



VERKENNING BOER - BUUR-BEDRIJVEN 2009-2010

- ontwikkelingsvisie
- maatschappelijke impact

Door:

Netwerk Vitale Landbouw en Voeding

Jelleke de Nooy- van Tol, DNY-consult

Stichting Triple I-S / BOER-EN-BUUR

Gerwin Verschuur, Schepje Leven

ONDERSTEUND DOOR

Taskforce Multifunctionele Landbouw

Maarten Fischer

25april 2010

INHOUD:

1.	VOORAF.....	2
2.	INLEIDING.....	4
3.	BOER- BUUR- BEDRIJVEN: mee-denken, mee-doen, mee-dragen.....	6
4.	BOER- BUUR- BEDRIJVEN, ontwikkeling van hoofd, hart en handen.....	9
5.	ONTWIKKELVISIE	18
6.	ONTWIKKELVRAGEN EN BRONNEN.....	19
7.	MAATSCHAPPELIJKE IMPACT VAN BOER- BUUR BEDRIJVEN.....	24
8.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN.....	29

1. VOORAF

Wat

Hier voor u ligt het verslag van de verkenning van boer-buur bedrijven 2009-2010, die heeft geleid tot een ontwikkelvisie voor boer-buur bedrijven.

Dit rapport laat onder meer zien wat er nodig is voor een gezonde ontwikkeling van boer-buur bedrijven, wáárdoor boer-buur bedrijven zich onderscheiden van 'gewone' multifunctionele landbouw, en wat nou precies maakt dat boer-buur bedrijven in alle opzichten bijdragen aan duurzame ontwikkeling, oftewel hun maatschappelijke impact.

Voor wie?

Deze verkenning is bedoeld voor beleid en praktijk. Voor boeren die een eerste stap als boer-buur bedrijf willen zetten en voor boeren die al goed op weg zijn en doorontwikkelen. Maar ook voor beleidsmakers betrokken bij landbouw, provinciaal en gemeentelijk ruimtelijk en sociaaleconomisch beleid t.a.v. duurzame ontwikkeling van het buitengebied, vooral als het gaat over multifunctionele en verbrede landbouw.

Opdracht

De opdracht van de taskforce multifunctionele landbouw was het doen van een verkenning m.b.t. de ontwikkeling van boer-burger initiatieven in Nederland, die duidelijkheid geeft over:

- de stand van zaken m.b.t. boer-buur bedrijven,
- in het bijzonder hun maatschappelijke impact (duurzame ontwikkeling)
- ontwikkelingsmogelijkheden en de daartoe eventueel benodigde organisatie

Verantwoording

Deze verkenning bouwt voort op het visiedocument "De bedrijfseconomische betekenis van boer-burger initiatieven", dat in juni 2008 in opdracht van de Taskforce Multifunctionele Landbouw is gepubliceerd. In die publicatie is een aanzet gegeven om de maatschappelijke impact van boer-buur bedrijven te kunnen beoordelen. Die publicatie biedt inzichten die als zeer inspirerend werden ervaren. Tegelijkertijd waren er nog te weinig handvatten om duurzame ontwikkeling van boer-buur bedrijven vast te kunnen pakken. Met deze publicatie willen we juist wel die handvatten bieden voor duurzame ontwikkeling.

De verkenning is uitgevoerd door twee samenwerkende adviseurs, gevoed vanuit hun boer-buur netwerken, respectievelijk Netwerk Vitale Landbouw en Voeding en Stichting Triple I-S.

Voor deze verkenning zijn telefonische interviews gepleegd en op 10 december 2009 en 11 maart 2010 hebben workshops plaatsgevonden over de ontwikkeling van boer-buur bedrijven.

De in dit rapport gebruikte foto's zijn eigendom van DNY-consult.

INLEIDING – WAT ZIJN BOER-BUUR-BEDRIJVEN NU EIGENLIJK?

