



Titel: Verbeterde positionering van de biologische tafelaardappel (BO-12.03-016-003)

Startdatum: 01-jan-2012

Einddatum: 31-dec-2013

1. Projectleider

Naam: Leeuwen, van, Michaëla (leeuw111)

e-mail: michaela.vanleeuwen@wur.nl

Instituut: PPO AGV

2. Opdrachtgevers en alle teamleden

Naam	Organisatie	Rol
Michaela van Leeuwen	PPO	Projectleider
Harm Brinks	DLV	Projectlid en verbinding als projectleider BioImpuls [maart 2013 afgerond]
Alex van Hootegem	Biologisch akkerbouwbedrijf	Vraageigenaar
Niek Vos	Biologisch dynamisch akkerbouwbedrijf	Vraageigenaar
Lizelore Vos	Biologisch akkerbouw in maatschap met vader Niek en broer Michiel Vos	Vraageigenaar
Krispijn van den Dries	Biologisch akkerbouwbedrijf	Vraageigenaar
Edwin From	Green Organics	Betrokken ketenpartij

3. Budget

Jaar	Beoogd budget
2012	50 k€
2013	37.7k€

4. Intern team

Naam	Organisatie	Rol
Michaela van Leeuwen	PPO	Projectleider
Jorieke Potters	PPO	M&E

5. Probleemstelling

De biologische tafelaardappel heeft nog niet zoveel aanzien ontwikkeld als de biologische melk in de schappen van de supermarkt. Telers zien als reden dat de tussenhandel onvoldoende belang hebben bij een goede ontwikkeling van de afzetmarkt van biologische aardappels. Hoe is een goede positionering van de

biologische tafelaardappel te realiseren? Telers willen graag een korte betrouwbare keten inrichten waar zij hun tafelaardappels kunnen afzetten.

6. Doelgroep en kennisbehoefte

Uitwerking van marktonderzoek naar een sterk korte productieketen. Enerzijds vindt er verduurzaming van het uitgangsmateriaal plaats, anderzijds is de uitdaging om de markt te voorzien in de behoefte naar bijzondere nieuwe aardappelrassen. Hoe organiseer je in de praktijk een korte productieketen? Uitvoering geven aan marketing, hoe om te gaan met de transportkosten, hoe werk je samen met revenu naar input en prestatie?



Foto 1 Fietskrat De Bieper als prijsvraag naar consumenten.

Een nieuw marktconcept ontwikkelen is een ding maar er uitvoering aangeven is een ander verhaal. Een goed geoliede samenwerking in deze korte keten is belangrijk. De marketing ligt nu ook in handen van de ondernemers, het blijkt een uitdaging te zijn om hier duurzaam aandacht aan te geven. Er is in 2012 al een fietskrat ontwikkeld. Een prijsvraag naar lekkere recepten met als prijs een fietskrat.

7. Doelstelling project

Het door ontwikkelen van het marktconcept De Bieper.



Afbeelding 1 het logo van concept De Bieper

Het marktconcept De Bieper is in 2012 ontwikkeld en in 2013 verder uitgewerkt. Er is marktpotentie maar hoe rol je dit uit naar een goed geoliede productieketen? Hoe houd je als ondernemers het hoofd boven water met de veelzijdigheid aan activiteiten die het concept met zich meebrengt.

8. Relevantie project voor EL&I

De uitdagingen en worstelingen die kleine ondernemers ervaren in een samenwerkingsmodel. Hoe geef vorm aan een rendabel duurzame productieketen? Hoe bereik je als kleine productieketen de eindgebruiker op een goede en efficiënte wijze. Het onderzoek Winkelkeuze van biologische kopers, een onderzoek onder consumenten en ondernemers (Reinders, M. et al), blijkt dat vooral groente, fruit, eieren en zuivel als verse producten biologisch worden gekocht door consumenten. Consumenten maken een keuze voor deze biologische producten omdat de beleving is de producten bijdragen aan hun eigen goede gezondheid en deze producten smaakvoller zijn.

9. Resultaten

- Deelname met stand op de biovak 2013
- Ontwikkeling van De Bieperdoos, voor verzending van aardappelen via post.



Foto 2 De Bieperdoos



Foto 3 De Bieperdoos gevuld

- Nieuwe rassen uit USA, Ierland en Groot Brittannië zijn in 2012 geïnventariseerd en aangekocht met het alleen recht om ze als eerste in Nederland te telen. Proefvelden zijn in 2013 aangelegd en resultaat is dat twee rassen in De Bieper collectie zijn opgenomen en lijken perspectiefvol voor teelt in Nederland.

