hier handig worden ingezet. In deze fase wordt onderhandeld. Het is dan ook belangrijk om al over een onderhandelingspositie te beschikken. Verder is het ook belangrijk dat alle partijen zich erkend voelen in hun risico's.

TO DO

> Ga na welke mogelijkheden en wensen er zijn om de samenwerking te formaliseren. Er is een breed spectrum van samenwerkingsverbanden mogelijk. De keuze van de (juridische) vorm van samenwerking wordt bepaald door enerzijds de intensiteit waarmee de partners willen samenwerken en anderzijds de autonomie die ze willen behouden. Aan de ene kant zijn er zeer losse vormen denkbaar zoals een informeel gesprek met een collega- landbouwer, waarbij iedereen de volledige controle over eigen activiteiten behoudt. Aan de andere kant van het spectrum is er het gezamenlijk eigendom, bijvoorbeeld in de vorm van een consortium of 'joint venture'. Daartussen bevindt zich bijvoorbeeld samenwerking op projectbasis of een langdurige relatie op contractbasis waarbij de verschillende partijen inspraak hebben in een langdurige relatie.

- Nodig iemand uit die je hier meer informatie kan over verschaffen, bijvoorbeeld iemand die bezig is met de reglementering van samenwerkingsverbanden bij de overheid, het Innovatiesteunpunt, een boekhouder, coopburo...

TIP

Coopburo adviseert en begeleidt zowel gevestigde coöperatieve vennootschappen en samenwerkingsverbanden als mensen die nog maar net starten met een coöperatief idee. Dit in heel diverse sectoren in zowel profit als social profit, en rond verschillende types coöperaties. *Voor meer info: <http://www.coopburo.be/>*

- Wanneer afspraken op papier worden gezet is het goed om dit te laten controleren of begeleiden door deskundige buitenstaanders, bij voorkeur juridische, fiscale en financiële specialisten, die alle gevolgen goed kunnen overzien. Zorg er ook voor dat een eventuele beëindiging van de samenwerking goed geregeld is.
- Maak duidelijke afspraken en leg deze vast in een contract. Wie draagt welk risico, hoeveel investeert ieder, hoe verdeel je het werk en wat gebeurt er als een partner het laat afweten? Je kunt elkaar 'inhuren' en een overeenkomst tot opdracht afsluiten, of als je vaker samenwerkt een rechtsvorm kiezen. De verdiende omzet moet zoveel mogelijk naar ieders waardevolle inbreng verdeeld worden.

CASE

Is de groep klaar voor de teelt van hennep op grotere schaal?

Het initiatief bevindt zich momenteel op de grens tussen de ontwikkelingsfase en de realisatiefase. Er dienen nog wat stappen verder uitgeklaard te worden en extra technische kennis en informatie ter beschikking te komen om op grotere schaal verder te gaan. Een aantal pionier-landbouwers hebben ondertussen wel al een contract getekend voor afname van hun hennepzaad. Het is een nog weinig gespecificeerd contract, waarbij zowel teler als afnemer zich ondersteund voelen.



PERSONAL NOTES

A large rectangular area with a green border, containing horizontal dotted lines for taking personal notes.

6

Verspreidingsfase

Zorg voor bekendheid en navolging

Als de nieuwe werkwijze, het product, de techniek, ... bekend raakt in de omgeving en navolging krijgt, is de verspreidingsfase begonnen. De voorgaande fases hoeven daarvoor nog niet te zijn afgerond. Als de leden zelf baat hebben bij de verspreiding, zal deze al vlotter verlopen dan in het andere geval. Het kan bijvoorbeeld zijn dat iets goedkoper of efficiënter kan worden georganiseerd als er meer aanhangers zijn, dat het imago van de sector er beter van wordt, of dat er meer van het nieuwe product wordt verkocht. Wanneer evenwel het concurrentievoordeel verloren gaat, zal de verspreiding logischerwijs minder vlot verlopen.

TO DO

- > Maak afspraken met de leden zodat zij eerst zelf kunnen profiteren van het eerste succes.
- > Denk in groep na over welke kennis verspreid mag en moet worden, en welke kennis best binnen de groep blijft om goede functionaliteit van het netwerk te garanderen.
- > Vraag je af wie belang heeft bij verspreiding van kennis en van wie eventueel een inspanning verwacht mag worden.