Boer-buur bedrijven; kenmerken

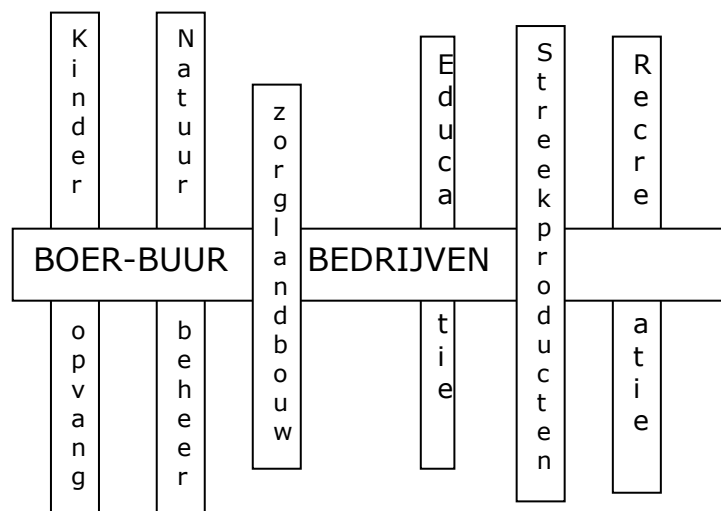
Bij boer-buur bedrijven is sprake van een meer of minder vergaande vorm van participatie door burgers in het bedrijf¹. Echte boer-buur bedrijven zijn te herkennen aan:

- Wederkerigheid – beide partijen (boer en klant) hebben er baat bij
- Gezamenlijkheid - er wordt samen gewerkt, samen verantwoordelijkheid gedragen, dan wel gezamenlijk geïnvesteerd
- Duurzame ontwikkeling van het bedrijf en haar omgeving door de ontwikkeling van culturele, sociale, ecologische en economische waarden.

Van klant naar medeverantwoordelijke klant voor duurzame ontwikkeling

Boer-buur bedrijven scheppen de voorwaarden en bieden mogelijkheden waardoor klanten kunnen groeien van consument naar medeverantwoordelijke klant/ bezoeker voor duurzame ontwikkeling, die wij “buur” noemen.

Boer-buur bedrijven onderscheiden zich door deze bijzondere manier van (samen) werken van andere landbouwbedrijven. Het is bijzondere bedrijfsvorm/ bedrijfsstijl waarbij op basis van persoonlijke ontwikkeling wordt samengewerkt aan duurzame ontwikkeling, die goed past in de multifunctionele landbouw. Boer-buur bedrijven zijn dan ook te vinden binnen elke sector van de multifunctionele landbouw. Ze brengen als het ware verdieping aan in de verbreding. Onderstaand plaatje beoogt dat te verhelderen:



Betekenis van boer-buur samenwerking voor boeren

Boer-buur samenwerking levert boeren en tuinders veel meer op dan alleen inkomen.

Het levert behalve omzet ook innovatieve ideeën voor een duurzamere en maatschappelijk verantwoorde onderneming, draagvlak, extra arbeidskrachten, afzetgarantie en financiële middelen.

Het rechtstreekse contact maar vooral de verbinding met klanten verzekert het bedrijf op verschillende manieren van bestaansrecht en continuïteit. Op boer-buur bedrijven

¹ “De bedrijfseconomische betekenis van boer-burger initiatieven” 2008, TMFL

ontstaat gezamenlijkheid en samenwerking die is gericht op de instandhouding en gezondheid van het bedrijf en van de betrokken mensen zelf.

Betekenis van boer-buur samenwerking voor klanten

Een groeiende groep burgers (de groep “cultural creatives” wordt al geschat op 40%) heeft behoefte aan (her-) verbinding met de natuur, gezonde voeding, ontspanning in de buitenlucht, zelfontplooiing, sociale reïntegratie, streekproducten, versterking van de lokale en regionale economie, etc.

