Eindrapportage project leren innoveren

Algemene gegevens aanvrager

Aanvrager	: KAVB - Koninklijke Algemeene Vereeniging voor Bloembollencultuur
Contactpersoon	: Prisca Kleijn
Bezoekadres	: Weeresteinstraat 10a
Postadres	: postbus 175
Postcode en plaats	: 2180 AD HILLEGOM
Telefoon	: 0252 - 53.69.50
Telefax	: 0252 - 53.69.51
Banknummer	: 38.81.05.577

Algemene gegevens project

Startdatum	: 26 januari 2009
Einddatum	: 31 maart 2011

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

INHOUDELIJKE RAPPORTAGE

In 2005 heeft de KAVB de visie "Meer Markt, Meer Marge" uitgebracht. Hierin worden de knelpunten van de bloembollensector benoemd. Deze visie heeft geleid tot het project Leren innoveren I met het doel om het bedrijfsrendement van de ondernemers te verbeteren door het organiseren van allerlei activiteiten. De overschakeling van aanbods- naar vraaggericht denken was hierbij een belangrijk aandachtspunt.
Omdat er veel belangstelling was voor de activiteiten vanuit dit project en de bedrijfsrendementen nog steeds onder druk stonden werd het besluit genomen om het project te vervolgen met project "Leren innoveren II". In de pers is dit vervolgproject gecommuniceerd met "Meer markt, Meer marge/ Leren innoveren". De looptijd was 26 januari 2009 t/m 31 maart 2011. In dit tweejarig vervolgproject zijn d.m.v thema-avonden, workshops, excursies en masterclasses kennis, ervaringen en inzichten uitgewisseld tussen ondernemers en andere betrokkenen binnen en buiten de bloembollensector. De thema's die aan bod zijn gekomen zijn: samenwerking, markt, afzet, marktinnovatie en kostprijsberekening. In deze rapportage worden de doelstellingen, resultaten en conclusies beschreven van het project. In de bijlage is een overzicht weergegeven van de uitgevoerde activiteiten en een lijst met artikelen die verschenen zijn n.a.v. georganiseerde activiteiten.

RAPPORTAGE: LEESWIJZER

Per onderdeel zijn de activiteiten beschreven welke zijn uitgevoerd. In de paragraaf 'Financiële rapportage' zijn de bijbehorende kosten omschreven.

1. Overzicht doelstellingen.
2. Evaluatie activiteiten.
3. Evaluatie doelstellingen.
4. Indicatoren.
5. Financiering.
6. Conclusies en aanbevelingen.

Bijlagen: Overzicht activiteiten
Overzicht persberichten

1: OVERZICHT DOELSTELLINGEN.

Doelstellingen volgens het projectplan:

Doelstelling 1. In een periode van 2 jaar tenminste 400 deelnemers uit de sector (van veredelaar tot handelaar) laten deelnemen aan losse workshops, ondernemerstafels, lezingen, masterclasses of excursies waarbij inzichten, kennis en vaardigheden worden verworven die leiden tot beter presteren van de onderneming. Deze aanpak is vergelijkbaar met die van het succesvolle project Leren Innoveren 1.0.

Doelstelling 2 In een periode van 2 jaar tenminste 125 deelnemers uit de sector (van veredelaar tot handelaar) een samenhangend programma van workshops, ondernemerstafels, lezingen, masterclasses of excursies laten volgen en aan een platform binden waar inzichten, kennis en vaardigheden worden verworven van buitenaf maar vooral en bovenal door interactie tussen de deelnemers onderling.

Doelstelling 3 In een periode van 2 jaar tenminste 100 (laatstejaars) studenten en docenten uit diverse onderwijsinstellingen laten deelnemen aan de workshops, ondernemerstafels, lezingen, masterclasses of excursies uit doelstelling 1 en 2 waarbij inzichten, kennis en vaardigheden worden uitgewisseld met deelnemers uit de sector.

Doelstelling 4 Gedurende de projectperiode een model (inhoudelijk en financieel) uitwerken om na de projectsluiting de constante instroom van nieuwe deelnemers en een constante doorstroom naar het platform te continueren.

Evaluatie activiteiten

Hieronder wordt een overzicht weergegeven met de aantallen begrootte en gerealiseerde activiteiten. Vervolgens zullen de verschillende soorten activiteiten worden toegelicht en geëvalueerd.

Werkvorm	Begroot	Gerealiseerd
Binnenlandse excursie (excl.3 masterclassexcursies)	8	12
Buitenlandse excursie	8	2
Themabijeenkomsten	16	12
Masterclasses	4	3 (incl. een excursie)
workshops	4	12 (incl. 5 workshops van het JMN)

Binnenlandse excursies[1]

Typering en toelichting binnenlandse excursies:

De binnenlandse excursies waren klein van opzet (max. 20 personen) m.u.v. de jongerendagen (zie bijlage 1 voor inhoud excursies). Onderwerpen zoals marketing, vermarkten, samenwerking, innovatie zijn aan bod gekomen.
Voorbeelden van excursies zijn:

1) Excursie Promotie Tour Tulp (bij verschillende verkooplocaties werd gekeken hoe de tulpen in het schap staan en wat er verbeterd kan worden aan kwaliteit en promotie ter plaatse)
2) Excursie Perkgoedkwekerij Wouters (Hierbij kwam de afzet en het vermarkten van perkgoed aan bod)
3) De jongerendagen zijn ook in excursievorm opgezet waarbij in 2009 de bedrijven De Ree en in 2010 P.F. Onings de gastheren waren. Naast een rondleiding zijn er ook interessante sprekers uitgenodigd bijv. over conceptontwikkeling.

De binnenlandse excursies werden gratis aangeboden.

Taakstelling binnenlandse excursies:

Er zijn 8 excursies begroot van een dagdeel met circa 15 deelnemers per excursie. Er zijn 12 excursies (incl. 3 excursies JMN seizoen 2010/ 2011) gerealiseerd van in totaal14 dagdelen. Het totaal aantal bezoekers was circa 200.

Evaluatie binnenlandse excursies

- Er zijn meer excursies gerealiseerd dan begroot.
- De deelnemers variëren van veredelaars, telers tot handel. In het kader van leren van andere sectoren werden deelnemers uit andere sectoren die niet tot de eigenlijke doelgroep behoorde ook welkom geheten.
- In kleine groepen vindt veel discussie en kennisuitwisseling plaats. Door te kijken in de praktijk met excursies is het makkelijker om tot verdieping te komen. Excursies bieden dan ook de mogelijkheid om via praktijkvoorbeelden ideeën voor innovatie aan te dragen.
- Veel interesse was er voor afzet, marketing en samenwerkingsvormen. Ook de technische aspecten vinden telers, broeiers en veredelaars interessant. Zo werd de houtverbrandingsoven bij Perkgoedkwekerij uitvoerig bekeken. Bij de excursie bij Enza-zaden werd op de veredelingstechnieken ingegaan.
- De gastheren van de excursiebedrijven zijn praktijkmensen en spreken de taal van de ondernemer. Er is daarom veel interactie tijdens de excursie.
- Alhoewel het excursieprogramma's ruim gepland waren vloog de tijd.

[1] Exclusief de binnenlandse excursies van de masterclasses maar inclusief de excursie Promotie Tour Tulp op 24 maart 2010 die naar Fleura-vestigingen in Nederland en Duitsland ging.

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

- De deelnemers zijn over het algemeen erg enthousiast over de excursies.
- In bepaalde periode van het jaar (zoals het voojaar) is het erg weersafhankelijk of mensen deelnemen aan een excursie.
- Het gratis aanbieden van excursies heeft tot gevolg dat de drempel voor mensen erg laag is om af te zeggen. Dit is organisatorisch lastig.

Buitenlandse excursies[2]

Typering en toelichting buitenlandse excursies

Er zijn drie buitenlandse excursies gerealiseerd. Dit betroffen retailsafari's naar London. Na een marktintroductie op de Engelse markt werd met een kleine bus allerlei retailformules, van tuincentra tot bouwmarkten bezocht waar bolbloemen en bloembollen werden aangeboden. Door veel winkelformules achter elkaar te zien wordt positionering van de ketens, het schap, en welke doelgroep wordt bereikt met de formule snel zichtbaar duidelijk.
De retailsafari 12 maart 2010 was vlak voor de Engelse Moederdag. Veel acties gericht op de Moederdag waren te zien in het schap.
De retailsafari op 14 september 2010 was gericht op lelies. Tijdens de safari bleek dat er nog een markt te veroveren was omdat er weinig lelies in de schappen stonden. De laatste retailsafari op 24 februari 2011 was gericht op bolbloemen. Voor de buitenlandse excursie werd een eigen bijdrage gevraagd van €150 + ticketkosten (excl. BTW).

Taakstelling buitenlandse excursies:

Er zijn 8 buitenlandse excursies begroot van een hele dag en 3 gerealiseerd. Per excursie waren 6 deelnemers begroot. Er hebben in totaal 18 deelnemers deelgenomen.

Evaluatie buitenlandse excursies

- Er zijn minder buitenlandse excursies gerealiseerd dan begroot. Er is wel getracht om meer te organiseren, zie toelichting punten verderop.
- Ondanks dat de deelnemers heel positief waren over de excursie was er weinig animo voor terugkombijeenkomsten. Verklaringen zijn:1) Deelnemers willen hun eigen ideeën/mogelijkheden niet delen met andere. 2) De deelnemers kwamen van over heel Nederland en vonden Hillegom waarschijnlijk te ver qua reistijd/afstand.
- Tussen verschillende deelnemers en Consumerview is wel na de safari contact geweest om mogelijkheden op de Engelse markt door te spreken.
- Excursies zijn erg intensief voor deelnemers vroeg op, veel indrukken en laat thuis.