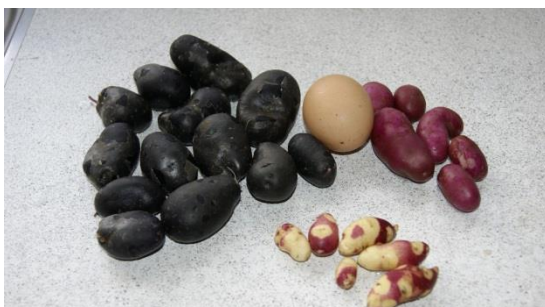


Foto 4 proefrooing 22 juni 2013 in Kruijningen. Het ei ter illustratie van de grootte van de aardappels.

Foto 5 Het nieuwe ras Mayan Twilight, verwachting zijn hoog van dit ras. Vooral de horeca heeft interesse.

- Relatie opgebouwd met KWS [aardappelhandelshuis] als partner in zoektocht naar bijzondere aardappels.



Foto 6 bezoek KWS 4 juli 2013

- Rassenonderzoek bij de ondernemers zelf.



Foto 7 nieuw aardappelras, is het niet opgenomen in de Bieper collectie



Foto 8 Goede knolontwikkeling van Nieks Witte

- Proeverij van nieuwe rassen ondernemers in samenwerking met nieuwe rassen KWS
- Deelname als sponsor Bio 10daagse. 5 Bieperdozen als prijs beschikbaar gesteld. Zie bijlage 1 voor persbericht. Link naar persbericht op de AGF website:

<http://www.agf.nl/artikel/103595/Winnaars-Bieperpakketten-Bio10daagse-spaaractie-bekend>

- Deelname met stand op de biovak 2014



Foto 9 gerechten met De Bieper aardappels

10. Betrokkenheid/belang derden

Green Organics is een belangrijke spil met handelscontacten in zowel de Nederlandse als de Duitse tussenhandel en retail.

Bijlage 1 Persbericht actie Bio 10daagse

Persbericht

Winnaars Bieperpakketten Bio10daagse-spaaractie bekend

Op 30-10-2013 overhandigde Edwin From van biologisch service-provider Green Organics een Bieperpakket aan Debora Duitman. Zij is de eerste van de 25 gelukkigen die een Bieperpakket gewonnen heeft. Wie tijdens de Bio10daagse een volle spaarkaart inleverde met 10 biologische actiestickers, maakte kans op 1 van de 25 Bieperpakketten. Doel van de spaaractie was om mensen kennis te laten maken met de pure smaak en het natuurlijke karakter van biologische voeding.



Edwin From (Green Organics) en Debora Duitman (winnaar Bieperdoos)

Bieper is een uniek concept waarbij een kleurrijk assortiment biologische aardappelen onder één merknaam in de markt wordt gezet, De Bieper. De aardappelen in dit assortiment verschillen in kleur, smaak en bereidingswijze, maar ze hebben één ding gemeen: ze worden allemaal biologisch geteeld.

De Bieperdoos

In de Bieperdoos bieden biologische telers vier verschillende soorten aardappelen in één doos aan; een witte, een rood met witte, een paarse en een rode aardappel. Op deze manier kan de consument kennis maken met de bijzondere smaken, kleuren en vormen van al deze verschillende aardappelen.



De telers

De biologische telers achter dit unieke concept zijn de familie Vos (Niek, Lizelore en Michiel), Alex van Hootegem en Krispijn van den Dries. Deze telers houden zich al jaren bezig met het kweken en telen van bijzondere biologische aardappellassen. Zij namen het initiatief om deze aardappelen onder een gezamenlijk merk, genaamd de Bieper, in de markt te zetten. Zowel de teelt als het afpakken doen de telers zelf, zodat de keten tussen consument en teler kort blijft. Green Organics als biologisch service-provider werkt nauw samen met deze telers om het Bieperconcept succesvol in de markt te zetten de komende tijd.

Meer informatie

Meer informatie en verkooppunten van de Bieperdoos is te vinden op www.debieper.nl en op www.greenorganics.nl

Einde persbericht

Voor de redactie

Wilt u meer informatie of beeldmateriaal ontvangen, neem dan contact op met De Bieper:

- Lizelore Vos via E. lizelorevos@gmail.com