Boer-buur bedrijven bieden klanten drie ingangen om dergelijke behoeften te vervullen: (1) meedenken, (2) meewerken en (3) meedragen door samen zaken te doen.

Het maakt niet uit via welke van die drie ingangen een klant binnenkomt, er komt altijd een bewustwordingsproces en een ontwikkelingsproces op gang. Er ontstaat begrip voor de huidige situatie; vanuit waarden en idealen ontstaan dromen voor de toekomst; en er worden mogelijkheden gevonden om die idealen te verwezenlijken door de ontdekking van concrete handelingsperspectieven.

In het volgende hoofdstuk, 3, laten we zien hoe dat ‘werkt’ voor boeren en voor burgers en welke eisen dat stelt aan hun onderlinge relatie.

Dit hele proces van bewustwording, verbinding en verdieping verloopt door hoofd(voorstellingsvermogen), hart (inlevingsvermogen) en handen(intuïtie) . In hoofdstuk 4 laten we zien waar dat allemaal toe kan leiden; en hoe dat bijdraagt aan duurzame ontwikkeling.

3. BOER- BUUR BEDRIJVEN: mee-denken, mee-werken, mee-dragen

Drie ingangen

Zoals gezegd zijn er drie ingangen waardoor klanten kunnen binnenkomen bij een boer-buur bedrijf en zo van consument uitgroeien tot medeverantwoordelijke klant/buur:

- Meedenken door met een boer in gesprek te gaan, wat kan uitmonden in meepraten over toekomstplannen
- Meewerken door de handen uit de mouwen te steken als vrijwilliger of betaald als medewerker
- Mee-dragen door samen zaken te doen als vaste klant of als investeerder in projecten die geld opleveren of als sponsor van een ontwikkeling die niet direct geld oplevert.

Hieronder, in een zogenaamde participatieladder, laten we zien hoe de mate van participatie zich kan ontwikkelen per “ingang”: van nauwelijks betrokken klant tot mede verantwoordelijkheid dragende klant, “buur” dus.

Participatieladder **Meedenken**

Van klant tot buur	Boer(in)
<u>Toehoorder</u> : klant neemt informatie tot zich zonder daar direct iets mee te doen. De klant vormt zich wel een beeld van de realiteit op het bedrijf.	boer(in) is geheel zelf verantwoordelijk voor alle beslissingen op het hele bedrijf, en betreft hierin de klanten niet.
<u>Gesprekspartner</u> . De klant stelt vragen aan de boer en geeft zijn mening over zaken, gevraagd of ongevraagd. De klant probeert zich in te leven in de situatie van de boer en deelt zijn idealen.	boer(in) is geheel zelf verantwoordelijk voor alle beslissingen op het hele bedrijf, maar vraagt wel om meningen en adviezen van klanten.
<u>Raadgever</u> . De klant denkt mee, met enige regelmaat, over een onderdeel van het bedrijf waarin hij belang stelt, en heeft hierin ook inspraak	boer(in) maakt plannen gezamenlijk met klanten, die daarop ook invloed hebben.
<u>Medeverantwoordelijk kerngroeplid</u> : klant denkt structureel mee over het beleid en ontwikkelingsperspectieven van het gehele bedrijf, in georganiseerd verband, heeft medebeslissingsrecht en is ook medeverantwoordelijk	boer(in) benadrukt de gezamenlijke verantwoordelijkheid van hem/haarzelf en de klanten voor het bedrijf en organiseert vanuit die gedachte een manier waarop klanten mee kunnen denken en beslissen over beleid en toekomstige ontwikkelingen.

VOORBEELD HENRICUSHOEVE:

Vanaf 12 maart 2009 liggen op het dak van de Henricus Hoeve zonnepanelen. Opnieuw een stap in de richting van Duurzame Landbouw.

Zie tevens het artikel van dd. 13 maart uit de Gelderlander.

