



SAMENWERKEN

SPECIALE EDITIE VALLEI BUSINESS | SPECIAL | SEPTEMBER 2016

FOODVALLEY



REGIO



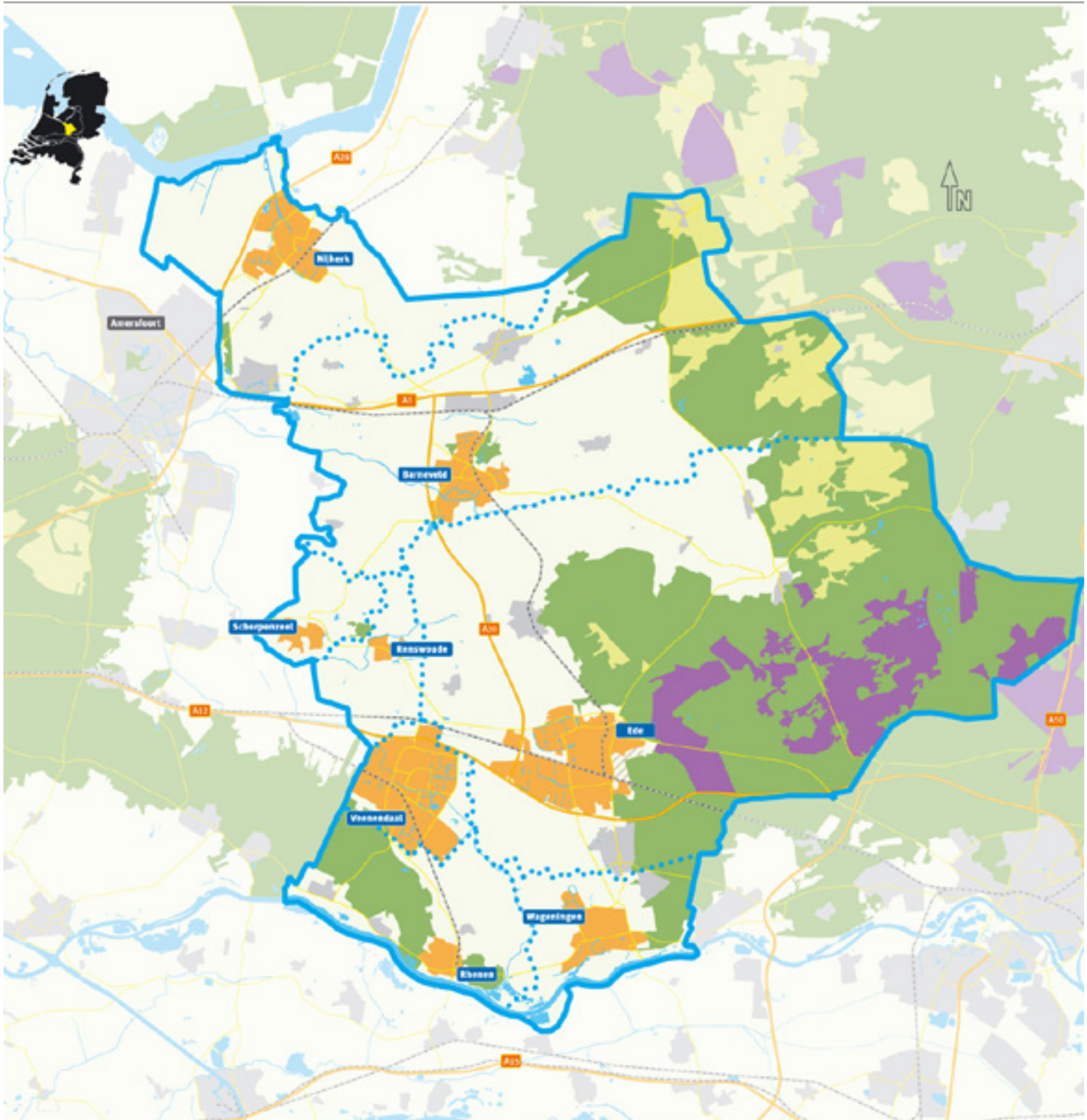
Wat FoodValley doet

Terugblik projecten 2012 - 2015

Interview Cees van der Knaap en Bea Schouten:
'Een regio waar bewoners trots op kunnen zijn'

Techniek en food leuk maken voor leerlingen

regiofood valley



VOORWOORD



Trots

Plannen maken is mooi. Ze uitvoeren is beter. Dat bewijst de regio FoodValley met een scala van projecten die in de afgelopen jaren zijn gerealiseerd. Met steun van de provincie Gelderland werkten de gemeentes, samen met bedrijven en onderwijs, aan concrete opgaven. Cases waarbij de samenwerking tussen overheid, onderwijs en ondernemers centraal staat. Zoals het Poultry Expertise Center in Barneveld, kennis- en trainingscentrum voor de pluimveesector, waar onderwijs en bedrijfsleven een belangrijke bijdrage leveren. Met een eigen innovation lab, waar duizend legkippen en duizend vleeskippen gehuisvest zijn. Hier kunnen de nieuwste technologieën in de praktijk worden onderzocht.

Maar ook onderling wordt de samenwerking opgezocht. Zo is in 2013 Vallei Boert Bewust van start gegaan, waarbij boeren uit de regio gezamenlijk het gesprek met de burgers aangaan over waar zij als boeren mee bezig zijn. Zodat zij op meer begrip kunnen rekenen en waardering krijgen van burgers en op die manier meer ruimte krijgen om te ondernemen.

Het imago van de boeren in de regio krijgt hierdoor een positieve boost. Een andere sector die een positieve impuls kan gebruiken is de techniek. Steeds minder jongeren kiezen in Nederland voor Techniek, maar Knooppunt Techniek laat zien dat het vak wel degelijk spannend is en gaat hiervoor de samenwerking met het bedrijfsleven in de FoodValley aan. Wat te denken van het eerste slimme fietspad in Nederland, een samenwerking tussen studenten ICT van ROC/A12 met bedrijven als MeteoGroup Wageningen, Easypath en Warmtebedrijf Ede. Het fietspad houdt zichzelf op temperatuur bij vorst, zodat strooien overbodig is.

Uit alle voorbeelden van deze special blijkt maar weer eens dat FoodValley door haar kennis en toepassingen een topregio is als het gaat om innovaties. Toch zijn nog lang niet alle inwoners van deze regio zich hier bewust van. Of zoals Cees van der Knaap, voorzitter Regio FoodValley zo mooi in dit magazine vertelt. "Het is mijn wens dat inwoners daar straks ook heel trots op zijn."

*Jessica Scheffer
Hoofdredacteur Vallei Business*



Samenwerken FoodValley regio
www.valleibusiness.nl

EEN SPECIALE UITGAVE VAN:

VALLEI
BUSINESS

Vallei Business / MVM Productions BV
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26C, 6546 BE Nijmegen
T. 024-373 8505 Fax 024 - 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

ADVISEUR
Arnoud Leerling

EINDREDACTIE
Jessica Scheffer

REDACTIE BIJDRAGEN
Alice van Schuppen - APA Tekst,
Leendert Douma - APA Tekst,
Wicha Benus

FOTOGRAFIE
Sjef Prins - APA Foto,
Ruben Meijerink - APA Foto,

VORMGEVING / OPMAAK
Jan-Willem Bouwman

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
VM Sales en Support B.V.
Joep van der Linden t: 024-6423449
Kerkenbos 12-24A, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

COPYRIGHTS
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift
verschenen artikelen wordt door de
uitgever voorbehouden.

Hoewel de informatie gepubliceerd in
deze uitgave zorgvuldig is uitgezocht
en waar mogelijk gecontroleerd, sluiten
de uitgever en de redactie uitdrukkelijk
iedere aansprakelijkheid uit voor even-
tuele onjuistheden en/of onvolledig-
heid van de verstrekte gegevens.

© 2016 Overname van artikelen is
slechts mogelijk na verregen schrifte-
lijke toestemming van de uitgever

- 6** Voorzitter Regio FoodValley Cees van der Knaap en Gelders gedeputeerde
Bea Schouten: 'Een regio waar bewoners trots op kunnen zijn'
- 9** Doelstelling Energie uit Zon ruimschoots gehaald: 'Zonne-energie maakt
veel enthousiasme los'
- 10** Tien succesfactoren van FoodValley
- 12** Techniek en food leuk maken voor leerlingen
- 15** Zesde editie Regiotour / Ondernemersmanifestatie 2016
- 16** Samen de woningmarkt regisseren
- 17** Woon Bewust: langer veilig en comfortabel in eigen huis
- 18** Museum Nijkerk verbindt historie met de samenleving
- 19** Ruimte voor bedrijven en een mooier buitengebied
- 20** Openluchttheater Ede is een plek voor iedereen / FrisValley succesvol
- 21** Fort aan de Buursteeg krijgt bezoekerscentrum
- 22** Internationale spil van pluimveekennis
- 23** Regio FoodValley bouwt mee aan Internationale School
- 25** Kookworkshop smaakvol ingrediënt van project 'Meerwaarde uit afval':
Minder verspilling, meer plezier
- 27** Project Bevrijdingstoerisme en vredeseducatie: Het nieuwe herdenken: samen
werken aan een betere toekomst
- 28** Samenwerking dubbele winst voor regionale arbeidsmarkt
- 29** Centrum voor Jong Ondernemerschap voortgezet als Ondernemersvallei:
Inspirerende werkplek voor jonge ondernemers
- 30** 'Vallei Boert Bewust' draagt bij aan een beter imago: Boeren zetten deuren
open voor publiek
- 32** Column Wicha Benus: Samen werken of samenwerken?
- 33** PROEVtuin FoodValley brengt regionale producten dichterbij
- 34** FoodValley: Proeftuin van de globe
- 35** Gelderland wijnland



Openluchttheater Ede is in 1936 gebouwd in de stijl van het Nieuwe Bouwen.



"De waarden die toen onder druk stonden, staan nu weer onder druk"



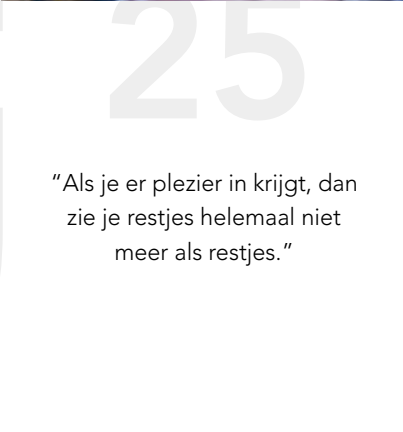
"De wereld van foodproces-techniek is razend sexy"



"Zo help ik misverstanden over onze sector de wereld uit"



"Mensen willen zelf ook het liefst zo lang mogelijk thuis blijven wonen"



"Als je er plezier in krijgt, dan zie je restjes helemaal niet meer als restjes."



Door de regionale aanpak heeft de werkgever meer kans op een goede kandidaat



Voorzitter Regio FoodValley Cees van der Knaap en Gelders gedeputeerde Bea Schouten:

'Een regio waar bewoners trots op kunnen zijn'



Artist Impression: World Food Center Development

Wonen, werken, leren en innoveren. De projecten van het Regiocontract 2012-2015 hebben op deze terreinen mooie successen geboekt. Terugkijkend op de afgelopen periode is er veel gerealiseerd, zo concludeert Cees van der Knaap, voorzitter Regio FoodValley. "En niet alleen uitsluitend op het gebied van 'food'. Het gaat om de ontwikkeling van het hele gebied." Samenwerking is daarin het sleutelwoord. Zowel met bedrijven en onderwijsinstellingen, als met de provincie.

TEKST [ALICE VAN SCHUPPEN](#) | APA TEKST FOTOGRAFIE [SJEFF PRINS](#) | APA FOTO

Bijna veertig projecten zijn uitgevoerd binnen het Regiocontract 2012-2015, waar de provincie in totaal zo'n 14 miljoen euro aan heeft bijgedragen. Gemeenten en partners uit onderwijs en bedrijfsleven brachten samen 18 miljoen bijeen. Van der Knaap roemt de grote betrokkenheid van alle partijen. "Deze projecten hadden we niet op eigen kracht kunnen doen. Het is essentieel dat er partners zijn die meedoen. Kijk naar het

Poultry Expertise Center bijvoorbeeld, waar onderwijs en bedrijven een belangrijke bijdrage leveren." De afgelopen periode is dan ook veel geïnvesteerd in de samenwerking tussen overheid, onderwijs en ondernemers. Deze partijen, samenwerkend in de Triple Helix Regio FoodValley, hebben inmiddels een nieuwe strategische agenda en een uitvoeringsprogramma voor de verdere ontwikkeling van de regio opgesteld.

