

Twee weten meer dan een Eindrapportage

AKK project nr. ACB-0.033

Datum:4-4-2005	
Projectleider: Gitte Schober Wageningen Business School	Deelnemers: Sigrid Wertheim en Elsje Oosterkamp LEI Victor van Velzen en Judith Gerretsen PPO



WAGENINGEN BUSINESS SCHOOL
WAGENINGEN UR



PRAKTIJKONDERZOEK
PLANT & OMGEVING
WAGENINGEN UR



LEI
WAGENINGEN UR

Het rapport is openbaar en iedere participant kan vrijelijk gebruik maken van het eindrapport

Inhoud:

1. **Inventarisatie kennisbehoefte** Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
 - 1.1. Aanleiding en doel **Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.**
 - 1.2. Activiteiten en resultaten **Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.**
2. **Verspreiding kennis rond de drie kennisthema's** Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
 - 2.1. Aanleiding en doel: **Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.**
 - 2.2. Activiteiten en resultaten **Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.**
3. **Evaluatie van de kennisverspreiding nav dit project** Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
 - 3.1. Doelstellingen en randvoorwaarden van dit project: **Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.**
 - 3.2. Planning vs behaalde resultaten: **Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.**

Dit project is mede mogelijk gemaakt door Rabobank Nederland

1. Samenvatting

Het AKK project Twee Weten Meer Dan Een wil de belangrijkste kennisthema's en bijbehorende doelgroepen in biologische afzetketens identificeren en nagaan welke kennisverspreidingsactiviteiten, zowel binnen de projecten als binnen de biologische keten het meeste effect hebben. Behoeftte en interesse vanuit de biologische sector voor de onderwerpen moet hierin centraal staan.

In een eerste behoeftepeiling is met deskresearch en bij projectparticipanten, belangenbehartigers en bedrijven uit de biologische keten de kennisbehoefte geïnterviewd. Welke kennis is anno 2003/2004 interessant en belangrijk, welke thema's achten zij actueel voor de biologische keten en hoe vergaren ze bij voorkeur deze kennis?

Deze behoeftepeiling heeft drie centrale thema's geïdentificeerd:

1. Thema Consument: Meerwaarde biologisch en consumentenbehoeften (hoe aansluiting te vinden bij de behoeften van consumenten en aan te spreken op het moment van aankoop): communicatie in de keten!
2. Thema Kwaliteit: Ketenbeheersing van Kwaliteit
3. Thema Samenwerking: Proceskennis voor samenwerking in de keten

Naast een behoeftepeiling naar onderwerpen is ook gekeken naar methoden en werkvormen die de sector prefereert om kennis te vergaren. Het is duidelijk dat de sector graag uitwisseling van kennis wil, bij voorkeur in nieuwe netwerken en gericht op actuele thema's. De eerder geïdentificeerde kernthema's spelen wel maar zijn te breed; ze moeten dus op een sector of op de actualiteit worden toegesneden.

Daarom hebben we besloten om binnen het project Twee Weten Meer Dan Een alle activiteiten aan te bieden door aan te sluiten bij reeds geplande activiteiten waar onze doelgroep aanwezig is en schriftelijke informatie aan te bieden aan de keten ter achtergrond informatie.

Evaluatie van de binnen dit project uitgevoerde activiteiten maakt duidelijk dat succesvolle activiteiten ingaan op de actuele informatie- en kennisbehoefte (sense of urgency) en de onderwerpen direct aansluiten bij de eigen doelstellingen van de doelgroep. Anders voelt de doelgroep zich niet betrokken en zal niet deelnemen. De betrokkenheid van bedrijven was wel zichtbaar als deelnemers aan conferenties en bijeenkomsten, maar men is aarzelend bij het zelf initiëren van gezamenlijke initiatieven. Hiervoor worden tijdsgebrek, andere prioritering en (interne) organisatorische problemen als belangrijkste knelpunten genoemd. De planning van bijeenkomsten om informatie en kennis uit te wisselen is bij de doelgroepen een continu proces en niet noodzakelijkerwijs gebonden aan de duur van een project.