[2] De excursie Promotie Tour Tulp op 24 maart 2009 die naar Fleura-vestigingen in Nederland en Duitsland ging is onder de binnenlandse excursies opgenomen.

- In het kader van leren van andere sectoren zijn ook 3 champignontelers meegeweest op retailsafari. Hun product ligt in het versschap en kent op een aantal vlakken dezelfde problematieken.
- Vanuit een lelieafdeling is er een verzoek geweest om een excursie naar Frankrijk te organiseren. Echter omdat telers die daar gevestigd zijn liever geen bezoekers willen ontvangen is het niet gelukt om dit verzoek uit te voeren.
- Verder zijn er een tweetal retailsafaris's uitgezet waar te weinig animo voor was. Alhoewel er op de desbetreffende momenten (bijv. Pasen) veel was te zien was het voor de ondernemers qua drukte een ongunstig moment.

Themabijeenkomsten

Typering en toelichting themabijeenkomsten

Het merendeel van de thema-avonden was gericht op een groep van circa 15-20 personen. De thema-avonden in de regio en rondom een bepaald bolgewas waren groter van opzet. De onderwerpen varieerden van "Hoe presenteer ik mijn bedrijf? tot de "Juridische aspecten van samenwerking". Bij elke thema-avond was ruimte voor vragen en discussie. Hier werd goed gebruik van gemaakt. De bezoekers varieerden van kwekers, telers tot handel en intermediairs.

Taakstelling themabijeenkomsten

In het projectplan zijn 16 ondernemersbijeenkomsten en lezingen begroot.
Het aantal deelnemers van 15 voor ondernemersavonden tot circa 25-100 voor lezingen. Er zijn 16 bijeenkomsten gerealiseerd.

Evaluatie themabijeenkomsten

- Besloten is om de ondernemersbijeenkomsten en lezingen op te zetten als themabijenkomsten tot een groep van circa 10-20 personen. Door het kleinschalig aan te bieden wordt er interactief kennis uitgewisseld.
- De deelnemers varieerden van veredelaars, broeiers tot intermediairs.
- Er zijn minder thema-avonden gehouden dan begroot. Vanwege de volle agenda's in de winterperiode en de andere activiteiten die gepland waren was het niet mogelijk om meer avonden te houden.
- De ruimte die geboden werd voor vragen en discussie werd goed benut.
- Bij het merendeel van de bijeenkomsten is een voorstelronde gehouden zodat zowel de spreker als de deelnemers weten wie er in de zaal zitten en daar op in kunnen spelen.
- Mensen geven zich vaak pas op het allerlaatste moment op. Ook komt het voor dat mensen komen en zich niet opgeven. Voor de lelie avond

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

"Droogbrood of rijkelijk belegd?" in Schagen hadden zich een kleine 50 man opgegeven terwijl er circa 70 mensen zijn gekomen.

- De meeste thema-avonden in de Bollenstreek zijn gehouden bij de KAVB op kantoor. De locatiekosten waren daardoor laag.

Masterclasses

Typering en toelichting Masterclasses

Er zijn 3 masterclasses gegeven met als thema marktinnovatie en presentatie van het bedrijf/product. Zaken als marketing, inhoud website, productbescherming kwamen in de masterclasses aan de orde. Er zijn verschillende partijen benaderd om de masterclass in te vullen. Bij deze masterclasses zat ook een excursie waarbij een productiebedrijf en verschillende verkooppunten werden bezocht. In het voorjaar was deze excursie gericht op zomerbollen, bol op pot en bolbloemen in het najaar op bloembollen. De masterclass excursie is ook opgesteld voor andere geïnteresseerden. Deze excursie werd niet kosteloos aangeboden.

Taakstelling

Er waren 4 masterclasses begroot in het projectplan en er zijn er in totaal 3 uitgevoerd. De eerste masterclass "Innovatie en presentatie bloembollen" bestond uit 4 bijeenkomsten van 15.30-20.30 uur en een excursiedag. De tweede masterclass "Verstand van de klant: Marktgericht vernieuwen" bestond uit 3 bijeenkomsten van 15.30 uur-20.30 uur en een excursiedag. De derde masterclass "Verstand van de klant: Marktgericht vernieuwen" bestond uit 5 bijeenkomsten, 3 bijeenkomsten van 15.30-20.30 uur een dag voor het internationaal symposium met de mogelijkheid om daarna de hortifair te bezoeken en een excursiedag. Aan de masterclasses hebben 29 mensen deelgenomen. Omdat de masterclassexcursie ook werd opgesteld voor andere geïnteresseerden hebben naast de masterclassers nog 4 andere deelnemers aan de excursie deelgenomen.

Evaluatie:

- De deelnemers waren over het algemeen heel tevreden over de masterclasses.
- De deelnemers waren vooral erg enthousiast over de begeleiding door Focus Plaza. Dit was een onderdeel waar ze het minst van verwachtte maar het meest positief over waren. Veel deelnemers nemen vaak zelf de tijd niet om na te gaan hoe het eigen product in het schap wordt aangeboden. Onder begeleiding van Focus Plaza gingen de ondernemers met andere ogen naar hun product kijken.
- Omdat Focus Plaza de reistijd tussen de locaties goed wilde benutten is een VIP-bus met presentatiemogelijkheden gehuurd. Deze bus bood naast het goed benutten van de reistijd ook een goede gelegenheid voor de deelnemers om te netwerken.

- De Rabobank heeft voor de masterclasses de locatie en het eten en drinken beschikbaar gesteld. Dit was goed verzorgd naar ieders tevredenheid.
- Deelnemerslijsten met contactgegevens zijn verstrekt aan de deelnemers.
- De masterclasses werden interactief gegeven. Tussen deelnemers vond daarom veel discussie en ook kennisuitwisseling plaats.
- Naarmate de cursus vorderde werd het groepsgevoel verhoogd.
- Masterclasses fungeren als platform waarbij gedachten worden uitgewisseld over bepaalde onderwerpen.
- Hoofdreden om deel te nemen aan de masterclasses is: Hoe kan ik meer marge op mijn product krijgen?
- Tijdens de masterclass werd duidelijk dat samenwerking belangrijk is om een toaal pakket aan te kunnen bieden aan de retail.
- De heer P. Ravensbergen kwam tijdens de laatste masterclass spreken over de subsidie- en adviesmogelijkheden vanuit Flowers & Food in de bloembollensector. Hij heeft van deze gelegenheid ook gebruik gemaakt om de activiteiten van Productschap Tuinbouw toe te lichten.
- Het Internationaal Symposium "Rooien we het in Nederland en in het Buitenland" is breed uitgezet in de bloembollensector. Zowel masterclassdeelnemers als andere geïnteresseerden konden deelnemen.
- Alhoewel de eigen bijdrage (€300-400 excl. btw) die mensen moesten betalen maar een klein deel was van de werkelijke kosten wordt het toch als veel ervaren.
- Ondanks dat alle middelen (flyers, gerichte malings, aankondigingen via Bloembollenvisie, Edition, Dagelijkse nieuwsbrief Bloembollenvisie etc.) zijn ingezet om deelnemers te werven voor de masterclasses kostte het moeite om genoeg mensen ervoor te werven. Naast het financiële aspect kunnen ondernemers niet altijd de tijd vrijmaken om meerdere bijeenkomsten bij te wonen.
- N.a.v. de tweede masterclass en evaluatie van bij de deelnemers kwam eruit dat er vooral behoefte is aan kennis op gebied van conceptontwikkeling. Er is een masterclass van 4 bijeenkomsten ontwikkeld over conceptontwikkeling. Ondanks het verzetten van de startdatum is besloten deze masterclass niet door te laten gaan vanwege te weinig opgave. Als voorvereiste werd een marketingbasis gevraagd of een van de masterclasses die de KAVB heeft gegeven.
- Vanwege voortschrijdend inzicht is besloten om de ontwikkelde masterclass Samenwerking niet uit te zetten. Samenwerking is niet af te dwingen tussen mensen.

Workshops

Typering en toelichting Workshops

De workshops varieerden van kostprijsberekening tot Prijsberekening Retail. De groepsgrootte werd gesteld op circa 20 personen. De workshop van het Jonge Managers Netwerk (JMN) (zie omschrijving hieronder) zijn gericht op het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden. M.u.v. de workshops van het JMN konden deelnemers gratis deelnemen aan de workshops.

Het Jonge Managers Netwerk

Door het oprichten van het JMN wordt een platform gecreëerd waar jaarlijks een nieuwe instroom van deelnemers mogelijk is. Het netwerk is opgericht in samenwerking met Market Fresh. Zij regelen de trainers en bedrijfsbezoeken. De KAVB voert het secretariaat en regelt de locaties voor de workshops. De kosten van de trainingen en bedrijfsbezoeken worden door Market Fresh rechtstreeks aan de deelnemers gefactureerd, per seizoen € 1.400,- excl BTW. De deelnemers die nu lid zijn, zijn ook bereid om dit bedrag te betalen en erg gemotiveerd wat positief is voor de toekomst. Om continuïteit te garanderen na het project is gezocht naar andere financieringsbronnen. Bij stichting Colland is subsidie aangevraagd. Indien dit wordt toegekend zullen de kosten dalen voor de deelnemers waardoor wellicht meer mensen lid worden. Verder heeft de KAVB al jaren een goede relatie met de Rabobank. Op dit moment faciliteert de Rabobank de locaties voor de workshops.

