duiding

10e editie Innovatiecampagne

duiding

"Een laureaat van de Innovatiecampagne is niet tevreden met de dingen zoals ze zijn"

11 APRIL 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:54



Zoals de 100ste editie van de Ronde van Vlaanderen een verdiende winnaar op de erelijst kreeg zo zal ook de tiende editie van de Innovatiecampagne ongetwijfeld waardige laureaten opleveren. Hoewel de instapdrempel laag ligt – “alle innovatieve ideeën en projecten van landbouwers” –, is de kwaliteit van de inzendingen keer op keer hoog. Of wat dacht je van een varkenshouder die een nieuw type mestscheider bedacht, een collega die met probiotica de varkensstapel gezond houdt en een konijnenhouder die een nieuw stalsysteem voor parkkonijnen bedacht én ontwikkelde. Dit zijn zo maar drie voorbeelden uit de jongste campagne van 2014. En wie ons ervan verdenkt de drie besten te kiezen, wijzen we graag op het idee om algen te telen in een oude tomatenserre, stadslandbouw te koppelen aan vegetarische catering en iedere boom in een boomkwekerij van een QR-code te voorzien. Meer inspiratie nodig? Dan blikken we terug op nog meer ideeën en projecten die zich in al die jaren onderscheiden hebben en doorspekken we ze met inspirerende spreuken. Nog tot 30 april kan je inschrijven voor de Innovatiecampagne 2016.

Het bruist in de land- en tuinbouw van de goede ideeën. De kunst is om ze boven water te krijgen maar dat kan het Innovatiesteunpunt als de besten. Voor dat doel wordt al voor de tiende keer de Innovatiecampagne georganiseerd voor alle agrarische ondernemers die een vernieuwend project of idee willen realiseren op hun bedrijf. “Innovatie opent nieuwe perspectieven voor het eigen bedrijf, maar innovatieve ondernemers inspireren vaak ook hun collega’s”, weet het Innovatiesteunpunt, dat graag ondersteuning verleent bij de realisatie van ideeën.

De Innovatiecampagne 2016 richt zich op innovatieve ideeën en projecten van land- en tuinbouwers in de meest ruime zin van het woord. Het kan gaan om product- en procesinnovatie, om verbeteringen van dierenwelzijn en plantengezondheid, om nieuwe concepten voor neventakken op land- en tuinbouwbedrijven, om oplossingen voor milieuproblemen, om zelf ontworpen mechanisatie of technologie of om ideeën voor de toepassing van nieuwe technologieën (zoals smart farming of big data). Deze lijst houdt geen beperking in zodat steengoede ideeën niet het risico lopen dat ze uit de boot vallen.

Innovatiecampagne_Innovatiesteunpunt.jpg

Deelnemen doe je door tegen 30 april online in te schrijven. Waarom zou je dat doen? Omdat de tien laureaten beloond worden met 2.500 euro voor de realisatie van hun idee. Daarnaast worden ze begeleid door een Innovatieconsulent. En als je niet bij de laureaten hoort, dan kan je samen met de andere deelnemers genieten van een inspirerende innovatie-avond in de eigen provincie. Niet winnen betekent niet dat een idee rijp is voor de prullenmand. Op de consulenten van het Innovatiesteunpunt kunnen alle Vlaamse land- en tuinbouwers een beroep doen bij de uitwerking van een idee.

Succes door volharding

Innoveren is volharden bij de uitwerking van een idee. Vraag het maar aan varkenshouder Marc Bollaert. Als tweevoudig laureaat van de Innovatiecampagne heeft hij goede ideeën op overschot maar de uitwerking ervan is nogal weerbarstig. Zijn jongste project

‘mestscheider 2.0’ staat al even on hold omdat de projectsubsidies (o.a. IWT, het huidige VLAIO) waarop hij een beroep deed, opgesoupeerd zijn terwijl de mestscheider met extra fijne zeef nog niet op punt staat. Door met een fijnere zeef te werken, zullen meer vaste deeltjes uit de vloeibare mest gehaald worden. Daardoor komt er meer fosfor maar ook meer stikstof in de dikke fractie terecht.

