



AFRONDING CO-INNOVATIEPROGRAMMA

Overzicht projecten ‘Professionalisering van Biologische Afzetketens’

Verbetering Kwaliteit en afzet biologisch fruit (fase 1, 2, 3 en 4)				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-01.005	232.209	juni 2001	12 (jaar 1)	Afgerond
ACB-01.021	221.579	Sept. 2002	12	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Fruitmasters • Appellereen • AGF Detailhandel Nederland 		<ul style="list-style-type: none"> • A&F BV • PPO Fruit • Advance Foodservices 	
Doelstelling	<p>Het komen tot een hechte keten van telers, afzetcoöperatie en retailers, die op basis van afspraken over kwaliteit van biologische producten, de kwaliteit en afzet van biologische producten wil verhogen, en de verliezen wil verminderen. Dit zal leiden tot een verantwoorde en verbeterde opbouw van het assortiment biologisch fruit, beheersing van de kwaliteit in de keten en inzicht in de periode waarover biologisch fruit, beheersing van de kwaliteit in het schap kunnen worden aangeboden aan de klant. Daarnaast verbetert het onderzoek de kans voor de ketenpartijen om doelgericht in te spelen op de consumenteneisen en prijsverschillen in de markt. Consumenten verwachtingen zullen daarvoor in kaart worden gebracht. Om de gestelde doelen te bereiken moeten oplossingen worden gevonden voor de kwalitatieve en kwantitatieve ketenproblemen zoals de samenstelling van het assortiment, beschikbaarheid van producten en verliezen in de keten. Hierbij spelen de consumenteneisen en verwachtingen een cruciale rol.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Eindrapportage • Workshop met detailhandel • Artikel: Sterke vermindering mogelijk van bewaarverliezen biologisch fruit. • Eindrapportage. • Pilot in tiental detailhandelwinkels. 			

Resultaten:

- Bewaarmethode (warm waterbehandeling) ontwikkeld voor ‘biologische’ appels, ook te gebruiken voor gangbaar.
- Uitval door rot bij biologisch fruit kan door bewaarmethode met 80% worden gereduceerd. Reductie betekent een besparing van 3600 euro per hectare per jaar.
- Vaststelling dat warme luchtbehandeling en naooogstbehandeling met plantversterker geen duidelijk positief resultaat oplevert.
- Introductie van totaal pakket aan biologische producten in bij ADN aangesloten groentespecialzaken.
- Ketensimulatie laat zien dat biologische appels qua kwaliteit niet verschillen van de gangbare appels, m.u.v. schilvlekjes.

Kennis:

- Beschrijving van de methodiek van bewaarmethodes voor ‘biologische’ appels (toepasbaar voor gangbaar): warm watermethode (ook met toevoeging CaCl en kaneelolie), warme luchtbehandeling en naooogstbehandeling (antagonisten en plantversterkers).
- Ontwikkeling van ketensimulatie voor de biologische fruitketen.
- Analyse dat bewaarmethodes per appelras bepaald dienen te worden en dat appels van late oogst gevoeliger zijn voor naooogstbehandelingen.

Spin-off:

- Verkoop van de methodiek (die gebruikt wordt om de bewaarmethode te realiseren) aan fruittelers.
- Pilotwinkels bij ADN verkopen het product en zijn bezig het pakket verder uit te breiden.

- Pilotwinkels hebben basis gevormd voor plannen landelijk project opleiding en promotie biologische AGF bij groentespecialzaken.

Aanpassing en uitbreiding kwaliteitssysteem Kwaliteitszorg Boerderijzuivelproducten				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-01.006	196.662	Sept. 2002	16	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Bond van Boerderijzuivelbereiders • Stichting Kwaliteitszorg Boerderijzuivelproducten • RIKILT • Wageningen-UR, Leerstoelgroep Marktkunde en Consumentengedrag 			
Doelstelling	<p>Uit een haalbaarheidsstudie die is uitgevoerd in opdracht van de Task Force MBL is gebleken dat boerderij- (m.n. boerenkaas) en biologische zuivel twee concepten zijn die elkaar kunnen versterken en in de beleving van de consument in elkaar's verlengde liggen. Ook is geconcludeerd dat de bestaande concepten sterk voor verbetering vatbaar zijn en dat er goede kansen zijn voor een geïntegreerd biologische boerderijconcept. Enerzijds door bestaande biologische bereiders te ondersteunen in de vermarkting en kwaliteitsborging (integratie in het kwaliteitssysteem van Stichting KB) en anderzijds door het uitbreiden door het omschakelen van gangbare bereiders. Doelstellingen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Het ontwikkelen van een aangepast kwaliteitssysteem KB toegespitst op de inbedding van biologische productiewijze, met o.a. daarin verwerkt duurzaamheid en traceerbaarheid. - Het demonstreren en testen van het aangepast kwaliteitssysteem KB door een pilot (max. 24 bedrijven) gevolgd door een evaluatie. - Het ontwikkelen van een onderwijscase waarin genoemde ketenproblematiek op attractieve en effectieve wijze duidelijk wordt gemaakt. 			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Artikel 'Integratie van Keurmerken mogelijk?' in "De Zelfkazer". • Rapportage 'Regioconcepten en streekgebonden productie en vermarkting'. • Rapport 'Acceptatie van een kwaliteitshandboek'. • Rapport 'Virtuele Horizontale Integratie in de Boerenkaas Keten'. • Onderwijscase met docentenhandleiding. • Eindrapportage 			

Resultaten:

- Een integraal kwaliteitshandboek KB (boerderijzuivel) met een biologische module en zelfevaluatieformulieren, waarmee traceerbaarheid en voedselveiligheid gewaarborgd kan worden: wettelijke verplichting en imago.
- Biologische boerderijzuivelbereiders kunnen deel uitmaken van het kwaliteitssysteem KB.
- De economische resultaten van boerenkaas (niet specifiek biologisch) zijn verder verbeterd t.o.v. fabriekskaas door verbeterde kwaliteitszorg en collectieve promotie. Meerprijs (consumentenprijs) gestegen van 12,5% in 2001 naar 21% in 2003.
- Een digitaal registratiesysteem voor productie- en verkoopgegevens boerenkaas.
- Efficiencyvoordeel door integratie van controle door COKZ en Skal bij bedrijven.
- Aantallen biologische zuivelbereiders is tijdens de projectperiode stabiel gebleven.

Kennis:

- Een onderwijscase is ontwikkeld, getest en wordt uitgevoerd (in universitair en HBO onderwijs).
- Nieuwe kennis ontwikkeld over combinaties van toegevoegde waarde strategieën (biologisch, boerderijbereiding, ambachtelijk en regionaal).
- Verwerking van schakelinformatie tot keteninformatie voor de maximalisatie van grondstofstromen en prestatie van de keten.
- Beschrijving van agribusiness systemen en productstromen alsmede het toetsen van innovatiekracht van ketens door opschaling van boerenkaassegment met productie en afzet van biologische kaas.
- Bepaling kennis en informatiebehoefte bereiders biologische kaas met betrekking tot bepaling synergie met boerenkaas.
- Kennisontwikkeling door vertaalslag marktinformatie, via informatievoorziening door de keten naar product/proces.
- Kennis over de borging van voedselveiligheid en kwaliteit bij (biologische) boerderij-zuivelbereiding.

Spin off:

- Het concept rond biologisch kaas kan verder versterkt worden bij integratie daarvan boerenkaas, vanwege de specifieke smaak daarvan door gebruik van ongepasteuriseerde melk.
- Gesprekken ontstaan tussen bereiders, handel en retail over de verkoop van biologische (boerderij) zuivelproducten.

- Positie verkregen voor biologische bereiders in de Bond van Zuivelbereiders en Stichting Kwaliteitszorg Boerderijzuivel.