Kracht van de regio

Gelders gedeputeerde Bea Schouten is enthousiast over wat er in de regio tot stand is gekomen. "Mooie projecten, zoals FrisValley, waarin gemeenten samen optrekken", geeft ze als voorbeeld. "Er is in het Regiocontract hard gewerkt en veel energie gegenereerd." Toch heeft de provincie voor de komende periode een andere werkwijze gekozen. Schouten: "In het Regiocontract kon heel veel. Nu willen

we ons meer richten op de economische en ruimtelijke ontwikkeling van de regio's en gericht investeren in de kracht van het gebied."

Van der Knaap erkent dat de provincie ruimhartig is geweest in het Regiocontract. "Dat is zeer te prijzen", benadrukt hij. "Het heeft bijgedragen aan het succes van de projecten zelf, maar heeft ook gefunctioneerd als smeerolie tussen de partijen. Dat heeft aan de onderlinge samenwerking een flinke impuls gegeven." Regio FoodValley heeft al rekening gehouden met het nieuwe toekenningsbeleid van de provincie. "Waar de projecten uit het regiocontract vooral bij de gemeenten vandaan kwamen, is onze nieuwe strategische agenda veel meer van onderaf opgebouwd. De triple helixpartners hebben de ingrediënten daarvoor opgehaald bij hun achterban", zegt Van der Knaap.

Dynamiek

De nieuwe plannen sluiten aan op wat de provincie met de regio voor ogen heeft. Financiële steun kan een middel zijn om te sturen, maar zo werkt het niet volgens de gedeputeerde. "We leven in een netwerk-samenleving", stelt Schouten. "Het gaat



Bea Schouten

erom dat we als provincie samen met de regio opereren en met elkaar de agenda's bedenken." Van der Knaap onderschrijft dat, maar hij pleit er tegelijkertijd voor dat de provincie meer aan de regio overlaat: "Natuurlijk willen we vanuit een gemeenschappelijk kompas samen het gebied verder ontwikkelen. Maar te veel bureaucraties is niet goed voor de dynamiek die nu in de regio op gang is gekomen."

Schouten en Van der Knaap zijn het erover eens: de FoodValley regio heeft een enorme economische potentie. Ten opzichte van de rest van Nederland zijn relatief veel bedrijven in de regio actief in de foodsector. De komende tijd richt de regio zich op een paar belangrijke speerpunten. "De aansluiting van de A30 op de A1 bijvoorbeeld", zegt Van der Knaap. "Het knooppunt zoals het er nu

"Alle seinen staan op groen voor de ontwikkeling van het WFC in Ede. Dit wordt een blikvanger voor heel Nederland."

ligt, belemmert de economische groei en de ontwikkeling van projecten in de regio. Dat moet echt worden opgelost." De afgelopen periode is vooral geïnvesteerd in structuren om de regionale samenwerking op verschillende terreinen vorm te geven. "Deze partnerschappen zijn heel belangrijk om aan de slag te kunnen met die economische potentie. Er is veel bereikt en ook nog genoeg te doen om de samenwerking te optimaliseren, maar de tijd van experimenteren is voorbij. We gaan nu echt de diepte in met de thema's die we belangrijk vinden."

Meer zichtbaar

Van der Knaap verwacht veel van het toekomstige World Food Center (WFC) als



Cees van der Knaap

belevingscentrum van kennis en innovatie in de regio. "Alle seinen staan op groen voor de ontwikkeling van het WFC in Ede. Dit wordt een blikvanger voor heel Nederland", zegt hij. Met een Campus voor bedrijven en kennisinstellingen en een Experience Center waar bezoekers voedsel en de voedselketen kunnen beleven, wordt het World Food Center dé internationale etalage van de Nederlandse agrofoodsector. Ook Schouten ziet het WFC als een enorme kans voor het gebied: "De betrokkenheid van bedrijven en onderwijs is groot. Dit is een kans om meer zichtbaar te worden."

Daar ligt wat de gedeputeerde betreft nog een mooie uitdaging. "De FoodValley regio heeft een sterk en krachtig thema met internationale bekendheid", zegt Schouten. "Toch mag het bij de inwoners nog meer gaan leven. Goed kunnen wonen en werken is natuurlijk belangrijk, maar de regio is gewoon heel goed in alles wat met voeding te maken heeft. Het is mijn wens dat inwoners dáár straks ook heel trots op zijn." ■

Stel zelf een
pakket samen!
Persoonlijk en uniek

Ze zijn er weer! Kerstpakketten



Spreek je waardering voor je personeel en/of relaties uit met een van onze kerstpakketten. Dankzij een uitgebreid assortiment kun je iets kiezen voor elk budget en elke smaak.

Zelf laten kiezen? Dat kan natuurlijk ook.
Geef ze een cadeaukaart!



EELHOEVE
THEEHUIS - LANDWINKEL - STREEKPRODUCTEN - ZORGBOERDERIJ

Eekhoeve.nl

Dijkstraat 115 / Veenendaal / 0318 550 561



Doelstelling Energie uit Zon ruimschoots gehaald

'Zonne-energie maakt veel enthousiasme los'

TEKST ALICE VAN SCHUPPEN | APA TEKST FOTOGRAFIE SJEFF PRINS | APA FOTO

Steeds meer mensen en bedrijven in de regio lopen warm voor zonne-energie. Het is een belangrijk resultaat van het project Energie uit Zon. Doelstelling van het project was in amper twee jaar tijd het vermogen aan zonnestroom in de regio met 6900 kWp te laten groeien. Met een toename van meer dan 9202 kWp is dat doel ruimschoots gehaald.

“De cijfers geven aan wat er aan zonnepanelen in de regio is bijgekomen”, zegt Rogier Coenraads, projectleider van de Stichting Zonne-energie Wageningen, die ook het regionale project Energie uit Zon heeft begeleid. “Maar het project heeft ook veel enthousiasme voor zonne-energie losgemaakt.” Door advies te geven zijn particulieren en bedrijven gestimuleerd om in zonne-energie te investeren. “Het helpt enorm als mensen zien hoe het werkt en wat het oplevert.”

Sinds enige tijd leveren vijftig zonnepanelen energie aan de Hoevelakense korfbalvereniging Telstar. Dat helpt niet alleen de sportvereniging vooruit, het draagt wezenlijk bij aan de snelle toename van zonne-energie in de FoodValley regio. “Onze leden waren meteen enthousiast”, zegt Wout Veldhuizen, voorzitter van Telstar. De korfbalvereniging heeft leden betrokken bij de investering

in de zonnepanelen door het uitgeven van zondelen, leningen die uiterlijk na vijf jaar worden terugbetaald. “Veel mensen kregen door ons project zelf belangstelling voor zonne-energie”, weet Veldhuizen, die thuis inmiddels ook zonnepanelen heeft geplaatst. “Je ziet de meter terugdraaien, dat geeft een kick.”

Korfbalvereniging Telstar is een mooi voorbeeld van het groeiende enthousiasme voor zonne-energie in de regio. Het project Energie uit Zon richtte zich op verschillende doelgroepen, zoals bedrijven, particulieren, overheden en verenigingen van eigenaren. Voor bewoners zijn bijeenkomsten georganiseerd met workshops, bedrijven zijn één op één benaderd. Uiteindelijk zijn in de zeven deelnemende FoodValley gemeenten tientallen projecten uitgevoerd. De toename van zonnestroom is niet de enige

maatschappelijke winst die Energie uit Zon heeft opgeleverd. “Zonne-energie opwekken kun je ook met een groep mensen samen doen”, verwijst Coenraads naar de verschillende coöperaties die zijn opgericht. Er is veel animo voor gezamenlijke projecten. Zo de coöperatie ValleiEnergie in Ede een zonnestroomproject gerealiseerd en stelde onderzoeksinstituut Marin in Wageningen het dak beschikbaar aan burgers voor een collectief zonne-energiesysteem.

Het project Energie uit Zon is een mooie stimulans voor duurzaam energiegebruik, zo stelt Coenraads. “Zonne-energie is een goede keuze voor de toekomst, waarin ons energiesysteem radicaal zal veranderen”, blikt hij vooruit. “En daarnaast past het natuurlijk heel goed bij de groene uitstraling van de regio.” ■

10 Succesfactoren van FoodValley



FoodValley is de bakermat van succesvolle samenwerkingen en er vinden aan de lopende band innovaties plaats. Wat maakt dit gebied zo succesvol? Een opsomming van tien succesfactoren.

FOTOGRAFIE [SJEFF PRINS](#) | [APA FOTO](#) EN [NORBERT VOS](#)

1. Samenwerking

FoodValley is vooral een succes doordat partijen elkaar weten te vinden. Het concept stimuleert diverse partijen samen te werken, kennis en ervaring te delen en samen projecten te realiseren. Acht lokale ondernemerskringen weten elkaar steeds beter te vinden; onderwijsinstellingen van universiteit tot praktijkonderwijs werken aan doorlopende leerlijnen, creëren nieuwe opleidingen en werken samen in projecten. Overheden werken samen aan slimme programma's. Gezamenlijk presenteren de partijen zich onder meer in Brussel. Om steun te krijgen voor breed gedragen regionale programma's.

2. Innovatie

De aanwezigheid van kennisinstututen, scholen, bedrijven en goede faciliteiten

biedt ondernemers een ideale omgeving voor innovatie. Grote researchinstututen en kleine startups ontwikkelen nieuwe concepten: voor ontwikkeling van aardappelzaad, betere faciliteiten voor jonge kuikens, machines voor oogsten van champignons, slimmere logistiek in food tot energie opwekken uit afval.



3. Vastgoedmonitor

Ondernemers, onderwijs en overheid werken samen aan analyse van de vastgoedsector in FoodValley. Jaarlijks voeren ze gezamenlijk een scan uit van de woningmarkt, de markt van bedrijfsonroerendgoed en van algemene trends in het vastgoed. Het legt de basis voor gezamenlijke plannen en beleid.

4. Sterke bedrijven

In FoodValley is ruimte voor ondernemerschap. De regio kent een groot aantal bedrijven in de agrofoodsector. Veel van de bedrijven werken business-to-business; sterke bedrijven, maar niet altijd zichtbaar voor de consument. Ook zijn ze sterk internationaal georiënteerd. De uitdaging voor de regio is de samenwerking tussen de bedrijven te versterken en de relatie met kennisinstellingen te verbeteren.

5. Onderwijscluster

De regio prijst zich gelukkig met een groot en hoogwaardig onderwijscluster annex researchcomplex. Naast een universiteit en hbo-instellingen, kent de regio diverse mbo-scholen en instellingen voor praktijk-onderwijs. De Wageningen Universiteit is gelieerd aan 10 researchinstellingen die op Wageningen Campus gevestigd zijn. In Wageningen en Ede zijn hiernaast nog diverse researchbedrijven gevestigd die internationaal hoog staan aangeschreven.

6. Grensoverschrijdend

In de FoodValley regio werken gemeenten samen uit de provincies Gelderland en Utrecht. Dit vraagt niet alleen afstemming tussen gemeenten, maar ook tussen provincies. Een van de wapenfeiten is de arbeidsmarktregio FoodValley, waar partijen met elkaar afspraken maken over afstemming tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt. Recent werd onderzoek verricht naar de vraag naar ICT-personeel. Uitkomsten van dit onderzoek zijn aanleiding geweest voor het opstarten van een nieuwe ICT-opleiding op niveau 5. Hiermee speelt de opleiding in op actuele wensen van het bedrijfsleven.

7. Campusontwikkeling

De regio profileert zich sterk met Wageningen Campus, erkend als een campus van (inter)nationaal belang. De groei is hier zichtbaar. Vanwege forse toename



van het aantal nationale en internationale studenten, zijn onderwijsfaciliteiten in korte tijd uitgebreid. Studentenhuisvesting wordt gerealiseerd. Met PlusUltra is een hoogwaardige faciliteit gecreëerd voor bedrijven van diverse aard. Deze campus wordt verbonden met andere campussen en clusters in de FoodValley regio. De Kennisass Ede-Wageningen verbindt de Wageningen Campus met de Kenniscampus Ede, het

station Ede-Wageningen en het nieuw te ontwikkelen World Food Center. Verder liggen er verbindingen met de ICT-campus in Veenendaal, het Poultry cluster in Barneveld en het Foodproductie cluster in Nijkerk.