Activiteiten die tot doel hebben om kennis te verspreiden moeten daarom ook formats en draaiboeken voor deze bijeenkomsten aanbieden zodat activiteiten ook na afloop van een project uitgevoerd kunnen worden. Projectregisseurs moeten intensiever samenwerken met ervaren procesbegeleiders *uit de keten zelf* – nu blijft nog te veel proceskennis ongebruikt. Een succesvol kennisproject maakt naar onze mening gebruik van inhoudelijke kennis en proceskennis.

2. Summary

The AKK project “Twee Weten Meer Dan Een” wants to identify the major knowledge areas in biological chains and the relevant target groups. In addition, we investigate which activities for knowledge transfer are most effective, both within projects and in the biological production chains. Distinct need and interest from the sector are the starting point for all activities.

A need analysis performed in desk research and personal interviews with project participants, agents and companies in the biological chain have identified three major need areas for information and tacit knowledge: which information do they need and how does the target group want to acquire this information?

The major need areas are:

1. Consumer: What is the added value of biological products, consumer needs and how to connect to these needs during shopping; communication in the chain.
2. Quality: Chain and quality control
3. Cooperation: Processes for cooperation in chains

The project also investigated methods and preferred tools for knowledge transfer. Concerned parties favour mutual exchange of knowledge and experiences, preferably in networks and focused on current issues. The major need areas are important as long as they are based on current issues and tailored for specific target groups.

Based on these requirements, we have based all activities within the project on ongoing initiatives and meetings. In addition, we offer background information through written channels.

Evaluation of all activities shows that we optimally respond to the needs of the target groups by answering to their sense of urgency and their own strategy and objectives. This also improves participation and commitment, especially in meetings and conferences organised by third parties and intermediates. Own initiatives are not easily organised due to lack of time, other priorities and organisational issues. Another major factor for success is adaptation to the target groups time span, which is very often much longer than the duration of a project based cooperation.

We thus recommend that all activities aiming at knowledge transfer should include not only concrete initiatives but also scripts and checklists to organise activities, preferably started by the companies themselves. Project directors also can improve knowledge transfer by cooperating with project coaches and experienced participants from the biological chain itself. This will enhance process knowledge and tacit experiences on chain processes.

The key to success in chain-based project is the utilisation of both content and process.

3. Inventarisatie kennisbehoefte

3.1. Aanleiding en doel

Het co-innovatieprogramma Professionalisering van Biologische Afzetketens is gericht op kennisontwikkeling en kennisverspreiding. Ontwikkeling en verspreiding vinden beide plaats vanuit de projecten in het programma. Kennisverspreiding in de projecten gebeurt voornamelijk vanuit het perspectief van het project zelf. Om de biologische sector verder te versterken dient ook op een hoger abstractieniveau (thema's) verspreiding van kennis en ervaringen plaats te vinden. Dit valt buiten de doelstelling van de projecten.

Doelen

1. Het identificeren van belangrijkste kennisthema's en bijbehorende doelgroepen betreffende biologische afzetketens.
2. Analyseren van de kennisverspreidingsactiviteiten, zowel binnen de projecten van het AKK co-innovatie programma 'Professionalisering Biologische Afzetketens', evenals overige kennisverspreidingsactiviteiten binnen de biologische keten (bedrijfsleven en belangenorganisaties)
3. Toetsen van belangrijkste kennisthema's op behoefte en interesse vanuit de biologische sector

Doelgroep

Bedrijven in alle schakels in de biologische keten

Zowel bestaande als nieuwe biologische bedrijven

Zowel bedrijven die in ketenprojecten deelnemen als daarbuiten

Centrale doelstelling project

Het project 'Twee weten meer dan één' richt zich op de kennisverspreiding op dit hogere abstractieniveau, waarbij tevens de synergie en samenhang tussen biologische projecten (AKK projecten en 'niet'-AKK projecten) benadrukt kan worden. Het project dient een olievlekwerking van kennis en ervaring te bewerkstelligen in de sector.