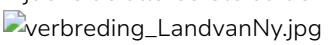
> Het lijkt onmogelijk, tot het gedaan is

Het idee is zo goed dat het niet alleen door het Innovatiesteunpunt bekroond werd maar ook door het Vlaams Coördinatiecentrum voor Mestverwerking. De kersverse laureaat van de Innovatiecampagne won namelijk ook de ‘Ivan Tolpe’ prijs. Marc wil er in ieder geval mee doorgaan. In een bedrijfsloods in aanbouw is de ruimte voor Marc’s eigen mestscheider alvast voorzien. Volharden is dus de boodschap. De gebroeders Wright hebben hun vliegtuig in 1903 ook niet luchtwaardig gekregen zonder eerst een keer flink op hun bek te gaan.

mestscheider_Innovatiesteunpunt.jpg

Durven vernieuwen
Wellicht heb je al een keer gehoord van ‘early adopter’. Dat is iemand die een bepaald product of een bepaalde technologie begint te gebruiken voordat de grote massa dat doet. Het vergt minder inventiviteit dan een geniaal idee maar er is wel een portie durf voor nodig.
Een goed voorbeeld is innovatielaureaat Kristof Veramme uit het West-Vlaamse Mesen. Hij zou op veilig kunnen spelen en wachten tot de teelttechniek van soja in onze contreien op punt is gezet door de Vlaamse onderzoeksinstellingen. In plaats daarvan heeft hij zelf ervaren dat het een uitdaging is om aan het juiste zaaizaad te geraken, de soja te beschermen tegen duiven en het onkruid te bestrijden zonder erkende herbiciden. De voldoening is niettemin groot als je op het einde van het seizoen dan beloond wordt met 2,5 ton soja per hectare en 2.500 euro als laureaat van de Innovatiecampagne.

> Sommige mensen dromen van grootse dingen, terwijl anderen wakker blijven en ze realiseren

Een sprong in het onbekende wagen, is ook wat veel laureaten uit de eerste Innovatiecampagnes deden. Boer&Tuinder bracht het bijzondere verhaal van het ‘Land van Ny’. Jos en Bieke van Reeth hadden in 1994 hun melkveebedrijf in Bevel ingeruild voor een enorme kasteelhoeve in Ny, vlakbij Hotton in de provincie Luxemburg. Jos fokte een eigen runderras, laat de dieren grazen zoals de oerkuddes dat eeuwen geleden deden en verkoopt ‘paleo-grasvlees’. Zijn echtgenote leeft zich uit in plattelandseducatie. De middeleeuwse ridderspelen maken deel uit van een aanbod kasteelklassen voor scholen en kinderkampen tijdens de vakantie. Tijdens de allereerste editie in 1998 was het ‘Land van Ny’ één van de 16 bekroonde laureaten.

verbreding_LandvanNy.jpg
Twee jaar later werd Luc Goossens uit Ieper laureaat hoewel hij toen geen landbouwbedrijf had, alleen een project dat neergepend was op een A4-tje. Met de financiële en morele steun als welgekomen duwtje in de rug startte hij met het beheer van hoogstamboomgaarden en het persen van fruitsappen. Ondertussen heeft ‘Tuinsappen Lombarts Calville’ 15 hectare biologische hoogstamboomgaarden in eigendom of beheer en levert dat enkele tientallen tonnen fruit op. Er wordt ook fruit geperst in loondienst bij enkele honderden particulieren uit Oost- en West-Vlaanderen, Henegouwen en Frans-Vlaanderen.
Bijna tien jaar geleden was bioboer Tom Troonbeeckx de eerste om het fenomeen ‘community supported agriculture’ in Vlaanderen te introduceren. De aandeelhouders van de CSA-boerderij plukken hun verse groenten van het veld en delen de opbrengsten. Ze betalen een evenredig deel in de kosten en de risico’s van de boer door bij de start van een nieuwe campagne een oogstaandeel te kopen.
Strategie is ‘doing the right thing’
In een interview met VILT hamerde hoogleraar Johan Lambrecht (HUB) op het belang van een ware strategie om succesvol te kunnen ondernemen. Het is immers absurd om op de meest efficiënte manier te doen wat helemaal niet moet gebeuren. “Bepaal eerst wat de juiste zaken zijn om te doen en doe die dan zo goed mogelijk”, zo benadrukt Lambrecht. Terwijl de drie bovenstaande laureaten zich vooral onderscheiden in wat ze doen, heeft de Innovatiecampagne ook oog voor hoe je iets doet. Een goed voorbeeld is het akkerbouwbedrijf Van Elven Agra uit Veerle-Laakdal. Een anoniem product als een aardappel brengen ze herkenbaar in de handel want op de verpakking prijkt een cartoonfiguur van de hand van kunstenaar Herr Seele.

> Er is altijd een mogelijkheid om het verschil te maken

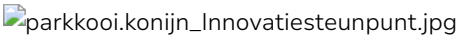
Sierteeltbedrijf Romberama uit Loenhout werd in 2012 laureaat, niet omdat hun product (amaryllis) herkenbaar anders is maar omdat het productieproces vernuftiger in elkaar zit dan bij de doorsnee sierteler. Met behulp van sensoren meten de broers Raf en Ben Rombouts de stress bij planten. Sierteeltgewassen laten immers minder snel dan groenten blijken dat ze tekort hebben aan water, licht of meststoffen maar het productie- of kwaliteitsverlies is er wel. In dezelfde sector ging de trofee in 2010 naar de Oost-Vlaamse sierteler René Denis. Zijn bedrijf Denis-Plants is Europees marktleider in de kamerplant calathea. Om die positie vast te houden, veredelde Denis een calathea met een dubbele sierwaarde, namelijk met mooi blad én een mooie bloem. De kamerplant kreeg de naam 'Bicajoux'.