8. Buitengebied

Regio FoodValley gooit hoge ogen met haar eigen programma voor het buitengebied. Met de zogenoemde Menukaart kunnen



agrarische bedrijven zich ontwikkelen en uitbreiden. Ook ontwikkelingen die niet binnen een bestemmingsplan passen, maken met de Menukaart toch een kans, als de ondernemer de dialoog aangaat met de buurt en een tegenprestatie levert. In samenspraak met omwonenden krijgt een ondernemer de mogelijkheid om zijn plan in te passen in de omgeving.

9. World Food Center

Naast het nieuw te realiseren station Ede-Wageningen ontwikkelt een publiek-privaat consortium het World Food Center, met een Experience Center voor Food. Een concept waarbinnen veel partijen uit de agrofood-sector met elkaar samenwerken aan een presentatie voor het grote publiek: laten zien wat de sector in huis heeft op gebied van innovatie. Mensen laten ontdekken hoe ons voedsel geproduceerd wordt, wat er voor nodig is om het in de supermarkt te krijgen. Een omvangrijk en complex vastgoedproject dat gepaard gaat met een ingrijpende gebiedsontwikkeling.

10. WEpods

De regio is geschikt als proeftuin voor nieuwe concepten. Niet alleen voor het produceren van nieuwe foodproducten, maar ook voor fysieke projecten. De WEpods zijn hier een mooi voorbeeld van. Innovatie vraagt om ruimte in beleid en regelgeving. Iets toestaan wat eerder niet was toegestaan. Overheden, bedrijven, onderwijsinstellingen: allemaal werken ze mee om dit project tot een succes te maken. De een zorgt voor een passende route, de ander voor een garage voor de voertuigen. ■





Techniek en food leuk maken voor leerlingen

Joop Hazeleger kan er smakelijk over vertellen. Edese studenten mechatronica gingen afgelopen studiejaar aan de slag om een 3D Foodprinter te maken, een suikerprinter omgebouwd uit een andere 3D-printer. Het moment dat het eerste suikerklontje uit de printer kwam was euforisch! “De fantasie sloeg op hol”, vertelt Hazeleger. “Opeens kwamen de wildste suikerideeën naar boven.” De wereld van de foodproces-techniek is razend sexy, stelt de directeur van het Knooppunt Techniek tevreden vast.

TEKST [LEENDERT DOUMA](#) | APA TEKST FOTOGRAFIE [SJEF PRINS](#) | APA FOTO

Dus is er ook een professionele 3D Foodprinter aangeschaft, die de komende jaren wordt ingezet voor productontwikkeling en kennisdistributie en mogelijk commercieel wordt geëxploiteerd – in samenwerking met het bedrijf Oceanz, dat is gespecialiseerd in 3D-printen en waar het FabLab Ede is gehuisvest. En weer hebben de studenten allerlei ideeën, zo vertelt Hazeleger. Chocolade avatars van het bruidspaar voor op de bruidstaart bijvoorbeeld, of gepureerde pap in worteltjesvorm voor ouderen. Logo’s van chocopasta. De

leerlingen werden helemaal enthousiast tijdens die eerste sessie in het FabLab.

Kruisbestuivingen

Dat is precies wat Hazeleger wil: jongens en meisjes enthousiast maken voor techniek, vooral toegepast op de foodsector. Het Knooppunt Techniek, gevestigd op de kenniscampus Ede, is een van de pijlers onder het Techniekpact Regio FoodValley, onderdeel van het Uitvoeringsprogramma dat voortvloeit uit eerdere projecten van het regiocontract. Hazeleger deelt zijn

passie met Jamila de Jong van Food Valley Netwerk VO-HO (vroeger het Bètasteunpunt Wageningen) en Margriet van Vianen van het Wetenschapsknooppunt Wageningen Universiteit (WKWU), de andere pijlers onder het Techniekpact – samen met Techno- en FoodDiscovery. Ze richten zich op het hele spectrum, van basisschool, via voortgezet onderwijs en beroepsonderwijs tot wetenschappelijk onderwijs. Dat levert een levendig netwerk op. “Vroeger wilden we de leerlingen bereiken, vervolgens ook de docenten. Nu

verkennen we hoe we bedrijven kunnen betrekken bij onze activiteiten”, zegt Van Vianen. “Dat levert kruisbestuivingen op waar zowel onderwijs als ondernemers wat aan hebben.”

Minder abstract

Een letterlijk in het oog springend samenwerkingsproject, zeker bij sneeuw, is het eerste slimme fietspad in Nederland, een samenwerking tussen studenten ICT van ROC/A12 met bedrijven als MeteoGroup Wageningen, EasyPath en Warmtebedrijf Ede. Het fietspad houdt zichzelf op temperatuur bij vorst, zodat strooien niet meer nodig is. Maar er gebeurt ook veel in de klaslokalen. Vooral de samenwerking met bedrijven kan ertoe bijdragen dat de technische schoolvakken wat minder abstract worden, legt De Jong uit. “KeyGene is een biotechnologiebedrijf dat onderzoek doet aan planten. Het heeft daarom enorme bestanden in haar bezit met genetische informatie. Die big data stellen ze beschikbaar aan wiskundeleraars voor statistieklessen. Dat maakt die abstracte lesstof opeens heel tastbaar. Zo wordt zichtbaar wat er met wiskunde in de praktijk kan.” Daarom is het ook zo belangrijk dat docenten op bedrijfsexcursies kunnen bij bedrijven in de regio. “Een scheikundeleraar die op bezoek is geweest bij een bioplasticsontwikkelaar kan zijn leerlingen uitleggen wat de functie van chemie in het dagelijks leven is. Ze kopen er morgen hun paprika’s in.” Het is goed dat docenten en TOA’s (Technisch Onderwijs Assistenten) dit uitdragen, zeggen Van Vianen en De Jong, die kunnen dat keer-op-keer doen. Bovendien is het niet altijd praktisch om met een hele klas op excursie te komen, om redenen van hygiëne, veiligheid of privacy. “Het begint vaak al met een paar A4-tjes aan regels”, zegt Hazeleger. “Dat maakt de drempel hoog.”

Inspiratie

Het Techniekpact Regio FoodValley kent drie hoofdthema’s: Kiezen voor Techniek, Leren in Techniek en Werken in Techniek. Een blik in het programma leert dat er tientallen grotere en kleinere initiatieven, projecten en leerlijnen zijn. Zo wordt jaarlijks de FIRST LEGO League Valleiregio gehouden. Het Wetenschapsknooppunt



Kinderen aan de slag met een 3D printer en een 3D pen in het FabLab.

organiseert ieder jaar de Kinderuniversiteit. “Zo’n tweehonderd kinderen uit groep 6,7 en 8 krijgen dan college van twee professoren”, legt Van Vianen uit. “Dit jaar is het thema ‘Spieken in de natuur’. De wetenschappers leggen uit hoe ze de natuur proberen te begrijpen en te gebruiken als inspiratie voor onderzoek.” Daarnaast is er het Junior Science Lab: kinderen kunnen op woensdagmiddag op pad als onderzoeker. Food Valley Netwerk VO-HO organiseert een Junior Consultancy Training. De Jong: “Duurzaam Ondernemen is een van de thema’s dit jaar. Kinderen worden gekoppeld aan een medewerker van de WUR en gaan dan aan de slag om een echt businessplan te maken en te presenteren. Dit willen we gaan koppelen aan het bedrijfsleven. Er

loopt al een succesvolle uitwisseling met Rijkswaterstaat en Waterschap Vallei en Veluwe.”

Animo

Het gaat steeds beter met de animo voor bètavakken in het onderwijs, zo constateren De Jong, Van Vianen en Hazeleger. De werelden van food, techniek en ICT lopen daarbij helemaal door elkaar. “Dat maakt niet uit”, zegt Hazeleger. “Iedereen vindt zijn weg wel. Het bedenken van onderzoeksvragen, daarin zit ‘m de lol. Het materiaal of het ontwerp zijn ondergeschikt. Zo’n 3D Foodprinter is prachtig, maar uiteindelijk ook maar een instrument. Het gaat om wat je ermee doet.” ■



Boerenhart verzorgt ook uw (duurzame) relatiegeschenken of kerstpakketten



Coöperatie Boerenhart is leverancier van lokale producten aan horeca, instellingen en supermarkten.

Daarnaast verzorgen wij ook catering op locatie uiteraard bereid met producten uit de regio.

Meer informatie? Neem dan contact met ons op!

Coöperatie Boerenhart

Glashorst 88a

3925 BV Scherpenzeel

033-277 86 18

06-130 033 01

info@boerenhart.nl

www.boerenhart.nl



STREEKPRODUCTEN



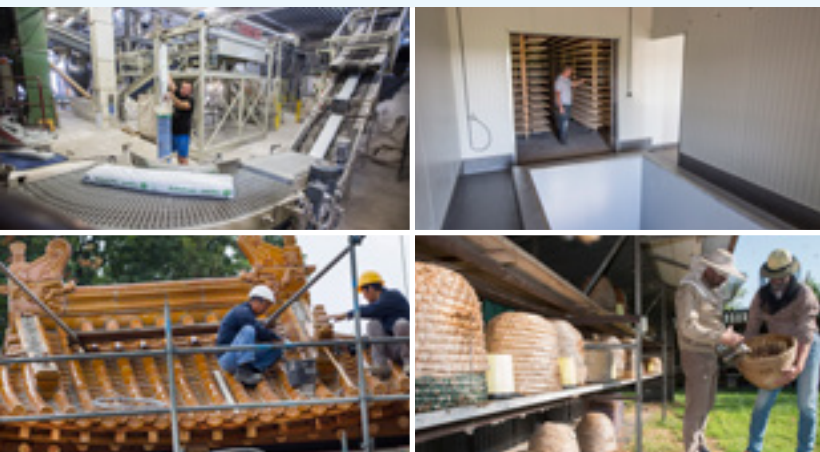
Zesde editie Regiotour

FOTOGRAFIE SJEFF PRINS EN RUBEN MEIJERINK | APA FOTO

Voor de zesde keer op rij organiseren Regio FoodValley, gemeente Rhenen en de bedrijvenkring Rhenen de jaarlijkse Regiotour voor raadsleden en Statenleden. Een middag met bedrijfsbezoeken. Ook dit jaar mooie ondernemers die vol trots hun bedrijven tonen. Bijzondere verhalen vol passie en beleving.

Na een start bij Ouwehands Dierenpark (waar de huisvesting voor de panda's wordt gerealiseerd) bezoeken we drie bedrijven: kaasmaker Hans Boot (Meester-Affineurs) die de laatste hand legt aan zijn nieuwe kaascentrum; imkerij De Werkbij waar de bezoekers een boodschap meekrijgen: investeer in de bijenstand in Nederland en Pull Rhenen, producent van duurzame substraten die gebruikt worden in de tuinbouwsector.

Deelnemers worden verwacht tussen 11.30 uur en 12.30 uur. Aanmelden kan via www.regiotour.nl



Uitnodiging:

Ondernemersmanifestatie 2016 - 27 oktober 2016 Midden Nederland Hallen Barneveld

Willen we FoodValley tot een succes maken voor iedereen in de regio, dan zullen we moeten investeren. Vooral in samenwerking. Kennis wordt toegepast als mensen gaan samenwerken. Ondernemers met ondernemers. Onderwijs en bedrijven. Overheid en markt. We hebben geleerd dat dit niet vanzelf gaat.

Daarom organiseren we de Ondernemersmanifestatie 2016. Bedoeld voor alle partijen in de FoodValley regio, ondernemers in het bijzonder. We nodigen u van harte uit. U hoort de laatste ontwikkelingen, u kunt uw standpunt verkondigen en zeker ook nieuwe mensen ontmoeten.

Reserveer alvast donderdag 27 oktober 15.30 uur. We zijn de eerste gasten in de Midden-Nederland Hallen in Barneveld. Een aanwinst voor de regio. Jacco Vonhof is de inleider van de middag. Hij is voorzitter van VNO-NCW Midden. Hij is vooral ook ondernemer. In 1993 begon hij zijn eigen glazenwassersbedrijf. Met een ladder en oude bestelwagen ging hij op pad. Inmiddels beschikt Jacco's bedrijf over vestigingen in Zwolle en Almelo en 1500 medewerkers. Hij geeft zijn visie op regionale samenwerking vanuit het concept FoodValley.