Menugestuurde Biocatering				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-01.009	584.489	Jan. 2001	29	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Sodexho • Deli XL • Campina Foodservice • Zwanenberg Food Group • Bruyn Barendrecht • Bakkerij van Breggen • Gourmet • A&F BV • Wageningen-UR Bedrijfskunde 			
Doelstelling	<p>Groei realiseren van de 'biologische omzet' in de bedrijfscatering-keten op basis van onderbouwde strategieën op het gebied van logistiek en marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inzicht in de consumentenbehoeften gekoppeld aan het biologische product en cateringlocatie. • Een consumentgedreven assortimentskeuze op basis van formulebenadering per cateringlocaties. • Ketenstructuur opzetten om presentaties op de diverse gebieden inzichtelijk te maken, waardoor acties kunnen worden opgezet voor verdere groei van biologisch. • Communicatiestructuur in keten en naar catering managers om beslissingen t.a.v. biologisch optimaal te kunnen nemen. • Inzicht in de relatie tussen de levensfase (en daaraan gekoppeld de marktvrage) van het biologische product en de daaraan gerelateerde marketing en logistiek in de cateringketen. • Inzicht in de logistieke inrichting van de keten gekoppeld aan type locaties, type consument en type product(groep). • Een in praktijk haalbaar concept waarmee een samengesteld product biologisch genoemd mag worden. 			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Rapportage Fase 1: Inventarisatiefase. • Rapportage Fase 2: Ontwikkelingsfase. • Rapportage Fase 3: Pilotfase. • Rapportage 'De biologische catering consument. • Rapportage 'Biologische fijnkost-salades als onderdeel van de bedrijfscatering'. • 7 nieuwsbrief/vakbladen artikelen • Eindrapport. 			

Resultaten:

- Een menucyclus in de catering waarin dagelijks een biologisch menu aangeboden kan worden.
- Ontwikkeling van nieuwe biologische vleeswaren specifiek voor het cateringkanaal.
- Introductie van bekertjes en poly-verpakking biologische (karne-)melk, biologische salade
- Vergroting van de afzetmarkt door assortimentsoptimalisatie en -uitbreiding.
- Groei gerealiseerd van de biologische omzet in de bedrijfscatering-keten: stijging percentage biologisch in catering van 61% in 2003 en 56% in 2004 (omzetaandeel in 2004 1,02%).

Kennis:

- Ontwikkeling van een communicatie en marketingstrategie richting out-of-home consument.
- Indicatief sensorisch consumentenonderzoek naar biologische versproducten in de catering.
- Kennis over de logistieke inrichting van de keten, wat heeft geleid tot verbeterde logistieke samenwerking tussen de ketenpartijen en een specifiek introductieproces voor nieuwe producten.
- Kennis over de effectiviteit van verschillende vormen van promotie.
- Ontwikkeling van monitoringstructuur voor ketenprestaties, gericht op verdere optimalisatie.
- Methodiek voor consumentensegmentatie ten behoeve biologische catering.

Spin off:

- Skal heeft aangepaste regels t.a.v. biologische catering opgesteld.
- Het Bedrijfsrestaurant van de Toekomst is in voorbereiding (samenwerking tussen Sodexho en WUR/ A&F B.V.).
- Opleidingsmodule biologische catering voor m.n. catering- en locatiemanagers.

Verkoop en uitlevering biologische groenteabbonnementen via catering				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-01.010	401.689	Jan. 2002	20	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • ODIN • Sodexho • Wageningen UR Facilitair Bedrijf • A&F BV • Wageningen-UR Leerstoelgroep Sociologie van Consument en Huishouden 			
Doelstelling	<p>De doelstelling van dit project is bij te dragen aan een groei van de consumptie van biologische producten door te achterhalen in hoeverre de consument bereid is over te gaan tot de aankoop van (extra) biologische producten als deze 'dichterbij' worden aangeboden. Er zullen nieuwe 'EKO-trefpunten' worden ingericht bij cateringlocaties (werkplek). Op deze trefpunten wordt het product naar de consument gebracht in plaats van dat de consument speciaal naar het product toekomt..</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enkele deelvragen hierbij zijn: • Wat is de invloed hiervan op aankopen in natuurvoedingswinkels en speciaalzaken? • Wat is de invloed hiervan op de aankoop in de supermarkt? • Speelt het 'verrassingseffect' van het groenteabonnement een belangrijke rol? • Spelen cultuurverschillen in bedrijven hierbij een rol? 			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Tussenrapport 'Verkoop en uitlevering biologische Odin groenteabbonnementen via het cateringkanaal'. • Discussiestuk '...en hoe nu verder?'. • Rapportage 'Enquêteresultaten'. • Rapportage 'Consumentenonderzoek'. • Eindrapport Verkoop en uitlevering biologische groenteabbonnementen via catering 			

Resultaten:

- Structuur met nieuwe afzetkanalen en -punten op de werkplek van consumenten.
- Levering van groenteabbonnementen aan consumenten bij enkele grote ondernemingen.
- Uitbreiding van het aantal groenteabbonnementen met 600.
- Ontwikkeling van een marketing- en promotiehandleiding en promotiemateriaal.
- Ontwikkeling van een website en een online webwinkel.
- Doorontwikkeling, professionalisering en uitbreiding van het groenteabonnement, meer toegesneden op wensen consument. Het totale assortiment van Odin is hierop aangepast.

Kennis:

- Logistieke organisatie en inrichting bij landelijke fijndistributie van (biologische) versproducten.
- Methodeontwikkeling voor koppeling tussen interactieve website en logistieke organisatie.
- Kennis over het consumentengedrag op de werkplek.
- Kennis over de specifieke consumentenwensen ten aanzien van biologische groenteabbonnementen en de vertaling ervan in concepten.

Spin off:

- Aanpassing van het uiterlijk en de presentatie van de groenteabbonnementen.
- Groei van het aantal groenteabbonnementen van enkele honderden.
- Implementatie en doorontwikkeling van een webwinkel.

Bevordering productie, afzet en marktpositionering biologische sierteelproducten (BIOBLOEM)				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-01.011 ACB-02.020	45.378 (voorfase) 454.000	Mrt. 2002 Okt 2002	5 24	Afgerond Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Van Zanten Flowerconcepts BV (voorfase) • Eosta (voorfase) • A&F BV • PPO • Intergreen • Florganic • Pokon & Chrysal • Hoogeveen VOF • Retailorganisaties 			
Doelstelling	<p>Het wegnemen van knelpunten, grote onzekerheid over afzetmogelijkheden en prijs vorming en onduidelijkheid over de potentie van biologische sierteelproducten bij de consument, door het vormen van gesloten ketens. Door een betere afstemming en herkenbaarheid van biologische producten in alle schakels in de keten zullen de groeikansen groter zijn.</p> <p>Inzicht verwerven in de behoeften en koopmotieven van consumenten.</p> <p>Ontwikkelen van een geïntegreerd vermarktingconcept.</p> <p>Regelmatige groei realiseren in de afzet van biologische sierteelproducten (streven is verdubbeling afzet tegen eind project).</p> <p>Verruimen van het aangeboden assortiment biologische bloemen.</p> <p>Opzetten biologische sierteelt keten tot een aantrekkelijke partner voor supermarkten.</p> <p>Onderzoeken mogelijkheden voor houdbaarheidsverlenging.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Rapportage tweede half jaar 2003 • Eindrapportage • Een flink aantal artikelen in verschillende vak- en dagbladen, ook i.s.m. project Bioflora • Posterpresentatie op de Biofach • Open dag tijdens de rassenproef. 			

Resultaten:

- Toename van het areaal bloemen zowel in Nederland als in Frankrijk; Glasteelt Nederland: van 7000 m² in 2002 naar 23.000 m² in 2004 (in omschakeling); Buitenteelt Nederland: 5 ha in 2002, met 66% gegroeid in 2004 (incl. akkerbouwer met potentie voor verdere groei).
- Kostprijsanalyse van zomerbloemen.
- Ontwikkeling van voorbehandelingsmiddelen die geschikt zijn voor de biologische teelt en een aanvraag voor toelating bij Skal.
- Instructies voor teelt, kwaliteitbeheersing en houdbaarheid.
- Afzet via nieuwe afzetkanalen natuurvoedingswinkels, tankstations en buitenlandse supermarkten.

Kennis:

- Overzicht van cultivars die voor de biologische teelt geschikte eigenschappen hebben.
- Rekenmodel waarmee voor verschillende biologische teeltplannen onder een glas een gedetailleerde economische (voor)calculatie kan worden gemaakt.
- Factoren die een rol spelen bij het behouden/verbeteren van de kwaliteit van het product door de gehele keten heen, zoals bijv ethyleenconcentratie, rassenkeuze en behandelingsmiddelen.
- De voorkeuren en aankoopgewoontes van de consument.

