

7 feb 2017 607 x bekeken

'Disruptieve innovatie: aardappelen uit zaad'



Jacco van der Wekken

Columnist bij Boerderij

Met een iets simpeler/slechter, maar goedkoper product valt een nieuwe doelgroep aan te spreken. Neem het fenomeen aardappelen uit zaad.

Laatst bezocht ik de jaarlijkse pootaardappelstudiedag in Emmeloord. Een van de interessante onderwerpen die werd besproken, ging over aardappelen uit zaad. We staan aan de vooravond van de doorbraak, zo vertelde de onderzoeker. De eerste hybride aardappelen uit zaad kunnen in opbrengst mee met de gangbare rassen. Mijn gedachten gingen terug naar een cursus over innovatie die ik volgde. De grote innovaties van de laatste jaren worden disruptieve innovatie genoemd.

Professor Clayton Christensen is de grondlegger van de theorie over disruptieve innovatie. Volgens Christensen is een disruptieve innovatie juist niet een beter product voor de bestaande doelgroep, maar een simpeler (lees: slechter) product voor een doelgroep die voor de bestaande aanbieders minder interessant is, bijvoorbeeld klanten met weinig geld en lage verwachtingen. Omdat deze klanten meestal veel minder winstgevend zijn dan de klanten uit het midden- en topsegment, voelen bestaande spelers zich niet bedreigd door deze nieuwe, in hun ogen zeer gebrekkige, producten. Maar de onderbedeelde doelgroep denkt hier anders over en koopt gretig het nieuwe, simpelere en goedkopere product.

Prijs-prestatieverhouding niet te evenaren

In de loop van de tijd verbeteren de nieuwe aanbieders de kwaliteit van hun innovatie, en op een gegeven moment is het product zo goed, dat ook het middensegment omgaat. Vaak is het dan te laat voor de bestaande spelers om de nieuwkomer nog te stoppen, aangezien hun prijs-prestatieverhouding niet te evenaren is.

Anders dan het woord disruptief doet vermoeden, kan het vaak meerdere jaren duren voor het zover is. We kennen allemaal wel de voorbeelden van disruptieve innovatie zoals Whatsapp, die de hele sms-markt heeft vernietigd.

Aardappelen uit zaad nog niet gezien als bedreiging

Je ziet veel parallellen tussen de kenmerken van disruptieve innovatie en de ontwikkeling van aardappelen uit zaad. Het is een nieuwe ontwikkeling in de

aardappelmarkt, gestart door een bedrijf van buiten de gangbare pootaardappelsector. Het product is nog niet volledig uitontwikkeld, maar biedt veel perspectief. Ook vermeldde de onderzoeker dat de toepassingen allereerst in Afrika zullen plaatsvinden, de groep met weinig geld en lage verwachtingen. Bestaande bedrijven in de sector voelen zich nog niet direct bedreigd.

Wanneer de ontwikkeling doorzet, dan worden aardappelen uit zaad ook interessant voor het midden- en topsegment in de aardappelmarkt. De pootaardappelmarkt staat voor grote veranderingen. Iedereen kan zich wel wat voorstellen bij wat er gebeurt wanneer aardappelen uit zaad hetzelfde presteren als aardappelen uit pootaardappelen. Ongetwijfeld zal de rasontwikkeling met aardappelen uit zaad veel sneller gaan. Ook wordt de gevarieerdheid aan rassen steeds groter. Het wordt makkelijker om diverse resistentie en andere raseigenschappen in te kruisen. De aardappelmarkt zal meer op de tomatenmarkt kunnen gaan lijken. Meer segmenten en meer gesloten ketens gebaseerd op specifieke rassen.

'Diverse schakels uit de keten worden overbodig'

Diverse schakels uit de keten worden daardoor overbodig. Het komt aan op de wendbaarheid van de huidige bedrijven om zich aan te passen aan de nieuwe omstandigheden. Tijd om los te komen van de huidige situatie en wendbaarheid en aanpassingsvermogen te tonen.

Gerelateerde tags:

- [Kweken](#)
- [Hybride aardappelen](#)