Taakstelling Workshops

Er zijn in totaal 4 workshops (10-15 deelnemers) begroot en er zijn er 12 gerealiseerd (incl. workshops van het JMN). Het aantal deelnemers was circa 120.

Evaluatie Workshops

- Er was veel belangstelling voor de workshop "Kostprijsberekening". Deze is in totaal 4 keer gehouden.
- Workshop aanbieden aan bestaande groepen binnen de bloembollensector zoals bollensoos werkt positief op het aantal aanmeldingen.
- De workshops voor het JMN zijn gericht op het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden. Deelnemers leren hier naast de kennis die wordt aangeboden door trainers ook veel van elkaar.
  Naast kennisuitwisseling door workshops en bedrijfsbezoeken is dit netwerk een goede gelegenheid om elkaar op een informele manier te leren kennen. Omdat verschillende schakels in de keten van veredeling, kwekerij, broeierij en handel kunnen deelnemen krijgen de deelnemers ook meer inzicht en/of begrip voor elkaars positie wat eventuele ketensamenwerking in de toekomst kan bevorderen. Met het netwerk wordt ook ingespeeld op de toekomstvisie Kompass op 2025 van

de KAVB waarbij de ondernemersvaardigheden verder worden versterkt.

- Omdat deelname aan het netwerk niet kostenloos is, is de motivatie om ook echt aanwezig te zijn hoog.
- De workshop Samenwerken voor ondernemers die op de open dag bij PPO Lisse werd aangeboden op de tweede helft van de middag was qua bezoekersaantal laag. Oorzaken: 1) Bezoekers kwamen voor verlengen van een spuitlicentie en moesten verplicht een bepaalde periode aanwezig zijn. Deze periode liep af toen de workshop begon. 2) De lezing die ervoor in de zaal werd gehouden zat bom. De temparatuurin de zaal was hierdoor erg warm. Hierdoor wilden de mensen erna graag naar buiten naar de proefvelden.

Resultaten activiteiten project Meer Markt, Meer Marge:

De volgende resultaten zijn bereikt met de activiteiten die zijn georganiseerd:

1. Kennisopbouw en kennisoverdracht, uitwisselen van informatie
   Tijdens de bijeenkomsten heeft kennisoverdracht plaatsgevonden tussen de spreker/deskundigen en de deelnemers en de deelnemers onderling.
2. Het bieden van een netwerk, onderlinge contacten en mogelijke handelsrelaties. Aan het begin van de georganiseerde bijeenkomsten vond veelal een voorstelronde plaats zodat alle deelnemers wisten wie aanwezig waren. De pauzes en de afsluiting met een drankje worden door de deelnemers veelal gebruikt om elkaar op te zoeken en met elkaar te praten.
3. Verdieping ondernemerschap en vormen van een strategische visie.
   De informatie die tijdens de bijeenkomst over wordt gedragen geeft verdieping aan het ondernemerschap. Door kennis van product, markt retail, afnemer en consument kan een eigen strategische visie voor het bedrijf worden ontwikkeld.
4. Doordat mensen zich op moesten geven voor de activiteiten en het laten paraferen van deelnemerslijsten zijn adressenbestanden bestaan die in de toekomst gebruikt kunnen worden voor andere activiteiten.
5. De masterclasses hebben gefungeerd als een platform. Ook het Jonge Managers Netwerk heeft o.a. deze functie en zal in de toekomst worden voortgezet.
6. Ruim 600 bezoekers hebben de activiteiten bezocht.
7. Kennisverspreiding door artikelen in de vakpers over de georganiseerde activiteiten zie bijlage 2.

EVALUATIE DOELSTELLINGEN

Hieronder wordt per doelstelling aangegeven in hoeverre hier aan is voldaan.

Doelstelling 1

Doelstelling 1 In een periode van 2 jaar tenminste 400 deelnemers uit de sector (van veredelaar tot handelaar) laten deelnemen aan losse workshops, ondernemerstafels, lezingen, masterclasses of excursies waarbij inzichten, kennis en vaardigheden worden verworven die leiden tot beter presteren van de onderneming. Deze aanpak is vergelijkbaar met die van het succesvolle project Leren Innoveren 1.0.

Door het organiseren van verschillende activiteiten hebben aan de bijeenkomsten tijdens de project periode ruim 600 deelnemers deelgenomen De deelnemers lopen uiteen van handelaren, telers tot intermediairs. Door leren van andere waren mensen die vanuit andere sectoren wilden meedoen ook welkom. De georganiseerde activiteiten leverde de ondernemers kennis, vaardigheden en inzichten op die hen een stapje verder kunnen helpen met de strategie van hun bedrijf om de rendabiliteit te verhogen. Een voorbeeld hiervan is de retailsafari die inzicht geeft in de Engelse markt.

Doelstelling 2

Doelstelling 2 In een periode van 2 jaar tenminste 125 deelnemers uit de sector (van veredelaar tot handelaar) een samenhangend programma van workshops, ondernemerstafels, lezingen, masterclasses of excursies laten volgen en aan een platform binden waar inzichten, kennis en vaardigheden worden verworven van buitenaf maar vooral en bovenal door interactie tussen de deelnemers onderling.

Het Jonge Managers Netwerk (JMN) is opgericht. Het JMN biedt een pakket van 5 workshops en 3 excursies aan gericht op het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden. Daarnaast kunnen 2 extra facultatieve workshops worden gevolgd op gebied van bedrijfsovername en –financiering. Het Jonge Managers Netwerk telt momenteel 19 leden. De bedoeling is dat het aantal deelnemers zal worden uitgebreid in de toekomst.

Door voortschrijdend inzicht is besloten om de verschillende werkvormen aan te bieden in een masterclassvorm rondom het thema innovatie, presentatie en

vermarkten van bedrijf en product. Aan de masterclasses hebben in totaal 29 deelnemers deelgenomen. (Naast de masterclassdeelnemers hebben 4 personen los aan de masterclass-excursie deelgenomen waar personen zich ook apart voor konden opgeven.)

Een vaste groep met mensen (KAVB-leden en niet leden) zijn tijdens de projectperiode geïnformeerd over de activiteiten vanuit het project die in een samenhangend programma werden aangeboden.

De absolute doelstelling van 125 deelnemers is niet bereikt echter er is wel een platform gecreëerd waarmee inzichten, kennis en vaardigheden worden verworven van buitenaf en van elkaar. Doordat het Jonge Managers Netwerk zich richt op de jongeren in de sector biedt dit mogelijkheden voor de toekomst.

Doelstelling 3

Doelstelling 3 In een periode van 2 jaar tenminste 100 (laatstejaars) studenten en docenten uit diverse onderwijsinstellingen laten deelnemen aan de workshops, ondernemerstafels, lezingen, masterclasses of excursies uit doelstelling 1 en 2 waarbij inzichten, kennis en vaardigheden worden uitgewisseld met deelnemers uit de sector.

Tijdens het project is besloten om tijdens de werving van deelnemers voor activiteiten zich vooral op ondernemers uit de bloembollensector te richten. Echter bepaalde bijeenkomsten hebben ook geïnteresseerden studenten/leerlingen getrokken zoals de jongere dagen. Echter voor de studenten en docenten van het Clusius college, richting Bollenteelt (40 personen) is samen met ANTHOS apart een jongerendag georganiseerd bij Leliebedrijf/exporteur P.F. Onings.

Verder is besloten om via het project de mogelijkheden van de inzet van studenten (met name Hoge School Utrecht) in de bloembollensector onder de aandacht te brengen. Een enkele ondernemer heeft hier gebruik van gemaakt. Er zijn 2 studenten van de HU geweest die een opdracht hebben uitgevoerd voor Tulips4All. Helaas zijn stages en afstudeeropdrachten gebonden aan bepaalde perioden in het collegejaar. Deze perioden matchen niet altijd met de perioden waarin ondernemers tijd hebben om een student te begeleiden. Ook is de beschikbaarheid van studenten niet altijd gegarandeerd.

De absolute doelstelling van 100 studenten en docenten mee laten doen aan activiteiten is niet gehaald. Er zijn wel contacten gelegd om in de toekomst de leerlingen van het Clusius college bij de sector te betrekken.

Doelstelling 4

Doelstelling 4 Gedurende de projectperiode een model (inhoudelijk en financieel) uitwerken om na de projectsluiting de constante instroom van nieuwe deelnemers en een constante instroom van nieuwe deelnemers en een constante doorstroom naar het platform te continueren.

Doelstelling 4 is bereikt door oprichting van het Jonge Managers Netwerk. Naast oprichting van het Jonge Managers netwerk worden hieronder ook de activiteiten weergegeven die opgezet zijn in de projectperiode en waarop voortgeborduurd wordt na einde project.

Anthos/KAVB- Jongerendagen

Tijdens de projectperiode zijn er samen met ANTHOS twee ANTHOS/KAVB-jongerendagen georganiseerd bij een interessant bedrijf in de bloembollensector. Naast interessante sprekers waren dit unieke gelegenheden voor handel en kwekerij om elkaar te ontmoeten. Dit initiatief wordt voortgezet in de toekomst. Het adressenbestand die in de projectperiode voor deze activiteit is opgebouwd zal daarvoor gebruikt worden.