We bespreken 4 actuele thema's met elkaar. Deze thema's vindt u terug in de Uitvoeringsagenda FoodValley regio, die is opgesteld door vertegenwoordigers van ondernemers, onderwijs en overheid, de zogenoemde Triple Helix. Dit is de agenda waar partijen gezamenlijk aan werken.

1. Technologie en robotica
Welke kansen doen zich voor in de agrofoodsector en hoe spelen bedrijven in de regio hierop in?
2. Onderwijs en arbeidsmarkt
Hoe kunnen onderwijs en ondernemers samen blijven investeren in goed opgeleid personeel?
3. Bouw en infra
Hoe gaat het met het World Food Center? Biedt de ontwikkeling en realisatie kansen voor regionale bedrijven, met name in de bouwsector?
4. Mobiliteit
Wie gaat zich hard maken voor het oplossen van de knooppunt A1-A30? Wat kunnen we van de provincie Gelderland en van het Rijk verwachten?

Martin Ruiter, voorzitter Federatie Ondernemerskringen Valleiregio (FOV)
Frank Bieze, voorzitter VNO-NCW Valleiregio



Samen de woningmarkt regisseren

De gemeenten van Regio FoodValley zijn vrij goed door de crisis op de woningmarkt gekomen. De bouwproductie bleef redelijk stabiel. Inmiddels gaat het weer heel erg goed in deze regio. En dat vraagt regio. Vorig jaar heeft Regio FoodValley samen met Stichting Vastgoedmonitor een verkenning gedaan naar de wensen en vragen op woongebied. De uitkomsten daarvan vormen de basis voor een aantal projecten en programma's in de periode 2015 tot 2025.

TEKST LEENDERT DOUMA | APA TEKST FOTOGRAFIE SJEFF PRINS | APA FOTO

Bob Dijkman Dulkes is projectleider van de regionale woonagenda en de uitvoering daarvan, een samenwerking tussen regio, provincie, marktpartijen en woonconsumenten. “Een van de eerste thema's waar we mee aan de slag gingen was betaalbaarheid. Wat kun je bijvoorbeeld doen voor mensen die hun hypotheek onder water hebben staan? Hoe ga je om met scheefhuren? We hebben stellingen op een online forum gezet, zodat iedereen kon discussiëren en oplossingen of ideeën aandragen.” Dat bleek een zeer succesvol middel. Het forum werd goed bezocht en bezoekers bleven ook langere tijd op de site. De resultaten van de onderzoeken en discussies werden gepresenteerd tijdens een symposium in april 2015 in Veenendaal.

Vraaggericht

Het forum blijft de komende jaren actief als instrument voor discussie en het delen van

informatie. Andere thema's van de regionale woonagenda zijn welzijn/zorg, duurzaamheid en kwaliteit. “Voor de komende tijd hebben we binnen de regio al kwantitatieve afspraken gemaakt”, legt Dijkman Dulkes uit. Er komen ongeveer 14.500 woningen, verdeeld over de acht gemeenten. Maar binnen de woonagenda wordt niet alleen gekeken naar aantallen. “We werken ook aan de kwaliteit, bijvoorbeeld het type woningen – allemaal op basis van wensen en behoeftes van bewoners. We kijken vraaggericht, niet aanbodgericht.” Op het gebied van welzijn/zorg en duurzaamheid wordt ook gekeken naar het aanpassen van bestaande woningen, bijvoorbeeld door het project WoonBewust.

Pop-up wijk

In de toekomst zullen er elk jaar twee monitors verschijnen, vertelt de projectleider. “Naast de jaarlijkse vastgoedmonitor komt er

ook een projectenmonitor. Die blikt telkens drie jaar vooruit, zodat we kunnen sturen op korte termijn.” Daarnaast is er door de regio onderzoek uitgevoerd naar verhuisbewegingen binnen de regio en naar woonwensen van kenniswerkers. Maar ook naar statushouders: asielzoekers die inmiddels verblijfsvergunning hebben gekregen. “Er zijn verschillende pilots, verdeeld over de Regio FoodValley-gemeenten”, vertelt Dijkman Dulkes. “Bijvoorbeeld een pop-up wijk, die weer kan worden afgebroken. Maar we experimenteren ook met woningen in combinatie met een atelier, werkruimte of lesruimte.” De aanpak, gefinancierd door corporaties, gemeenten en provincie, is uniek in Nederland en veel partijen komen in de regio kijken. ■

Woon Bewust: langer veilig en comfortabel in eigen huis



Mensen informeren over woningaanpassingen, zodat ze langer gezond en comfortabel thuis kunnen blijven wonen. Dat is waar de campagne Woon Bewust zich op richt. Met een website, informatiebijeenkomsten en advisering aan huis door vrijwilligers is de afgelopen periode veel bereikt.

TEKST ALICE VAN SCHUPPEN | APA TEKST

FOTOGRAFIE SJEFF PRINS EN RUBEN MEIJERINK | APA FOTO

veiliger en comfortabel, maar ook energiezuiniger te maken. Het is belangrijk dat ze die verantwoordelijkheid kunnen nemen, omdat zij straks minder snel aanspraak kunnen maken op een plek in een verzorgingshuis.”

In de uitvoering van de campagne is het lokale netwerk van vrijwilligers en professionals betrokken. “Woonconsulenten van corporaties, wijkverpleegkundigen en WMO-consulenten bijvoorbeeld, komen al bij de mensen thuis. Zij zijn belangrijke ambassadeurs van de campagne”, zegt Lahuis. Getrainde vrijwilligers geven tijdens een huisbezoek van Woon Bewust vrijblijvend advies op maat. Daarnaast is er samengewerkt met voornamelijk lokale ondernemers die producten en diensten op het gebied van woningaanpassingen kunnen leveren. Zij hebben voor de informatiebijeenkomsten een demopaneel ontwikkeld, waarmee bezoekers verschillende toepassingen konden testen.

Vervat vindt Woon Bewust een goede campagne en is, nadat hij de brochure zag, met een vrijwilliger door zijn eigen woning gelopen. “Dat werkt heel goed”, is zijn ervaring. De campagne mag wat hem betreft nog meer onder de aandacht worden gebracht. Al is het maar om bewoners eerder bewust te maken. “Ouderen zijn vaak te nonchalant”, ziet hij om zich heen. “Op het moment dat je alles nog kunt, lijken aanpassingen ook niet zo nodig. Maar uiteindelijk gaat het om je eigen veiligheid.” ■

Woon Bewust is een regionale bewustwordingscampagne, die in de FoodValley regio in zeven gemeenten is gevoerd. Doel is dat bewoners nu alvast kijken welke aanpassingen ze aan hun woning kunnen doen om voorbereid te zijn op het moment dat ze meer zorg nodig hebben. Hoe belangrijk dat is, heeft de heer B. Vervat uit Elst in zijn eigen omgeving meegemaakt. “Mijn buurvrouw, die nog zelfstandig woont, brak haar heup”, vertelt hij. Vervat werd mantelzorger en regelde dat de woning werd aangepast. “Er was een hoge opstap om in de douche te komen en een steun ontbrak”, noemt hij enkele tekortkomingen. “Daarnaast hebben we gezorgd voor goede leuningens langs de trap.”

Dat het thema leeft bij ouderen, merkte projectleider Anita Lahuis al aan het begin van de campagne. Niet alleen vanwege de veranderingen in de WMO en de financiering van de zorg. “Mensen willen zelf ook het liefst zo lang mogelijk thuis blijven wonen”, zegt Lahuis. “Maatschappelijke winst van de campagne is dat mensen de handvaten krijgen om hun woning

Met een extra trapleuning kan mevrouw de Boer van Noord uit Elst veiliger de trap op en af.





Museum Nijkerk verbindt historie met de samenleving

Wat in 1968 niet lukte, is voor de Stichting Oud Nijkerk de afgelopen periode tóch werkelijkheid geworden. Het laatmiddeleeuws gasthuis, rijksmonument aan de Venestraat, is sinds november de thuisbasis van Museum Nijkerk, 'centrum vol historie'. Daarmee is een langgekoesterde wens in vervulling gegaan. Op vier verdiepingen brengt het museum de cultuurhistorische geschiedenis van Nijkerk tot leven.

TEKST [ALICE VAN SCHUPPEN](#) | APA TEKST
FOTOGRAFIE [RUBEN MEIJERINK](#) | APA FOTO

Met steun uit het Regiocontract kon het monumentale pand worden aangekocht, verbouwd en ingericht. "Een lokaal museum is voor elke plaats belangrijk", vindt conservator Saskia van den Berg. "Het draagt bij aan het begrijpen van je eigen omgeving." Het museum is geen op zichzelf staande plek om historie te beleven. "We hebben een netwerk door de hele stad", zegt Van den Berg. Naast bedrijven en particulieren die het museum sponsoren, zet de stichting in op verbinding met maatschappelijke organisaties en scholen. "De jeugd is natuurlijk een belangrijke doelgroep, maar we leggen ook contact met ouderen. We geven presentaties op locatie en zijn deelnemer in 'Museum voor één Dag'. Bewoners van zorginstellingen krijgen zo een dagje uit in eigen huis. Ook organiseren wij stadswandelingen met nieuwe producten zoals een culinaire lunch of diner."

Het museum, dat kan rekenen op zo'n tachtig vrijwilligers, is groter dan voorheen, is moderner ingericht en kan nu vaker open zijn. Dat leidt tot een toename van het aantal bezoekers. "Winst van het project is ook dat de samenwerking binnen de regio veel energie heeft opgeleverd", laat Van den Berg weten. De stichting gaat de komende tijd aan de slag met intensievere marketing en p.r. en een nieuw beleidsplan. ■





Ruimte voor bedrijven én een mooier buitengebied

Ondernemers in het buitengebied meer ruimte geven voor ontwikkeling en tegelijkertijd zorgen voor een mooiere omgeving en meer begrip bij de consument. Dat is de succesformule van het project Menukaart van Regio FoodValley. “Als je denkt vanuit de mogelijkheden in plaats van de beperkingen, biedt dat veel meer perspectief”, zegt projectleider René Hilhorst.

TEKST [ALICE VAN SCHUPPEN](#) | APA TEKST FOTOGRAFIE [SJEFF PRINS](#) | APA FOTO

Regio FoodValley wil bedrijven op het platteland de ruimte bieden om zich te ontwikkelen. Alleen dan kunnen ze op wereldschaal concurrerend blijven. Maar bestemmingsplannen en langdurige vergunningprocedures vormen vaak een beperking. “Ontwikkelingen die niet binnen een bestemmingsplan passen, maken met de Menukaart toch een kans”, legt Hilhorst uit. “In samenspraak met omwonenden krijgt een ondernemer de mogelijkheid om zijn plan in te passen in de omgeving.”

Een ondernemer die bijvoorbeeld zijn bedrijf wil uitbreiden buiten het bouwvlak van zijn kavel, krijgt daarvoor de ruimte, mits hij de dialoog aangaat met de buurt en een percentage van zijn ontwikkelkosten besteedt aan een tegenprestatie. De Menukaart zet de keuzemogelijkheden op een rij. “Denk aan maatregelen op het gebied van architectuur,

verfraaiing van het erf, maatregelen op het gebied van duurzaamheid, waterberging of dierenwelzijn”, somt Hilhorst op. “Het menu van tegenprestaties kan per gebied verschillen, maar het uitgangspunt is dat de inspanning voor elke ondernemer gelijk is.”

Omwonenden houden het recht om bezwaar te maken, maar volgens de projectleider leidt een goed en vroegtijdig overleg met de buurt vaak tot snellere realisatie van de plannen. Kalverhouder Fije Visscher, voorzitter van LTO Noord Gelderse Vallei ziet met de Menukaart kansen voor ondernemers in de FoodValley regio. “Het biedt ruimte en flexibiliteit, al zijn er ook zorgen over het meenemen van de omwonenden in de plannen”, geeft hij eerlijk aan. “Maar als het lukt, sla je twee vliegen in één klap: je krijgt de maatschappij en de consument mee en het buitengebied wordt er mooier van.”

