



Roger Engelberts

is Chief Emotions Officer van Imagro BV, het bureau voor nieuwe perspectieven in agri, food en leefomgeving.

KasLov(e)

De behoeftepiramide van Maslow uit 1943 stelt dat als aan één behoefte is voldaan, het individu doorschuift naar de volgende behoefte. Het overslaan van behoeftes is geen optie. Eigenlijk een oertheorie. De grootste klant van de tuinbouw vat het samen met “Erst das fressen, dann die moral.”

Maslows behoeftepiramide ziet er kort door de bocht zo uit: 1) Organische of lichamelijke behoefte; slaap, voedsel, drinken, uitscheiding, seks, sport en comfort. 2) Behoefte aan veiligheid en zekerheid: huisvesting, werk en relaties (sociale zekerheid). 3) Sociale behoefte; vriendschap, liefde en seksuele intimiteit, positief sociale relaties. 4) Waardering, erkenning en zelfrespect; aanzien en status in sociaal verband. 5) Zelfactualisatie, persoonlijke en mentale groei en waardering.

Ik geloof dat geld naar waarde stroomt. En hoe hoger we in de piramide zitten, hoe hoger de waarde. Zeker in een Westerse welvaartsmaatschappij, waar sentimenten ‘t winnen van argumenten. Waar geven mannen immers veel geld aan uit? Aan vertrouwen, rouwen, trouwen en vrouwen. Daar zit sociale emotie.

Laten we eens op z'n Hans Steenbergens (Food Inspiration) door de Maslow-bril naar de glastuinbouw kijken.

Waar zien we dan extra waarde(n), die de glastuinbouw kan realiseren? Dan kom je op KasLove:

- 1) Het fundament. Dat gaat over voedselveiligheid en -zekerheid en over voedingswaarde. Vullen in plaats van voeden. Fabrikanten en retailers zijn doorgeschooten in food efficiency. Food kan en mag als ziekmaker niet goedkoper in Nederland.
- 2) De tweede trap gaat over gezondheid en vers. Drie van de vijf duurste welvaartsziekten zijn foodgerelateerd. Let fresh food be thy medicin. Plant-aardig wint van Dier-lijk. Groente wordt het hoofdgerecht, vlees en geteelde vis bijgerechten.
- 3) Herkomst, authentiek en ethiek. Het echte verhaal achter vers. Met de billen bloot. Aandacht voor de bodem (terroir!), herstel van het voedselsysteem, de transitie naar gezond, circulair.
- 4) Leefstijl en identiteit. Eten zegt dan iets over de waarde die ik toeken aan mijn leven. Eerst the Instagrammability of food checken! Eten als nieuwe wijn.
- 5) Eten als verbinder, als sociale media. Mobieltje uit. Eten verbindt. Verbonden met natuur en tuinder. Donderdags naar de LIDL, zaterdag naar de groentenuwelier en 's avonds indruk maken als top amateur kok voor vrienden.

De liefde gaat door de maag. Uh ja. Pas KasLove eens toe op jouw businessmodel en waarde valt je toe.