



Biologische landbouw profileert zich met gezonde en vitale producten. Maar hoe gezond en vitaal zijn de bedrijven zelf? In het rijtje gezonde bodem, gezond gewas, gezond vee en gezonde mens hoort ook het gezonde bedrijf thuis. Je bedrijf laat zien wie je bent en wat je wilt.

Hoe kom je tot een ‘Gezond Agrarisch Bedrijf’?

Ruimtelijke inrichting als kapstok voor bezinning

Agrariërs worden gestimuleerd om steeds meer maatschappelijke taken op zich te nemen: de multifunctionele landbouw. Er worden nieuwe takken bijgehaald zoals zorg, educatie, huisverkoop en toerisme. In potentie kunnen deze een meerwaarde geven aan het hele bedrijf en aan duurzame plattelandsontwikkeling. In de praktijk zijn succesvolle voorbeelden te vinden, maar ook veel voorbeelden waar deze verbreding leidt tot versnippering en onvoorzien veel extra arbeid. Na het introduceren van een nieuwe tak ontstaan vragen rond de ruimtelijke inrichting van bedrijfsgebouwen zoals onpraktische paden

en groen, grote hoeveelheden auto's en onveilige situaties. Dit is vaak de aanleiding tot het zoekproces naar nieuwe samenhang en identiteit. De ruimtelijke inrichting is het eindresultaat van alle sociale, economische en organisatorische vragen rond verbreding.

Wat is een Gezond Bedrijf?

Je kunt de visies op gezondheid bij een bedrijf en bij een mens vergelijken. Cruciaal in beide gevallen is dat het functioneert als samenhangend geheel met een eigen identiteit en een ontwikkelingsrichting naar de toekomst. Menselijke gezondheid kan een behulpzame metafoor zijn voor bedrijfsgezondheid.

Waarom zijn de drie sleutelbegrippen van het leven, ‘functionele samenhang’, ‘identiteit’ en ‘ontwikkelingsrichting’, van belang voor een gezond bedrijf?

- 1) Samenhang vermindert kwetsbaarheid en maakt het bedrijf onafhankelijker van de buitenwereld met zijn wisselende situaties van de markt, arbeid, regelgeving en het weer. Samenhang geeft veerkracht volgens het principe van zelfregulatie.
- 2) Het is heilzaam, gezondmakend of op zijn minst een genoegen om op dit bedrijf te werken of het te bezoeken. Het ervaren van het levende vormt een tegenwicht in deze tijd van industrialisatie van het landbouwbedrijf. De samenhang maakt

Foto's Joke Bloksma



duidelijk wat de zingeving is in het werk. In het bijzonder voor zorgboerderijen is dit het sterke punt.

3) Identiteit en ontwikkelingsrichting geven de bedrijfsvoerder een context voor zijn of haar management op de toekomst gericht. Alleen iets dat een samenhangend geheel is, kan een eigen identiteit hebben. Het voorgaande is dus een voorwaarde voor dit derde punt. Het is slim om die onderdelen uit te bouwen die het geheel versterken. Het is noodzakelijk voor het economische bestaansrecht en ook voor het persoonlijke werkplezier om de eigen identiteit te versterken in de ontwikkeling van het bedrijf.

Reflectie op samenhang

Met samenhang wordt bedoeld een ‘meerwaarde vormen voor het geheel’ en ‘afgestemd zijn op het geheel’. Samenhang kan zowel in ruimtelijke vormgeving (van gebouwen, beplanting, paden en sloten) als in organisatie (samenwerkingsvorm, aandacht, communicatie) tot uitdrukking komen. Het ‘geheel’ waar ik hier over spreek is het bedrijfsniveau. Samenhang kan worden aangebracht tussen allerlei zaken: bedrijf met de omgeving (denk aan landschap, ecologische hoofdstructuur), historische samenhang, bedrijfsonderdelen onderling, met de talenten van mensen die er werken, met de afnemers en