Crisis is een 'trigger' voor innovatie

Innovatie doet ons ongewild denken aan grote bedrijven die er prat op gaan dat ze miljoenen euro's pompen in wat zij liefst 'R&D' noemen. Je zou je dus kunnen afvragen hoeveel ruimte voor vernieuwing er is in een sector met hoofdzakelijk familiaal gerunde bedrijven die vaker dan hen lief is moeten vaststellen dat ze hard werken om op het einde van het jaar weinig over te houden. Een prettige vaststelling is dat dit geen rem zet op het innoverend vermogen van land- en tuinbouwbedrijven. Het aantal deelnemers aan de Innovatiecampagne blijft immers stijgen en bereikte in 2014 een recordaantal van 150 inzendingen. Ter vergelijking: in de beginjaren boog de jury zich over minder dan 50 vernieuwende ideeën en projecten. De selectie van de laureaten is er dus niet makkelijker op geworden.

> Lege portemonnees houden niemand tegen. Alleen lege hoofden en lege harten kunnen dat

Ook het crisissfeertje dat nooit ver weg is in land- en tuinbouw verlamt ondernemers niet. "Crisis is net zoals wetgeving geen obstakel maar een stimulans voor innovatie", betoogt Koen Symons, diensthoofd van het Innovatiesteunpunt. Hij gelooft sterk in de capaciteit van een sector om zich aan te passen aan de omstandigheden. "Een crisissituatie dwingt mogelijk net tot een snellere aanpassing. Bedrijven gaan op zoek naar manieren om kosten te besparen of extra inkomsten te genereren. Een crisis doet bedrijven beseffen dat ze misschien niet kunnen voortdoen zoals ze al jaren bezig zijn", aldus Symons.


parkkooi.konijn_Innovatiesteunpunt.jpg

Zo'n crisis die innovatie uitlokt, kan zich in de portefeuille doen voelen maar evengoed op een andere manier. Een mooi voorbeeld van een landbouwbedrijf dat een ander soort crisis omboog in een opportuniteit is konijnenbedrijf Konzo in de Antwerpse Kempen. In 2009 kreeg het bedrijf ongewenst nachtelijk bezoek van GAIA-actievoerders die filmden in de stallen. Vooraleer er in ons land sprake was van verplichte huisvesting van vleeskonijnen in parken bedachten bedrijfsleiders Yves De Bie en Walter Seghers een diervriendelijk huisvestingssysteem waarbij de metalen draadroosters vervangen werden door plastic biggenroosters. Bijzonder is dat hun zelf bedachte en geknutselde parkhuisvesting, inclusief spelmateriaal voor de konijnen, zowel kan dienen voor de pas bevallen voedsters als voor het afmesten van de gespeende konijnen. Voor de hygiëne is het een voordeel dat de konijnen niet van afdeling veranderen maar er gewerkt wordt volgens een all-in-all-out-systeem.

> Het is de tegenwind die de vlieger doet stijgen

Ook bij leghennenhouder Paul Geens uit Wortel komt de 'trigger' voor de innovatie van de maatschappij. Hij bedacht een nieuw type luchtwasser. Met zijn installatie zal er nagenoeg geen stof of ammoniak nog zijn stal verlaten. De stoffilter die hij ontwikkelde, is opgevat als een droogtunnel waarin hij een filterdoek geïnstalleerd heeft. De filterdoek vangt het stof op en wordt twee keer per dag automatisch afgedraaid waarbij het stof dat zich op het doek verzameld heeft, verwijderd wordt. Zo'n innovatie overstijgt het bedrijfsniveau en kan van belang zijn voor een hele sector gelet op de maatschappelijke gevoeligheid rond stof- en geurhinder.


leghen.kip_Innovatiesteunpunt.jpg

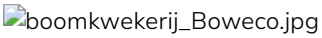
Voor de geurhinder van de stal verzon Yves Vryghem, varkenshouder in Outrijve, zelf een oplossing. Hij werd in 2012 bekroond voor de ontwikkeling van een vernevelsysteem op de luchtkokers van zijn varkensstal. Het is een systeem dat vrij courant in andere sectoren wordt toegepast. Yves paste het zelf aan de noden van de landbouw aan. Er zal een product verneveld worden dat de eigenschap heeft dat het de varkensgeur kan neutraliseren.