3.2. Activiteiten en resultaten

Kennisbehoefte

In fase 1 van het project is bij projectparticipanten, belangenbehartigers en bedrijven uit de biologische keten en op basis van bestaande rapporten de kennisbehoefte geïnventariseerd. Welke kennis is anno 2003/2004 interessant en belangrijk, welke thema's achten zij actueel voor de biologische keten en hoe vergaren ze bij voorkeur deze kennis?

Hieruit zijn drie centrale thema's afgeleid:

4. Thema Consument: Meerwaarde biologisch en consumentenbehoeften (hoe aansluiting te vinden bij de behoeften van consumenten en aan te spreken op het moment van aankoop): communicatie in de keten!
5. Thema Kwaliteit: Ketenbeheersing van Kwaliteit
6. Thema Samenwerking: Proceskennis voor samenwerking in de keten

Voor een samenvatting van de gehouden interviews over kennisbehoefte zie de bijlagen.

Kennisaanbod

Naast de inventarisatie van de kennisbehoefte hebben wij ook een overzicht opgesteld van beschikbare kennisbronnen en we zijn nagegaan welke bronnen het beste geschikt zijn voor de drie bovenstaande thema's.

Hieruit zijn we tot de volgende mogelijkheden gekomen:

1. Kies strategische AKK projecten voor kennisaanbieders en kennisvragers.
2. Maak actief gebruik van belangrijke kennisaanbieders binnen en buiten AKK verband en hun bestaande producten – bijv. Factsheets Biologica; ketenmanagers Task Force MBL, activiteiten BIOM (handboek en workshop afzetbevordering van biologische vollegrondsgroenten door vraaggestuurd innoveren, Cursus ondernemerschap,), proceservaringen LBI
3. Voorbeelden uit de praktijk, waaronder Sallandse aardappels, verkoop via internet Eko Noord Nederland en Winkel Van Eigen Erf in Limburg, Boerderijbus in Groningen,....
4. Individuele betrokkenen zoals DLV'ers, maar ook uit de retail zoals superunie directeur Frans Fredrix (uitspraak: "*Met buitenlandse boeren is beter zakendoen*")

Middelen

Actieve verspreiding op bijeenkomsten. We willen aansluiten bij bestaande bijeenkomsten en congressen met (extra) sessies; ook bestaat de mogelijkheid om bij bestaande projecten aan te sluiten van Wageningen-UR en BIOM middels

1. Workshops
Excursies / bedrijfsbezoeken
2. Ketencafé / lunchbijeenkomst (bijv. met zeepkist)
3. Passieve verspreiding in geschreven media; actief uitnodigen van de pers (vakbladen), publicaties op internet van bestaande sites zoals Task Force MBL, AKK Biologica, AGF en met factsheets.

Wij willen met alle activiteiten aansluiten bij de wensen van de klanten, het bedrijfsleven. Uit ons onderzoek is duidelijk geworden dat er een grote behoefte bestaat aan interactiviteit, netwerken en in contact komen met mensen buiten de eigen keten. Dit wordt doorgaans belangrijker gevonden dan het bezoek van een workshop of congres waarbij de aangeboden kennis vaak al – enigszins – bekend is. Ook vergen deze bijeenkomsten vaak (te) veel tijd.

Voor een overzicht van mogelijke activiteiten gebaseerd op het kennisaanbod zie de bijlagen

Enkele lessons learned uit eerdere AKK projecten:

- Interketen bijeenkomsten zijn het meest gewild bij deelnemers om te netwerken en van elkaar te leren
- Brengen en halen van kennis uit bedrijven moet centraal staan
- Vermijd betreden paden (websites, nieuwsbrieven etc) en uitgewerkte netwerken, ga nieuwe relaties aan
- Maak verschil tussen toetreders en veteranen, maar let erop dat de kennisbehoefte verandert met de omzetspeerpunten
- Geen eenrichtingsverkeer, maar vooral het bieden van een forum

Daarom hebben we besloten om alle activiteiten aan te bieden door

1. Aan te sluiten bij reeds geplande activiteiten waar onze doelgroep aanwezig is.
2. Nieuwe werkvormen in te zetten zoals bedrijfsbezoeken, lunchsessies met consumentenpanels; ketencafé voor netwerken etc
3. Schriftelijke informatie aan te bieden aan de keten: factsheets, internet, uitnodigen van pers bij bijeenkomsten.