"Wat ons aanspreekt in het Zonnepanelen project"

Wat ons aanspreekt in het zonnepanelenproject is dat we er samen - met 15 boerENbuurbedrijven - tegenaan gaan! Vorig jaar is dit idee uit mijn (= Henk Hoefnagel) koker gekomen tijdens de cursus boerENbuur, puur voor mijn bedrijf. Dat plan oogstte gelijk enthousiasme bij de andere cursisten, maar toen was de tijd nog niet rijp (geen subsidie voor zonnepanelen) en zette ik ook nog wat hoger in: op een langere verbinding met de buur en voor een hoger bedrag (zie mijn reisverslag op de site boerENbuur). Nu, met de SDE-subsidie in het vooruitzicht, met deze vorm van 250 Euro per aandeel en met zo'n gezamenlijke aanpak met 14 mede-pionierbedrijven, moet het ons toch lukken?

Participatieladder **Meewerken**

Van klant tot buur	Boer(in)
<u>Toeschouwer</u> : klant werkt in zijn geheel niet mee	boer(in) doet alles zelf en is voor alles verantwoordelijk.
<u>Oproepkracht</u> : klant werkt af en toe mee, bij een bijzondere gelegenheid op verzoek van anderen, met name omdat hij/zij dat wel leuk vindt.	boer(in) vraagt af en toe hulp van klanten, maar bepaalt zelf hoe en of die hulp wordt gebruikt.
<u>Vrijwilliger</u> : de klant werkt in vast verband mee, omdat hij/zij dat wel leuk vindt en/of omdat hij/zij snapt dat de werkzaamheden toch door iemand gedaan moeten worden.	boer(in) vraagt voor bepaalde, regelmatig terugkerende taken hulp van klanten en stelt hen verantwoordelijk voor de uitvoering ervan.
<u>Medeverantwoordelijk</u> : werkt in vast verband mee, is zelfstandig en neemt verantwoordelijkheid voor wat hij/zij doet, ontplooit eigen initiatieven en komt met nieuwe ideeën.	boer(in) geeft aan welke taken er zijn, wat hij/zij zelf kan doen en wat klanten zouden kunnen doen. Daarna wordt het initiatief aan de klanten overgelaten.



Participatieladder Samen zaken doen

Klant tot buur	Boer(in)
<u>Ongebonden klant</u> : klant betaalt de door de producent gevraagde prijs voor het product.	boer(in) bepaalt, d.m.v. benchmarking, wat de prijs is van de producten.
<u>Vaste klant</u> : klant betaalt de door de producent gevraagde prijs, bewust van de kostprijs, met een afnamegarantie over een bepaalde periode.	boer(in) bepaalt de prijs is van de producten, op basis van een reële kostprijs, en vraagt de klant om een afnamegarantie.
<u>Medeverantwoordelijk deelnemer</u> : klant koopt een vastgesteld aandeel in de oogst van het bedrijf en afspraken over het teeltplan.	boer(in) bepaalt de prijs van de producten in overleg met de klanten, die onderling afspreken wat ieders bijdrage zal zijn.
<u>Medeverantwoordelijk investeerder</u> : klant leent geld uit aan het bedrijf al dan niet renteloos of risicodragend, met de bedoeling het bedrijf ontwikkelingsruimte te bieden. Afspraken over financiële resultaten, risico's en termijnen.	boer(in) vraagt klanten om geld te steken in een bepaalde ontwikkeling die zich gaat terugverdienen en waarover rente en aflossing zal worden betaald. Boer(in) presenteert een business plan of projectvoorstel.
<u>Sponsor</u> : klant schenkt geld aan het bedrijf om duurzame ontwikkeling mogelijk te maken, zonder daarvoor iets voor zichzelf terug te verwachten. Afspraken over doelen die met het geld beoogt worden	boer(in) geeft aan welke taken er zijn, wat hij/zij zelf kan doen en wat klanten zouden kunnen doen. Daarna wordt het initiatief aan de klanten overgelaten. Boer(in) presenteert een projectvoorstel.

