



Campagne 'Geef kleur door' belicht gezondheidsaspecten groente en fruit

Intentieverklaring restwarmte getekend

Restwarmte is één van de warmtebronnen die straks de woningen in de Provincie Zuid-Holland aardgasvrij moet maken. Om die restwarmte te transporteren vanuit de haven van Rotterdam naar de woningen, ontwikkelt Gasunie met steun van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat en de Provincie Zuid-Holland de WarmtelinQ. Een warmteleiding die in eerste instantie loopt van Vlaardingen naar Den Haag. Om die warmte ook echt bij de woningen te krijgen is op 24 maart een intentieverklaring ondertekend waarin samenwerkingsafspraken staan.

Gasunie, Provincie Zuid-Holland, de gemeenten Vlaardingen, Delft, Midden-Delfland, Rijswijk en de corporaties met veel bezit in Den Haag en omgeving, vertegenwoordigd in Sociale Verhuurders Haaglanden, hebben de intentieverklaring ondertekend. Deze partijen werken met de Rijksoverheid samen om te komen tot realisatie en gebruik van WarmtelinQ. Partijen zien restwarmte als belangrijk onderdeel van een haalbare, betaalbare, duurzame en leveringszekere warmtevoorziening.

Omdat de WarmtelinQ relatief snel en betrouwbaar in duurzame warmte kan voorzien, zien partijen WarmtelinQ als dé kans om te komen tot een versnelling van de energietransitie in de gemeenten. Dit om de klimaatdoelstellingen van 49% CO2-reductie voor 2030 te kunnen halen. Gemeenten maken in 2021 het gebruik van restwarmte voor het aardgasvrij maken van woningen duidelijk in een visie over de warmtetransitie. In deze zogenaamde Transitievisie Warmte staat welke alternatieve warmtebronnen de gemeente kiest en wanneer de wijken van het aardgas af gaan. De betrokken partijen hebben werkafspraken voor de komende tijd gemaakt. Zo werken partijen de vraag naar duurzame warmte uit en selecteren partijen sleutelprojecten om eerste ervaringen op te doen en van elkaar te leren.

De provincie Zuid-Holland constateert dat de warmtetransitie nu echt onderweg is en de ambitie van een warmtetransportnet in Zuid-Holland een stap dichterbij komt. Jeannette Baljeu, gedeputeerde in de Provincie Zuid-Holland benadrukt het belang van het gebruik van restwarmte. "We hebben unieke kansen in onze provincie, vanwege de grote hoeveelheid restwarmte in de haven, om de stap naar verduurzaming in de warmtevraag te maken. Het is van groot belang dat gemeenten en corporaties ook die vraagontwikkeling gaan inzetten."

Bron: warmtelinq.nl

Colofon

Deze pagina valt onder redactionele verantwoordelijkheid van Glastuinbouw Westland. www.glastuinbouwwestland.nl info@glastuinbouwwestland.nl

Advertentieverkoop via Uitgeverij West Media, tel. 0174 - 62 42 12 of advertentie.hhw@uitgeverijwestmedia.nl

'Geef kleur door', dat is de naam van de campagne die vandaag, woensdag 7 april wordt gelanceerd. Hiermee geeft de Nederlandse groente- en fruitsector invulling aan het feit dat 2021 door de Verenigde Naties is uitgeroepen tot Internationaal Jaar van Groenten en Fruit. Doel van 'Geef kleur door' is het vergroten van het bewustzijn over de belangrijke rol van groenten en fruit voor een duurzame en gezonde samenleving. "En dat is hard nodig", vindt ook bladgewassenteler Merijn Vreugdenhil uit Naaldwijk.

door Roger Abbenhuijs

Op initiatief van Nationaal Actieplan Groenten en Fruit (NAGF) en Food Cabinet is een coalitie met bedrijven, branche- en maatschappelijke organisaties gevormd om tot deze gezamenlijke campagne te komen, die bestaat uit een breed pakket middelen en activiteiten. De campagne loopt van Wereld Gezondheidsdag op 7 april, tot Wereld Voedseldag op 16 oktober en start met de lancering van een video en de website www.geefkleurdoor.nl. Voor bedrijven in de sector is een toolbox beschikbaar.

De BN'ers Nasrdin Dchar, Nadia Zerouali en Howard Komproue werken mee in de campagnevideo. Om ook de jongste generatie bij de campagne te betrekken maken ook Woezel en Pip hun opwachting. De ambassadeurs Tamar de Weijer (huisarts en voorstander van leefstijlgenesekunde) en Diederik Gommers (Erasmus MC, voorzitter Nederlandse Vereniging voor Intensive Care) hebben aangegeven om de boodschap te ondersteunen.

Samen meer impact

Samen met GroentenFruit Huis, LTO Noord, LLTB, ZLTO en LTO Nederland roepen Glastuinbouw Nederland en Glastuinbouw Westland glasgroentetelers op om deze campagne via hun eigen social media-kanalen uit te dragen naar de samenleving. "Met elkaar hebben we meer impact en leveren we een belangrijke bijdrage aan gezondheid en geluk voor iedereen. Dat mogen we best vaker laten zien", zo benadrukt Jakobine van Straalen, specialist communicatie van Glastuinbouw Nederland.

