

# Hoe groot is die van jou?



**Marill Ooms is senior adviseur bij Imagro, bureau voor nieuwe perspectieven in agrifood en leefomgeving. Als strateeg werkt zij op het snijvlak van innovatie, transitie en tuinbouw. Momenteel volgt Marill een opleiding Sustainable Leadership. In KAS deelt zij haar ervaringen. “Een andere tijd vraagt andere oplossingen.”**

Jarenlang kampte de Nederlandse politietop met een tekort aan vrouwelijke leiders. Quota's en sterke voorkeuren ten spijt, lukte het maar niet om geschikte vrouwelijke leiders te vinden. Steevast gaf de selectiecommissie tóch de voorkeur aan een man. Waren er te weinig geschikte vrouwen? Waren de vrouwen minder goed als leider? Nee, concludeerde professor Marieke van den Brink na diepgravend onderzoek. Het lag aan het bééld dat de selectiecommissies hadden van 'een leider'. Namelijk: een échte leider heeft een zware stem, een blauwe broek en maakt ferme gebaren. Een echte leider is een man. Geen wonder dat er steeds weer mannen in de politietop kwamen. De commissie vónd wel geschikte vrou-

welijke leiders, maar zág hen niet. Pas toen de organisatie af durfde te stappen van het vaste beeld van een leider, kwam er ruimte voor de diversiteit die zo hard nodig was. Moraal van het verhaal: de bril waardoor we kijken, bepaalt wat we zien.

## **Kleiner dan nodig**

Wat dit voorbeeld te maken heeft met de Nederlandse tuinbouwsector? Heel veel! Ook in onze tuinbouwsector zetten we onszelf vast door te denken dat 'internationaal toonaangevend' een vaste definitie kent. We meten 'internationaal toonaangevend zijn' af aan groot zijn, héél veel produceren, en meester zijn in efficiency en technologie. Is daar iets mis mee? Welnee! Met efficiëntie en een verdienmodel dat inzet op de laagste kostprijs is niks mis. Het wordt alleen een probleem als het de enige definitie is van succes. Want als we allemáál de grootste (goedkoopste) willen hebben, maken we onszelf juist kleiner dan nodig!

Als we steeds mínder blijven vragen terwijl we méér doen, dan graven we als sector ons eigen graf. De sleutel?

Die zit 'm – net zoals bij de politietop – in de mindset. Door divers te durven, willen en mogen zijn. Elkaar niet kapot concurreren omdat we allemaal hetzelfde bieden, maar inzetten op een breed scala aan unieke waarden. Dit begint met onze eigen mindset. Anders denken en doen, is juist waardevol! Kijk maar eens naar Urban Ponics. Laten we ons beeld van internationaal toonaangevend en succesvol opnieuw definiëren en daarmee internationaal toonaangevend veel kleurrijker te maken. Met minder water produceren is geen kostprijsverlaging, maar een extra waarde. Onze stip aan de horizon: Nederland als gidsland op het gebied van waarde toevoegen en hiervoor ook financieel beloond te worden! Waarde weten te verwaarden, zeg maar. Volgens mij zijn we dan écht internationaal toonaangevend. ■

**Hoe kunnen we verduurzaming verwaarden in een nieuw verdienmodel? Mail uw ideeën, vragen of dilemma's, zodat Marill die kan integreren in de opleiding: [marill@imagro.nl](mailto:marill@imagro.nl)**