Clusius College

Naast de bovengenoemde jongerendag is er voor het Clusius college apart een jongerendag georganiseerd. In toekomst is het de bedoeling dat het Clusiuscollege betrokken wordt bij de voorbereiding van de hierboven genoemde algemene jongerendag. De laatstejaars studenten zullen worden uitgenodigd voor deze jongerendag om ze zo in een vroegtijdig stadium bij de sector te betrekken. Voor de jongerejaars is het de bedoeling dat een keer in de twee jaar een aparte jongerendag wordt georganiseerd waarbij het belang van de brancheorganisaties zal worden toegelicht.

Samenwerking-overlegstructuur Rabobank

Met de accountmanagers uit de verschillende bloembollengebieden is een overlegstructuur gevormd waarbij de KAVB en de Rabobank tweemaal per jaar bijeenkomen. Tijdens deze bijeenkomsten praten beide partijen elkaar bij en wordt gekeken hoe ze elkaars activiteiten kunnen versterken. Omdat hierdoor de lijnen kort worden is het makkelijker om elkaar te vinden voor samenwerking en het organiseren van activiteiten in de toekomst.

Emailbestand

Tijdens de projectperiode is een emailbestand met geïnteresseerden (leden en niet leden) opgebouwd. Dit bestand kan in de toekomst worden gebruikt om deelnemers voor nieuwe activiteiten te werven.

Financiële Verantwoording

Kosten	Begroot	Gerealiseerd
1 Projectleiding en uitvoering	250.000	100.909
2 Excursies binnenland, Excursies buitenland, Ondernemersbijeenkomsten/ Lezingen (ruimte, sprekers) Masterclasses Workshops	116.000	68.873
3 Materiële kosten	34.000	10.185
Totaal	400.000	179.967

Te financieren bedrag

Dekking	Begroot	Gerealiseerd
Bijdragen van deelnemers 'losse bijeenkomsten' en netwerk	125.000	15.711
PT Vakheffing	275.000	164.256
Andere financiers	p.m.	In natura

Toelichting:
1) De functie van projectleider was parttime. Doordat de projectleider met zwangerschapsverlof is geweest is ook deze post lager uitgevallen
2) De kosten die met name voor excursies zijn gemaakt zijn buskosten. Bij veel excursiebedrijven konden we kosteloos terecht en kwamen deelnemers met eigen vervoer.
3) Er zijn minder excursies gerealiseerd dan begroot. Het aantal deelnemers was per keer meer dan begroot.
4) Veel sprekers kwamen gratis spreken omdat dit een goede gelegenheid is om zichzelf te promoten en te netwerken.
5) Inclusief masterclassexcursies.
De eerste masterclass is hoger uitgevallen doordat vervanging ingehuurd moest worden vanwege zwangerschapsverlof van de projectleider.
Doordat de masterclass al een keer gegeven was zij de tweede en derde masterclass qua kosten iets lager uitgevallen.
6) De kosten zijn lager uitgevallen dan begroot.
7) De kosten van zaalhuur en catering zijn veel lager uitgevallen door:

a) Het faciliteren van ruimten door de Rabobank
b) Samenwerking met de Bollensoos
c) Het gebruiken van de eigen zaal van de KAVB

8) Betreffen de eigen bijdrage van losse deelnemers aan de masterclassexcursies en de eigen bijdrage voor de retailsafari.
9) Dit betreffen de eigen bijdrage voor de deelnemers aan de masterclass. Omdat de kosten van het Jonge Managers Netwerk van Market Fresh rechtstreeks aan de deelnemers worden gefactureerd, worden deze hier niet opgevoerd.
10) De Rabobank heeft ruimten gefaciliteerd.

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN:

Vanuit het project "Meer Markt, Meer Marge/Leren innoveren II zijn de afgelopen twee jaren vele activiteiten georganiseerd van Retailsafari's, masterclasses tot workshops. De onderwerpen van de activiteiten waren gericht op marketing, marktinnovatie, afzet en samenwerking. De activiteiten zijn bezocht door meer dan 600 deelnemers.

Het programma van de masterclasses en de het Jonge Managers Netwerk was/is opgebouwd uit meerdere soorten activiteiten (workshops, lessen, excursies). De deelnemers ontmoeten hierdoor elkaar op regelmatige basis waardoor de doelstellingen leren van elkaar en anderen van binnen en buiten zijn gehaald naast de platformfunctie.

In de vorm van het "Jonge Managers Netwerk" waarbij continue instroom van jonge mensen (veredeling, handel, teelt broeierij) mogelijk is, wordt het Project Meer Markt, Meer Marge voortgezet. Door het aanbieden van workshops/trainingen en bedrijfsbezoeken heeft het naast een netwerk ook een opleidende functie. Hiermee wordt ook ingespeeld op de KAVB visie Kompas op 2025 waarbij het ontwikkelen van ondernemersvaardigheden een belangrijk aandachtspunt is. Doordat deelnemers uit verschillende schakels uit de keten deelnemen wordt ook inzicht verkregen in elkaars situatie.

Door de contacten die ontstaan zijn met het Clusiuscollege wordt het onderwijs betrokken bij de sector. In de toekomst worden de laatstejaars studenten van de bollenrichting van het Clusiuscollege uitgenodigd voor de jongerendag. Met de jongerendag wordt op een leuke, informele manier kennis bijgebracht aan de deelnemers.

Verder is in de projectperiode een emailbestand opgebouwd die kan worden gebruikt in de toekomst om deelnemers voor andere sectoractiviteiten te werven.

Naast de kennis en inzichten etc. die direct aan de deelnemers zijn overgebracht tijdens de verschillende activiteiten, zijn van een aantal activiteiten ook persberichten verschenen in de vakpers. De kennis wordt hiermee verder verspreid dan de deelnemers zelf.

De deelnemers hebben door deelname aan de activiteiten kennis, inzichten en vaardigheden kunnen ontwikkelen op gebied van markt afzet samenwerking en marktinnovatie etc. De opgedane kennis en vaardigheden kunnen ze gebruiken bij de strategiebepaling van hun bedrijf en tevens om de rendabiliteit van het bedrijf te verbeteren. Met minimale middelen is veel bereikt met het project.

Praktische tips/aanbevelingen

Hieronder volgen tot slot praktische tips en aanbevelingen voor het organiseren van activiteiten in de toekomst.

Aankondiging activiteiten:
In de bloembollensector wordt over het algemeen de vakliteratuur goed gelezen. Bij veel bijeenkomsten is duidelijk dat ondernemers op de hoogte zijn van de activiteiten die op het programma staan.

Opgeefperiode deelnemers:
Veel ondernemers in de bollensector besluiten pas op het allerlaatste moment of ze deel zullen gaan nemen aan een activiteit omdat ze met hun werkzaamheden gedeeltelijk afhankelijk zijn van het weer. Een deadline die te ver ligt van de activiteitsdatum heeft geen zin. Helaas is dit voor de organisatie lastig omdat pas vlak van te voren te zeggen is of iets daadwerkelijk kan doorgaan.

Gunstige periode om activiteiten te organiseren:
Met het organiseren van activiteiten is het belangrijk om rekening te houden met de plant- en rooiperiode. Tijdens deze periode is het weersafhankelijk om mensen al dan niet komen.

Gratis aanbieden van activiteiten:
Indien activiteiten gratis worden aangeboden is de drempel om te komen lager maar ook om af te zeggen.

Kennisuitwisseling:
Bij kleine groepen vindt er meer interactie tussen de deelnemers plaats.
Kennis wordt zo makkelijker aan elkaar overgebracht.

Busexcursies:
Indien er voor een excursie een bus nodig is het aanbevelingswaardig indien de groep uit niet meer dan 20 persoen bestaat om een VIP bus te huren. De

deelnemers kunnen met elkaar aan tafel zitten en tijdens het rijden informeel netwerken en kennisuitwisselen.

Activiteiten promoten bij bestaande groepen:
Voor het organiseren van activiteiten is het handig om activiteiten voor te leggen aan de besturen van bestaande groepen om zo draagvlak te krijgen en meer bezoekers.

Bijlage
Activiteiten 2009

Datum	Activiteit	Dag-delen	Aan-tal[3]
13 maart 2009	Terugkomdag Masterclass Marketing Gastspreker over samenwerkingsverband p8: Thijs Jasperse (Florpartners) Flip de Groot (HU) Paul Ras Sense Marketing and More Korte omschrijving inhoud activiteit: In deze bijeenkomst werd teruggeblikt op de Masterclass Marketing die in deel 1 van het project "Leren innoveren" is gehouden. Verder werd in deze bijeenkomst getoetst of de enquête resultaten van onderwerpen waar behoefde aan is in de sector om activiteiten voor te organiseren, overeenkwam met het beeld van de deelnemers. Als laatste onderdeel van deze bijeenkomst hield Thijs Jasperse een presentatie over het samenwerkingsverband P8. P8 is een samenwerkingsverband in de paprikasector waaraan acht telersverenigingen aan mee doen. Doel van het samenwerkingsverband is om de marktpositie van paprika's te verbeteren. Omdat de marktsituatie van bloembollen ook sterk verbeterd moet worden werd dit als voorbeeld van buiten de sector aangedragen als een van de mogelijke oplossingenrichting.	1	17
24 maart 2009	Excursie: Promotie Tour Tulp i.s.m. FloraHolland, Bloemen Bureau Holland Korte omschrijving inhoud activiteit: Op vier cash & carry-vestigingen van Fleura (Huissen, Oberhausen, Neuss en Venlo) konden de deelnemers (met name uit de adviescommissie Promotie, Ketencommissie Tulp en de Floraholland productcommissie) de "Tulpenpromotieactie" het tulpenmeubel waarmee bloemisten geïnspireerd worden om tulpen te gaan gebruiken in hun creaties, aanschouwen. Dit tulpenmeubel heeft tot doel om de afzet van tulpen te verhogen. Naast	2-3	14