4 BOER- BUUR BEDRIJVEN: ontwikkeling van hoofd, hart en handen

Via meedenken, meedoen en meedragen naar verbinding en ontwikkeling

Hierboven is globaal beschreven hoe klanten en boer(inn)en zich in het meedenken, meewerken en meedragen kunnen ontwikkelen. Het is belangrijk om voor ogen te houden dat boer-buur bedrijven deze drie ingangen bieden om diverse behoeften van burgers te bevredigen. Hoe ver ze daarin (durven) te gaan is ook bij boer(inn)en zelf een ontwikkelingsproces.

Er is in elk geval bij burgers behoefte aan persoonlijke ontwikkeling, aan betekenisvolle verbindingen die zelf ervaren kunnen worden en aan het samenwerken aan het realiseren van concrete toekomstplannen. De maatschappelijke impact van boer-buur bedrijven is logischerwijze de uitkomst van de doelen die boeren met hun omringende burens nastreven.

Via meedenken, meedoen en meedragen naar hoofd, hart en handen.

Doordat boeren hun klanten ingangen bieden om betrokken te zijn, komen altijd bewustwording- en ontwikkelingsprocessen op gang die ingrijpen op het hoofd, het hart en de handen van zowel de boer als de klanten. Op boer-buur bedrijven worden die ontwikkelingsprocessen gestuurd in de richting van gezamenlijkheid, wederkerigheid en duurzame ontwikkeling. Hoe dat er in de praktijk uit ziet willen we graag laten zien aan de hand van concrete praktijkvoorbeelden. Eerst nog een korte toelichting op de ontwikkeling van hoofd, hart en handen!

HOOFT (:

Het gaat hier over het met elkaar delen van waarden en idealen, het ontwikkelen van realiteitszin over de situatie en het scheppen van nieuwe ontwikkelingsperspectieven. De aanvliegroute hoeft helemaal niet via meedenken te komen; dat kan net zo goed via meewerken en meedragen zijn.

Door realiteitszin worden illusies doorbroken die bijvoorbeeld door reclameboodschappen zijn geschapen en door het ontbreken van eigen ervaring in stand worden gehouden. Hierin zit ook pijn. Het uitwisselen van waarden gebeurt in gesprekken waarbij het er niet om gaat de ander te overtuigen, maar om de ander te begrijpen. Door het creëren van nieuwe ontwikkelingsperspectieven ontstaan handelingsopties die voor zowel klanten als boeren zinvol zijn. Hierin zit vooral plezier, bevestiging en waardering.

HART:

Verbinding is waar het om gaat. Laat de klant zich door de boer(in) inspireren om zich daadwerkelijk te verbinden met het product, de mensen en dieren, of de doelen van de boerderij? Hiervoor is interesse nodig en de bereidheid om te luisteren en eigen vooroordelen in te houden. Dan kan een echte ontmoeting ontstaan (letterlijk: niet meer moeten) zonder dwang. Er is ook moed nodig om verrast te worden met een ander resultaat dan voorzien. De persoonlijke ontwikkeling en bewustwording via het hart gaat over inlevingsvermogen.

HANDEN:

Goed handelen. Er is in verschillende publicaties geschreven over de kloof tussen “de consument” en “de burger” in ieder mens. De kloof is dat mensen met hun koopgedrag (als consument in de winkel) niet waarmaken wat zij (als fatsoenlijk burger) met de mond belijden over duurzame ontwikkeling.

Klanten verwijten maken lost de kloof en het vraagstuk niet op. Als klanten echter het vermogen ontwikkelen om goed te handelen lost deze kloof vanzelf op. Dit vermogen hangt sterk samen met de ontwikkeling van voorstellingsvermogen (hoofd) en het inlevingsvermogen (hart) zoals hierboven beschreven, en bezegelt de persoonlijke ontwikkeling van klant tot buur.

