

Innovatieblindheid

Natuurlijk moet je innoveren, continu liefst. Maar je hebt niet veel aan innovaties als ze vervolgens niet breed in de praktijk worden gebracht. Ik zie twee soorten innovatieblindheid in de landbouw. En de aanpak om die beide te bestrijden is het actief uitventen van "good practices", maatregelen die gewoon werken. Dat is lang niet zo spannend als het presenteren van glanzende nieuwe machines. Maar het milieu en de teler schieten er wel veel mee op.

Innovatieblindheid noem ik het. Het komt voor in twee heel verschillende vormen. Ten eerste het niet kennen, niet zien of niet geloven van nieuwe slimme maatregelen. Komt vooral voor bij telers en hun adviseurs en leveranciers. Praktijken die zich op sommige bedrijven al lang hebben bewezen, maar toch niet breed worden overgenomen. Niet eens "best practices", maar bescheiden "good practices". Onbekend, onbemind.

Een voorbeeld is de rijenbemesting. Bij een goede toepassing van rijenbemesting kunnen boeren hun gewassen efficiënt bemesten terwijl ze verlies van mineralen naar het milieu verlagen. Een mooie, kosteneffectieve innovatie die echter nog veel te weinig boeren toepassen.

De tweede vorm van innovatieblindheid tref je vooral bij onderzoekers, overheden en stimuleringsorganisaties. Onderzoekers (zoals wij ook) zijn geneigd te zoeken naar nieuwe dingen. Scoren met weer een nieuw concept, een nog nieuwere stal, een nog betere spuitdop. Overheden zijn geneigd vooral geld in te zetten op innovatie. Volop subsidie voor het uitdenken van een kleurrijk concept. Als het concept vervolgens in de praktijk moet worden getest en bewezen, droogt de geldstroom op. Dat is niet vernieuwend. En zo tuimelen onderzoekers, uitvinders en subsidiegevers over elkaar heen naar nu-nog-nieuwere projecten. Die vervolgens in veel te kleine kring blijven hangen, of gewoon uit beeld verdwijnen.

Zo ontwikkelden ES Consulting en CLM een paar jaar geleden het concept *groene lijnen in het landschap*. Hagen en houtwallen dragen niet alleen bij aan een mooi landschap, maar kunnen ook fijnstof-risico's verminderen, ammoniak afvangen en energiegebruik in stallen helpen verlagen. Prachtig idee, mondjesmaat toegepast, en uiteindelijk onder een stoflaag vergeten geraakt.

En de boer? Die ploegt voort. Want hoe weet de boer wat er is, wat werkt? Dat moet hij zelf ervaren of horen van collega's, van burens, uit vakbladen. En dan wil hij bewezen zien dat het werkt. Of overtuigd worden dat de innovatie geen negatief bij-effect heeft. Dat overtuigen gaat niet vanzelf. Terecht willen boeren het zelf zien en ervaren. Daarom is het van belang dat overheid en bedrijfsleven ook ruimte scheppen voor de brede verspreiding van innovaties.

Een voorbeeld is de campagne "Duurzaam telen begint bij jou", deze maand gestart in opdracht van LNV door LTO, DLV Plant en CLM. Hierin promoten telers en adviseurs zelf effectieve, praktische gewasbeschermingsmethoden, zoals waarschuwingssystemen en nieuwe spuittechnieken. Met Elfstedentochtwinnaar Henk Angenent als boegbeeld laat de campagne zien dat elke stap vooruit helpt, en dat elke teler zo'n stap kan zetten.

Winst door innovatie is meters maken mét de innovatie.

Gijs Kuneman

Donderdag 15 april 2010