Op basis van de lopende projecten, de geïnterviewde kennisbehoefte bij het bedrijfsleven en een inventarisatie van mogelijke activiteiten om kennis en kennisbehoefte te koppelen is gekozen voor drie centrale kennisthema's:

Centrale thema's

Thema 1: Consument

Meerwaarde biologisch en consumentenbehoeften (hoe aansluiting te vinden bij de behoeften van consumenten en aan te spreken op het moment van aankoop): communicatie in de keten!

Kennisbehoefte:

Besluitvorming bij klanten

Het bereiken van de consument

Afzetmogelijkheden/-bevordering en marketing

Momenteel is er een aanbodgestuurde productie (bulk). Dit komt door een achterstand in motivatie en kennis. In de toekomst zal de boer om moeten schakelen naar vraaggestuurde productie. Biologische telers weten vaak onvoldoende wat hun afnemers willen, noch wat de klant van de klant wil (bijvoorbeeld in geval van tussen schakel als Nautilus) evenmin als wat de eindconsument wil. Er is daarom behoefte aan strategische samenwerking met andere ketenpartijen.

Quotes uit de kennis interviews:

- Een belangrijk thema dat nog onderzoek behoeft is het afstemmen van vraag en aanbod van biologische producten. (Nico Heukels - Sodexho).
- Een missend onderwerp in de onderzoeken op het gebied de biologische sector is de sensorische beleving van consumenten van biologische producten (Han Soethoudt - A&F).
- "Hoe kun je een deal maken met de supermarkt om biologische producten in het schap te krijgen?" - Nautilus
- "Wanneer we net zoveel biologisch zouden eten, als dat we er over praten, dan was er geen probleem." - Udea
- "De afzet is een groot probleem...gebrek aan strategische marktkennis." – Prisma
- "Het imago van het biologische product behoeft aandacht." – BD-totaal

Kennisaanbod:

AKK projecten:

Menugestuurde biocatering

Verkoop en uitlevering biologische groenteabbonementen

Biopaddesteelen

Dynamische ketenscenario's voor biologische AGF

Marketingconcepten voor huisverkoop van biologisch vlees

Biologische Groente met Meer Waarde

Marktontwikkeling biologische bedrijfscateringketen

Koepelproject kennisontwikkeling streekgebonden productie en vermarkting

Overigen:

Biologica fact sheets

BIOM: o.m. Vraaggestuurd innoveren en samenwerking oor de keten heen

Praktijkvoorbeelden: Sallandse aardappels, verkoop via internet Eko Noord Nederland en Winkel Van Eigen Erf in Limburg, Boerderijbus in Groningen

Sprekers: DLV'ers, superunie directeur Frans Fredrix, Cees de Kat unit manager AGF Laurus, etc

Taskforce projecten

LTO: studiebijeenkomsten primaire producenten met consumenten

Middelen:

Praktijkcase presentatie gevolgd door interactieve discussie met ondernemer

Ketencafe

Lunchsessie met consumenten: in dialoog met een consument

Lunchsessie met een retailer: in dialoog met de retail; eventueel ook andersom sprekers uit sector inbrengen bij retailorganisaties

Verspreiding via adviesorganisaties als DLV, als hulp voor primaire producenten bij omschakeling naar biologisch

Thema 2: Kwaliteit

Ketenbeheersing van Kwaliteit – handhaving kwaliteit en ketenaspecten van kwaliteitsbeheersing: waarin verschillen we van de gangbare ketens en eerdere inzichten en werkwijzen?