HOOFD/voorstellingsvermogen: het delen van (ontwikkelings-)visie, waarden, idealen

In gesprekken op het bedrijf over de ontwikkelingsvisie kunnen nieuwe handelingsperspectieven ontstaan voor de klanten en interessante innovaties voor het bedrijf. In de dialoog worden ideaalbeelden en behoeften uitgewisseld op alle levensgebieden die op een (multifunctionele) boerderij aangetroffen kunnen worden.

Aan de hand van een aantal voorbeelden per 'levensgebied'² maken we duidelijk wat bij de onderzochte boer- buur -bedrijven de achterliggende ideaalbeelden en behoeften zijn.

A. Landbouw en voeding: ideaalbeelden van gezonde voeding en streekproductie

Vertellen en ervaren: Op een bloesemfeest van Adopteer een Appelboom op 't Gelders Eiland komen 60 tot 200 mensen af. Een plukfeest wordt bezocht door 500 mensen. Tijdens het plukfeest kunnen mensen zelf ervaren hoe het appelplukken in zijn werk gaat. De tuinder hoopt dat door de klanten verhalen te vertellen over biologische fruitteelt en ze het zelf te laten ervaren dat de motivatie stijgt om biologische geteelde appels te kopen. De tuinder ondersteunt in dit geval de ontwikkeling van een bepaald ideaalbeeld van de klant aan de hand van een ontmoeting met de praktijk.

Een natuurlijk ideaalbeeld: Op melkveehouderijbedrijven die deelnemen aan Adopteer een Koe gebeurde iets anders. In de ontmoeting van adoptievrienden met de praktijk bleek dat het ideaalbeeld van de klanten afweek van de praktijk. Zij stelden de vraag waarom kalveren op jonge leeftijd bij de koe worden weggehaald, en ondersteunden als het ware de ontwikkeling van een nieuw ideaalbeeld bij de boer(in). Een ideaalbeeld waarbij natuurlijkheid zwaarder weegt dan gebruikelijk in de melkveehouderij. Op bijvoorbeeld de Klaverhoeve en de Beekhoeve is daarna een bedrijfssysteem ontwikkeld waarin kalveren in de kudde zijn opgenomen. Ook 't Geertje is meer met de natuur mee gaan boeren. Volgens Wim van Rijn hebben stedelingen de bewustzijnsslag voor een deel al gemaakt en geven zij de ideologie aan waarbinnen boeren de landbouw verder kunnen ontwikkelen.

De waarde van voeding: Wim van Rijn neemt ook waar dat mensen op een andere, diepere manier verbonden willen worden met hun voeding. In een goed arrangement gegoten wordt daar ook voor betaald. Hoeve Elferman ontvangt groepen die belangstelling hebben voor een culinaire avond met een verhaal over fastfood, slowfood en het gemeenschappelijk landbouwbeleid gebaseerd op ervaringen met de productie en verwerking van vleesvee. De Ommuurde Tuin organiseert culinaire kookworkshops waarbij het accent ligt op lekker en gezond koken met seizoensgroenten en een mooie presentatie.

² N.B. In het rapport "Het leven in bedrijf, een ontwerp voor een Buurderij" uitgegeven door het InnovatieNetwerk, worden vijf levensgebieden onderscheiden: 1) landbouw en voeding, 2) natuur en landschap 3) wonen en werken 4) zorg en welzijn 5) leren en zingeving.

HANDELINGSPERSPECTIEF VOOR BOEREN EN BUREN: Ideaalbeelden over landbouw en voeding kunnen concreet gemaakt worden in een teeltplan, in een omschakelplan, in een projectvoorstel of in een investeringsplan.