CASE

Marketing van de kiwibes

In het geval van de kiwibes, hebben de telers er alle baat bij als hun product zo vlot mogelijk verkocht wordt. Verschillende marketingacties werden dan ook uitgewerkt om het nieuwe product zo snel mogelijk bekendheid te laten verwerven. De betrokken veiling heeft hiertoe ook heel wat inspanningen geleverd. Er werden verschillende persconferenties georganiseerd, tv-koks werkten met het product, proevertjes werden aangeboden in supermarkten en op verschillende events in de landbouwsector. Door afspraken omtrent beperkingen in het aantal leden, wordt vermeden dat andere landbouwers kunnen mee genieten van het succes.



CASE

Producentenorganisaties: meer leden, nieuwe initiatieven

Sinds de erkenning van de eerste Vlaamse producentenorganisatie in de melkveehouderij (2013), zijn twee andere initiatieven opgestart en erkend. Naarmate deze producentenorganisaties succesvol zijn en hun verwezenlijkingen verspreiden naar de buitenwereld, kunnen nieuwe leden aangetrokken worden. Bovendien kan dit inspirerend werken voor eventuele nieuwe initiatieven.



CASE

Hennepnetwerk op zoek naar volgers...

Ook in het hennepnetwerk is de verspreidingsfase reeds gestart. Via de werkgroepen en de aankondigingen ervan via vakbladen, zijn al heel wat mensen op de hoogte. Voor afnemers van producten is het verhaal het meest interessant als er onmiddellijk voldoende aanbod is, waardoor zij verkiezen om het idee zo snel mogelijk te verspreiden onder de landbouwers. Ze hopen natuurlijk dat concurrenten niet gaan profiteren van hun inspanning. Daarom willen afnemers nog altijd wat het bestaan van de groep toch wat op de achtergrond houden. De landbouwers op hun beurt willen dan weer niet dat hun collega's zomaar met hun idee en inspanningen gaan lopen, terwijl ze wel beseffen dat er voldoende aanbod moet zijn om het interessant te maken.



PERSONAL NOTES

A large rectangular area with a green border, containing horizontal dotted lines for taking personal notes.

7

Inbeddingsfase

Pas structuren aan om in te spelen op vernieuwingen

Wanneer afspraken gemaakt worden over structurele veranderingen in onderlinge relaties, spreekt men van de inbeddingsfase.

Het gaat bijvoorbeeld over de relatie tussen ondernemers, onderzoekers, docenten, voorlichters, beleid, financiers die veranderen. De structuren worden aangepast om beter te kunnen inspelen op de vernieuwing.

De producentenvereniging van de kiwibes

CASE

Het netwerk van de kiwibes is ondertussen beland in de inbeddingsfase. Relaties tussen de telers, onderzoekers, de veiling, voorlichters en beleid maken deel uit van een gevestigde structuur. Ook tussen veilingen onderling zien we unieke samenwerkingsverbanden. De bes kan geleverd worden in verschillende veilingen, maar wordt slechts vermarkt via één veiling. Teler en onderzoeker hebben op regelmatige basis contact, zonder de traditionele drempel tussen beide. Ook het beleid is het initiatief genegen, en ondersteunt waar mogelijk, wat ook niet onbelangrijk is.



De opmaak van deze brochure stoelt op de bevindingen van twee Vlaamse onderzoeksprojecten gesteund door IWT (Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie) met als titel 'Netwerken als katalysator voor innovatie in de land- en tuinbouwsector' en 'Slim innoveren in de landbouw: Hoe netwerken?'. Universiteit Gent en het Instituut voor Landbouw en Visserij Onderzoek werkten hiervoor samen.

Vermelde organisaties met bijhorende link

Coopburo	www.coopburo.be/
FarmCafé	www.farmcafe.be
Vlaams Innovatienetwerk	www.innovatienetwerk.be/
Agentschap Innoveren en Ondernemen	www.iwt.be/subsidies
Departement Landbouw en Visserij	lv.vlaanderen.be/nl/subsidies/vlif-steun-voor-de-land-en-tuinbouw
Innovatiecentra	www.innovatiecentrum.be/
Innovatiesteunpunt	www.innovatiesteunpunt.be/nl
Crowdfunding	www.hellocrowd.be/nl/discover
Business Angels Netwerk	www.ban.be/Home/1731/BanVlaanderen

Redactie:

UGENT: Xavier Gellynck - Evelien Lambrecht

ILVO: Ludwig Lauwers - Jo Bijttebier - Lies Debruyne - Nicole Taragola - Jonas Van Lancker

Contact:

Xavier Gellynck - Xavier.Gellynck@Ugent.be

Ludwig Lauwers: Ludwig.Lauwers@ilvo.vlaanderen.be

Vorm:

www.magelaan.be