Spin off:

- Toelating (voor drie jaar) van de ontwikkeling voorbehandelingsmiddelen.
- Nieuw leven gebracht in de opgeheven vereniging van biologische siertelers "Biosfeer".
- Voortzetting activiteiten in keten, in samenwerking met Bioflora, met uitzicht op verdere afzetgroei.

Appels van stand; de keten				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-02.012	268.065	maart 2003	16	Afgerond
ACB-04.042	80.578	juli 2004	6	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Coöperatieve vereniging Prisma • Vereniging van Biologische Producenten (VBP) • Rabobank Nederland • Platform Biologica • Handelsbedrijven (natuurvoedingwinkels, Odin, Jansen-Dongen, Vogelaar/Albert Heijn, boerenmarkt) • Louis Bolk Instituut • PPO-Fruit 			
Doelstelling	Een grotere afzet van biologische appels onder andere via het supermarktkanaal. Om de afzet via dit kanaal te verbeteren, wordt een tweesparenbeleid gevolgd. Enerzijds worden kwaliteitsverbeterende maatregelen opgesteld, anderzijds worden in gesprekken tussen ketenpartners afspraken gemaakt project is een keuze-instrument voor telers en handelaren voor prijsvorming en de meest passende afzetketen voor de appels. Daarnaast zullen in overleg met de ketenpartijen haalbare en controleerbare kwaliteitsparameters voor de keten worden opgesteld.			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Teelthandboek (één hoofdstuk heeft betrekking op de ervaringen uit het project). • Communicatieplan. • Appels met logo van het project (onderdeel communicatieplan). • Zeven nieuwsbrieven en diverse presentaties en artikelen. • Biologische appels en peren: teeltmaatregelen kwaliteitsfruit. • Ketenstijlen in de biologische appelsector. • Eindrapport 'Op weg naar een biologische appel van stand' 			

Resultaten:

- De kwaliteit van met name Elstar, Santana en Topaz in de teelt zowel als verder in de keten in kaart gebracht.
- Handboek teeltmaatregelen voor kwaliteitsfruit, met als gevolg toegenomen kwaliteitsbewustzijn en marktgerichtheid van fruittelers.
- Verbeterpunten voor de teelt en bewaring van de verschillende appelrassen.
- Het faciliteren van ketengesprekken, die vervolgens zijn overgenomen door het bedrijfsleven.
- Het verbinden van teelttechnisch onderzoek en voorlichting met ketenvraagstukken.
- Ondersteuning van de inmiddels sterk ingezette beweging naar nieuwe schurftresistente rassen.

Kennis:

- Vaststellen van kwaliteitseisen die worden gesteld aan de biologische appel.
- Kwaliteit en teeltresultaten van divers biologische appelrassen.
- Bepaling pluktijdstip en bewaarbaarheid nieuwe rassen (m.n. Topaz).
- Ketenstijlen in de biologische appelsector / indicatoren voor partnerkeuze in ketensamenwerking.
- Integratie van teelttechnische kennis met specifieke ketenkennis.
- Overzicht internationale ervaringen met nieuwe rassen.

Spin off:

- Verdere praktijkintroductie nieuwe schurftresistente rassen (Topaz en Santana), met sterke uitbreiding teeltareaal en afzet, door acceptatie door retail.
- Een winkelmonitoring van nieuwe rassen.
- Het verbinden teelttechnisch onderzoek en voorlichting met ketenvraagstukken.
- Het kwaliteitsbewustzijn en de marktgerichtheid van veel telers is toegenomen en de afnemers hebben beter zicht gekregen op de dagelijkse problemen van de telers en andersom.
- Oprichting van een telersvereniging ter bevordering van het vermarkten van de Rode Topaz.
- Ketenonderzoek naar kwaliteitsborging van Topaz in het natuurvoedingskanaal.

Haalbaarheid van het gebruik van biologische bijproducten in de voeding van biologische varkens				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-02.015	185.290	Okt. 2002	10	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • ABCTA • Biologische Varkenshouderij Eggink • Slachterij De Groene Weg • Platform Biologica/ Ketenmanagement Biologisch Varkensvlees • Praktijkonderzoek Veehouderij • A&F BV 			
Doelstelling	<p>Inzichtelijk maken van de beschikbare biologische nevenstromen. Duidelijkheid verkrijgen over de mogelijkheden van het gebruik van biologische bijproducten in de biologische varkenshouderij gericht op het verlagen van de kostprijs van het product. Het verzamelen van eerste gegevens/ cijfers (er zijn nauwelijks tot geen cijfers beschikbaar) over biologische bijproducten door het monitoren van de technische en economische resultaten en de slachtkwaliteit van biologische varkens, die rantsoenen verstrekt krijgen met (vochtrijke) biologische bijproducten. Deze resultaten zullen gespiegeld worden aan de resultaten van de BIOVAR-bedrijven.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Persbericht oproep voor biologische nevenstromen. • Aantal artikelen in vak- en dagbladen • Afstudeerrapport “Biologische bijproducten in de biologische varkenshouderij” • Rapport “Inventarisatie Biologische Bijstromen voor Biologische Varkenshouderij” • Rapport “Effect van voerstrategie op slachresultaten van biologische varkens” • Eindrapport “Haalbaarheid van het gebruik van biologische bijproducten in de voeding van biologische varkens” 			

Resultaten:

- Inventarisatie van de beschikbare nevenstromen en de geschiktheid en hun eventuele beschikbaarheid voor de biologische varkenssector.
- Toegenomen gebruik van biologische nevenstromen in de biologische varkenssector, met behoud van kwaliteit.
- Aanbevelingen over de voerstrategie (conclusies over het effect) en het effect op de slachresultaten van biologische vleesvarkensbedrijven.

Kennis:

- Factoren die van invloed zijn op de kwaliteit van biologisch varkensvlees, zoals voersamenstelling en raskeuze, maar ook het uitbetalingssysteem.
- Kennis over de mogelijkheden voor optimalisatie van de voerstrategie.

Spin off:

- Inzicht dat bedrijven die biologische nevenstromen produceren het beste via de marketingafdeling benaderd kunnen worden om deze stromen beschikbaar te laten komen voor de biologische varkenssector.

Biopaddestoelen				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-02.017	444.444	Jan. 2003	24	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Eosta • Banken Champignons • Fungi 2000 • Paddestoelen telers • Eko Twente • PPO-Paddestoelen • LEI 			
Doelstelling	<p>Het verbeteren en vergroten van de afzet en de biologische teelt van andere paddestoelen (zijnde niet-champignons) in Nederland, enerzijds door inzicht te verkrijgen in de afzetmogelijkheden en anderzijds oplossingen aan te dragen voor een aantal teelttechnische problemen. Hierbij komt aan de orde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marktonderzoek. • Ontwikkelen van nieuwe teeltsystemen. • Kosten: hoe de kosten van de teelt van andere paddestoelen kunnen worden beheerst. • Teeltoptimalisatie. 			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Rapportage Quick Scan Marketing • Rapportage Quick Scan teeltsystemen. • Rapport Consumentenonderzoek: Biologische andere paddestoelen • Eindrapport "Biologisch geteelde bijzondere paddestoelen" • Verslag Workshop "Afzet bijzondere paddestoelen" • Twee artikelen in vakbladen en een presentatie. 			

Resultaten:

- Introductie van 7 soorten biologisch geteelde bijzondere paddestoelen: amandelpaddestoelen, eryngii, gele oesterzwam, maitake, paarse ridderzwam, piopino en shii take.
- Op basis van consumentenonderzoek (smaak, uiterlijk) keuze voor soorten nieuwe paddestoelen kunnen maken met de beste verkooppotentie, waarbij de amandelpaddestoel op de beste consumentenwaardering kan rekenen.
- Aangegeven bereidheid van consumenten om voor bijzondere paddestoelen €3 per bakje te betalen en aangeeft de supermarkt het meest geëigende afzetkanaal te vinden.
- Meer producten uit de biologische paddestoelenteelt worden als biologisch product afgezet.