B. Natuur en landschap; het ideaalbeeld van klanten is dat boerennatuur toegankelijk is en dat ze daarin bijzondere natuurervaringen kunnen opdoen

Er blijkt een groeiende behoefte aan een diepere verbinding met de natuur en meer natuurlijkheid. Bij natuurorganisaties is in het aanbod “natuurbeleving” tenminste gelijkwaardig geworden met het traditionele accent op kennis van de natuur. Op boerenbedrijven is die tendens naar ‘natuurbeleving’ ook zichtbaar. Het voorbeeld van kalveren bij de koe illustreerde dat al. De jaarlijkse koeiendans campagne van Wakker Dier speelt daar ook op in.

Natuurbeleving:

1. Op de Beekhoeve is een informatie en belevingspunt gerealiseerd in het weiland, en over de landerijen van het Exoo zijn twee wandelroutes uitgezet. In de Genneper Hoeve (52 ha grond waarvan 20 ha natuurbeheer) kan het publiek de dieren, de stallen, het kaasmaken, het melken en het werk in de kaasopslag van nabij kan meemaken.

2. Ecotoeristfarm “de Biezen” heeft eigen wandelroutes om eiland Deimeldonck en langs de meanderende rivier de Snelle Loop, met diverse vispassages waar je de ijsvogel kunt bewonderen. Een zeer brede flora en fauna waar o.a. de plantliefhebber, vlinder- en boomliefhebber en vogelaar aan hun trekken komen op ons landgoed, een vleermuiswinterverblijf in de vorm van een bunker met vrij uitzicht op een oeverwaluwand.

HANDELINGSPERSPECTIEF VOOR BOEREN EN BUREN:

Idealbeelden over natuur en landschap kunnen concreet gemaakt worden in een inrichtingsplan van het erf, een landschapbeheersplan, een natuurontwikkelingsplan, een subsidie-aanvraag of in een investeringsplan.

C. Wonen en werken: ideaalbeelden van klanten en vrijwilligers over de schoonheid en (helende) kracht van boerenwerk en het aanwezig zijn op een boerderij.

Nieuwe vormen van arbeidsdeling: Zelfoogst van groente en bloemen gebeurt op de Nieuwe Ronde en zelfoogst van aardbeien op de Stek. Klanten zijn daar co-producent.

Arbeidsreïntegratie: De Aardvlo heeft een stichting waarin vrijwilligers door het werken in de tuin kracht, vaardigheden en werkritme kunnen opbouwen.

Deel uitmaken van de tuin, het bedrijf. Tijdens openingstijden van de Ommuurde Tuin is de verblijfstijd van de klanten heel hoog. Wel 2,5 uur. Mensen vinden het lekker op de tuin te zijn. Bij ‘t Geertje komen mensen ook een dagje doorbrengen.

D. Zorg en welzijn: ideaalbeeld van gemeenschapszin op een boerderij en idealen over de bijdrage van boerderijen aan de leefbaarheid van dorpen en steden.

Op het gebied van zorg en welzijn zien we, naast dagbegeleiding van zorgvragers en hulpvragers op zorgboerderijen, gemeenschappen ontstaan van klanten die zelf geen zorg

of hulpvraag hebben, maar wel een gezamenlijk streven naar levenskwaliteit met elkaar delen. Voorbeelden:

1. De Beekhoeve heeft een stichting Weidse Buurt in het leven geroepen om mensen ontwikkelingsruimte te bieden op de boerderij.
2. Op Stadsboerderij de Kemphaan wordt een ontmoetingsruimte gecreëerd die door groepen voor verschillende doeleinden gebruikt kan worden.
3. Stichting Vrienden van Stadslandbouw Almere maakt zich sterk voor stadslandbouw en voor het bestaansrecht van Stadsboerderij de Kemphaan in de snelgroeiende stad.

E. Leren en zingeving; ideaalbeelden over betekenisvolle verbindingen tussen kinderen en volwassenen en het leven op de boerderij. Deze ideaalbeelden worden concreet door praktijkervaring op de boerderij, gecombineerd met kennisoverdracht, waardoor verbindingen ontstaan op fysiek, emotioneel, mentaal en spiritueel niveau.