Boodschap doorgeven

Geef kleur door, betekent ook geef de gezonde boodschap van groenten en fruit door. "Het is belangrijk dat mensen bewust worden dat het eten van een salade beter en verstandiger is dan een gevulde koek. Als je op een warme dag op het strand om je heen kijkt, dan schrik je toch wel", zegt teler Merijn Vreugdenhil van Vreugdenhil Vegetables (zie kader). Zijn bedrijf geeft groente ook letterlijk door, want hij levert de rucolasla en spinazie aan de grote groenteverwerkende bedrijven in Nederland. "Daar wordt de groente gewassen en verpakt voor de bekende supermarkten."

Gebruiksgemak is van groot belang om de consument vaker te laten kiezen voor gezond en duurzaam. "Een breed gedragen campagne kan daar een extra impuls aangeven." Geeft dat ook een impuls aan het teeltbedrijf? "Die verwachting heb ik niet, maar dat is ook niet relevant. Het gaat om het grotere belang voor de mensheid en niet om mijn omzetplus. Dat spinazie goed voor je is, leer je al als kind. En dat vooral ook jongeren de rucola hebben ontdekt, is uit oogpunt van gezondheid een positieve ontwikkeling."



Het oogsten van spinazie.

Foto: Glastuinbouw Westland



Diederik Gommers (Intensivist bij het Erasmus MC): "Wat we geleerd hebben van Covid19 is hoe belangrijk gezond leven is. En daar hoort ook goed en gezond eten bij. In het ziekenhuis zien we veel mensen met overgewicht en suikerziekte. Genoeg groente en fruit eten is daarom zo belangrijk. Uiteindelijk kun je daarmee voorkomen dat je ernstig ziek wordt. En die Covidkilo's moeten er ook weer af."

'Focus op kwaliteit, niet op kilo's'

De omschrijving 'koning rucola' gaat hem iets te ver, maar feit is dat Merijn Vreugdenhil uit Naaldwijk al 13 jaar gespecialiseerd is in de teelt van deze slaasoort.

Zijn producten liggen, via de verwerkende bedrijven, in de schappen van de bekende supermarktketens. Zijn teeltplan bestaat voor 90% uit rucola, in de winter afgewisseld met 'babyspinazie plus'. Toeval of niet, het zijn beide trendy groenten die zeker ook in de campagne 'Geef kleur door' aan bod zullen komen.

De eerste zes tot zeven jaar realiseerde het bedrijf een flinke groei, inmiddels is de afzetmarkt aardig gestabiliseerd. "Kropsla is aardig verdrongen door rucola, uiteraard mede dankzij de opmars van de voorverpakte zakjes." Vreugdenhil moet het vooral hebben van de kwaliteit. "Tegen de volumes uit Spanje en Italië kunnen we sowieso niet op. Smaak en houdbaarheid, dat zijn onze sterke punten." Om die reden kiest Merijn in de winter voor de teelt van spinazie. "In de donkere weken kunnen we de kenmerkende smaak niet garanderen. Met belichting gaat dat wel, maar dat is gezien de korte periode – van half november tot begin februari – niet rond te rekenen. Belichting is prima voor de kwaliteit van de sla,

maar niet voor mijn portemonnee."

De winter is niet alleen voor Nederlandse rucolatelers lastig, ook voor de collega's in Italië is het moeilijk om in januari de beoogde kwaliteit te leveren. "Daar telen ze rucola buiten, dat lukt in Nederland niet." Rasontwikkelingen bieden volgens Merijn Vreugdenhil wellicht meer perspectief. "We hebben nu een soort die redelijk doorgroeit in de winter."

Maar de tijdelijke overstap naar spinazie – iets groter dan babyspinazie – bevat hem ook prima. Belangrijk voordeel is dat hij gebruik kan maken van dezelfde oogstmachine. "We vullen slim enkele weken het gat op tussen de vollegroensteele in Spanje en Nederland. Spinazie is echt een vollegroenproduct. Wij leveren een nicheproduct en zijn op tijd weer van de markt. Want als de akkerbouw ermee gaat beginnen, is er voor de tuinbouw geen ruimte meer."



Bladgewassenteler Merijn Vreugdenhil vindt het vergroten van het bewustzijn belangrijk. Foto: Glastuinbouw Westland

Digitaal event met Ball Horticultural Company, Rijk Zwaan, Royal van Zanten en Mprise Agriware

Op 20 mei organiseert Mprise Agriware een event met drie toonaangevende bedrijven in de tuinbouw wereldwijd. Zij zijn te gast tijdens een online event met als titel: 'Keys to successful digital transformation in horticulture'.

In deze dynamische wereld ligt het tempo van de technologische ontwikkelingen ontzettend hoog. Hoe moeten

kwekers met deze veranderingen omgaan? En welke factoren zorgen voor succes?

Jacco Kuipers (CFO bij Ball Horticultural Company), Peter Verstegen (ICT Manager bij Rijk Zwaan), Ernst Barendregt (CFO bij Royal van Zanten) en William van Loenen (Product Manager bij Mprise Agriware) geven hun visie op deze veranderingen.

Mensen, business en duurzaamheid

De digitale transformatie heeft invloed op veel facetten binnen en buiten een bedrijf. Daarom wordt tijdens dit event ingegaan op drie vragen: Wat betekent dit voor de mensen? Wat betekent dit voor de business? Welke invloed heeft dit op de duurzaamheid in de keten?

Dynamisch evenement

Het programma bestaat uit korte speeches, interviews, online polls en daarnaast zal er mogelijkheid zijn om vragen te stellen. Kortom, een event om als kweker bij aanwezig te zijn! Wanneer? 20 mei van 13.00 tot 15.00 uur.

Waar? Het event vindt online plaats. Meld u aan via deze link: <https://tinyurl.com/DigitaalEventHorticulture>