[3] De aantallen die zijn weergegeven zijn een indicatie. Bij een aantal activiteiten hebben niet alle deelnemers de presentielijst geparafeerd.

	het bekijken van het tulpenmeubel en het promotie-materiaal werden de tulpen en ander bolgewassen die aangeboden werden op de winkelvloer kritisch bekeken. De verbeterpunten konden de deelnemers o.a. terugkoppelen naar hun commissies en productgroepen.		
7 april 2009	Thema-avond: "Hoe presenteer ik me als bedrijf?" Sprekers: Paul Ras (Sense Marketing & More) en Corine Putker-Schmal (Elburg Botanic Media) Korte omschrijving inhoud activiteit: Op deze avond werd antwoord gegeven op de vragen: Wat is marketing? En hoe past dit als geïntegreerd onderdeel in mijn bedrijfsvoering? Ook werd ingegaan op de vraag van "Hoe zet ik een onderscheidend product in de markt en welke stappen zijn daarbij nodig?"	1	14
17 april 2009	Excursie "Tomato World" Van Wasserbombe tot Delicatesse" Spreker: Jos van Mil Rondleider: Annemarie van Marrewijk Korte omschrijving inhoud activiteit: Doel van de excursie was om te kijken hoe de tomatensector het imago van "Wasserbombe" positief heeft kunnen ombuigen naar delicatesse. De excursie begon met een presentatie door Jos van Mil van het snoeptomaatje Tommies. Hij gaf een toelichting op hoe hij dit snoeptomaatje in de markt heeft gezet. Van het uitzoeken van een geschikt tomatenras tot en met de promotie en verpakking. Vervolgens kregen de deelnemers tijdens de rondleiding een tomatenproeverij met uitleg over smaakbeleving bij de consument. Tenslotte werden zowel de teeltkundige als technisch facetten van de tomatenteelt toegelicht.	1	3
15 mei 2009	Workshop: "Samenwerken voor ondernemers " op de Open Middag bij PPO bloembollen te Lisse Sprekers: Bert Smit (LEI/DLO) John Kreuk (Bloembollenkwekerij Kreuk) Korte omschrijving inhoud activiteit: Tijdens deze bijeenkomst werd door Bert Smit antwoord gegeven op de vragen: "Wat is essenti-	1	3

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

	eel voor het opbouwen van een goede samenwerking? Hoe begint je aan samenwerking? Voor wie is samenwerking een optie? Etc". Zijn verhaal werd vanuit de praktijk aangevuld door ondernemer John Kreuk die zijn ervaringen vertelde vanuit het samenwerkingsverband M&M. Een succesvol samenwerkingsverband tussen telers en broeierij op gebied van Blue Magic Muscari op pot.		
10 juni 2009	Thema-avond: "Strategisch ondernemen in Lelies; droog brood of rijkelijk belegd?" Spreker: Hans Tesselaar (bedrijfsadviseur bij Flynth) en Henk van den Brink (Fiscalist Flynth) Korte omschrijving inhoud activiteit: Hans Tesselaar heeft op deze avond zijn visie gegeven op de vraag waarom sommige bedrijven ondanks de ongunstige marktsituatie toch nog redelijk presteren waar andere bedrijven al in de gevarenzone zitten. De afgelopen jaren waren de problemen in de afzetmarkt van lelies namelijk regelmatig onderwerp van gesprek. Tijdens deze bijeenkomst heeft hij ook aandachtspunten gegeven waar ondernemers op kunnen letten om hun bedrijfsresultaat te verbeteren. Door Henk van den Brink werd later op de avond ingegaan op de fiscale maatregelen die vanuit de overheid waren genomen om de financiële positie voor de korte termijn te verlichten.	1	70
16 juni 2009	Thema-avond "Samenwerken tussen kwekersverenigingen voor een betere markt positie. Spreker: Marc Grootscholten (Ex paprikateler) Korte omschrijving inhoud activiteit: Marc Grootscholten (ex paprikateler) is destijds betrokken geweest bij de oprichting van het samenwerkingsverband tussen 8 telersverenigingen in de groente- en fruitsector op gebied van paprika's genaamd P8. De 8 telersverenigingen in P8 werken samen op urgente maar niet concurrentie gevoelige onderwerpen zoals aanbodprognoses, voorraadbeheer en marktbeeld. Omdat de marktpositie van bloembollen al enige tijd onder druk stond en samenwerken met andere partijen als een mogelijke oplossingsrichting werd gezien in de sector en het lastig is hier handen en voeten	1	12

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

	aan te geven werd dit als voorbeeld van buiten de sector aangehaald. Marc Grootscholten vertelde o.a. over zijn praktijkervaringen met de oprichting van P8 en over de mogelijkheid van samenwerking in een APO (Association of Producer Organisations).		
6 augustus 2009	Voorlichtingsbijeenkomst E-fresh.com (pilot Bollenverkoop via internet) Spreker: Ab Havemans (E-fresh.com) Korte omschrijving inhoud activiteit: Omdat bloembollenverkoop via de internet de markt voor afzet kan vergroten is besloten om medewerking te verlenen aan een pilot om een systeem waarmee bloembollen via internet kunnen worden verkocht met daar aan vastgekoppeld een voorraadsysteem te laten testen. Een oproep is gedaan aan telers die hieraan mee zouden willen werken. Op de voorlichtingsavond werd voorlichting gegeven over de pilot. Gedemonstreerd werd hoe het systeem werkte en vragen werden beantwoord. Na deze avond waren er genoeg geïnteresseerden in het Noordelijk Zandgebied om een pilot op te starten. De pilot is helaas stil komen te liggen na faillissement van het bedrijf E-fresh.com.	1	7
22 september 2009	Jongerendag Anthos/KAVB Excursie naar de Ree-Holland B.V Spreker: Henk Gudde (PPO), Jan de Ruijter (Rabobank Nederland) Korte omschrijving inhoud activiteit: Samen met Anthos is er een jongerenexcursie georganiseerd. Het doel van deze middag was om de handel en de teelt met elkaar in contact te laten komen door het aanbieden van een aantrekkelijk programma. Door onderzoeker Henk Gudde werd het onderwerp FreshStart en voorjaarsplanting behandeld. Door Rabobank Nederland werd toegelicht wat zijn allemaal voor starters doen. Na deze sprekers volgde een interessante rondleiding door handelsbedrijf "de Ree-Holland B.V". De bijeenkomst werd afgesloten met een drankje.	1	40

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

30 september 2009	Thema-avond: Strategisch ondernemen in lelies Droog brood of rijkelijk belegd en kwekersrecht. Sprekers Hans Tesselaar (Flynth) en Tjeerd Overdijk (Vondst advocaten) Locatie: Rabobank Hoogeveen Korte omschrijving inhoud activiteit: Hans Tesselaar heeft deze avond zijn visie gegeven op de vraag waarom sommige bedrijven ondanks de ongunstige marktsituatie toch nog redelijk presteren waar andere bedrijven al in de gevarenzone zitten. De afgelopen jaren waren de problemen in de afzetmarkt van lelies namelijk regelmatig onderwerp van gesprek. Tijdens deze bijeenkomst heeft hij ook aandachtspunten gegeven waar ondernemers op kunnen letten om hun bedrijfsresultaat te verbeteren. Tjeerd Overdijk heeft op deze avond het onderwerp kwekersrecht behandeld. Hij heeft een overzicht gegeven van bepalingen in licentiecontracten, over de de do's and don't's? Ook zijn contactteeltcontracten behandeld. Tenslotte is hij ingegaan op het onderwerp mededingingsrecht.	1	25
7 oktober 2009	Bollensoos: Thema-avond: Hoe presenteer ik mijn bedrijf? Spreker: Corine Putker, marketingmanager (Elburg Botanic Media) Korte omschrijving inhoud activiteit: "Hoe presenteer ik me als bedrijf richting andere partijen in de bloembollensector en de consument?" is een vraag die van belang is om gesteld te worden om een onderscheidend product in de markt te kunnen zetten met meer marge. Door Corine Putker werd op deze avond ingegaan op de vraag, hoe zet ik een onderscheidend product in de markt en welke stappen zijn daarbij nodig. Niet alleen werd aandacht besteed aan trends en thema's voor het ontwerpen van een aansprekende verpakking voor een bepaalde doelgroep. Maar ook werd aangegeven dat er met verpakking ook een beleving aan de consument wordt verkocht. Verder werd tijdens deze avond aangegeven dat de plek en positionering in het schap ook van in-	1	27

	vloed is op de afzetsnelheid.		
15 oktober 2009 12 november 2009 26 november 2009 10 december 2009	Masterclass: Innovatie en presentatie bloembollen Sprekers/docenten: Flip de Groot (Hoge School Utrecht), Rob van Mechelen (Syntens) Gerrrit Grievink (Focus Plaza), Wouter Kanneworff (Octrooicentrum NL), Paul Ras en Caroline Nederpelt (Sense marketing & More), Peter van Boekel (KAVB) Korte omschrijving inhoud activiteit: Door verschillende deskundigen werden theorie en achtergronden op gebied van innovatie, presentatie en marketing van bloembollen behandeld. Onderwerpen die aan bod zijn gekomen zijn o.a.: bedrijfsstrategie, innovatiedoelstellingen, bescherming idee/product, presenteren bedrijf en product en advies en subsidiemogelijkheden.	1 1 1 1	7
21 oktober 2009	Een onderdeel van deze masterclass was ook een excursiedag o.l.v. retaildeskundige Gerrit Grievink. Verschillende verkooplocaties zijn bezocht. Doel van deze excursie was om ondernemers met een andere bril naar hun product te laten kijken. Masterclass "Excursie: Innovatie en presentatie bloembollen" (kon ook apart voor worden ingeschreven)	2	10

