

ratief



ENZA ZADEN



Priva bouwt bruggen tussen visionairs en technici

# Van creatie naar business en weer terug

'Als je grenzen opzoekt, moet je per definitie verder gaan dan wat standaard in je eigen processen zit. Dat geldt ook als klanten ineens met een heel andere vraagstelling komen.'



**Wie glastuinbouw zegt, die zegt innovatie. En bijna in één adem erachteraan: Priva. Deze mondiale marktleider was in 2009 in het nieuws door de verkiezing van directeur Meiny Prins tot Zakenvrouw van het Jaar. De kroon op het werk van de gehele organisatie.**

Meiny Prins en de vierhonderd medewerkers van Priva pakken innovatie breed aan, de organisatie schaaft op drie borden tegelijk. Allereerst zijn er de bestaande producten, waar duizenden klanten al jaren mee werken. Regelmatig vangen accountmanagers op dat er behoefte is aan een productverbetering. Meiny Prins: 'Dat zijn de updates die je aan je klant en je stand verplicht bent. Denk aan modules als toevoeging op reeds aanwezige oplossingen.'

Anders wordt het wanneer Priva signaleert dat er iets broeit in de markt. 'Dan ontstaan ontwikkelingen als de gesloten kas, de Climate Optimizer en nieuwe klimaatregelingen. Je gaat kijken hoe je die gesloten kas economisch rendabel krijgt. Met de Climate Optimizer geef je energiebesparing een enorme boost. Zoiets ontstaat door het samenspel tussen tuinbouwondernemers zelf, universiteiten en toeleveringspartners.' Op het derde schakbord wordt verreweg het meest lastige spel gespeeld. Hier bij Priva wordt van mensen verwacht dat wij zelf grenzen verleggen. Meiny Prins: 'Dit zijn innovaties van het type: "We weten dat we het kunnen, maar het bestaat nog niet". Zo startte zes jaar geleden de ontwikkeling van de bladplukrobot. Of iets heel bijzonders als EcoFutura, waarbij de duurzame

combinatie tussen glastuinbouw en duurzaam visteelt rendabel is gebleken. Dit zijn de echte doorbraak-innovaties.'

## Over grenzen

Die breedte verklaart waarom bij Priva mensen van zeer verschillende pluimage werken, vertelt Meiny Prins. 'Als je grenzen opzoekt, moet je per definitie verder gaan dan wat standaard in je eigen processen en organisatie zit. Dat geldt ook als klanten ineens met een heel andere vraagstelling komen. Zo wil een groep telers bijvoorbeeld geen klimaatcomputer meer, maar klimaatgarantie. Dat is een wezenlijk andere vraag. Die moet je dan neerleggen bij iemand die daar ook anders naar kijkt. Niet bij een technicus die begint te zoeken bij wat hij al weet en kent. Wel bij een visionair. Dat vraagt heel andere competenties. We zijn momenteel ook druk doende om te kijken welke competenties we in huis hebben en wat we nog zouden willen aanvullen. Dat kun je dan extern zoeken of intern trainen.'

## Aansluiting

Vervolgens moeten er nog twee bruggen worden overgestoken: de technische realisatie en de vermarkting. 'Je kunt ook niet te ver op de troepen vooruit lopen, want dan

landen je idee en je product niet', verwoordt Meiny Prins het dilemma van de juiste interne afstemming en de timing in de markt. Ze merkt steeds duidelijker dat zich in die markt intensievere interactie tussen gelijkgestemden aftekent, relaties tussen bedrijven die van elkaar aanvoelen dat ze dezelfde strategische richting delen. 'Er is ontzettend veel dynamiek nu, en in die dynamiek zoek je elkaar toch op. Dan telt niet zozeer dat we morgen een kant-en-klaar product moeten afleveren, maar veeleer dat we een visie delen. Dat je samen ziet welke kant het op moet. Tot nu toe waren innovaties vooral gericht op kostenreductie. In de komende jaren wordt ook een andere vraag steeds relevanter: hoe organiseren we de afzet beter? Dan moet je nog beter kijken naar processen, of naar manieren om informatie beter te delen.' In dat 'beter delen' ziet Meiny Prins de sleutel tot gewenste nieuwe ontwikkelingen.

'Dachten we bij marketing eerst vooral in doelgroepen, nu zien we een beweging naar partnering en co-creatie. Dat is nodig om vervolgens ook een massa anderen mee te krijgen. Dat zie ik als leiderschap: dat we met vereende krachten de hele tuinbouw steeds een stap verder brengen.'