Kennis:

- Kennis over de optimalisatie van de teelt van bijzondere, biologische paddestoelen, met speciale aandacht voor het substraat, de teeltwijze en de bemesting. Dit voor 10 bijzondere paddestoelen: shii take, eryngii, piopino, maitake, cornucopiae, stropharia, lepista, blazei, hypsizygus en oesterzwam.
- De belangrijkste criteria van consumenten bij aanschaf: uiterlijk, versheid en smaak
- Toegenomen kennis over de teeltmogelijkheden en optimale teeltomstandigheden voor bijzondere biologische paddestoelen.
- Consumentenvoorkeuren t.a.v. smaak, uiterlijk en prijs.

Spin off:

- Deelnemende bedrijven hebben zich verenigd in een afzetloket voor biologisch geteelde bijzondere paddestoelen. Door het bijeen brengen van verschillende partijen, wordt een groter volume gecreëerd: aantrekkelijker voor de afnemer plus een kostprijsverlagend effect.
- Betrokkenheid van vrijwel de gehele handel in biologische paddestoelen.

Dynamische ketenscenario's voor biologische AGF				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-02.024	440.000	Febr. 2003	18	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Albert Heijn • Bakker Barendrecht BV • Holland Crop • LEI BV • Universiteit Nyenrode 			
Doelstelling	<p>Het ontwerpen en in de praktijk toetsen van een aantal dynamische ketenscenario's, die een antwoord geven op de vragen: Hoe ontwikkelt de consumentenvoorkeur voor biologische AGF zich in de komende vijf jaar? Dit d.m.v. een scenariobenadering en het uitwerken van implicaties voor de consument. Hierbij worden ingezet: literatuuronderzoek, diepte-interviews en consumentenexperimenten in groepsdiscussies en virtuele omgeving. Welke factoren zijn daarop van invloed en hoe kan de keten daarop anticiperen?</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Verslag Workshop Dynamische Ketenscenario's • Presentatie tijdens AKK-conferentie • Brochure "Ketenbenchmarking Biologische AGF via de supermarkt" • Brochure "Consumentenvoorkeur in 2015" • Tussenrapport "Toekomstscenario's 2015" • Verslag Workshop • Afstudeerrapportage "Inventarisatie biologische AGF keten, Albert Heijn, Bakker Barendrecht, Holland Crop. • Eindrapport "Dynamische ketenscenario's voor de biologische AGF" • Aantal artikelen 			

Resultaten:

- Een ketenbenchmarking Biologische AGF via de supermarkt, waarin Albert Heijn is gepositioneerd naast Waitrose Engeland, Migros Zwitserland en Coop Denemarken.
- Overzicht van de succesfactoren voor de afzet van biologische AGF: beschikbaarheid, betrouwbaarheid, responsiviteit, flexibiliteit, kosten en bedrijfsmiddelen.
- Twee ketenmarketingconcepten voor biologische AGF.
- Overzicht van het te verwachte consumentengedrag in 2015, waarbij gezondheid en veiligheid randvoorwaarden zijn en er voor biologische groente vooral kansen blijken te liggen op de aspecten smaak en gemak.
- In 2015 staat de consumptie van verse groente onder druk ten gunste van andere producten en zal de diversiteit in het koopgedrag toenemen.

Kennis:

- Verschillende strategieën rondom biologische (AGF)producten: focusstrategie, kwaliteitsstrategie en prijsstrategie, waaraan deze strategieën moeten voldoen om succesvol te kunnen zijn en hoe deze in de praktijk geïmplementeerd kunnen worden.
- Ontwikkelde methodiek om consumenten en hun gedrag rechtstreeks te betrekken bij de ontwikkeling van scenario's.
- Methodiek voor ontwikkeling en toepassing van toekomstvoorspellende technieken in consumentenonderzoek.
- Vier ontwikkelde toekomstscenario's (in een matrix van economische groei / krimp en veiligheid / onveiligheid) waarin de mogelijkheden en positionering van biologische producten richting de consument uitgetest worden.
- Analyse van ontwikkeling van de belangstelling van de consument in verse AGF-producten, zowel biologisch als niet-biologisch.

Spin off:

- Introductie van meer biologische AGF-producten in het assortiment, zoals bv. druiven.
- Het blijven behouden van aandacht voor de positie van biologische AGF in het assortiment ten tijde van krimp en recessie.
- Het formuleren van een lange termijn visie door de Albert Heijn-keten op AGF in het algemeen en biologische AGF in het bijzonder.

Regio-arrangementen voor biologisch varkensvlees				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-02.025	70.000 230.000	Jan. 2003 Sept. 2003	3 – 6 18 – 21	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Maatschap de Lange • Slagerij Kouwen • Akkerbouwer Kotterink • Staatsbosbeheer • Landschap Overijssel • Provincie Overijssel/ Stichting Stimuland • ABCTA • Vereniging Natuurmonumenten • IMAG • A&F BV 			
Doelstelling	Het vergroten van de afzet en productie van biologisch varkensvlees door nieuwe, niet standaard, samenwerkingsverbanden te creëren. Hierbij zal onderzocht worden welke potenties er zijn om met 'nieuwe' partijen (ANWB, Staatsbosbeheer, ..) afzetketens op te zetten, welke competenties aanwezig dienen te zijn, en hoe deze 'nieuwe' afzetketens organisaties ingericht dienen te worden, welke afspraken dienen gemaakt te worden en waar ligt de verantwoordelijkheid.			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Rapportage fase 1 Regio-arrangementen • Werkplan fase 2 • Rapport 'De Vechtdal Droom' • Rapport 'Het Vechtdal concept' • Communicatieplan • Het Vechtdal convenant • Rapport 'De Vechtdal transitie' • Aantal publicaties in verschillende kranten en vakbladen • Rapport 'Marketing Vechtdalproducten' • Rapport 'Huisvesting, Voeding en ras van het Vechtdal Varken' • Rapport 'Sensorisch Consumentenonderzoek Vechtdal Varkensvlees' • Afstudeerscriptie 'Plattelandstoerisme in het Overijsselse Vechtdal: Kansen voor arrangementen. • Eindrapport 'Vechtdalproducten, een puur stukje natuur'. 			

Resultaten:

- Oprichting van de ideële organisatie: Stichting Dianthus, die tot doel heeft het implementeren en instandhouden van een milieu-, natuur-, en diervriendelijk agrarisch productiesysteem in het Vechtdal en deze toegankelijk maken en houden voor burgers en toeristen.
- De ondertekening van het Vechtdal Convenant door deelnemende bedrijven en maatschappelijke organisaties.
- De ontwikkeling en de introductie van het concept biologisch Vechtdal varkensvlees
- Opschaling van de afzet van regionaal biologisch varkensvlees door verkoop bij slagers, supermarkt, restaurant en door middel van publieksarrangementen.
- Door de deelnemende slager (slagerij Haverkort Zwolle www.slagerijhaverkort.nl) worden per week 5 biologische Vechtdal varkens afgenomen.
- Introductie van biologisch Vechtdal varkensvlees bij restaurant de Agnietenberg in Zwolle (www.agnietenberg.nl).
- Drie ontwikkelde publieksarrangementen, culinair en recreatief.

Kennis:

- De sensorische beleving van het Vechtdal-varkensvlees bij de consument.
- Een marketingmodel voor regionale producten en lokale afzet.
- Mogelijkheden voor het uitbreiden van het (principe van het) Vechtdal-concept voor andere toegevoegde waarde producten, zoals rundvlees en zuivelproducten.
- De wijze waarop ketenpartijen en natuurorganisaties samen kunnen werken bij de stimulering en opschaling van biologische productie en afzet.
- Kennis over de integratie van lokale productie met directe afzet, recreatie en horeca.

Spin off:

- De samenwerking wordt voortgezet en er wordt gewerkt aan een commerciële organisatie, met een uitgebreide communicatiecampagne, met verdere opschaling.
- Uitbreiding van het aantal verkooppunten (slagers), waarbij begin 2005 een afzetgroei van 10 varkens per week verwacht worden, met een verdere groei daarna.
- Het aangaan van afspraken over prijzen in de keten.
- Uitvoering van verder marktonderzoek, productontwikkeling en certificering.