Kennisbehoefte:

Kwaliteit producten door de keten heen

Kwaliteit en uiterlijk biologische producten

Kwaliteitshandhaving bij opschaling productie

Kwaliteit en bewaringsaspecten in de keten

Kwaliteitsverlies door productintrinsicke factoren

Het LBI is zeer geïnteresseerd in de monitoring van kwaliteit in de keten en samenwerking tussen schakels inclusief de afstemming tussen schakels van alle gegevens voor kwaliteitsbepaling en – bewaking.

Quotes:

- Verbeteren en beheersen van kwaliteit biologische producten verdient de aandacht vanuit afzetbevordering. Voornamelijk uiterlijke kwaliteitskenmerken behoeven de aandacht. Maar ook smaak is zeer essentieel. – Agrico

Kennisaanbod:

AKK projecten:

Verbetering kwaliteit en afzet biologisch fruit

Aanpassing en uitbreiding Kwaliteitssysteem Kwaliteitszorg Boerderijzuivelproducten

Appels van stand

Haalbaarheid van het gebruik van biologische bijproducten voor biologische varkens

BIOVARKEN

Borging Veiligheid biologisch varkensvlees

Verwaarding biologisch rundvlees door ketensamenwerking

Middelen:

Kennis en inzichten over kwaliteit en ketenaspecten via factsheets Biologica en de pers beter verspreiden; bij kwaliteitsbeheersing spelen alle schakels een grote rol, ongeacht hun actieve deelname aan projecten en / of bijeenkomsten. Een goede communicatie is daarom ook via passieve kanalen nodig.

Activiteiten:

Informatie kwaliteit via vakbladen en factsheets beschikbaar stellen

Workshop kwaliteitsbeheersing – intersectorale inzichten bij AKK workshop(s) en congres in november

Samenwerking met Biologica en LTO rond kennisverspreiding via studiebijeenkomsten – clinic met tips en ervaringen na afloop met thema: kwaliteit

Thema 3: Samenwerking

Proceskennis voor samenwerking in de keten

Kennisbehoefte:

Verschillende afzetkanalen hebben verschillende wensen met betrekking tot het biologische product. Er is een enorme kloof tussen boeren en verwerkers. Het is belangrijk dat eerst deze kloof weg gewerkt wordt. Naast het leveren van de producten is er geen samenwerking tussen de boeren en verwerkers. Het is moeilijk deze kloof te verkleinen daar beide partijen de kansen nog niet inzien.

Ook informatie terug uit de keten blijkt vaak problematisch: Telers dienen bijvoorbeeld reeds in november hun zaaiplannen in bij Nautilus, maar in februari weten ze nog steeds niet wat ze moeten zaaien, omdat Nautilus weer wacht op aangeven van de retail, die dat wegens stagnerende afzet van biologische producten zo lang mogelijk voor zich uitschuift. Kortom de voorspelbaarheid van de marktvraag is lastig.

Quotes:

- Faalfactoren en lessons learned uit de AKK projecten leveren in principe waardevolle informatie die ook gedeeld zou moeten worden - Monica de Heide, TF MBL.
- Ontwikkeling van KM instrumenten zal de aansluiting en samenwerking tussen kennisinstellingen, intermediairs zoals het AKK en de TF en de bedrijven zelf sterk verbeteren – Uli Schnier, TF MBL
- Vooral de analyse waarom samenwerking in ene keten werkt is belangrijke informatie voor andere ketens en projecten Pieter Jans Jansonius, LBI.
- “Distributie en logistiek is extra moeilijk wanneer er geen gangbare telers in de buurt zijn, waardoor de kosten hoog op kunnen lopen.” – Nautilus
- “Overleg tussen schakels en samenwerking in het algemeen is onvoldoende” – Rijkzwaan
- “Het duurt soms erg lang voor een klant besloten heeft biologische producten af te nemen. Dit heeft o.a. te maken met de vele partijen die betrokken zijn bij het besluitvormingsproces.” – BD-totaal
- “Graag zou ik willen weten hoe ik een strategisch samenwerkingsverband aan zou kunnen gaan met mijn afnemers.” – BIOM deelnemer
- Centrale kennisbehoefte blijft de expertiseontwikkeling – kennis over kennisbronnen - LEI