Activiteiten 2010

Datum	Activiteit	Dag-deel	Aan-tal
6 januari 2010	Bollensoos: Thema-avond: M&M Spreker: John Kreuk (Bloembollenkwekerij Kreuk) Korte omschrijving inhoud activiteit: John Kreuk een van de deelnemers aan het samenwerkingsverband van kwekersvereniging M&M (Muscari Magic) kwam op deze avond het samenwerkingsverband met broeiers toelichten. De kwekers en broeiers samen zorgen voor promotie van de Muscari Magic (bol op pot).	1	30
10 februari 2010	Bijeenkomst lelie – Buitenspel of marktleider? Spreker: Wouter de Vries jr. Korte omschrijving inhoud activiteit:	1	150

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

	Het thema van Wouter de Vries jr. was: hoe onderscheid jij je als ondernemer van de rest? Dat was het centrale thema van deze presentatie. Hoewel Wouter de Vries jr. niets over lelies wist, legde hij wel de vinger op de zere plek. De websites van de verschillende lelietelers bleken erg op elkaar te lijken, evenals de kernwaarden van de bedrijven. De boodschap was: zoek waar je anders in bent dan anderen en buit dat uit! Dan ben je anders voor de kopers en willen ze jouw product!		
16 februari 2010	Discussie-avond: "Kwekersverenigingen, IVB's samen sterk/onderscheid door samenwerking" Sprekers: Sam van Egmond (HobaHo) en Paul Peters (CNB) Prisca Kleijn (KAVB) Korte omschrijving inhoud activiteit: Je als bedrijf onderscheiden in de markt kan op verschillende manieren. Een manier om je als bedrijf te onderscheiden is door samen te werken met andere bedrijven. Samenwerking kan niet alleen op verschillende gebieden (bijv. afzet, positionering en duurzaamheid) maar ook in verschillende vormen. Een bekend voorbeeld hiervan is de kwekersvereniging. Sam van Egmond (HoBaHo) heeft tijdens deze avond zijn visie gegeven hoe je je als kweker kunt onderscheiden door onder andere samenwerking. Omdat het in de huidige markt steeds noodzakelijker is om vraaggericht te produceren is het voor de ondernemer van belang zich te verdiepen in de afzetkant. Door vraaggericht te produceren en weten wat de consument wil, kunnen marges worden behouden en/of verhoogd worden. Paul Peters gaf hier zijn visie over deze avond. Vervolgens werd o.l.v. discussieleider Prisca Kleijn meningen en gedachten hierover uitgewisseld.	1	15
5 maart 2010	Excursie: Promotie Tour Tulp i.s.m. FloraHolland, Bloemen Bureau Holland Tijdens deze excursie werden verschillende verkooplocaties voor het product Tulp bekeken. Op een aantal locaties was de aanvullende promotie-	2	11

	actie van het product Tulp te zien. De excursie startte bij Celieplant waar het nieuwe concept Frrresh... werd gepresenteerd, een koelmeubel voor bloemen bij de retail. Dit meubel zorgt ervoor dat de bloemen langer houdbaar zijn in het schap. Vandaaruit ging de route langs Jumbo (Barendrecht), AH (Barendrecht), Fleura (Honselersdijk), Hoogvliet (Voorschoten), en tuincentra Life and Garden. De deelnemers konden met eigen ogen de verschillende winkelpromotieacties bij de retail zien. Ook werden de vragen beantwoord door filiaalmamagers of de verantwoordelijke voor de bloemen en planten afdeling. Opvallend tijdens deze excursie was dat waar de op de plekken waar het personeel heel enthousiast was, het product er veel beter bij stond. En de afzet ook goed liep.		
10 maart 2010 17 maart 2010 24 maart 2010 31 maart 2010	Masterclass "Verstand van de klant; marktgericht vernieuwen" (serie van 4 bijeenkomsten waaronder een excursie). Sprekers/docenten/deskundigen: Flip de Groot (HU), Paul Ras en Caroline Nederpelt (Sensemarketing&more) Wouter Kanneworff (NL octrooicentrum), Gerrit Grievink (Focus Plaza) en Peter van Boekel (Productschap Tuinbouw) De masterclass is bedoeld om ondernemers die met een innovatief idee rondlopen op weg te helpen van idee naar uitvoering. Onderwerpen die tijdens deze masterclass aan de orde kwamen waren o.a.: marketing, positioneren en presentatie bedrijf, bouw website, product-bescherming en mogelijkheden voor subsidie. Tijdens de excursie werden naast het bol op pot bedrijf van Gert Jan Hogervorst verschillende verkooplocatie bezocht en leerde de ondernemers met een andere bril naar hun eigen product te kijken.	1 2 1 1	14
12 maart 2010	Buitenlandse excursie: "Moederdag Retailsafari Tour UK" o.l.v. Carl Schoutsen (Consumerview) i.s.m. Lucas Jansen (Floweracademy) Korte omschrijving inhoud activiteit: Na aankomst in Londen kregen de deelnemers eerst een inleidende marktpresentatie over de	3	6

	Engelse markt, van positionering van retailketens tot werkloosheidcijfers. Verschillende retailketens/verkooppunten van bolbloemen en bloembollen werden in korte tijd bezocht. De excursie was opgezet om de deelnemers inzicht te geven op welke manieren bloemen voor de "Engelse Moederdag" werden aangeboden aan de consument. Onderwerpen zoals "Hoe creëer je toegevoegde waarde?", positionering, verpakking, labeling, presentatie, etc. kwamen aan bod. In het najaar staat voor de deelnemers nog een terugkombijeenkomst op het programma.		
23 april 2010	Excursie Tomatoworld "Van Wasserbombe tot Delicatesse." Spreker: Jos van Mil (Tommies) Rondleider: Annemarie van Marrewijk Op verzoek van de studieclub T&P is de excursie naar Tomatoworld (17 april 2009) herhaald. Korte omschrijving inhoud activiteit: Doel van de excursie was om te kijken hoe de tomatensector het imago van "Wasserbombe" positief heeft kunnen ombuigen naar delicatesse. De excursie begon met een presentatie door Jos van Mil van het snoeptomaatje Tommies. Hij gaf een toelichting hoe hij dit snoeptomaatje in de markt heeft gezet. Van het uitzoeken van een geschikt tomatenras tot en met de promotie en verpakking. Vervolgens kregen de deelnemers tijdens de rondleiding een tomatenproeverij met uitleg over smaakbeleving bij de consument. Tenslotte werden zowel de teeltkundige als technisch facetten van de tomatenteelt toegelicht.	1	7
29 april 2010	Bijeenkomst iristelers – Promotie en kwaliteit. Sprekers: Pascale Berbee (BloemenBureau Holland) en Ralph Timmerman (Chrysal) Korte omschrijving inhoud activiteit: Deze bijeenkomst was gericht op de ontwikkelingen op het gebied van promotie voor iris. Als voorwaarde voor het leveren van producten, eist de consument kwaliteit. Hier is Ralph Timmerman dieper op ingegaan. Onderscheiden is ook mogelijk op het leveren van betere kwaliteit door bij-	1	40

	voorbeeld het gebruik van een voorbehandelingsmiddel.		
18 mei 2010	Bijeenkomst: Overleg met deelnemers over eventueel vervolg op de masterclass: Verstand van de klant: Marktgericht vernieuwen. Docenten/Sprekers: Flip de Groot HU, Jan Willem Wessel (Market Fresh), Peter van der Voort (FloraHolland). Korte omschrijving inhoud activiteit: Tijdens deze bijeenkomst werden verschillende opties om zowel alleen als gezamenlijk verder te gaan als vervolgrichting op de masterclass gepresenteerd. Onderwerpen die behandeld werden waren: -Het Jonge Managers Netwerk -Florconcepting door Peter van der Voort FloraHolland -Inzet van studenten -Mogelijke onderwerpen masterclass/workshops over samenwerking. Uitkomst was dat vooral behoefte is aan kennis over conceptontwikkeling.	1	5
20 mei 2010	Excursie Perkgoedkwekerij Wouters Spreker: Rene Wouters Korte omschrijving inhoud activiteit: Omdat perkgoed en zomerbollen/bol op pot veelal via dezelfde afzet kanalen vermarkt worden en op hetzelfde moment in het schap liggen is aan Rene Wouters gevraagd of hij zijn visie op de afzet wilde geven in het kader van leren van andere sectoren. Rene Wouters begon de excursie met een toelichting op zijn bedrijf en zijn visie over de afzet. Na het beantwoorden van de vragen en discussie volgde een rondleiding op twee locaties op het bedrijf. Zowel het kweekgedeelte, de eigen cash en carry als de nieuwe locatie met een houtkachel om de pieken in het energieverbruik op te vangen werden bezocht.	1	16
9 juni 2010	Thema-avond: "De juridische aspecten van samenwerking Sprekers: Mr. Erik Sweep van het kantoor Oomen & Sweep Advocaten en mr. Fanauw Hoppe van	1	17