Meer mogelijk

De regio heeft zich achter de Menukaart geschaard en het ziet er naar uit dat dit vanaf 2017 ook past in de provinciale regelgeving. Vanaf dan kan de Menukaart ook echt worden ingezet. Om te kijken hoe het in de praktijk gaat, worden pilots uitgevoerd. De bevindingen daarvan worden verwerkt in een handreiking voor ambtenaren en een algemeen beleidskader voor bestuurders. “Werken met de Menukaart vergt wel een cultuurverandering”, realiseert Hilhorst zich. “Niet een plan afschrijven als het niet binnen de lijntjes past, maar denken vanuit de mogelijkheden.” Het belangrijkste resultaat is dan ook dat er meer mogelijk is. Hilhorst: “Ondernemers krijgen de mogelijkheid om uit te breiden, de omgeving wordt fraaier en de maatschappelijke acceptatie van de plannen en ondernemerschap in het buitengebied groter. Dat is drie keer maatschappelijke winst.” ■



Openluchttheater Ede is een plek voor iedereen

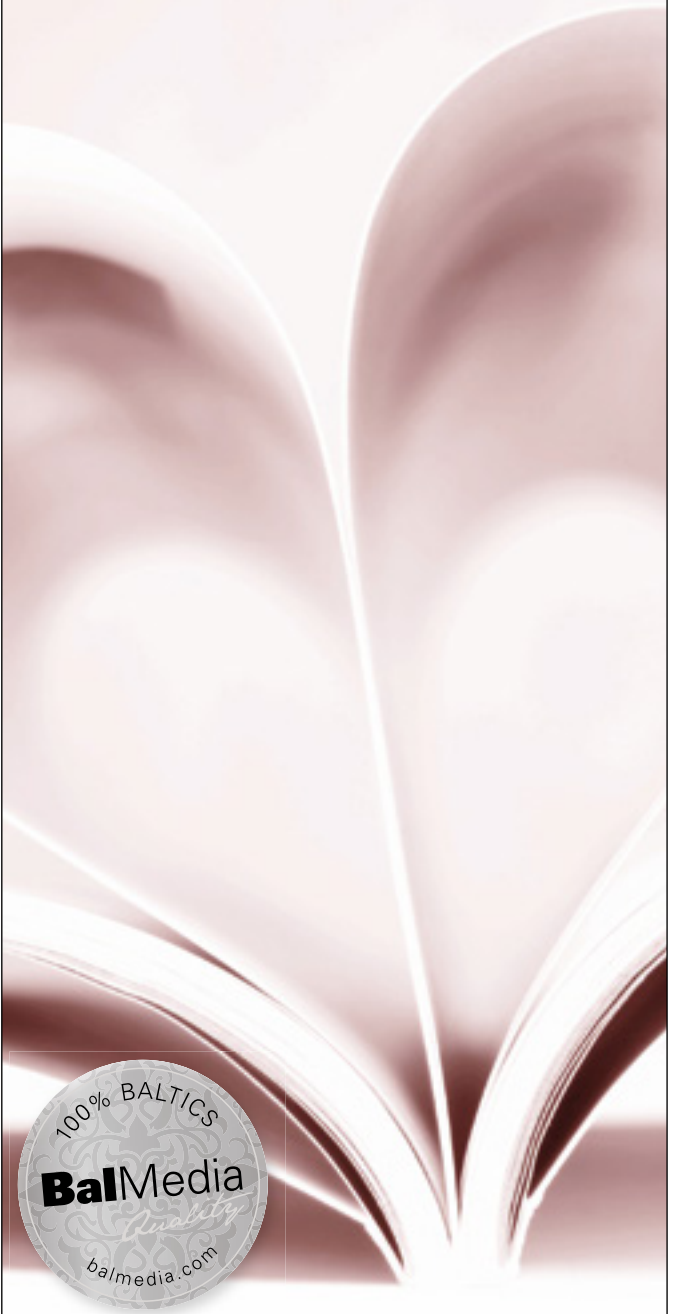
Met een spectaculaire uitvoering van opera Die Zauberflöte is afgelopen zomer het Openluchttheater Ede heropend. Het rijksmonument en grootste openluchttheater van Nederland is, mede dankzij steun uit het Regiocontract, helemaal in ere hersteld. Een brede programmering maakt het theater een plek voor iedereen.

TEKST ALICE VAN SCHUPPEN | APA TEKST
FOTOGRAFIE MARTIN MODDERKOLK

“Het is prachtig om op zo’n unieke locatie cultuur te kunnen bieden aan bewoners van Ede en omgeving”, zegt Esther Werkman namens de Stichting Openluchttheater Ede. Een parel in het groen, zo karakteriseert ze het theater aan de Van Pabstlaan. De afgelopen jaren werd het openluchttheater nog maar amper gebruikt. “Het had niet meer de faciliteiten die nodig zijn”, zegt Werkman. Nu de kleedkamers, kassahokjes en toiletten zijn opgeknapt, het groen is aangepakt en het openluchttheater een groter én overdekt podium heeft, kan het theater weer een volwaardig programma bieden.

Openluchttheater Ede is in 1936 gebouwd in de stijl van het Nieuwe Bouwen. De heropening viel samen met het tachtigjarig bestaan van het openluchttheater. Naast kindervoorstellingen en concerten van onder meer Trijntje Oosterhuis en Danny Vera kon het publiek dit eerste seizoen genieten van de ‘Lazy Sundays’: elke zondagmiddag in juli en augustus een klein, intiem optreden. “Iedereen kon gemakkelijk binnenlopen, ook om te laten zien wat hier allemaal mogelijk is”, zegt Werkman. De stichting gaat alweer aan de slag met het programma voor de zomer van 2017. Het seizoen loopt van juni tot begin september.

We ♥ PrintMedia



Houdt u ook zo van schitterend drukwerk, scherpe prijzen en uitstekende service? Neem nu contact op en ondervind zelf de geweldige kwaliteit van ons Nederlands/Baltisch traject: optimaal van boom tot deur.

Bouwmeesterweg 52 | 3123 AA Schiedam
T 010 247 6666 W www.balmedia.com

 **BalMedia**

IW4!

Transformatorstraat 1
3903 LT Veenendaal
t (0318) 56 39 00
f (0318) 56 39 01
info@iw4.nl
www.iw4.nl



ook sterk in
doorpakken
en verpakken

Mensen maken een organisatie

Zeker bij IW4. Waar mensen werken die vastbesloten zijn hun talent te ontwikkelen. Met een onvervalste loyaliteit. Mensen die ook voor u aan de slag kunnen. In uw eigen organisatie of via onze bedrijfsactiviteiten afdelingen voor groenonderhoud, schoonmaak, metaalbewerking, verpakken en monteren.



STICHTING
LIVA
WE CARE

 Stichting LIVA
www.stichtingliva.nl



Fort aan de Buursteeg krijgt bezoekerscentrum

Een bijzondere plek, en niet alleen vanwege de historie. Fort aan de Buursteeg, tussen Veenendaal en Renswoude, gaat plaats bieden aan het nieuwe Bezoekerscentrum Grebbelinie. Het in ere herstelde fort is een mooie plek om te recreëren en biedt kansen voor ondernemers om een connectie te maken. Met elkaar én met het gebied.

TEKST ALICE VAN SCHUPPEN | APA TEKST
FOTOGRAFIE RUBEN MEIJERINK | APA FOTO

De realisatie van het bezoekerscentrum, ondersteund vanuit het Regiocontract, is een van de sleutelprojecten in het beter zichtbaar maken van de Grebbelinie. De contouren van het fort zijn inmiddels hersteld. “Een startpunt voor het verkennen van de Grebbelinie, maar ook een bijzondere plek om buiten te zijn”, omschrijft Saskia Kemperman van gebiedscoöperatie O-gen. Naast het bezoekerscentrum en het kantoor van O-gen krijgen een horecaondernemer en een wijnhandelaar een plek in het nieuwe gebouw.

Kemperman ziet het fort aan de Buursteeg als een totaalconcept waar synergie ontstaat. Tussen historie en recreatie, met ondernemers en bewoners uit de regio. “Het geeft bewoners meer het gevoel onderdeel te zijn van deze bijzondere omgeving”, verwacht Kemperman. Daarnaast zal de plek aantrekkingskracht uitoefenen op bezoekers van buiten de regio. “Dat levert economisch voordeel op. Het is de bedoeling dat het nieuwe bezoekerscentrum meer dan 15.000 bezoekers per jaar gaat trekken.” De bouw is onlangs gestart, het bezoekerscentrum zal naar verwachting in de zomer van 2017 de deuren openen voor het publiek.



Internationale spil van pluimveekennis

In de periode van het Regiocontract 2012 – 2015 hebben samenwerkende partijen succesvol het Poultry Expertise Centre in Barneveld neergezet als hét internationale kennis- en trainingscentrum voor de pluimveesector. De komende jaren staan in het teken van uitbreiding en doorontwikkeling naar een zelfvoorzienende instelling, vertelt projectleider Jos Berkvens van de gemeente Barneveld enthousiast.

TEKST LEENDERT DOUMA | APA TEKST FOTOGRAFIE RUBEN MEIJERINK | APA FOTO

De plannen voor het Poultry Expertise Centre (PEC) startten in 2012. “Op het gebied van pluimveeopleidingen was er bijna niks meer op HBO- en MBO-niveau”, zegt Jos Berkvens, “of het was heel eenzijdig gericht op machinebouw of juist biologische pluimveeteelt. Er was nog geen kruisbestuiving.” De plannen leidden in 2013 tot de oprichting van het PEC, een samenwerkingsverband tussen overheid, opleidingsinstituten en het bedrijfsleven. En dat sloeg aan. “Een van de succesfactoren is dat het PEC inspeelt op maatschappelijke thema’s, zoals duurzaamheid, gezondheid en dierenwelzijn.”

Een van de eerste mijlpalen was het instellen van het Lectoraat Gezonde Pluimveehouderij, dat onderzoeksprojecten met bedrijven opzet. Soms zijn dat grote spelers, maar er worden ook projecten met het MKB gerealiseerd. Daarnaast zette het PEC training en (na)scholing voor het bedrijfsleven op, nationaal en internationaal. Dat het PEC internationaal een succes is, is mede te danken aan de e-learning en blended learning modules die zijn ontwikkeld. Berkvens: “Studenten kunnen zo thuis

de theorie leren, om vervolgens in Barneveld een paar weken te komen trainen.”

Dat trainen kan optimaal in de innovatieve pluimveestal, of poultry innovation lab, die in oktober wordt geopend. “Het is een stal voor duizend legkippen en duizend vleeskippen. In de meeste pluimveebedrijven kunnen studenten niet bij de dieren komen. Hier kunnen ze wel met de dieren oefenen”, legt Berkvens uit. En de nieuwste technologieën kunnen hier in de praktijk worden onderzocht. Ook is er een kleine mengvoerbak op de campus, om nieuwe concepten te ontwikkelen.

Er is al veel gebeurd, het fundament is stevig. Maar de ambities van het PEC reiken verder. In de komende jaren wordt het curriculum voor een internationale masteropleiding ontwikkeld, in samenwerking met de Wageningse universiteit. Naast het innovation-lab komt er een business center waar partners hun klanten kunnen ontvangen. En het PEC investeert in nationale, Europese en wereldwijde netwerken van expertisecentra voor de pluimveehouderij. “Er is overal

ontzettend veel behoefte aan kennis”, zegt Berkvens. “Maar eigenlijk is in elk land de sector net te klein om professionele centra op te zetten. Het is mooi als we dat in internationale samenwerking kunnen doen.”

De totale kosten van de doorontwikkeling bedragen zo’n 2,6 miljoen euro, zo bevestigde het PEC onlangs. Daarmee kan het centrum de komende jaren selfsupporting worden en een internationale spil voor pluimveekennis zijn. ■



Regio FoodValley bouwt mee aan Internationale School



Er wordt druk gebouwd aan een nieuwe Internationale School in de wijk Schuytgraaf in Arnhem-Zuid. Die wordt eind dit jaar opgeleverd en na de voorjaarsvakantie 2017 in gebruik genomen. De school ligt buiten de FoodValley regio, maar de regiofunctie voor – met name – Wageningen, Ede en Barneveld is evident. Daarom droegen die gemeenten graag bij aan de realisatie van de nieuwe school, zo vertellen Dennis Gudden, wethouder economie in Wageningen, en Paul Volleman, projectleider namens Regio FoodValley.

TEKST [LEENDERT DOUMA](#) | APA TEKST FOTOGRAFIE [RUBEN MEIJERINK](#) | APA FOTO

Wageningen is de meest internationale stad van de regio, zegt Paul Volleman. “Je vindt er zo’n 130 nationaliteiten. Dat is uniek. Dat besef je vooral tijdens een WK, in de cafés hier.” Het staat voor de levendige internationale samenwerking. Maar Wageningen is in die zin geen eilandje, vindt Dennis Gudden. Ede gaat met het Word Food Center veel expats trekken, en Barneveld met het Poultry Expertise Centre. “We vinden het allemaal belangrijk dat er een Internationale School in Gelderland komt. Prima dat dat in Arnhem is.