Kennisaanbod:

AKK projecten:

Menugestuurde bio catering

Dynamische ketenscenario's voor biologische AGF

Regio-arrangementen voor biologisch varkensvlees

Borging veiligheid biologisch varkensvlees

Verwaardiging biologisch rundvlees door ketensamenwerking

Keten Informatie Systeem voor de biologisch sector

Koepelproject kennisontwikkeling streekgebonden productie en vermarkting

Middelen:

LBI - '10 minuten clinic' tips en ervaringen na afloop met thema: Samenwerken in de keten en projecten aansluitend aan ketenworkshops

Ketencafe

Keten-bedrijfs-bezoek, zoals in project appels van stand op pad met de bus van schakel naar schakel

Praktijkverhalen, mensen uit het bedrijfsleven vertellen hun ervaring in korte lunchsessie

Excursies, soms zijn de projectdeelnemers slecht op de hoogte van de werkzaamheden van elkaar, dan kan een excursie zeer verhelderend werken (Arjan Monteny – AKK).

De projectleiders bijeenkomsten zijn zeer succesvol en nuttig. Kennis wordt uitgewisseld, nieuwe ideeën gegenereerd en de methodiek van werken wordt besproken (Mireille Winkelmolen – ZLTO).

4. Verspreiding kennis rond de drie kennisthema's

4.1. Aanleiding en doel:

Het Co-innovatieprogramma 'Professionalisering van Biologische Afzetketens' wil een bijdrage leveren aan het behalen van de 5% consumentenbestedingen doelstelling in 2005.

De ontwikkeling van nieuwe ketenconcepten, ketenkennis en nieuwe vormen van samenwerking staat hierbij centraal. Dat betekent investeringen in het opzetten van nieuwe structuren en kennisnetwerken. Met deze co-innovatie aanpak wordt binnen de biologische sector voor het eerst in een markt keten benadering gewerkt. Om daadwerkelijk een omslag in de sector te bewerkstelligen is het nodig om de ontwikkelde kennis uit te dragen en te verspreiden. Om ook de sectorgenoten te informeren over en te interesseren in de ontwikkelde kennis dient gezocht te worden naar de generieke thema's over de projecten heen in een samenhangend geheel.

Fase twee van het project 'Twee weten meer dan één' is er op gericht deze generieke thema's vast te stellen, kennis en ervaringen te verspreiden, en de synergie en samenhang tussen de thema's te laten zien. De thema's kunnen gelden op schakel-, keten- of sectorniveau.

Doelen kennisverspreiding:

1. Formuleren concrete activiteiten rond de in fase 1 geïdentificeerde kennisthema's
2. Uitvoering van deze activiteiten in samenwerking met geïnteresseerde partijen uit de (biologische) sector en keten
3. Evaluatie van de kennisverspreiding nav dit project

4.2. Activiteiten en resultaten

In fase 2 van dit project zijn initiatieven genomen gebaseerd op concrete kennisvragen uit de biologische afzetketens. Centraal stonden de volgende mogelijke activiteiten:

1. Workshops en sessies tussen ketenschakels (retail, fabrikanten, producenten)
2. Ontwikkeling algemene informatiemateriaal rond de drie thema's kwaliteit, proces en consument
3. Bijeenkomsten bij kennisinstellingen voor netwerkvorming
4. Uitgangspunt: Uitvoering van deze activiteiten in samenwerking met geïnteresseerde partijen uit de (biologische) sector en keten - vraaggestuurd

Concrete activiteiten:

Het organiseren van meerdere 'doelgroepspecifieke' kennisverspreidings-activiteiten op de gekozen thema's.