Het vormgeven van de toegang tot het erf is geen willekeurige keuze. Het laat zien hoe open het bedrijf naar de buitenwereld is. Is het een moeilijk vindbaar inritje? Staan er statige toegangspilaren? Is het door een bord meteen duidelijk wat hier gebeurt? Is Jan en Alleman hier welkom of alleen diegene die hier iets te zoeken heeft? Zet je een oude ploeg bij de ingang, of bloemen of juist je nieuwste werktuigen? Het toont allemaal iets heel verschillends.

met financiers. De gezondheidstoets is of er consistentie is tussen persoonlijke waarden, bedrijfsvisie en de activiteiten.

Reflectie op identiteit

Wanneer je kijkt naar de eigen identiteit van een bedrijf zijn een aantal ingrediënten van belang. Een succesvolle identiteit is toekomstgericht en past bij de bedrijfsmogelijkheden in de markt. De identiteit moet ook passen bij de persoonlijke ontwikkeling en interesse van de bedrijfsvoerder, anders is het werk niet vol te houden. Als derde aandachtspunt moet de identiteit van het bedrijf passen bij de ‘Genius loci’ van de plek. Het werken aan een samenhangend geheel met eigen toekomstgerichte identiteit is een praktische uitwerking van werken aan ‘duurzaamheid’, niet alleen vanuit het milieu beschouwd, maar ook economisch en sociaal gezien. Het thema heeft veel overeenkomsten met wat in de biologisch dynamische landbouw bekend is als ‘bedrijfsorganisme’ en ‘bedrijfsidentiteit’. Het zoeken naar een samenhangend geheel met eigen identiteit past echter net zo goed in de moderne bedrijfsorganisatiekunde. ■

DEELNEMERS GEZOCHT VOOR NIEUW PROJECT ‘GEZOND AGRARISCH BEDRIJF’

Joke Bloksma zoekt vanuit het Louis Bolk Instituut naar bedrijven die met dit thema aan de slag willen. Zij wil starten met ondernemers die al enkele jaren ervaring hebben met een publieksfunctie, zoals zorgboerderijen, minicampings, huisverkoop en educatie. De ruimtelijke inrichting wordt in dit project als kapstok gekozen voor reflectie op de bedrijfsorganisatie. In een aantal dagdelen begeleidt Bloksma als coach de bedrijfsleiders bij het leren herkennen in hun bedrijf van het ‘samenhangende geheel met een eigen identiteit’. Dit is vaak slechts onbewust bekend. Hoe het bedrijf er voor de buitenstaander uitziet wordt als spiegel gebruikt. Zie ook de foto's bij dit artikel. Als het geheel en de identiteit helder zijn, kun je deze gebruiken voor toekomstplannen en voor communicatie naar klanten. Zo nodig worden maatregelen ontworpen om de samenhang en identiteit te versterken. Een aantal specialisten werkt waar nodig mee in

dit project: architecten, ecologische hoveniers, kunstenaars, subsidieadviseurs, communicatiedeskundigen, etc. De bezinning en de eventuele aanpassingen op het bedrijf leveren een duidelijke koers op voor de bedrijfsontwikkeling. Het reflectieproces kan zowel individueel als binnen een groepje bedrijfsleiders met gelijke interesse. Er hoort een eigen bijdrage in tijd en geld bij. Daarnaast zijn voor bepaalde werkvormen en voor bepaalde regio's financieringsbijdragen mogelijk. Voordat dit als projectplan(nen) ingediend wordt, wil Joke Bloksma inventariseren welke bedrijven belangstelling hebben om dit proeftraject te volgen. De vragen van deze eerste groep mensen zullen het projectplan verder toespitsen. Het project zal deze winter gaan lopen. Wanneer je interesse hebt, laat dit dan vóór begin juni weten aan Joke Bloksma, Louis Bolk Instituut, tel. 0343-523860, j.bloksma@louisbolk.nl