Dat is goed voor ons vestigingsklimaat.” Want de FoodValley regio is net te klein voor een eigen Internationale School.

Het nieuwe gebouw biedt onderwijs en opvang aan kinderen van 0 tot 18 jaar, inclusief keukens en bibliotheek. Voor het eerst geïntegreerd, want op dit moment is alles nog gehuisvest in verschillende gebouwen. Het voordeel voor kinderen die veel verhuizen is dat het aansluit op internationale onderwijsprogramma’s. De school is overigens niet alleen bedoeld voor

expats, ook Nederlandse ouders kunnen hun kinderen er naartoe sturen.

“Maar het gaat om meer dan alleen de kinderen”, vertelt Gudden. “De ouders zijn ook heel actief en betrokken, zo zag ik bij de start van de bouw. Op die manier ontstaat er een brede internationale gemeenschap van mensen die elkaar helpen en doorverwijzen.” ■

FrisValley succesvol



In 2012 startte het project FrisValley 2.0, dat net als 1.0 werd ondersteund door Provincie Gelderland en negen gemeenten: de acht Regio FoodValley-gemeenten plus Woudenberg. Het doel was om het alcoholgebruik bij jongeren onder de 18 jaar te ontmoedigen.

TEKST [LEENDERT DOUMA](#) | [APA TEKST](#)

“Het liep de vier jaar daarvoor zo goed dat het zonde zou zijn om FrisValley stop te zetten”, zegt projectleider Bertil Rebel. In plaats daarvan werd in 2012 de ‘scope’ verbreed. “We gingen ons richten op het netwerk rondom de jongeren. Dus: scholen, sportclubs, horeca, slijters. Maar in de eerste plaats op de ouders.” Door middel van campagnes en promotieacties werd bewustwording gecreëerd. Een van de successen was een campagne gericht op supermarkten om alcoholverkoop aan minderjarigen tegen te gaan. Rebel: “FrisValley richtte zich daarbij op kassamedewerkers en niet zozeer op managers. Daarom had de actie veel succes.”

Het gevolg is dat in de regio de alcoholwet goed wordt nageleefd. “Landelijk wordt in twintig procent van de gelegenheden geheel geen alcohol verstrekt aan jongeren”, zegt Rebel. “In de FrisValley-regio gaat het op de helft van de plekken goed. De impact kan altijd groter, maar we zijn op de goede weg.” De aanpak – een combinatie van beleid, educatie en handhaving – stond ook in Den Haag in de belangstelling. Staatssecretaris Martin van Rijn van VWS sprak zijn trots uit op de slotbijeenkomst van FrisValley 2.0. Dus kon begin dit jaar fase 3.0 vol goede moed van start gaan. Dat is vooral een praktisch actieprogramma, gefinancierd door de gemeenten. ■



PUUR PORSCHE MAGAZINE

PUUR Porsche Magazine is het maandelijks lijfblad voor de Porsche liefhebber. Het staat boordevol reportages over typen Porsches uit heden en verleden, techniek, onderhoud, tuning, interviews, races, evenementen en lifestyle.

Prijs: € 4,49 (winkelprijs € 5,95)

Beschikbaar als: iOS en Android

GREAT BRITISH CARS

Great British Cars is een onafhankelijk magazine voor de liefhebber van Britse auto's en verschijnt in Nederland en België. Het blad staat boordevol reportages over alle Britse merken en typen uit heden en verleden.

Prijs: € 4,99 (winkelprijs € 5,95)

Beschikbaar als: iOS en Android



VOLVODRIVE MAGAZINE

Volvodrive Magazine verschijnt zes maal per jaar in Nederland en Vlaanderen en staat bomvol spraakmakende reportages en wetenswaardigheden over Volvo.

Prijs: € 5,49 (winkelprijs € 6,95)

Beschikbaar als: iOS en Android

SPORT & FITNESS MAGAZINE

Sport&Fitness Magazine is al 30 jaar het enige echte Nederlandse fitness magazine. Met recht een blad voor iedereen die gezonder, sterker en vitaler wil worden en blijven.

Prijs: € 4,49 (winkelprijs € 5,50)

Beschikbaar als: iOS en Android



magzine.nu

DE DIGITALE KIOSK





Kookworkshop smaakvol ingrediënt van project 'Meerwaarde uit afval'

Minder verspilling, meer plezier

We gooien veel weg, maar veel daarvan is waardevol. Hoe maak je mensen daarvan bewust en ga je verspilling tegen? In het project 'Meerwaarde uit afval' is daar op verschillende manieren aan gewerkt. Inmiddels zijn alle gemeenten in de FoodValley regio aan de slag gegaan met nieuw afvalbeleid.

TEKST ALICE VAN SCHUPPEN | APA TEKST FOTOGRAFIE RUBEN MEIJERINK | APA FOTO

Deelname aan een landelijke benchmark over afval, met als resultaat een rapportage over de FoodValleygemeenten, vormde het startpunt van het project. "Daar hebben we vervolgens dieper op ingezoomd", zegt projectleider Freek Fokkert. Door interviews te houden met bewoners is kennis, houding en gedrag ten aanzien van afval in kaart gebracht. "Zo bleek bijvoorbeeld dat bewoners van hoogbouw toch graag gft-afval apart wilden inzamelen. In overleg hebben we gekeken wat mogelijk en haalbaar was." Om mensen echt in beweging te krijgen meer afval te scheiden, bleek sturen op restafval de beste oplossing. Fokkert: "Sommige gemeenten hebben besloten minder vaak restafval in te zamelen of over te gaan op een kleinere container, andere gemeenten hebben voor een prijsprikkel gekozen."

Een educatief deel van het project vormde de succesvolle workshop 'Koken met restjes'. Jaarlijks gooien we zo'n 50 kilo voedsel per

persoon weg. Maar met een beetje creativiteit en een vleugje kennis, is er van restjes nog een heerlijke maaltijd te bereiden, zo bleek tijdens de workshop. Onder leiding van professionele koks gingen deelnemers samen aan de slag om vervolgens ook samen de maaltijd te nuttigen. "Als je er plezier in krijgt, dan zie je restjes helemaal niet meer als restjes", zegt Eveline van Oudbroekhuizen, projectleider van Het Groene Wiel uit Wageningen, die de workshop op poten zette. Tips over het bewaren van voedsel, het inschatten van hoeveelheden en bewuster boodschappen doen, kwamen ook aan bod tijdens de workshop. Allemaal met het doel om voedselverspilling te voorkomen en het GFT afval te verminderen.

"De kookworkshop is in de eerste plaats een leuke activiteit, die een breed publiek aanspreekt", zegt Van Oudbroekhuizen. "De winst daarvan is dat je ook mensen bereikt die niet op voorhand al geïnteresseerd zijn

in duurzaamheid." De workshop is enkele keren gehouden in Wageningen, Barneveld en Ede. Samen met de Edese kok Christian Weij is ook een kookboekje en een website met recepten ontwikkeld. "Mensen zijn enthousiast", ervaart Van Oudbroekhuizen. "Er is veel te bereiken als je beter nadenkt over voedselverspilling."

Naast de kookworkshop heeft Het Groene Wiel een lespakket uitgebracht voor scholen en kinderopvang. Onder de titel 'Broodje tweede kans' zijn kinderen aan de slag gegaan met bewaarexperimentjes en het maken van tosti's, wentelteeftjes en broodpudding. "Brood is het meest herkenbaar voor kinderen, ze houden het allemaal wel eens over", legt Van Oudbroekhuizen uit. "En het leuke van het lesprogramma is dat kinderen de opgedane ideeën thuis ook in praktijk willen brengen." ■

Alle constructies beginnen met een goed idee.

roekel.nl

Elke bouwkundige constructie begint met een goed idee. Een manier om het ontwerp van de architect zo goed mogelijk uit te voeren. Efficiënt en solide, esthetisch verantwoord en met minimaal materiaalgebruik. Daar zijn wij goed in. Ook voor de constructie van uw woning of bedrijfspand hebben we een goed idee. De nieuwbouw of verbouw van uw project zien wij als een uitdaging. Wat een constructie sterk maakt, is naderhand niet meer zichtbaar. Het is de verborgen kracht van een goed idee.



BOUWPLANNEN?
WIJ ONTWERPEN GRAAG
DE CONSTRUCTIE.

verborgen kracht





Project Bevrijdingstoerisme en vredeseducatie

Het nieuwe herdenken: samen werken aan een betere toekomst

De Regio FoodValley-gemeenten Wageningen, Ede en Rhenen hebben, samen met Renkum, veel geïnvesteerd in bevrijdingstoerisme en vredeseducatie in de jaren 2012 tot en met 2015. Het was een project waaraan heel veel maatschappelijke organisaties en vrijwilligers enthousiast meededen. Zij verwezenlijkten zo'n veertig projecten en evenementen, waaronder het DOEboek Vrede en Vrijheid 70 jaar, het programma 75 jaar Slag om de Grebbeberg, een toeristische Wederopbouwroute, de Democratiefabriek en websites en apps als bijvoorbeeld de Grebbebergapp en de Airborneapp. De samenwerking verliep zo goed, dat men verder wil, zo vertelt projectleider Liesbeth de Jong trots. [TEKST LEENDERT DOUMA | APA TEKST](#) [FOTOGRAFIE SJEF PRINS | APA FOTO](#)

Zelf noemt ze zich liever aanjager en procesbegeleider. De Jong: "Het begint met een aantal enthousiaste mensen met een gezamenlijke drive. Het enthousiasme moet in banen geleid worden en structuur krijgen, met respect voor ieders eigenheid en oog voor het gemeenschappelijke. Als bij een evaluatie wordt gezegd 'what do we do next?', dan ben ik tevreden." Dat gebeurde bijvoorbeeld in mei 2015 in Rhenen bij de evaluatie van 75 jaar Slag om de Grebbeberg. Daar wordt nu samengewerkt aan een programma rond de 80-jarige herdenking.

DOEboek

Een actueel voorbeeld van samenwerking is de Vredes Doe Dag op 21 september. "Er is verbinding met de Tweede Wereldoorlog",

legt De Jong uit. "Maar de activiteiten hebben het karakter van 'toekomstgericht herdenken'. De waarden die toen onder druk stonden – zoals vrijheid, respect en democratie – staan nu weer onder druk." Als voorbeelden noemt ze de Democratiefabriek en het DOEboek Vrijheid 70 jaar, die de thematiek doortrekken naar wat jongeren in het hier en nu beweegt. Over persoonlijke grenzen, je kunnen verplaatsen in de ander. Maar ook over vluchtelingen in de klas.

Het DOEboek is verschenen in een oplage van 40.000 exemplaren. Van een Engelstalige versie werden nog eens 15.000 exemplaren gedrukt. Liesbeth de Jong is vooral trots op de totstandkoming ervan. "Iedereen kon aansluiten en met ideeën komen. Daardoor is

er het gevoel: het is ons boek." Met de nadruk op 'ons'. De Jong: "Als je me vraagt wat het mooiste aan het DOEboek is, dan zeg ik: het colofon."

Stad der Bevrijding

Ze is ook trots op het proces dat leidde tot het vaststellen van de kernwaarden van Stad der Bevrijding door de gemeente Wageningen in 2014. De vier waarden die in dialoog met de stad verwoord werden zijn: 1. Werken aan vrede, vrijheid en veiligheid, 2. Bedanken van de Bevrijders, 3. Door en voor de stad en 4. Verbinden van diversiteit. "In Wageningen wonen meer dan 130 nationaliteiten. Dat ervaart Wageningen als kracht en die willen ze gezamenlijk verzilveren in een betere toekomst. Prachtig toch?" ■



Samenwerking dubbele winst voor regionale arbeidsmarkt

TEKST ALICE VAN SCHUPPEN | APA TEKST FOTOGRAFIE SJEFF PRINS | APA FOTO

Een optimale aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt en zo veel mogelijk mensen zo regulier mogelijk aan de slag helpen. Dat is in het kort de uitdaging van de samenwerkende partijen in de arbeidsmarktregio FoodValley. Deze in 2012 gevormde arbeidsmarktregio omvat de gemeenten Barneveld, Renkum, Rhenen, Scherpenzeel, Renswoude, Wageningen, Veenendaal en Ede. De afgelopen tijd is vooral gewerkt aan eenduidige publieke dienstverlening voor werkgevers, nu wordt de brede triple helixsamenwerking versterkt.