Twee (of meer) kunnen en weten meer dan één

Het zijn niet alleen individuele prestaties die in de kijker van het Innovatiesteunpunt lopen. De machinering van Bocholt schopte het in 2006 tot laureaat en is tien jaar later nog altijd het meest tot de verbeelding sprekende voorbeeld van een machinecoöperatie in Vlaanderen. In tegenstelling tot andere machineringen koopt Agrico Bocholt de machines niet zelf aan maar werkt ze samen met een loonwerker. Loonbedrijf Weltjens uit Bocholt verhuurt zijn machines aan speciale tarieven aan de leden die met een 40-tal zijn. De loonwerker koopt ook nieuwe machines in functie van de vraag van de coöperanten. Agraco onderscheidt zich ook van andere machineringen door de samenaankoop van zaaizaden, brandstof, kuilfolie, enz.

> Alles zelf doen is optellen. Samenwerken is vermenigvuldigen

Een gelijkaardig voorbeeld in een totaal andere sector is Boweco. Het betreft een samenwerking tussen zes boomtelers die hun producten slijten op de Britse markt. Onderling maakten ze teeltafspraken zodat ze met een uitgebreid en complementair assortiment naar de klanten kunnen stappen. Eén van de telers bouwde de eigen boomkwekerij zelfs een beetje af om zich meer op de handel te kunnen concentreren. De vrijgekomen ruimte wordt opgevuld door de andere vijf telers die er rassen zullen telen die nog niet in het assortiment zitten en die interessant zijn voor de Britse markt.


boomkwekerij_Boweco.jpg

Een mooi voorbeeld van een samenwerking van denkers én doeners is Innova Manure. De gedrevenheid van varkenshouder Ivan Tolpe, overleden door een spijtig bedrijfsongeluk, deed hem op zoek gaan naar oplossingen voor het mestoverschot. Hij werkte nauw samen met milieutechnoloog Erik Meers (UGent) voor de ontwikkeling van een economisch en ecologisch verantwoord systeem van mestverwerking. De dikke fractie wordt tot compost verwerkt terwijl de dunne fractie via een ingenieus systeem van 'constructed wetlands' trapsgewijs wordt opgezuiverd tot een loosbaar effluent.

Radicale vernieuwers

Afsluiten doen we met enkele laureaten van de Innovatiecampagne die bereid zijn om al wat gangbaar is op zijn kop te zetten. Soms is dat nodig om een doorbraak te forceren. Als er niet iemand op het idee van de MP3 gekomen was, dan zou onze stapel cd's inmiddels niet meer te overzien zijn. Zo leefde bij twee laureaten ook het besef dat je niet eindeloos kan blijven hopen op betere prijzen voor witloof en varkensvlees.

Johan Sarens en Chris Vertonghen uit Steenhuffel waren niet alleen ontevreden over de prijs van hun product maar ook over de kwaliteit van hun witloof wanneer het in de supermarkt uitgestald ligt. Daarom zijn zij gestart met het op de markt brengen van gestoomd en vacuüm verpakt witloof dat kant-en-klaar is voor gebruik door restaurants en grootkeukens. Het idee van toen is anno 2016 een economisch succesverhaal. Getuige daarvan is de uitnodiging die Chris ontving om de bijzondere ontwikkeling van hun bedrijf toe te lichten op een studiedag van de UGent omtrent nieuwe verdienmodellen in de landbouw.

> Met beide voeten op de grond, kom je geen stap vooruit

Ook aardbeienteler Willem Dewaele uit Moerkerke-Damme speelde met het idee om extra meerwaarde naar zich toe te trekken. Hij vatte het plan op om zelfgemaakte aardbeiencocktails te commercialiseren op festivals. De verdienste van varkenshouders Peter Vermeire en Els Gille is dat ze één van de eersten waren om een authentiek varkensras in de markt te zetten. Na jarenlange selectie op authentieke varkensrassen, in combinatie met aangepaste voeding en ruime bewegingsvrijheid, lijkt dit ook te lukken. De unieke smaak werd onder meer bevestigd door een smaakpanel, samengesteld door de universiteit van Gent.

Tien jaar later krijgt hun voorbeeld navolging. Tijdens de studiedag waarvan hierboven sprake is, meldde de Vlaamse landbouwadministratie dat nogal wat varkenshouders zelf een label ontwikkelden voor de commercialisatie van hun vlees. Met ronkende merknamen zoals Brasvar en Duke of Berkshire worden deze varkens herkenbaar anders in de markt gezet.

Meer inspirerende voorbeelden? Het Innovatiesteunpunt maakte een overzicht van alle oud-laureaten. Inschrijven voor de Innovatiecampagne 2016 kan hier.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada