



‘Wat digitaal en AI niet kunnen, is alle zintuigen prikkelen’

Waarom live contact onmisbaar blijft

Volgens beursdirecteur Willem Bierema vervult de GTH-beurs een belangrijke rol als etalage van marktontwikkelingen, innovaties en praktijkoplossingen. Juist in een tijd waarin informatie overal online beschikbaar is, blijft de kracht van een fysieke vakbeurs volgens hem onverminderd groot.

Auteur: Karlijn Raats

Bierema trapt af: ‘Ooit begon het als het zusje van AgroTechniek Holland, maar inmiddels heeft de beurs een heel eigen positie verworven. We staan elke twee jaar op de kalender en gelukkig doen alle belangrijke merken nog steeds mee.’

Om het jaar

Volgens Bierema blijft de beurs relevant, ondanks de overvloed aan online informatie,

video's en demonstraties. ‘Als we elk jaar een GTH zouden organiseren, zou er waarschijnlijk niet genoeg nieuws zijn. Maar in twee jaar tijd gebeurt er ontzettend veel. Ik durf te stellen dat meer dan de helft van de machines en technieken die op de vorige editie stonden, inmiddels vervangen zijn door updates, facelifts of compleet nieuwe modellen. De beurs laat zien hoe snel de markt zich ontwikkelt.’

Zintuigen prikkelen en aandacht voor innovatie

De impact van innovaties komt volgens hem vooral tot zijn recht op de beursvloer. ‘Wat digitaal en AI niet kunnen, is alle zintuigen prikkelen. Op een beurs kun je een machine horen, ruiken, voelen, zelf testen en in actie zien. Dat maakt veel meer indruk dan een filmpje op een scherm. Bovendien besteden we veel aandacht aan innovaties via vakjuryprijzen en publieksprijzen, die vervolgens breed worden opgepakt door de vakmedia.’

Trends en nieuwe spelers

Kijkend naar de belangrijkste trends noemt Bierema vooral elektrificatie en robotisering. ‘Elektrificatie heeft de groentekesector de afgelopen tien jaar sterk veranderd en liep daarin zelfs voor op de landbouwmechanisatie. Daarnaast zie je een enorme opkomst van auto-

nome techniek. Van grote tot kleine maairobots: die ontwikkeling heeft de markt volledig op zijn kop gezet. Waar eerst vooral gevestigde merken actief waren, zie je nu een enorme toestroom van nieuwe spelers.’

Blik op de toekomst

Waar Bierema veel energie van krijgt, zijn de themapaviljoens op de GTH-beurs. ‘Standhouders laten zien wat er vandaag te koop is, maar in paviljoens zoals het Spanningsveld en Smart Farming kijken we nadrukkelijk vooruit. Daar gaat het over vragen als: hoe laden we emissieloos materieel op locatie op, hoe ziet autonoom werken eruit en welke rol spelen robotisering en slimme technologie daarbij? Juist dat spanningsveld tussen wat vandaag beschikbaar is en wat morgen de standaard wordt, maakt de beurs zo interessant.’ Bierema ziet de beurs vooral als het krachtigste marketinginstrument dat er bestaat: ‘In korte tijd heel veel mensen live in contact brengen met nieuwe producten, technieken en ideeën. Geen enkel ander medium kan daar tegenop.’



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!