“Zeker voor een regio met een duidelijke economische ambitie is een goed functionerende arbeidsmarkt heel belangrijk”, benadrukt Eveline van der Aa, programmamanager Arbeidsmarktregio FoodValley. “Werkgevers hebben in hun zoektocht naar personeel behoefte aan duidelijke en eenduidige informatie vanuit publieke partijen”, verklaart ze. “We willen graag dat mensen die nu nog aan de kant staan, een goede match kunnen maken met de vraag van werkgevers.” Met de oprichting van het Werkgevers Servicepunt regio FoodValley (WSP) is de dienstverlening van de gemeenten, UWV en de sociale werkbedrijven IW4 en Permar, goed op elkaar afgestemd.

Door de regionale aanpak heeft de werkgever meer kans op een goede kandidaat en heeft de kandidaat meer kans op een geschikte en passende vacature. De gedachte om alles bij één

loket onder te brengen, komt tegemoet aan de wens van werkgevers, onderschrijft Gert van Ginkel, operationeel directeur van Pokon Naturado uit Veenendaal. Hij heeft jarenlange ervaring met mensen die een afstand hebben tot de arbeidsmarkt en maakt zich er hard voor om ze aan het werk te helpen. “Dat gaat heel goed, als je niet uitgaat van de beperkingen, maar van hun eigen kracht”, geeft hij zijn uitgangspunt weer. “Maar werkgevers zien vaak door de bomen het bos niet meer. Welke regelingen zijn er? Met welke instanties krijg ik te maken? Wat zijn de risico’s?”

Het WSP biedt werkgevers een eenduidige toegang tot het antwoord op die vragen. De volgende stap in de samenwerking is het opstellen van een gezamenlijke arbeidsmarktagenda. Met de start van de regionale Arbeidsmarkttafel werken overheid, ondernemers en onderwijsinstellingen samen aan

de regionale ambities en de sociale opgave. Meer verbinding met het onderwijs, een leven lang leren, is een van de prioriteiten en dat is hard nodig, beaamt Van Ginkel, die ook deelneemt aan de Arbeidsmarkttafel. “Personeel vergrijsst, terwijl er steeds meer eisen worden gesteld. Alles moet sneller en slimmer”, illustreert hij.

Van der Aa verwacht dat de Arbeidsmarkttafel het regionale netwerk zal verstevigen, waarin de samenwerking ook echt resultaat oplevert. “Slimme oplossingen, bijvoorbeeld in de aanpak van jeugdwerkloosheid, instroom in technische opleidingen, maar ook thema’s als het tegengaan van discriminatie”, noemt ze. “Door samen te werken vanuit een gezamenlijke agenda, weet je elkaar sneller te vinden, worden de juiste prioriteiten gesteld en ontstaat er ruimte voor innovatie.” ■



Centrum voor Jong Ondernemerschap (CVJO) voortgezet als Ondernemersvallei

Inspirerende werkplek voor jonge ondernemers

Workshops, coaching, sparren met collega-ondernemers, het Centrum voor Jong Ondernemerschap (CVJO) in Ede heeft in de periode van het Regiocontract bijna dertig starters de mogelijkheid gegeven om te groeien. Inmiddels is het centrum voortgezet als Ondernemersvallei. “We bieden een inspirerende werkplek waar starters kennis kunnen uitwisselen”, zegt Rutger Schumer, aanjager van Ondernemersvallei.

TEKST [ALICE VAN SCHUPPEN](#) | APA TEKST FOTOGRAFIE [SJEFF PRINS](#) | APA FOTO

Het CVJO startte in 2013 met als missie jonge ondernemers succesvol te maken. Samen met partners uit het onderwijs en het bedrijfsleven werd het CVJO op de Edese Kenniscampus als broedplaats opgezet. Naast flexplekken konden ondernemers gebruik maken van coaching en training, workshops, startersborrels met lezingen en een wekelijks inloopspreekuur waar ondernemers vragen konden stellen aan partners.

Het is vooral de samenwerking met andere ondernemers, die het concept voor starters aantrekkelijk maakt. “Ik ben op mijn zolderkamer begonnen”, zegt Wim Verhoeks, business consultant, die destijds als starter bij het CVJO een plek vond. “Hier heb ik ontdekt dat je niet eenzaam hoeft te ondernemen. Vragen die je als

ondernemer hebt, kon ik heel laagdrempelig, zonder dat er meteen hoge kosten aan verbonden zijn, beantwoord krijgen.” Partners uit het bedrijfsleven, zoals een accountant, een notaris, een administratief dienstverlener en een bank, waren regelmatig in het CVJO te vinden om de jonge ondernemers te ondersteunen.

Na afloop van het Regiocontract ging het CVJO zelfstandig verder en verhuisde het centrum naar de Telefoonweg. “De naam veranderde dat je jong moet zijn, maar alle ondernemers zijn welkom”, verklaart Schumer de naamsverandering. Ondernemersvallei telt nu acht ondernemers die de werkvloer met elkaar delen. “Het aantal wisselt, maar dat is goed want ondernemers groeien ook”, zegt Schumer. “Het gaat erom dat ze in een professionele

werkomgeving kunnen starten, in plaats van in hun eentje op zolder. De ondernemers kunnen met elkaar sparren en soms pakken ze samen projecten op.”

Schumer heeft de ambitie om uit te groeien tot een ‘community’ van zo’n twintig ondernemers. “We willen onszelf in de regio meer zichtbaar maken”, zegt hij. Dat vraagt de nodige inspanning, want sinds er meer vergelijkbare initiatieven in de markt ontstaan, ervaart Ondernemersvallei ook concurrentie. Daarnaast was op de Zandlaan de verbinding van het CVJO met het onderwijs eenvoudiger. “Nu zijn we gevestigd tegenover station Ede Centrum en is het lastiger om inhoud te geven aan samenwerking met het onderwijs”, zegt Schumer. Naast startende ondernemers hadden in het CVJO ook ‘student companies’ een werkplek. Vier onderwijsinstellingen, waaronder de Christelijke Hogeschool Ede, waren partner in het project. Het heeft ertoe bijgedragen dat de afgelopen jaren veel starters in de regio op weg zijn geholpen en hun onderneming hebben kunnen uitbouwen. En dat is waar Ondernemersvallei zich de komende tijd ook voor zal blijven inspannen.

Jacco Wisserhof, pluimvee, Rhenen. "Vroeger had iedereen wel een boer in de familie, maar tegenwoordig komen mensen niet zomaar op een boerenbedrijf. Daarom is het leuk om publiek te ontvangen en informatie te geven. Zo help ik misverstanden over onze sector de wereld uit. Een bezoeker vroeg of onze kippen nog steeds in kooien worden gehouden. Zo iemand is blij verrast om te horen dat dierenwelzijn voor ons heel belangrijk is. Ik hoop dat consumenten hierdoor betere keuzes maken in de winkel en niet voor het goedkoopste gaan."

'Vallei Boert Bewust'
draagt bij aan een beter imago

Boeren zetten deuren open voor publiek

In 2013 is Vallei Boert Bewust (VBB) gestart. Boeren met varkens, melk- en vleesvee, pluimvee en kalveren treden naar voren als 'visitkaartje' van hun sector. Dat doen ze bijvoorbeeld door open dagen te organiseren, waarop de mensen hun bedrijf kunnen bezoeken en ook kunnen meewerken. Voor beide partijen is dat heel leerzaam.

TEKST LEENDERT DOUMA | APA TEKST
FOTOGRAFIE RUBEN MEIJERINK | APA FOTO



Wim van de Fliert, melkvee/varkens, Renswoude. "Een dame uit de stad had zich aangemeld via de VBB-week. Ze wilde wel weten hoe je koeien moet melken. Ik liet het haar proberen met de hand. Toen ze de melk zo uit de koe voelde, riep ze verbaasd: 'die is écht warm!'. Voor mij was dat ook een eyeopener. Mensen zijn ontzettend geïnteresseerd, maar weten heel weinig. We moeten nog veel zichtbaarder worden."



Linda van de Bor, vleeskalveren, Voorthuizen. "Wij hebben al twintig jaar een minicamping bij ons bedrijf en hebben dus vaak mensen over de vloer. De meest gestelde vraag is of het niet zelig is om kalfjes te slachten. Dat komt omdat er zo veel zuivel geproduceerd wordt en daarom worden zo veel stierkalveren geboren. En die geven nou eenmaal geen melk. Je geeft mensen hierdoor vaak nieuwe inzichten."



Berta van Beek, slachtkuikens, Nijkerk. "We hebben ons bedrijf heel recent gemoderniseerd en zijn overstapt op scharrelvlees. We houden nu een ander ras en de kuikens kunnen bij ons naar buiten. Van tevoren was ik wel een beetje bang voor al te kritische reacties van bezoekers. Maar het is me enorm meegevallen. Het was juist heel ontspannen en gemoedelijk."



Peter van Omme, melkvee, Otterlo. "Wij hebben bijna dagelijks vreemd volk op ons bedrijf, we hebben ook een accommodatie voor groepen. Hele schoolklassen vertel ik soms dat melk toch écht van een koe komt en niet uit een fabriek. Als ze geluk hebben kunnen ze een kalf geboren zien worden. Ik roep altijd: 'Laat zien wat er op je bedrijf gebeurt, dan gaat het publiek positiever tegen de boer aankijken'. Bij de laatste VBB-week had een GroenLinks-statenlid zich bij ons aangemeld. Ik dacht wel even 'wat wordt dat?'. Maar we kregen een goed gesprek en we hebben samen pannenkoeken gegeten."



Jaco Geurts, varkens, Scherpenzeel. "Ik geloof dat dit soort initiatieven uiteindelijk bijdraagt aan een beter imago. Je kunt de mensen uitleggen dat als de consument niet veel wil betalen voor vlees, dit uiteindelijk ten koste gaat van de boer en zijn dieren. Voor kritische vragen ben ik niet bang. Niet elke discussie kan ik winnen. Voor de een is een dier gezelschap terwijl de ander hem opeet."

Samen werken of samenwerken?

Er staat bijna hetzelfde maar door de spatie heeft het een heel andere lading. Onafhankelijk van elkaar hebben beide woorden al een mooie betekenis. In de afgelopen jaren hebben we op beide manieren uitvoering gegeven aan de plannen in de regio. Samen en werken... We hebben samen gewerkt aan verschillende projecten die bijdragen aan een economisch gezonde regio. Wonen, werken, leren en innoveren. Op alle terreinen zijn mooie resultaten geboekt die stuk voor stuk de moeite waard zijn.

Maar we zijn nog lang niet klaar met het benutten van de mogelijkheden die de regio biedt. De plannen voor de komende jaren zijn gemaakt. Fantastisch, want ieder succes begint met een goed plan. Het uiteindelijke succes hangt echter af van de juiste partners en de manier van samen werken aan de plannen.

In mijn dagelijks werk als innovatiemakelaar voor het Regionaal Centrum voor Technologie ontmoet ik veel ondernemers. Nuchtere mensen die over het algemeen met beide benen op de grond staan. Ook zij zijn bezig met de toekomst van hun onderneming en met het maken van plannen. Hoe ziet mijn product, dienst of proces er volgend jaar uit? Welke technologieën zijn voor mij interessant? Wie zijn mijn toekomstige medewerkers? Welke kan-



Wicha Benus

Innovatiemakelaar
RCT Gelderland

www.rctgelderland.nl

sen biedt de regio mij? Op zoek naar antwoorden die belangrijk zijn voor de onderneming maar ook voor de verdere ontwikkeling van de regio.

Regio FoodValley heeft alle ingrediënten in huis die nodig zijn voor succes. Een goed vestigingsklimaat met verschillende soorten bedrijvigheid, goed onderwijs op MBO, HBO en universitair niveau en veel kennisinstellingen. De grootste opgave ligt in het samenbrengen van al die mogelijkheden om de gemaakte plannen te verwezenlijken. Volgens mij begint dat succes met de onafhankelijke woorden samen en

werken te combineren tot samenwerken. Opeens ontstaan er ongekende mogelijkheden. Samenwerken leidt tot nieuwe inzichten, innovaties, nieuwe verdienmodellen. Dat is goed voor de regio. Maar... samenwerken is niet vanzelfsprekend. Hoe graag we dit ook vanuit overheid of onderwijs zouden willen, het gaat niet vanzelf! Hier is lef voor nodig! Het lef van alle partners om te delen, open te staan voor andere ideeën en werkwijzen en de veranderingen te ondergaan.