Biovarkensketen, kwaliteit, service en logistieke optimalisatie				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-02.026	610.000	jan. 2003	24	Afgerond
ACB-04.046	375.000	juli 2004	6	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Dumeco • Albert Heijn • De Groene Weg b.v. • A&F BV • ID Lelystad 			
Doelstelling	Doel is het door verbeterde ketenafstemming benutten van verschillen in houdbaarheid, zodat derving (afprijzen en afvalstromen) van biologisch varkensvlees wordt tegengegaan, de service en beschikbaarheid verbeterd en de kosten worden verlaagd. Op dit moment is de derving in de biologische keten veel hoger dan bij gangbare producten, door grotere variatie in kwaliteit en lagere omloopsnelheden. Dit heeft een hoge kostprijs tot gevolg, evenals een voorzichtig bestelbeleid vanuit de winkelfilialen. Door het opzetten van een Kwaliteitsgerichte Tracking & Tracing (KTT) wil men de derving reduceren – bij voorkeur minimaal halveren – de ketenorganisatie en logistiek optimaliseren en de service en beschikbaarheid verhogen. Door te werken met differentiatie in de houdbaarheid kan de logistiek en organisatie geoptimaliseerd worden. Producten met een relatief lange houdbaarheid kunnen zo worden afgezet richting filialen met een relatief lagere omloopsnelheid.			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Rapportage inventarisatie fase 1. • Eindrapportage BIO-VARKEN BIO-VARKENS- KetEN, kwaliteit, service en logistieke optimalisatie, fase 1&2 • Presentaties voor stuurgroepbijeenkomsten en het bedrijfsleven • Web applicatie voor de bedrijven om simulaties uit te voeren. 			

Resultaten:

- Systeem voor de voorspelling van de houdbaarheid van biologisch varkensvlees.
- Verlenging van de houdbaarheid van het product biologisch varkensvlees met één dag en dit lijkt een verlaging van de derving van 20% tot gevolg te hebben. Bij een landelijke omzet in 2004 van €13,2 miljoen (excl. vleeswaren) zou dit een besparing van €2,5 miljoen betekenen.
- Systematiek ontwikkeld met centrale rol voor winkelpersoneel waarmee de aandacht voor het product in de schappen wordt vergroot, met als gevolg een verlaging van het selectieve gedrag van de consument van 80% naar 22%.
- Aanpassing en differentiatie in het logistieke en bestelsysteem, waardoor de beschikbaarheid van biologisch varkensvlees en de servicegraad toenemen. Dit doordat producten met een langere houdbaarheid worden aangeboden in winkels met een wat lagere omloopsnelheid. Door de lagere derving durven meer winkels meer te bestellen.

Kennis:

- Het matchen van houdbaarheden van producten aan omloopsnelheden van filialen.
- De invloed van houdbaarheid en het selectieve gedrag van consumenten op de derving.
- Systeem van kwaliteitsgerichte tracing & tracking (KTT) (Simulatiemodel).
- Ontwikkeling van een houdbaarheidsapplicatie (sturing op TGTM-code) waarmee aan de hand van ketencondities bepaald kan worden wat de maximale houdbaarheid is.
- De ontwikkeling van een kwaliteitsverloopmodel voor twee biologische varkensvleesproducten.
- De ontwikkeling van een scenario voor schapmanagement met het FEFO-concept, waarbij via First Expires, First Out gestuurd kan worden in het selectieve gedrag van consumenten.
- Een analyseren van (het proces in) de gehele biologische varkensvleesketen.

Spin off:

- Samenwerking tussen De Groene Weg, Dumeco en Albert Heijn voor biologisch varkensvlees wordt minimaal tot 2007 voortgezet.
- De toepassing van sturing op TGTM-code.
- De introductie van het FEFO-concept in de praktijk.

Borging veiligheid biologisch varkensvlees				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-02.027	584.444	januari 2003	24	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Dumeco • Albert Heijn • De Groene Weg b.v. • ID Lelystad • Praktijkonderzoek Veehouderij 			
Doelstelling	<p>Een van de welzijnsverhogende maatregelen binnen de biologische varkenshouderij is de mogelijkheid tot uitloop voor de varkens. Hiermee wordt de blootstelling aan diverse micro-organismen verhoogd. Dit probleem speelt niet in de gangbare houderij, er is hier geen uitloop. Een van de micro-organismen waarmee rekening gehouden dient te worden betreft, Toxoplasma gondii. Momenteel ontbreekt het aan geschikte instrumenten om het besmettingsniveau van varkensbedrijven te monitoren. In dit project wordt gewerkt aan het ontwerpen van een geschikte testprocedure voor het meten van het gevaar toxoplasma in slachtbloed van varkens. Tevens wordt een beheersingssystematiek ontworpen voor de primaire bedrijven en de vleesverwerkende bedrijven in de keten.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Literatuur studie naar de detectie van Toxoplasma gondii antistoffen in het varken. • Risicoanalyse Toxoplasma voor de biologische varkenshouderij bedrijven. • Rapport "Biologisch, soms helemaal niet logisch" (vertrouwelijk) • Artikel in NJAS-Wageningen Journal of Life Sciences • Poster presentatie Risk analysis for toxoplasma infection in pigs • Eindrapport Borging veiligheid biologisch varkensvlees 			

Resultaten:

- Een beheersingssystematiek – op basis van HACCP-systematiek – voor primaire en vleesverwerkende bedrijven.
- Een testmethode om toxoplasmose te analyseren en te reduceren (competitie ELISA). De ontwikkelde testmethode met het Biacore-systeem bleek minder gevoelig te zijn.
- Analyse van de risicofactoren die resulteren in de reductie van de toxoplasmose besmetting van 50%, op basis van een ontwikkeld monitoringsysteem.

Kennis:

- Literatuur studie naar de detectie van Toxoplasma gondii antistoffen in het varken.
- Artikel in het NJAS-Wageningen Journal of Life Sciences volume 52, december 2004.
- Twee testmethoden, op basis van competitie ELISA en Biacore-systeem.
- Ketenzorg en risico management gericht op beheersing van risico's voor de consument.

Spin-off

- CBL en Biologica hebben afspraken gemaakt hoe te handelen bij calamiteiten.
- Startende samenwerking tussen ASG en RIVM voor het verder ontwikkelen van de testmethode.
- Aanzet communicatieplan voor consument door Albert Heijn.
- Andere ketens hebben belangstelling getoond voor de ontwikkelde testmethode.
- Continuering samenwerking, tussen Albert Heijn en de Groene Weg/Dumeco.

Twee weten meer dan één				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-03.033	200.000	September 2003	16	In uitvoering
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • LTO • Biologica • Stichting Agro Keten Kennis • LEI • PPO • Wageningen Business School 			
Doelstelling	Om 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. 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.			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Tussenrapport fase 1 - 2 'Twee weten meer dan één' • Bijlagen tussenrapport fase 1 – 2 'Twee weten meer dan één' • Eindrapport 'Twee weten meer dan één' (in afronding) • Opzet van ketenkenniskaarten. • Opzet/ format workshops ketenkennis voor retail, verwerkers en cateraars. • Biologisch onderzoeksbericht internationale ontwikkelingen. 			

Resultaten:

- Vier flyers met keteninformatie voor bedrijven: Samenwerking, Consument, Ketenbeheersing en Kwaliteit en Leren van het Buitenland.
- Een biologisch onderzoeksbericht over Europese markten.
- Twee workshops tijdens AKK-conferentie en een ketencafé met informatiestands.
- Bijdrage aan discussies over buitenlandse ervaringen tijdens IBL-congres.
- Workshop ketensamenwerking tijdens BIOM-dagen (vollegrondsgroentetelers).
- Een format voor workshop over ketenkennis voor retail, verwerkers en cateraars.
- Overzicht ontwikkelde ketenkennis.
- Formats en schriftelijk materiaal voor het bedrijfsleven.

Kennis:

- Inventarisatie van kennisbehoeften van bedrijven.
- Een matching van kennisbehoeften en kennisaanbod.
- Procesanalyse rapport Kraamkamer van Duurzaamheid.
- Workshop Lerende Onderzoekers

Spin off:

- Discussie over kennisvragen en -behoeften in project mede aanleiding geweest/ input geboden voor vernieuwde opzet biologisch kennisnetwerk.
- De discussies over kennisbehoeften bedrijfsleven en de aansluiting bij onderzoeksresultaten heeft mede aan de basis gestaan van de vernieuwing van het Kennisnetwerk Biologische sector.