	Van Diepen Van der Kroef Advocaten Korte omschrijving inhoud activiteit: Op 9 juni 2010 werd een thema-avond gehouden over de juridische aspecten van samenwerking. Daarbij werd ingegaan op de samenwerkingsvorm van een kwekersvereniging. Tijdens deze avond kwamen de juridische aspecten van zaken die geregeld moeten worden aangaande rechten en plichten tussen leden van de kwekersvereniging aan bod. Ook werd ingegaan op de juridische positie van een kwekersvereniging t.o.v. een veredelaar; de verhouding tussen licentiegever en licentienemer.		
15 juni 2010	Voorlichtingsavond: Het Jonge Managers Netwerk Spreker: Marcel Rutten (Market Fresh) KAVB: Prisca Kleijn en Janet Wijsman Korte omschrijving inhoud activiteit: Op deze voorlichtingsavond werd het Jonge Managers Netwerk gepresenteerd om leden te werven voor daadwerkelijke oprichting. Het netwerk is bedoeld voor jongere ondernemers die rondom de bedrijfsoverdracht zitten en managers in de leeftijd van 25-40 jaar. Het netwerk bestaat uit 8 bijeenkomsten 5 workshops en 3 bedrijfsbezoeken waarbij de deelnemers vooraf hun voorkeur qua onderwerpen kunnen aangeven. Het doel is om de ondernemersvaardigheden verder te ontwikkelen, van elkaar te leren en andere te leren kennen. Om gemotiveerde deelnemers te krijgen en om deze activiteit zelfstandig te kunnen laten draaien worden de kosten van Market Fresh gefactureerd aan de deelnemers. Na de presentatie was er gelegenheid voor om een drankje te drinken en tevens om andere te leren kennen.	1	33
14 september 2010	Bloembollen- en Lelieretailsafari Tour UK Begeleiders: Carl Schoutse en Guido Meijer (Consumerview) KAVB: Saskia Bodegom en Danielle Hordijk Korte omschrijving inhoud activiteit: De opzet van de excursie was ongeveer gelijk met die van 12 maart 2010 alleen vanwege het najaar	3	11

	lag de focus nu op bloembollen en lelies. Na aankomst in Londen kregen de deelnemers eerst een inleidende marktpresentatie over de Engelse markt, van positionering van retailketens tot werkloosheidcijfers. Verschillende retailketens/verkooppunten werden in korte tijd bezocht. Onderwerpen zoals "Hoe creëer je toegevoegde waarde?", positionering, verpakking, labeling, presentatie, etc. kwamen aan bod.		
29 september 2010	Terugkombijeenkomst Retailsafaris Begeleiders: Carl Schoutse en Guido Meijer Korte omschrijving inhoud activiteit: Tijdens deze bijeenkomst werd teruggekeken op de retailsafari en kansen besproken voor op de Engelse markt. (Vanwege reisafstand en omdat deelnemers indien zij kansen zien dit graag voor zichzelf houden was de belangstelling laag)	1	2
1 okt. 2010	Excursie Enza-zaden Sprekers: Jos Heldens, dhr. Groot, dhr. Werij KAVB: Carlo Randag Korte omschrijving inhoud activiteit: Deze excursie was speciaal voor de veredelaars in de bloembollensector georganiseerd. Echter andere geïnteresseerde waren ook welkom. Het introductiebeleid van nieuwe producten uit de veredeling kwam aan bod. Enza zaden verzorgd zelf de marketing naar de eindgebruiker toe. Enza maakt namelijk gebruik van push en pull marketing. Daarna werd ingegaan op de veredelingstechnieken die Enza toepast. Vervolgens was er een rondleiding. Tot slot was er gelegenheid om wat de drinken	1	18
30 september 2010 06 oktober 2010 14 oktober 2010 Symposium 21 oktober 2010 Excursiedag	Masterclass "Verstand van de klant; marktgericht vernieuwen" (serie van 5 bijeenkomsten waaronder een excursie en een symposium). Sprekers/docenten/deskundigen: Flip de Groot (HU), Paul Ras (Sensemarketing&more) Wouter Kanneworff (NL octrooicentrum), Gerrit Grievink (Focus Plaza) en Peter Ravensbergen (Productschap Tuinbouw/Flowers &Food) Sprekers Internationaal symposium:		8 bezoekers symposium 85

11 november 2010	Sjaak Langeslag dagvoorzitter, (Voorzitter KAVB) Piet Moerland Bestuursvoorzitter Rabobank Nedereland Lucas Koning Smithuijs Advocaten Michel Heldens Flynt Adviseurs en accontants \Piet Koopmans Diamonds Bulbs BV John van der Slot J en W van der Slot & Zn bv De masterclass was bedoeld om ondernemers die met een innovatief idee rondlopen op weg te helpen van idee naar uitvoering. Onderwerpen die tijdens deze masterclass aan de orde kwamen waren o.a.: marketing, positioneren en presentatie bedrijf, bouw website, product-bescherming en mogelijkheden voor subsidie. Tijdens de excursie werden naast het bedrijf Gourmet (uienbedrijf) verschillende verkooplocatie bezocht en leerde de ondernemers met een andere bril naar hun eigen product te kijken. Op het internationaal symposium kwam aan bod wat er allemaal komt kijken bij het produceren van bloembollen in andere landen. Zowel de ondernemingsvormen als praktisch zaken zoals de teelt kwamen aan bod.		
13 oktober 2010	Start van het Jonge Managers Network met Workshop Time Management Trainer: Jolanda de Graaf (Pepper) Market Fresh: Marcel Rutten Rabobank: Peter Middelie KAVB: Janet Wijsman Korte omschrijving inhoud activiteit: Tijdens deze workshop werden tips gegeven hoe deelnemers beter met hun tijd kunnen omgaan. Zo is het goed om vaste moment in de week te plannen om bepaalde werkzaamheden af te handelen. Ook werd ingegaan op de energiebalans van mensen. De meeste mensen hebben 's-ochtends het meest energie en dat is het goed om klussen aan te pakken waarbij alertheid en concentratie nodig is. Er werden invuloefeningen gedaan om inzicht te geven in eigen situatie en prioriteiten te kunnen stellen in eigen werkzaamheden.	1	16
3 november	Excursie naar TNT te Nieuwegein voor het	1	16

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

2010	Jonge Managers Netwerk Sprekers : De heer Steenbakkers (TNT) en Jolanda de Graaf (Pepper) KAVB: Janet Wijsman Korte omschrijving inhoud activiteit: Tijdens deze excursie werd vooral ingegaan op de vraag hoe TNT omgaat met het dalende aantal poststukken. Hierbij werd de QR-code gepresenteerd en de try me out actie waardoor ze de verzending van pakketen via internet of sms proberen te verhogen. Ook het logistieke proces werd uitgebreid toegelicht. Vervolgens was er een rondleiding waarbij met eigen ogen aanschouwd kon worden hoe het sorteerproces er aan toeging. De bijeenkomst werd afgesloten met een drankje.		
10 november	Workshop Kostprijsberekening voor Bollensoos Docent: Wil van Erp (HU) KAVB: Janet Wijsman Bollensoos: Josina Rustenburg en Cor de Graaf Korte omschrijving inhoud activiteit: Voor het voortbestaan van de onderneming is het noodzakelijk dat er winst wordt gemaakt, een overschot van opbrengsten boven kosten. Inzicht in deze opbrengsten en kosten is een absolute voorwaarde om de onderneming levensvatbaar te maken en te houden. Om op verantwoorde wijze bepaalde beslissingen te kunnen nemen, zullen deze vaak door kostencalculaties moeten worden onderbouwd. Kostprijsinformatie kan bijv. dienen als ondersteuning bij het vaststellen van de verkoopprijs, de samenstelling van de kraam en het wijzigen van de productiemethode. Een ondernemer wil immers ook tijdig kunnen ingrijpen om bepaalde bedrijfsprocessen te innoveren en nieuwe activiteiten op te starten. Dit zijn vaak lastige beleidsbeslissingen waarbij ondersteuning in de vorm van een zorgvuldige kostencalculatie onontbeerlijk is. In de workshop kostprijsberekening kwamen kostenstructuur en kostprijs aan bod. Inzicht hierin is noodzakelijk om de juiste beleidsbeslissingen te	1	27

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

	kunnen nemen. Ruim aandacht werd er besteed aan kostprijscalculatie en kostenverbijzondering: welke methode is in een bepaalde situatie het meest geschikt om de kostprijs te bepalen. Verder werden in deze workshop onderwerpen zoals: Kostenindelingen (o.a. vaste en variabele kosten, directe en indirecte kosten, capaciteitsafhankelijke en managementafhankelijke kosten), variabele kostencalculatie, integrale kostencalculatie behandeld.		
17 november 2010	Anthos/KAVB Jongerendag bij P.F. Onings B.V. Sprekers: Piet Dijkzeul (Rabobank), Peter van der voor (Flora Holland) en Evert van Zanten (P.F. Onings BV) KAVB: Janet Wijsman ANTHOS: Hendrik Jan Kloosterboer Korte omschrijving inhoud activiteit: Samen met Anthos is een Anthos/KAVB Jongerendag georganiseerd zodat de teelt de handel elkaar konden ontmoeten. Piet Dijkzeul begon met een toelichting op de visie van de Rabobank "Bloembollen op koers". Daarna kwam Peter van de Voort met een presentatie genaamd "Vrouwen bepalen uw marge" waarin hij duidelijk uiteenzette waarom het belangrijk is om vanuit de vraagkant conceptontwikkeling te benaderen. Vervolgens lichtte Evert van Zanten het bedrijf Onings toe waarna de rondleiding startte. Na de rondleiding was er gelegenheid om een drankje te drinken en andere te spreken.	1	33
22 november 2010	Workshop Kostprijsberekening voor Bollenstreek Docent: Wil van Erp (HU) KAVB: Janet Wijsman Inhoud zie 10 november 2010	1	18
1 december 2010	Workshop Kostprijsberekening voor Bollensoos Docent: Wil van Erp (HU) KAVB: Janet Wijsman Inhoud zie 10 november 2010	1	18

