

Bijlage 1 Algemeen over 'Hollandse Aardbeien'-initiatief

1. Wat is het Hollandse Aardbeien Initiatief (HA-)initiatief?

Het Hollandse Aardbeien-initiatief is een initiatief van en door aardbeientelers voor de generieke promotie van de Hollandse aardbei.

2. Waarom is het HA-initiatief opgestart?

Consumenten weten nog maar weinig van hun voedsel en raken hier steeds meer van vervreemd. Dat geldt ook voor de aardbei. Men weet niet veel meer van aardbeien, de teelt of ons als aardbeientelers. De aardbei wordt steeds anoniemer en daarmee wordt prijs het belangrijkste selectiecriteria voor consumenten. Deze trend willen we doorbreken! Daarom vertellen we als telers graag over de aardbei, alles wat daarbij komt kijken en zoeken we het contact op met onze consumenten. Willen we de houding en het gedrag van consumenten veranderen dan begint het immers met **kennis**. Zo halen we de aardbei uit de anonimiteit en proberen we de keuze te beïnvloeden. Daarbij maken we maximaal gebruik van de (overtuigings)kracht die we als teler zelf hebben.

3. Doel & Doelstelling

Het HA-initiatief heeft als doel middels generieke aardbeienpromotie (kennisoverdracht) door de telers zelf de totale afzet van aardbeien positief stimuleren. In NL eten we 2,5 kg per gezin in de ons omringende landen is dit 3,5 kg. Laten we gezamenlijk de gehele 'aardbeientaart' groter maken.

Seizoensopening

Een belangrijke actie van het initiatief om het doel te bereiken is de seizoensopening op de 3^{de} dinsdag van april. Omdat de Hollandse Aardbei niet alleen lekker maar ook **gezond** is, wordt gezond(heid) een belangrijk element bij de acties van dit jaar (2013). En we werken samen met een **goed doel** voor extra trekkracht. Een goed doel dat aansluit bij gezond. Een mooie **nieuwe verbinding**.

4. Waar bestaat het HA-initiatief nu uit?

Het belangrijkste van het HA-initiatief is een groeiende groep enthousiaste telers die de dialoog met de consument opzoeken. Hierbij maken we gebruik van een website (www.hollandseardbeien.nl) met daarop veel aardbeieninfo, een twitteraccount (@aardbeiwetjes), een Facebookpagina maar het meest in het oog springende zijn de acties rondom een jaarlijkse opening van het aardbeienzeizoen op de 3^{de} dinsdag van april.

5. Hollandse Aardbeien en sociale media zoals twitter?

Nieuwe, sociale media geven ons de mogelijkheid eenvoudig met consumenten in contact te komen. Sociale media zijn bovendien persoonlijk, sociaal en interactief. Dat geeft ons als telers de kans een relatie op te bouwen en uit de anonimiteit te treden. Dat is precies waar we naar op zoek zijn. Dit in combinatie met andere instrumenten, zoals de opening van het aardbeienzeizoen. En in aansluiting op bestaande activiteiten van bijvoorbeeld de zachtfruitcommissie. Persoonlijke communicatie is het sterkste middel dat we in kunnen zetten. Sociale media maken het mogelijk deze persoonlijke communicatie op grotere schaal in te zetten. Daarnaast maken we ook gebruik van standaard middelen zoals persberichten en andere communicatiematerialen.

6. Wie doen er allemaal aan het HA-initiatief mee?

Drijvende kracht achter het initiatief zijn wij als aardbeientelers zelf. Verspreid over Nederland, variërend van groot tot klein, van kas tot vollegrond. Daarnaast zijn er een paar heel enthousiaste aardbeienambassadeurs die ons waar mogelijk helpen. Met ondersteuning van de afzetorganisaties.

7. Wie zijn de deelnemende telers

De aardbeientelers die zich inmiddels bij het initiatief hebben aangesloten zijn Frits en Amanda Vriend uit Benningbroek, Arno de Beijer uit Doornenburg, Arno en Sandra Loos uit Moerstraten, Richard en Annet Kalter uit IJsselmuiden, Jan Robben uit Oirschot, Rob Luysterburg uit Heerle, Marcel Dings uit Belfeld, Frank en Carola Hereijgers uit Lepelstraat, Rob van der Wouw uit Dongen, Hans Heeren uit Odiliapeel, Mark van Aert uit Zundert, Patrick en Esther Bouten uit Meijel, Peter en Dianca van de Ven uit Sint-Michielsgestel, Jaco en Sandra Huysmans uit 's-Gravenzande, Maurice en Chantal Bormans uit Kelpen-Oler, Huub en Anja van der Burgt-Disco uit Asten-Heusden, Wim en Joleen Remeus uit Ouwerkerk, Roland van Asseldonk uit Gemert, Rob van Enckevort uit Kronenberg, Marc Christis uit Venlo en Jeroen en Nancy Peeters uit Dongen.

8. Mogen andere telers ook mee doen?

Jazeker, alle aardbeientelers zijn welkom. Deelname vraagt wel om een actieve bijdrage.

9. Wat maakt dit initiatief zo uniek?

Het initiatief is zo uniek omdat telers samen de kar trekken. De telers zelf hebben sectorbreed de handen ineen geslagen en financieel bijgedragen. Dat geeft ontzettend veel energie en enthousiasme! Het is toch wel uniek dat er zo'n groep telers ongeacht 'herkomst' gezamenlijk het rechtstreekse contact met consumenten wil herstellen. Doordat de keten zo groot is, zijn we dat contact verloren. Daar willen we iets aan doen. Gewoon zelf.

10. Op welke wijze zijn afzetorganisaties betrokken?

Aan de opening van het Hollandse aardbeienseizoen in 2012 hebben ook de afzetorganisaties een bijdrage geleverd. Zij hebben meegedacht over de invulling en zijn medefinanciers van de openingsactie in april. Het initiatief en de uitvoering liggen nadrukkelijk bij telers zelf. Enkele afzetorganisaties doen ook actief mee tijdens de actie. Dat is toch wel erg leuk. Ineens werken we allemaal samen. Iets waar we trots op zijn.

11. Welke afzetorganisaties deden in 2012 mee?

Deze opening van het Hollandse Aardbeienseizoen is mede mogelijk gemaakt door de volgende afzetorganisaties:

- Zon Fruit&Vegetables
- Fruitworld BV
- Greenery
- Fruitmasters
- Veiling Zaltbommel
- Vitalberry BV
- CLTV-Zundert/veiling Hoogstraten cvba
- Fossa Eugenia bv

12. Hoeveel was het Budget 2012

Vorige jaar hadden we €45.000 van de afzetorganisaties voor de openingsacties. Voor de organisatie, ontwikkeling van promotiemiddelen, communicatie, overige acties, professionele ondersteuning, etc. was een bedrag van 35.000 euro beschikbaar door een subsidie van Holland Food Camp en onze eigen HA-telersbijdragen.