Verwaardig biologisch rundvlees door ketensamenwerking				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-03.035	164.444	September 2003	15	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • De Groene Weg • Natuurweide • Dumeco Retail • Praktijkonderzoek Veehouderij • LEI • Praktijkbedrijf Aver Heino 			
Doelstelling	<p>Het project wil een bijdrage leveren aan het vergroten van het aandeel Nederlands biologisch rundvlees in de supermarkten. Het project wil dit bereiken door een inventarisatie te maken van de huidige vraag en aanbod van biologisch rundvlees. Op basis van dit inzicht zullen er afmest strategieën uitgewerkt worden om de gevraagde kwaliteit te kunnen leveren en worden er trainingen ontwikkeld voor melkveehouders om meer kennis te krijgen over de potentiële geschiktheid van de dieren en het juiste moment van afleveren.</p> <p>Om de concurrentiepositie ten opzichte van buitenlands rundvlees te versterken zal ook nagegaan worden hoe het vlees optimaal verwaard kan worden (vierkantsverwaardig), en zal gewerkt worden aan het verbeteren van de (keten)samenwerking door de communicatie, transparantie, en het vertrouwen, in de keten te vergroten.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Artikel Agri Holland; 'Verwaardig biologisch rundvlees technisch en economisch goed mogelijk' • Workshop: koeien afmesten kan lonen • Folder: biologisch rundvlees vraag en aanbod in evenwicht • Inventarisatie vleesconsumptie en consumentenprofielen • Eindrapport "Biologisch rundvlees: vraag en aanbod in evenwicht." 			

Resultaten:

- Analyse van de markt van biologisch rundvlees en van de mogelijkheden van afzet van Nederlands vlees, met als conclusie dat vraag en aanbod (kwaliteit en hoeveelheid) niet op elkaar zijn afgestemd.
- Aanbevelingen aan veehouders voor betere classificatie van koeien (ras, afmeststrategie).
- Betere classificatie kan leiden tot een verbetering van de opbrengstprijzen van de primaire sector met 232 euro per rund (ongeveer 10%).

Kennis:

- Een classificatiemethode is ontwikkeld hoe de bedrijfsvoering kan worden aangepast op de gewenste kwaliteit: raskeuze, aflevermomenten en afmeststrategieën.
- Rekenmodel ter bepaling van optimale afmeststrategie.
- Inventarisatie hoe vraag en aanbod bij elkaar gebracht kunnen worden.

Spin-off:

- bijeenkomsten met biologische melkveehouders "Koeien afmesten kan lonen" om de systematiek uit te leggen.
- Er is een folder gemaakt voor veehouders 'Biologisch rundvlees vraag en aanbod in evenwicht'.

Marketingconcepten voor huisverkoop van biologisch vlees				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-03.039	150.000	Oktober 2003	15	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Natuurweide • Biologica • NLTO • De Groene Weg • Slachthuis Zuidbroek • LEI • A&F B.V. 			
Doelstelling	Een betere afstemming van concepten voor huisverkoop vergroot de herkenbaarheid en draagt bij aan meer consumptie van biologisch vlees. In het project wordt een overzicht aan haalbare concepten ontwikkeld en beoordeeld op voor- en nadelen. Op basis daarvan worden twee marketingconcepten gekozen en getest in de praktijk. Dit mondt uit in een landelijk concept voor huisverkoop van biologisch vlees en implementatie bij 50 tot 100 bedrijven. Er wordt daarvoor een handboek ontwikkeld, waarin de huisverkopers en slachterijen praktische handvatten krijgen aangereikt. Het project wil daarmee bijdrage aan een hogere organisatiegraad bij huisverkoop.			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Artikel Ekoland 10-2004: 'huisverkoop vlees' • Eindrapport "Marketingconcepten voor huisverkoop van biologisch vlees" • Handboek Huisverkoop 			

Resultaten:

- Een handboek Huisverkoop Biologisch Vlees, een praktisch middel om de huisverkoop bij het primaire bedrijf te stimuleren en te professionaliseren.
- De ontwikkeling van een landelijk concept voor de huisverkoop van biologisch vlees.
- Een inventarisatie van wet- en regelgeving rondom huisverkoop.

Kennis:

- Inventarisatie en validatie kritische succesfactoren voor huisverkoop gebaseerd op de 4p's.
- Een economische haalbaarheidsstudie naar de huisverkoop van biologisch vlees.
- Validatie van het rekenmodel KoReMo.
- Inventarisatie van de mogelijkheden om wetgeving te combineren.

Spin off

- Brede verspreiding in en acceptatie door de sector, met medewerking van Biologica en De Natuurweide.
- Eerste aanzet tot een landelijke (collectieve) aanpak van huisverkoop van biologisch vlees.
- Het concept wordt/is toegepast bij 100 bedrijven.

Koepelproject kennisontwikkeling streekgebonden productie en vermarkting				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-03.045	199.780,-	Oktober 2003	15	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • SPN • LTO Nederland Vakgroep Verbrede Landbouw • LEI • Wageningen UR, Rurale Sociologie 			
Doelstelling	<p>Een impuls geven aan de verdere professionalisering en ontwikkeling van de sector. Het project is gericht op de kennisontwikkeling over streekgebonden productie en afzet. Het uitgangspunt hierbij is dat dit project bestaande initiatieven verder dient te helpen middels tastbare en concrete producten (begeleiding, verkenningen, experimenten). Het project dient aan te sluiten bij de specifieke kennisvragen en problemen die er leven in het veld, bij regionale handelsorganisaties en producenten. Het project dient ondernemers te ondersteunen bij de reflectie op te gekozen koers en te helpen bij het maken van goed onderbouwde beslissingen. Daarnaast worden de ervaringen die gedurende de afgelopen jaren zijn opgedaan systematisch in kaart gebracht en toegankelijk gemaakt voor anderen.</p> <p>Tevens dient het project een impuls te zijn voor de ontwikkeling van concreet plan en netwerk (koepelprogramma) voor de verdere stimulering van streekgebonden productie en afzet, gebruikmakend van de kennis en expertise die is opgedaan met dit koepelproject.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Verslag van de eerste workshop • Quick Scan “Koepelproject kennisontwikkeling streekgebonden productie en vermarkting” • Notitie “Afzetmogelijkheden voor streekproducten en voorwaarden die gesteld worden door vier type afzetkanalen” • Eindrapport Biologische streekproducten “Kennisontwikkeling Streekgebonden Productie en Vermarkting”. 			

Resultaten:

- Een quick scan van de huidige situatie en ontwikkelingspotentieel van streekproducten.
- Er is een viertal marketingconcepten ontwikkeld: Streek in het Schap (supermarkten), Van het Gulle Land (natuurvoedingskanaal), Proef de Streek (horeca, recreatie), Shop-in-Shop (diverse afzetkanalen).
- Het concept ‘Van het Gulle Land’ (100% biologisch) wordt door Natudis geïmplementeerd.
- Uitbreiding van het aantal Nederlandse (biologische) streekproducten. Er zijn in Nederland inmiddels ongeveer 3000 aanbieders van streekproducten actief met een geschatte omzet van 90 miljoen euro per jaar. Ruim 25% van alle streekproducten is biologisch.

Kennis:

- Een analyse van de kansen van (biologische) streekproducten in de verschillende afzetkanalen.
- Een internationale en interregionale benchmarking van streekproducten en andere duurzaamheidsconcepten.
- Een analyse van de synergie-effecten tussen biologische en streekproducten.
- Modelmatige berekening van transportbesparing en milieubelasting bij de distributie van streekproducten.

Spin off:

- Praktijkimplementatie van de vier marketingconcepten met marktpartijen en maatschappelijke organisaties.
- Toegenomen samenwerking tussen de diverse initiatieven voor streekproducten.
- Samenwerking en afstemming met andere organisaties, zoals VVV's, Euro Toques, Slow Food Nederland.
- Voorbereidingen voor de vorming van een Task Force Marktontwikkeling Streekproducten voor opschaling afzet streekproducten.