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

6 december 2010	Workshop Praktisch innoveren met praktijkcase "Kopen bij de Bron Sprekers: Henk van Eijk en Bert de Wild van Kenlog BV KAVB: Janet Wijsman Korte omschrijving inhoud activiteit: In de workshop "praktisch innoveren" werd aan de hand van de praktijkcase de aanpak die toegepast is bij "Kopen bij de bron" behandeld. De stappen die door de ondernemers bij "Kopen bij de bron" zijn gevolgd om via internet hun producten aan de consument aan te bieden werden nagelopen. Op een praktische manier werd duidelijk hoe de kwekers tot samenwerking zijn gekomen om zo het gezamenlijk doel een hogere marge voor hun product te kunnen bereiken. Omdat in de bloembollensector ondernemers ook steeds op zoek zijn naar manieren om hun marges te verhogen en samenwerken daarbij een instrument kan zijn, was dit een interessant voorbeeld voor de bloembollentelers.	1	14
8 december Jongerendag Clusiuscollege	Jongerendag voor het Clusiuscollege Sprekers: Sjaak Langeslag (KAVB), Hendrik Jan Kloosterboer (Anthos) en Evert van Zanten (Onings B.V.) KAVB: Janet Wijsman Korte omschrijving inhoud activiteit: Deze jongerendag was speciaal georganiseerd voor de leerlingen in de bloembollenrichting van het Clusiuscollege. Tijdens deze bijeenkomst werd door de voorzitter van de KAVB Sjaak Langeslag de KAVB toegelicht. Hendrik Jan Kloosterboer adj. secretaris van Anthos deed dit voor zijn organisatie. Omdat de jeugd de toekomst is, is het voor hen belangrijk om te weten wat beide brancheorganisaties in de toekomst voor hen kunnen betekenen en dat het als sector van belang is om gezamenlijk zaken op te pakken. Na de presentaties volgde een rondleiding door het bedrijf Onings waarbij het spoelen van lelies in volle gang was. Na de rondleiding lichtte Evert van Zanten het bedrijf verder toe. De leerlingen waren erg geïnteresseerd in zijn praktijkverhaal.	1	40

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

	De laagste klassen hadden van de docenten de opdracht gekregen om een verslag van de bijeenkomst te maken.		
9 december	Workshop: Leiding geven aan tijdelijk en vast personeel Trainer: Jean Pierre Pincaers Market Fresh: Marcel Rutten Rabobank: Peter Middelie KAVB: Janet Wijsman Korte omschrijving inhoud activiteit: Door middel van een model werden de stijlen in leidinggeven uiteengezet en hoe het toegepast kon worden. Ook werd behandeld welke stijl het beste paste bij welk type werknemer past. De deelnemers leverde zelf praktijkvoorbeelden aan die behandeld werden.		15
13 december 2010	Workshop "Prijsberekening retail" voor de Bollensoos Sprekers: Carl Schoutsen en Guido Meijer (Consumerview) KAVB/Bollensoos: Josina Rustenburg/ Cor de Graaf Korte omschrijving inhoud activiteit: De workshop "prijsberekening retail" was bedoeld voor iedereen die nieuwsgierig is naar waar de marges in keten zitten. Tevens verschafte deze workshop inzicht in de prijsberekening van de retailketen. Onderwerpen zoals kennis en achtergronden van de retailketen, retailmarketing en onderscheid kunnen maken in diverse retailformules en hoe je daarop aan kunt sluiten werden ook behandeld.	1	13
7 januari 2011	Bijeenkomst gladiolentelers – De Gladiool; een bloem met een verhaal! Sprekers: Peter van der Voort (FloraHolland) & John Kreuk (Bloembollenkwekerij Kreuk) Korte omschrijving inhoud activiteit: Peter van der Voort gaf een presentatie waarin hij stelde dat de consument het uitgangspunt is voor het ontwikkelen van een concept. Daarna gaf John Kreuk een presentatie over de ontwikkeling van het concept M&M in de praktijk. Hij gaf het belang van concep-	1	40

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

	ten aan voor het behoud van afzet.		
19 januari 2011	Excursie naar Sierafor voor het Jonge Managers Netwerk: Sprekers Peter de Jong en Michel Mulder (Sierafor) Market Fresh: Marcel Rutten KAVB: Janet Wijsman Korte omschrijving inhoud activiteit: Door Peter de Jong werd een presentatie gegeven over het bedrijf Sierafor. Het thema van de bijeenkomst was: Hoe zijn door samenwerking verbeteringen te behalen voor alle partijen ofwel ketenefficiency. Uiteraard werd ook een rondleiding over het bedrijf gegeven.		15
27 januari 2011	Workshop Kostprijsberekening voor kring Zuid Oost Docent: Wil van Erp (HU) KAVB: Piet Op den Kelder Inhoud zie 10 november 2010	1	10 personenen
24 februari 2011	Retailsafari Tour UK Begeleiders: Carl Schoutsen en Guido Meijer (Consumerview) KAVB: Stan van Oers De Rabobank Bollenstreek wilde graag met een groep telers/broeiers mee op Retailsafari. Omdat qua drukte het najaar 2010 lastig werd om dit te organiseren is besloten om deze mogelijkheid nog in februari 2011 te bieden onder het project. Opzet en inhoud is conform eerdere retailsafari's	3	10-20 personen
	Resterende Bijeenkomsten van het Jonge Managers netwerk Market Fresh: Marcel Rutten KAVB: Danielle Hordijk Trainers: o.a. Jolanda de Graaf en Jean Pierre Pincears		19 leden

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

Bijlage 2 Overzicht artikelen n.a.v. de georganiseerde activiteiten.

Datum activiteit	Activiteit	Artikel
24 maart 2009	Excursie: Promotie Tour Tulp	Tulpenmeubel bekeken tijdens Tulpenexcursie Bloembollenvisie,nr. 164, 9 april 2009, KAVB-pagina blz. 102.
7 april 2009	Thema-avond: "Hoe presenteer ik me als bedrijf?"	Levendige discussie Hoe presenteer ik me als bedrijf? Bloembollenvisie nr. 166, 7 mei 2009, KAVB pagina blz. 103.
17 april 2009	Excursie "Tomato World" Van Wasserbombe tot Delicatesse."	Excursie Tomatoworld vanuit Meer markt meer marge, Bloembollenvisie, nr. 166, 7 mei 2009, KAVB pagina blz. 103.
10 juni 2009	"Strategisch ondernemen in Lelies; droog brood of rijkelijk belegd?"	Meer markt, meer marge; Flynth drukt leliesector met neus op feiten, Bloembollenvisie, nr. 169, 18 juni 2009, blz. 68 en 69
16 juni 2009	Thema-avond "Samenwerken tussen kwekersverenigingen voor een betere markt positie	Krachtenbundeling: "Het moet eerst heel slecht gaan" Bloembollenvisie, nr. 170, 2 juli 2009, blz. 70
22 september 2009	Jongerendag Anhos/KAVB Excursie naar de Ree-Holland B.V	Jonge kwekers en handelaren op bezoek bij De Ree, Bloembollenvisie, nr. 177, 8 oktober 2009 , blz. 32 en 33

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

Datum activiteit	Activiteit	Artikel
6 januari 2010	Bollensoos: M&M	"Gezamenlijk zorgen voor een topproduct" Bloembollenvisie, nr. 184, 14 januari 2010, blz. 51
Doorlopend	Ondernemers op de hoogte stellen van de mogelijkheid van inzet va studenten in de bloembollensector	Hogeschool Utrecht biedt volop stagemogelijkheden, Bloembollenvisie nr.186, 11 februari 2010, blz. 59.
5 maart 2010	Excursie: Promotie Tour Tulp	Tulpen kijken op de winkelvloer, Vakblad voor de Bloemisterij, nr 10, 12 maart 2010, blz. 44 en 45.
20 mei 2010	Perkgoed excursie bij Kwekerij Wouters	"Groei door te luisteren naar klanten" Vakblad voor de Bloemisterij, nr. 21, 28 mei 2010, blz. 41
1 oktober 2010	Excursie Enzazaden	Bloembollenvisie, nr. 207, 2 december 2010, Meer Markt, Meer Marge : geslaagde excursie naar Enza Zaden in Enkhuizen, blz. 81.
3 november 2010	Excursie Jonge Managers Netwerk	Bloembollenvisie, nr. 206, 18 november 2010, Het KAVB Jongeren Managers Netwerk bezoekt TNT, blz. 87. Digitale E-dition december 2010: Het KAVB Jongeren Managers netwerk bezoekt TNT
17 november 2010	ANTHOS/KAVB-jongerendag	Bloembollenvisie, nr. 207, 2 december

De bloembollensector investeert in dit project via het Productschap Tuinbouw

		2010, Anthos en KAVB kijken terug op een geslaagde jongerendag bij P.F. Onings B.V., blz. 80.
Seizoen 2010/2011, 13 oktober start JMN.	Het Jonge Managers Netwerk	Blad van de Rabobank" Dichterbij Midden-Westfriesland; Magazin voor leden-winter 2010, Kompas op 2025; KAVB helpt jonge managers op weg; blz 26