Mooie voorbeelden laten zien dat we ondernemers in de regio nodig hebben om van plannen te komen tot succesvolle projecten. Van idee naar realisatie door ondernemers te verbinden aan de kennis van anderen en zo de ongekende mogelijkheden te ontdekken. Laten we nog meer gaan samenwerken in plaats van samen te werken. Laten we de veranderende rol accepteren. Want... verandering gebeurt omdat trotse inwoners van de regio buitengewone dingen doen door samen te werken aan samenwerking!



PROEVtuin FoodValley brengt regionale producten dichterbij

De FoodValley regio is rijk aan duurzaam regionaal voedsel. Maar hoe krijg je dit ook in de regio zelf bij de consument op het bord? In het project PROEVtuin FoodValley is de afgelopen periode gewerkt aan het beter beschikbaar en bereikbaar maken van producten van eigen bodem. Met Coöperatie Boerenhart, het Smaakpark en de FoodMap zijn concrete oplossingen op de rit gezet.

TEKST ALICE VAN SCHUPPEN | APA TEKST FOTOGRAFIE SJEF PRINS | APA FOTO

“We merkten dat individuele boeren zich meer wilden richten op de regionale afzet van hun producten en daar hulp bij zochten”, zegt Suzan Klein Gebbink die in opdracht van gebiedscoöperatie O-gen het project leidde. “Samenwerking bleek daarvoor dé oplossing.” Lokale producenten, O-gen, Rabobank, Van der Wee Grootverbruik en gemeente Ede richtten in 2014 Coöperatie Boerenhart op. Veertien agrarische bedrijven uit de Gelderse Vallei en de Veluwe nemen inmiddels deel aan deze coöperatie.

Boerenhart werkt alleen business-to-business en levert de streekproducten van de leden aan horeca, winkels en instellingen zoals Ziekenhuis Gelderse Vallei. “We helpen de ondernemers bij het vermarkten van lokale producten”, zegt Pieter Vink van Boerenhart. “Wij zorgen voor de logistiek, de marketing en communicatie en de verkoop.” Roel van Dijk, van Melk- en Vleesboerderij Het Binnenveld in Rhenen, heeft veel profijt van zijn deelname

aan Boerenhart. “Pieter legt het contact met de afnemers en zorgt voor het transport, precies de zaken waar wij zelf geen tijd voor hebben”, geeft hij aan. Van Dijk, die ook een winkel aan huis heeft, verkoopt inmiddels een kwart van zijn producten via Boerenhart.

Vink wijst net als Van Dijk op de trend dat steeds meer mensen willen weten waar het voedsel vandaan komt. “Wij kunnen de herkomst garanderen”, zegt hij. Vanuit de horeca groeit de vraag naar streekproducten. Vink: “Ze willen het wel graag op één plek kunnen bestellen. Daarin voorziet Boerenhart dus ook in een behoefte. Het is mooi om te zien dat alle partijen er uiteindelijk beter van worden.” Door de keten kort te houden, krijgen de deelnemers aan Boerenhart een eerlijke prijs voor hun producten.

Naast Boerenhart is in het project PROEVtuin ook ondersteuning gegeven aan het Smaakpark, een initiatief van de Edese topkok

Christian Weij, waarvoor bijna de schop de grond in gaat. “Een plek in de stad, waar consumenten op een makkelijke manier in contact kunnen komen met duurzame regionale voeding”, omschrijft Suzan Klein Gebbink. Het culinaire park legt zo de verbinding met het buitengebied, waar ook de FoodMap aan bijdraagt. In de vorm van een app, die nog in ontwikkeling is, maakt de FoodMap inzichtelijk waar welke producten in de regio te krijgen zijn. Klein Gebbink: “Niet als ‘platte’ informatie, maar gecombineerd met onder meer activiteiten, recepten en fiets- en wandelroutes.”

PROEVtuin heeft het thema ‘voedsel’ in de regio beter zichtbaar gemaakt, noemt Klein Gebbink als belangrijk resultaat. “Er is reuring rond het thema en het zwengelt discussies en andere projecten aan”, merkt ze. “Het is geen hype, de concepten die zijn ontwikkeld staan er echt en vormen een nieuwe inkomstenbron voor ondernemers.” ■

Een corporate story

FoodValley: Proeftuin van de globe

Een groene vallei met veel foodbedrijvigheid. Dat was 100 jaar geleden zo; dat is nog steeds zo. FoodValley: een compacte regio, herkenbaar, veel foodkennis en innovaties op gebied van gezonde en duurzame voeding. Natuurlijk, alles is anders nu. De schaal, de technieken, de vraagstukken. Maar nog steeds ontwikkelen en testen we hier kennis en passen deze toe. Al die jaren ontwikkelen we hier nieuwe technieken. En nog altijd is alles hier gericht op innoveren. Proeftuin van de wereld. Dat is FoodValley.

FOTOGRAFIE [SJEFF PRINS](#) | [APA FOTO](#)

Innovatiebron

En in FoodValley geloven we dat de foodsector alleen echt innovatief is wanneer je samenwerkt. Aan het ontwikkelen van kennis. Aan het inzetten van kennis. We zijn overtuigd van de kracht van samenwerken bij het ontwikkelen van innovaties. Bij het waardevol maken van kennis en innovaties voor wereldwijde vraagstukken. Dat is uiteindelijk de missie van FoodValley: hoe voeden we straks negen miljard wereldburgers? Met kennis op onderwerpen die er mondiaal toe doen, positioneert Nederland zich hierin internationaal als gezaghebbend en leidend. FoodValley is de innovatiebron van de Nederlandse kenniskracht voor gezonde en duurzame voeding.

Interdisciplinaire kracht

FoodValley onderscheidt zich door haar interdisciplinaire kracht en focus op gezonde en duurzame voeding. Nieuwe kansen voor innovatie ontstaan door de interactie tussen de voedingsindustrie en aangrenzende sectoren. FoodValley is een geweldig voorbeeld van samenwerken

tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven: de gouden economische driehoek. FoodValley regio draait rond 'connectivity'. FoodValley stimuleert een moderne innovatie aanpak met een krachtig verbindingstelsel.

Binnen FoodValley kennen we elkaar en vinden we elkaar gemakkelijk. Via samenwerken en uitbesteden komt kennis ook voor het midden- en kleinbedrijf beschikbaar. Mogelijkheden van durfkapitaal, regionale ontwikkelingsfondsen en gerichte stimulerende maatregelen maken veelbelovende ideeën via spin-offs en start-ups levensvatbaar.

Multinationale ondernemingen

Ook grote multinationale ondernemingen zijn tot de conclusie gekomen dat zij niet alle kennis en R&D expertise in huis hebben. Zij zoeken naar nieuwe wegen om innovaties effectief en efficiënt te maken, want radicale innovaties vinden nog onvoldoende plaats. Samenwerken is vandaag de dag net zo belangrijk als concurreren. De interesse voor open innoveren is groter

dan ooit. Door actief te zoeken naar nieuwe technologieën en ideeën buiten de onderneming. En door samen te werken met 'concurrenten' om meerwaarde te creëren voor klanten en te komen tot unieke oplossingen. Nieuwe verdienmodellen ontstaan.

FoodValley spant zich in om open communicatie en ondernemerschap te bevorderen. Het zijn uiteindelijk de mensen die bepalend zijn voor innovatiekracht van bedrijven en onderzoeksinstituten. Flexibel organiseren, dynamisch managen en slim werken is het meest bepalend voor het innovatiesucces. Daarom stimuleren we sociale innovatie en de belangstelling voor technologie onder jongeren en studenten.

In FoodValley kan dit allemaal. Door herkenbaarheid, bereikbaarheid en kleinschaligheid. Net zoals 100 jaar geleden. Met nieuwe innovaties en andere uitdagingen. Proeftuin van de wereld. ■

Gelderland wijnland



De kwaliteit van Nederlandse wijnen is in de laatste jaren enorm gestegen. Er zijn in Nederland wijnmakers die wijnen maken die internationaal echt mee kunnen. Zoals De Kleine Schorre uit Zeeland en de Wijngaardsberg en Wijngoed Thorn uit Limburg die bijna uitsluitend klassieke druivenrassen gebruiken. Daarnaast is er een flinke subtop met circa 20 wijnmakers die medailles winnen op internationale wijnkeuringen. In de Nederlandse wijnbouw neemt de provincie Gelderland een sterke tweede plaats in.

FOTOGRAFIE [SJEFF PRINS](#) | [APA FOTO](#) EN [APOSTELHOEVE](#)

Ook in de FoodValley regio worden prijswinnende wijnen gemaakt. Bijvoorbeeld bij Aan de Breede Beek uit Nijkerk en Tussen Rug en Rijn in Elst UT. Diederik Beker van het Betuws Wijn domein uit Erichem heeft zich ook aangesloten bij de Nederlandse top.

Nederwijn op de kaart

Steeds meer van deze Nederlandse topwijnen vinden hun weg naar de wijnkaart in de horeca. Logisch, want als je écht met streekproducten wilt werken, dan moet je er ook geen wijn uit Chili naast zetten maar een echte wijn van eigen bodem.

Nederlandse wijn proeven?

In de FoodValley regio hebben wij onze eigen specialist in wijnen van eigen bodem. Nederwijn domein heeft het grootste online assortiment Nederlandse wijnen van de beste wijnmakers van Nederland,

De Belgische wijschrijver Stefaan Soenen is lyrisch over Nederlandse wijnen: "Niet gehinderd door faam en traditie kunnen er in Nederland en België prachtige, zuivere, finesse-volle Pinot Noirs worden gemaakt, sommige licht en fragiel, andere vol en gestructureerd. De wijnen zijn in vergelijking met de buitenlandse Pinot Noir niet eens duur. Ze zijn niet zo maar 'een lekker wijntje', nee, het zijn klassewijnen om feestelijk te ontkurken bij gerechten met verfijning."

waaronder maar liefst 5 wijnmakers uit Gelderland. Kijk op www.nederwijn domein.nl

Meer weten over Nederlandse wijn?

Lees dan het boek Wijn van Eigen Bodem van Mariëlla Beuker en Irene de Vette of kijk op www.tastytales.tv voor mooie mini-documentaires over de beste Nederlandse wijngaarden. ■





ICT VALLEY

VERBINDENDE
FACTOR IN ICT

Wethouder Marco Verloop van de gemeente Veenendaal ontdekte jaren geleden al de kracht van informatie en communicatie-technologie (ICT) achter de agrofoodsector. Hij werkt voor Wageningen UR en zag kansen in het verbinden van beide werelden. Bovendien kwam hij erachter dat in Veenendaal veel ICT bedrijven gevestigd zijn. Deze factoren brachten hem ertoe het initiatief te nemen voor ICT Valley, een cluster van bedrijven dat uit is op samenwerking en kennisdeling.

ICT Valley positioneert zich als cluster binnen de FoodValley regio. Bedrijven in dit segment kunnen lid worden en profiteren van services en diensten. Zo organiseert ICT Valley regelmatig bijeenkomsten over actuele thema's. Recent is gestart met partnerbijeenkomsten, georganiseerd door leden of partners van ICT Valley. Op 8 september kwamen 90 ondernemers en adviseurs bij elkaar bij Rabobank Vallei en Rijn. Nieuwe bijeenkomsten staan al in de planning.

Belangrijkste uitdaging op dit moment is vacatures vervullen bij ICT-bedrijven. Bedrijven in de FoodValley regio moeten de concurrentie aangaan met diverse

andere steden en regio's in Nederland. ICT Valley heeft een speciale vacaturebank ingericht en werkt actief samen met onderwijsinstellingen in de regio om studenten al vroeg te interesseren voor bedrijven in Veenendaal en omgeving. Met ontwikkeling van een ICT-lab wil ICT Valley studenten kansen bieden om opdrachten van bedrijven te realiseren.

Op dit moment werkt de stichting samen met de gemeente Veenendaal aan ICT

Campus, nu nog een concept, op termijn mogelijk een fysieke clustering van bedrijven en onderwijsinstellingen. In de woorden van burgemeester Wouter Kolff: "De ICT Campus is niet enkel een bedrijfsverzamelgebouw, maar een gezond functionerend ecosysteem van elkaar versterkende ICT bedrijven." Belangstelling? Kijk op de website van www.ictvalley.nl. Word lid en help mee dit cluster te versterken.