Biologische Groente met meer waarde				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-03.030	215.500,-	December 2003	13	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Eosta BV • Biologische kwekerij De Koning • Udea • Delhaize • PPO-Glastuinbouw • A&F B.V. 			
Doelstelling	<p>Het project beoogt een herkenbaar biologisch concept te ontwikkelen, middels de creatie van een eigen niche. Dit onderscheiden concept moet ruimte bieden voor extra 'meer waarde'. Er worden vernieuwde producten ontwikkeld, op basis van andere bijzondere rassen voor tomaat en komkommer. Deze producten zullen zich moeten onderscheiden op een betere en unieke smaak en een bijzonder en aantrekkelijk uiterlijk, zodat het product niet met gangbare varianten is te vergelijken. Tevens wordt de productpresentatie, zoals verpakking, ontwikkeld.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Artikel groenten en fruit, week 37 2004: Eeuwenoude tomaten aan vergetelheid onttrokken • Artikel nieuwsbrief Biokas maart 2004, nr 7: 'groenten met meerwaarde' • Artikel Algemeen dagblad 1 april 2004: 'Sexy groenten op tuinbouwdag' • Abstract wetenschappelijk sensorisch congres, 6th Rosemary Pangborn Sensory Science Symposium • Rapport: natuurwinkeltest tomaat en komkommer 'groenten met meerwaarde' • Rapport: rassenselectie en gebruikswaarde onderzoek • Rapport: Experimenteel consumenten onderzoek • Eindrapport: Biologische groenten met MeerWaarde 			

Resultaten:

- Smaakprofielen voor de keuze van bijzondere tomaten- en komkommerrassen op basis van consumentenonderzoek.
- De introductie van het productconcept (Wild Wonders) met tomaten en komkommers in België, Nederland en Engeland. Supermarkt en natuurvoedingswinkel.
- De verkoop van tomaten in natuurvoedingskanaal met 30% toegenomen.
- De omzet en het areaal van bijzondere tomaten en komkommers is toegenomen met 40%.
- Een inventarisatie van bruikbare verpakkingen voor biologische producten.

Kennis:

- Onderzoek naar de gebruikswaarde van authentieke rassen (rassenselectie).
- Teelt- en kwaliteitsonderzoek authentieke tomaten- en komkommerrassen.
- Een integratie van kwaliteit- en smaakonderzoek.
- Ontwikkeling van een checklijst voor verkoop van biologische groente met meerwaarde.
- Een nieuwe methode ontwikkelt en toegepast voor experimenteel consumentenonderzoek.

Spin off:

- Tomatenconcept 'Wild Wonders' is genomineerd voor de Britse Retailprijs 2004.
- Inmiddels zijn tenminste drie ketens aan de slag met de biologische groente met meerwaarde.
- Concept 'Wild Wonders' wordt met andere producten en partijen verder ontwikkeld.

Keten Informatie Systeem voor de biologische sector				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-03.034	447.000,-	December 2003	13	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • SKAL • Vereniging Biologische Productiebedrijven • Vakgroep Biologische Landbouw LTO / Biologica • WING / LEI • A&F B.V. 			
Doelstelling	Doel van het project is het leveren van een bijdrage aan de groei en het imago van de biologische sector, met behulp van een optimaal keteninformatiesysteem dat de controle en traceerbaarheid van biologische producten verbetert. Er wordt daarnaast ook gekeken naar de andere voordelen die een informatiesysteem kan opleveren zoals het opstellen van bedrijfsvergelijkingen – opbrengstverhoging en kostenverlaging door van elkaar te leren – en vermindering van de administratieve lasten. Er zal daarvoor zoveel mogelijk gebruik gemaakt worden van bestaande systemen en werkwijzen. Voor de bedrijven kan middels het te ontwikkelen systeem voldaan gaan worden aan de aanvullende eisen in de General Food Law die per 2005 worden gesteld aan met name traceerbaarheid.			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Eindrapport “Mogelijkheden voor het optimaliseren van informatiestromen in de biologische sector” • Visie “Biologisch Zichtbaar” 			

Resultaten:

- Inventarisatie van bestaande keteninformatiesystemen en de blauwdruk van een keteninformatiesysteem voor de biologische sector.
- Inventarisatie mogelijkheden optimalisatie van informatiestromen in twee pilots in de AGF- en de diervoederketen.
- Inventarisatie van taken, rollen en verantwoordelijkheden bedrijven, sectororganisaties en Skal rondom informatie en borging.
- Een gezamenlijke visie van biologische sectororganisaties ten aanzien van optimale informatiestromen in de biologische sector.

Kennis:

- Analyse van geschiktheid verschillende keteninformatiesystemen voor de biologische sector.
- Validatie van de methode FoodPrint voor keteninformatiesystemen.

Spin off:

- Afspraken over taken, rollen en verantwoordelijkheden bedrijven, sectororganisaties en Skal rondom informatie en borging.
- Gesprekken over vervolgactiviteiten rondom informatiesystemen en borging.

Markttontwikkeling biologische (vers)producten in de bedrijfscateringketen				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-03.040	358.889,-	December 2003	13	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Sodexho Nederland BV • Deli XL • Odenwald Eko brood en banket • Offerman Foodservice • A&F B.V. • WUR Leerstoelgroep Bedrijfskunde 			
Doelstelling	<p>Doelstelling is het opschalen van het aandeel biologische kaas, vleeswaren en snacks in het cateringkanaal. Dit wordt in eerste instantie uitgevoerd bij 30 locatiebedrijven van cateraar Sodexho, waar de aandelen van deze productgroepen tot ongeveer 5% van het totale aandeel zullen groeien. Voor de ontwikkeling en keuze voor specifieke producten binnen de genoemde productgroepen wordt gekeken naar daadwerkelijke consumenten-voorkeuren en –gedrag. Daarvoor worden vernieuwende observatietechnieken ingezet, specifiek gericht op de cateringconsument. Er wordt een nieuwe marketingmix ontwikkeld, waarbij onderzocht wordt welke ondersteuning middels met name promotie zinvol is.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Eindrapport Markttontwikkeling Biologische (vers)producten in de bedrijfscateringketen 			

Resultaten:

- Toegenomen afzet van biologische producten in de Sodexho-keten met 56% in 2004 (omzetaandeel in 2004 1,02%).
- Introductie van nieuwe en verbeterde biologische producten: gesneden kaas, ham, overige vleeswaren en snacks (pizzapunt en worstenbroodje).
- Inzicht in aankoopgedrag van individuele consumenten en in de wijze waarop consumenten in de bedrijfscatering hun broodbeleg beoordelen qua prijs, uiterlijk en smaak als gevolg van de introductie van biologische producten.
- Analyse, beschrijving en evaluatie van de promotieprocessen in de cateringketen (algemeen en biologisch).
- Aanbevelingen voor promotievorm en –inhoud rondom biologische producten in de cateringketen.

Kennis:

- Aankoopgedrag en beoordeling van individuele consumenten binnen de catering.
- Sensorisch consumentenonderzoek naar waardering en smaakeigenschappen van biologische kaas en vleeswaren.
- Verschillen tussen de twee introductiestrategieën in samenhang met locaties en de wijze waarop het oordeel en het koopgedrag van consumenten veranderen over een bepaalde testperiode.
- Verandering in omzet op locatieniveau in relatie tot elke van de gedragsvariabelen verkregen via vragenlijst, interview en concreet gedrag.

Spin off:

- Het Bedrijfsrestaurant van de Toekomst is in voorbereiding (samenwerking tussen Sodexho en WUR/A&F B.V.).
- Opleidingsmodule biologische catering voor m.n. catering- en locatiemanagers.
- Verdere ontwikkeling van producten voor de cateringketen.

