



Kom naar de akker

De lezer van deze column zal wel denken, daar komt hij weer met de glastuinbouw. Maar als je daar direct en indirect 25 jaar in gewerkt hebt, dan is het moeilijk deze veren af te schudden. Dus even over Kom in de Kas. Voor het laatst – vanwege corona – gehouden in 2019. Toen ruim 200.000 bezoekers in 23 regio's verdeeld over zo'n tweehonderd glastuinbouwbedrijven. De oorsprong van Kom in de Kas grijpt al terug naar zo'n vijftig jaar geleden. De kassen staan in het landschap, maar wat erin gebeurt was onbekend voor het gemiddelde publiek. Oprukkende woningbouw en industrie gaven druk op de beschikbare ruimte voor glastuinbouw en dan maakt onbekend onbemind. De betekenis voor de economie, het innovatieve ondernemerschap en de gezonde producten moesten meer worden uitgedragen naar de politiek, maar ook naar de lokale omgeving. Overigens werd daarom ook in de jaren negentig de term Greenport geïntroduceerd als tegenhan-

“We willen het besef vergroten dat voedsel in de eigen omgeving wordt gemaakt.”

ger van de mainports Rotterdam en Schiphol.

Waarom deze uitgebreide terugblik? We hebben als akkerbouw en akkerbouwregio's ook met dit soort zaken te maken, en meer dan in het verleden. Weliswaar is akkerbouw uit zichzelf aalbaarder dan kassen, maar het politieke klimaat rondom de landbouw met grote thema's als ruimte, natuur en klimaat vereisen een hele goede duiding van de betekenis van onze sector ten aanzien van economie, voeding, innovatie en landschap. De BO Akkerbouw is daarom – vooral richting politiek en overheid – een campagne gestart onder de naam 'ruimte voor de nieuwe akker' om de nuttige functie, het vernieuwende en toekomstgerichte karakter van de sector aan te geven. Ook vanuit de NAO-promotiecampagne Power to the Pieper dragen we bij. Zaterdag 4 september vond de eerste Nationale Aardappelrooidag plaats in Lelystad. Door corona op één locatie, maar er was veel belangstelling van het regionale publiek, velen ook met kinderen, om zelf aardappelen te rooien. We willen het besef vergroten dat voedsel in de eigen omgeving gemaakt wordt en dat daar heel veel bij komt kijken. Een druppel op een gloeiende plaat? Nee, wat mij betreft een opstap naar een jaarlijkse Kom naar de Akker in heel veel regio's!

Dick Hylkema

Directeur Nederlandse Aardappel Organisatie (NAO)