Het creëren van mogelijkheden voor biologische AKK co-innovatieprojecten en andere biologische projecten om ontwikkelde kennis en ervaringen over te dragen naar de sector;

Het in contact brengen van ondernemers, onderzoekers en andere belanghebbenden uit de biologische en gangbare sector om met elkaar in gesprek te raken op bepaalde thema's;

Doel van alle werkvormen: leren van elkaar en van alle projecten binnen het co-innovatieprogramma

Thema Consument:

AKK conferentie:

Verbreiding van informatie over 'het hoe van samenwerking' in een workshop en een ketencafé en verdieping in het zoeken naar de meest aansprekende meerwaarden voor de consument en hoe die naar de verschillende groepen het beste vermarkt kunnen worden.

Status: uitgevoerd in twee workshops en een thematafel Biologische afzetketens, voor een verslag van de workshop zie de bijlagen

IBL Congres:

Bijdrage aan discussie over buitenlandse ervaringen met biologische afzetketens en ontwikkeling BOB (BOB 20)

Status: uitgevoerd in BOB en gebruikt tijdens IBL congres, voor de BOB zie bijlagen

Workshop Fabrikanten:

Wat zijn de mogelijkheden voor merkfabrikanten met biologische producten? Hoe kunnen fabrikanten innovaties ontwikkelen?

Status: na overleg met de doelgroep uitgevoerd als workshop format, wordt in 2005 gebruikt.

Workshop Catering:

Het informeren en enthousiasmeren over biologische producten van de verschillende spelers in de cateringketen, m.n. de locatiemanagers. Hoe biedt je het product aan?

Een onderdeel van het Meerjarig Opschalings Plan Biologische (MOP) Biologische Catering opleiding/training voor medewerkers in de cateringketen is nu om tactische redenen communicatie genoemd. Dit is opgenomen in de overeenkomst tussen Sodexho en de Task Force. Sodexho is zelf druk bezig met het samenstellen van een handboek en het verzorgen van een pilot voor een interne cateringopleiding over biologische producten. De realisatie daarvan vindt waarschijnlijk pas ergens in 2005 plaats. Vanuit dit project kan ondersteuning komen voor het samenstellen van infomateriaal, vooral over mogelijke oplossingen voor het welslagen van de biologische catering en het aanslaan richting de consument: de rol van cateringmedewerkers bij acceptatie door de consument. Doel van de bijeenkomst is interne promotie van biologische producten en onderlinge discussie om tot begrip te komen over biologische producten en uiteindelijk opschaling van deze producten door een gestegen vraag bij de consument.

Status: na overleg met de doelgroep uitgevoerd als workshop format, wordt in 2005 gebruikt.

Thema Kwaliteit:

Workshop VBP:

tijdens VBP ledenvergadering: Ketengarantie, risico's van residuen, transparantie en beperking van de kosten: wat zijn daarbij de mogelijkheden voor handel en verwerking?

Status: uitgesteld tot 2005, valt buiten dit project

Het thema kwaliteit werd ook in andere bijeenkomsten als tweede thema of rode draad behandeld. Zie ook de bijlagen.

Thema Samenwerking:

Sectorwerkgroep Open Teelten en BIOM:

Hoe moeten teeltbedrijven zich opstellen in de keten om hun afnemers optimaal te kunnen bedienen en hoe kom je tot onderling vertrouwen?

Status: Uitgevoerd, voor een verslag van de workshop zie de bijlagen

Workshop Lerende onderzoekers:

Hoe functioneren ketens en wat zijn relevante ontwikkelingen in ketens en bij consumenten?

Status: Eerste bijeenkomst uitgevoerd (evaluatie door PPO)

Procesanalyse rapport Kraamkamer van duurzaamheid:

Hoe vergroot men het draagvlak en de gebruiksmogelijkheden van een beleidsrapport? Lessons learned uit een beleidsrapport

Status: Uitgevoerd, zie de bijlagen

Factsheets:

Korte toegankelijke informatie / feiten over de drie gekozen hoofdthema's om achtergrondinformatie te geven, zodat bedrijven dit in hun eigen communicatie en PR kunnen gebruiken