Ketenmarketing succesvolle introductie biologische product				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-04.041	153.333,-	juni 2004	7	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Biologisch Landbouwbedrijf De Terp • Albert Heijn BV • Sakata Seed Europe BV • LEI • EFMI 			
Doelstelling	<p>Doel van het project is om nieuwe biologische consumenten te bereiken met een vernieuwend biologisch product. De introductie van kansrijke innovatieve producten wordt door de keten gezamenlijk opgepakt via een integrale ketenmarketing. Alle schakels in de keten worden betrokken bij de afstemming van het nieuwe product op de wensen van de consument. Een product met een duidelijke meerwaarde voor de consument. Er wordt onderzoek verricht naar de mogelijkheden en de te ondernemen stappen voor integrale ketenmarketing en deze methodiek wordt vervolgens in de praktijk getest. Dit gebeurt aan de hand van de concrete case van gevulde minipompen. Dit combinatie product zal kant-en-klaar aan de consument worden aangeboden, voor bereiding in de magnetron. Bij de positionering zal het seizoenskarakter en de oriëntaalse oorsprong benadrukt worden, inspelend op het verrassingselement en het bereiken van allochtone bevolkingsgroepen. De verkoop van biologische pompen zal daarmee gestimuleerd worden.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Stappenplan aanpak en organisatie integrale (biologisch) ketenmarketing (GRIP) • Workshop consumenten: gevulde minipompen • Ketenworkshop stakeholders • Eindrapport "Ketenmarketing voor succesvolle introductie van een vernieuwend biologisch product" 			

Resultaten:

- Ontwikkeling en introductie van een minipompen (raskeuze, gebruikswaarde en teelt).
- Vijf hectare minipompen zijn geteeld en verkocht.
- Inzicht in de verdere mogelijkheden van biologische samengestelde producten: voedselveiligheid, positionering en smaak.
- GRIP meting: stappenplan voor introductie innovatieve producten in retailhandel.

Kennis:

- Consumentenwensen en -eisen met betrekking tot biologische samengestelde (o.a.. gevulde producten).
- Analyse van voedselveiligheidsaspecten bij biologische gevulde groenten, waaruit blijkt dat dit geen belemmering hoeft te vormen.
- De ontwikkeling van de GRIP meting, als basis voor een stappenplan bij productintroductie.

Spin-off:

- Biologische paprikatelers willen een samengesteld product gaan ontwikkelen en in de markt zetten.
- In 2005 gaat een supermarkt een pilot opstarten met de gevulde minipompen.

Beelden van Biologische Kwaliteit				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-04.044	100.000,-	September 2004	4	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • De Natuurwinkel Organisatie (NWO) • Eosta BV • BLGG • Tuinbouwbedrijf Gebroeders Verbeek • PPO • Louis Bolk Instituut • LEI 			
Doelstelling	<p>Het versterken van de meerwaarde van biologische producten en de beleving door de consument. Daarvoor wordt gezocht naar mogelijkheden de positieve associaties te benadrukken. Het project richt zich op de kwaliteit van biologische producten en op de mogelijkheden dit via Beelden Vormende Methoden naar de consument te visualiseren en communiceren. Doel is na te gaan of deze methoden benut kunnen worden als marketingtool, welke methode het meest geschikt is en hoe hierover te communiceren.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Tussenrapport "Analyse en beelden van grond, blad en vrucht bij tomaat" • Tussenrapport "Beelden van chroma's" • Rapport Consumentenperceptie bij biologische beelden! • Eindrapport "Beelden van Biologische Kwaliteit" 			

Resultaten:

- De conclusie dat beeldenvormende methoden een rol kunnen spelen in de marketing van biologische AGF-producten.
- Aanwijzingen dat de beelden uit beeldenvormende methoden vooral aanslaan bij geïnteresseerde 'light users' in het natuurvoedingskanaal.
- Toepassing van beeldenvormende methoden bij de beoordeling van productkwaliteit, naast de reeds bestaande toepassing bij de beoordeling van bodemkwaliteit.

Kennis:

- Inventarisatie van bestaande beeldenvormende methoden en een beoordeling van (de werking van) twee methoden: kristallisatiemethode en chroma's, waarbij de kristallisatiemethode beter in staat is een onderscheid aan te tonen.
- Analyses en beelden van grond, blad en vrucht bij tomaat op basis van praktijksituaties.
- Inventarisatie en analyse van de wijze waarop consumenten aankijken tegen de Beelden Vormende Methoden bij kwaliteitsbeleving.
- Aanwijzingen voor verbanden tussen kristallis.beelden en enkele gangbare kwaliteitsparameters van producten.

Spin-off:

- Intentie van deelnemende partijen om een vervolg te geven aan het project.
- Beelden en aanvullende gegevens van de vijf deelnemende biologische tomatentelers zullen dit via het Nature&More concept communiceren met consumenten.
- Udea gebruikt kristallis.beelden met bijbehorende toelichting voor promotiemateriaal in natuurvoedingswinkels.

Kennisdoorwerking co-innovatie biologische afzetketens				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-04.047	60.000	1 oktober 2004	6	In uitvoering
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • PPO • A&F B.V. • LEI 			
Doelstelling	<p>• Een brede en toegankelijke verspreiding van kennis, ervaringen en resultaten van het co-innovatieprogramma en het geven van een 'state-of the-art' overzicht van ketenkennis in de biologische afzetketens als publieke verantwoording van het programma. Dit middels een brochure met aansprekende resultaten en ervaringen van projecten en het programma.</p>			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Brochure (in voorbereiding; oplage is 1750) • Persbericht 		<ul style="list-style-type: none"> • Inlegvel magazine, oplage 5000 • Artikel Ekoland en interview Biofoodmagazine 	

Vers van het Land (alleen voorfase)				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-01.001		maart 2001	6	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • WLTO • Iquip Informatica bv • A&F B.V. 			
Doelstelling	Het aanbieden van herkenbare biologische producten (op termijn uit te breiden met andere duurzame producten) aan consumenten via internet en fijnmazige distributie, te beginnen met de pilot Amsterdam. Nevendoelstelling is het meer in contact brengen van agrarisch producenten en consumenten.			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Korte rapportage 'Vers van het Land' 			

Het project betrof een voorfase project, met een beperkte looptijd en budget, waarin de haalbaarheid van het projectidee en het draagvlak in de keten is verkend. Dit met de bedoeling om een definitief project te ontwikkelen. Na de voorfase is het project echter stopgezet, omdat bleek dat er in de keten onvoldoende commitment en draagvlak voor was te krijgen. Waarschijnlijk was het nog niet de juiste tijd voor een dergelijk project. Daarnaast was het project ook erg ambitieus van opzet en was het een te grote stap om ineens in één project te zetten: directe levering van producten van en binding tussen producent en consument, de ontwikkeling van een internetsite en de ontwikkeling van een bijbehorend fijnmazig logistiek systeem. Conclusie is dat het anders dan verwacht niet eenvoudig is om afzet van biologische producten via internet tot een succes te maken. Dit hangt overigens niet alleen samen met biologische producten. Ook de meeste webwinkels van gangbare producten komen niet daadwerkelijk van de grond.

Duurzame biologische voedselketen (alleen voorfase)				
Projectnummer	Begroting (euro)	Startdatum	Looptijd (mnd.)	Status
ACB-01.002		Juli 2001	6	Afgerond
Betrokken organisaties	<ul style="list-style-type: none"> • Wehkamp • Green Smiles • LEI • AVACON • Stichting TrendBreuk i.o. 			
Doelstelling	De mogelijkheid onderzoeken het assortiment voedingsmiddelen via posterorder en internet (via Wehkamp en op de Wehkamp -site) uit te breiden met Biologische voedingsmiddelen. Hierbij zal moeten worden bepaald wat het juiste assortiment is hoe de productie en distributie en keten het meest optimaal georganiseerd kan worden. Daarnaast zal men een aantal extra criteria zoals, sociale, ethische en energetische, aan het biologische concept toevoegen en inventariseren hoe deze criteria geoperationaliseerd kunnen worden in de productie en distributieketen.			
Output	<ul style="list-style-type: none"> • Korte rapportage (nog op te stellen) 			

Het project betrof een voorfase project, met een beperkte looptijd en budget, waarin de haalbaarheid van het projectidee en het draagvlak in de keten is verkend. Dit met de bedoeling om een definitief project te ontwikkelen. Na de voorfase is het project echter stopgezet vanwege onvoldoende commitment en draagvlak in de keten. Dit vanwege verschil in verwachtingen en miscommunicatie tussen de verschillende betrokken organisaties en bedrijven. Wehkamp heeft mede naar aanleiding van het voorfase-project de biologische activiteiten via postorder (bestelling van droge kruidenierswaren via internet en conventioneel) in beperkte mate doorgevoerd. Deze activiteiten zijn inmiddels - voorlopig - stopgezet. Conclusie is dat het anders dan verwacht niet eenvoudig is om afzet van biologische producten via internet tot een succes te maken. Dit hangt overigens niet alleen samen met biologische producten. Ook de meeste webwinkels van gangbare producten komen niet daadwerkelijk van de grond.