Status: uitgevoerd, zie de bijlagen

5. Evaluatie van de kennisverspreiding nav dit project

5.1. Doelstellingen en randvoorwaarden van dit project:

Enkele lessons learned uit eerdere AKK projecten:

- Interketen bijeenkomsten zijn het meest gewild bij deelnemers om te netwerken en van elkaar te leren
- Brengen en halen van kennis uit bedrijven moet centraal staan
- Vermijd betreden paden (websites, nieuwsbrieven etc) en uitgewerkte netwerken, ga nieuwe relaties aan
- Maak verschil tussen toetreders en veteranen, maar let erop dat de kennisbehoefte verandert met de omzetspeerpunten
- Geen eenrichtingsverkeer, maar vooral het bieden van een forum

5.2. Planning vs behaalde resultaten:

Aansluiting bij betrokken bedrijven en instellingen:

Bij alle activiteiten is aansluiting gezocht bij bestaande of geplande activiteiten vanuit het bedrijfsleven (ledenvergadering, geplande opleidingstrajecten, bijeenkomsten) en aan de andere kant aansluiting bij conferenties (AKK, IBL).

Van de geplande activiteiten zijn initiatieven met kennisinstellingen wel uitgevoerd, initiatieven met bedrijven niet. De betrokkenheid van bedrijven was wel zichtbaar als deelnemers aan conferenties en bijeenkomsten, maar men is aarzelend bij het zelf initiëren van gezamenlijke initiatieven.

Hiervoor worden tijdsgebrek, andere prioritering en (interne) organisatorische problemen als belangrijkste knelpunten genoemd.

Vertrouwen:

Ook speelt de vertrouwelijkheid van sommige geconstateerde kennisvragen een grote rol:

Als je een formule kunt bedenken waarin iedereen in een open sfeer kansen uitwisselt en zorgen en oplossingen deelt dan lijkt me dat wel zinvol. Je loopt het risico dat je niet de groep mensen bereikt die dit het hardst nodig hebben (CBL).

Openheid over schakeloverschrijdende problemen in de keten is per definitie een gevoelig onderwerp. Met het aanbieden van gezamenlijke activiteiten is maar een deel van het probleem aangesproken: de meeste aarzelingen en knelpunten liggen in het verkrijgen van wederzijds vertrouwen.

Dit betekent ook dat veel tijd en initiatieven in het onderhouden van persoonlijke netwerken gestoken moet worden, in projectverband werkt men vaak met enkele bekende (en vertrouwde) partners. Buiten projectverband zijn de netwerken veel minder intensief en het vertrouwen niet aanwezig om gezamenlijke activiteiten uit te voeren.

Aanbevelingen voor vervolgactiviteiten:

Deze factor is in dit project te weinig onderkend en er zijn daarom ook te weinig activiteiten hierover uitgevoerd.

Terugkijkend kunnen we concluderen dat activiteiten niet zijn uitgevoerd waarbij:

- Bij de organisatie of doelgroep een reorganisatie plaatsvindt (FNLI) of een strategische heroriëntatie (Sodexho)
- De actuele informatie- en kennisbehoefte (sense of urgency) niet bestaat
- Een directe aansluiting met de eigen doelstellingen niet direct duidelijk is

De planning van bijeenkomsten om informatie en kennis uit te wisselen is bij de doelgroepen een continu proces en niet noodzakelijkerwijs gebonden aan de duur van een project. Activiteiten die tot doel hebben om kennis te verspreiden moeten daarom ook formats en draaiboeken voor deze bijeenkomsten aanbieden zodat activiteiten ook na afloop van een project uitgevoerd kunnen worden.

Generieke draaiboeken kunnen ook voor andere thema's worden ingezet – de doelstelling van de draaiboeken ligt op deze manier op het proces, zoals vertrouwen genereren of netwerken opbouwen.

Projectregisseurs kunnen intensiever samenwerken met ervaren procesbegeleiders *uit de keten zelf* – nu blijft nog te veel proceskennis ongebruikt. Een succesvol kennisproject maakt naar onze mening gebruik van inhoudelijke kennis en proceskennis.