Schoolklassen Op het gebied van leren en zingeving lopen boer-buur bedrijven voorop als het gaat om verdieping.

1. De Hamstermieden ontvangt in de periode vanaf mei t/m juni elke week 1 of meerdere schoolklassen die een halve of een hele week op het bedrijf logeren en actief deelnemen aan het boerenwerk. Deze kinderen zijn een werkweek boer of boerin, en worden door de echte boer ondersteunt om die verantwoordelijkheid te kunnen dragen.
2. Verder is er een samenwerkingsverband met 3 scholen om 10 keer per jaar met een klas de boerderij een dagdeel te bezoeken.
3. De Boerderijschool biedt een nieuw onderwijsconcept waarbij leerlingen van groep 6 een jaar lang 20 dagdelen op de boerderij meewerken en dus ook alle seizoenen meemaken. Op Stadsboerderij Caetshage werken de leerlingen van de Werfklas (groep 3 t/m 8) het hele jaar door een dagdeel per week mee, zes jaar lang. Deze leerlingen leren de seizoenritmes op de boerderij en de bijzonderheden daarvan door en door kennen.

Duurzame leefstijl ontstaat op de boerderij:

1. Stichting AardeWerk brengt veel stedelingen naar boerderijen en heeft in het ondersteunen van de ontwikkeling van een duurzame leefstijl al veel professionaliteit ontwikkeld. Zij hebben nu een eigen boerderij om dat werk voort te zetten.
2. Tijdens een zomerweek op Boerderij de Stegge bivakkeerde een groep volwassen mensen een week lang op de boerderij en kregen door op het bedrijf te zijn, te leven en te werken de smaak te pakken voor een duurzame leefstijl.

HART/inlevingsvermogen – ontwikkeling van inlevingsvermogen, verbinding aangaan

Aan de hand van een aantal voorbeelden laten we zien dat inlevingsvermogen tot gezamenlijkheid leidt en dat gezamenlijkheid ten dele in afspraken vastgelegd wordt.

Na de MKZ: Inleven met boer(in), met bedrijf en met vee. “Adopteer een Koe” begon tijdens de MKZ uitbraak en bood allereerst aan adoptievrienden handelingsperspectief om iets te doen aan de vernietiging van gezond vee. De afgrijselijke beelden van de landelijke media hadden een schok teweeg gebracht bij veel mensen. “Leef mee met de boer (met 100 gulden) en adopteer een koe” was de boodschap, waar in kort tijd 2000 adoptievrienden op intekenden. Daarna meldden zich boeren aan die met hulp van adoptievrienden wilden werken aan verduurzaming van hun bedrijf. Stichting Milieubewustzijn (nu Stichting Koevoet) sloot een adoptieovereenkomst met de adoptievrienden en een licentie-overeenkomst met de boeren. Er blijken nu drie groepen adoptievrienden te zijn. Sommige adoptievrienden komen puur voor de boerderijbeleving, een andere verzameling adoptievrienden heeft een goede band met hun koe of de boer(in); een derde groep adoptievrienden blijkt een verbinding te hebben met de doelstellingen van het bedrijf.

Verbinding krijgen Michel Smits heeft veel ervaring met vrijwilligers op de Aardvlo en zei in een interview over hoe nieuwe vrijwilligers een verbinding aangaan met de Aardvlo en het tuinwerk (2006):

‘Als ze hier komen voer ik een intakegesprek met ze. Ik leg dan uit wat de Aardvlo is en wat ik van ze verwacht, en ik probeer ook achter hun motivatie te komen.’ Daarna mogen mensen een dag of twee meewerken om het uit te proberen en daarna volgt een proeftijd van 6 weken. Als alles goed gaat, wordt hen gevraagd zich voor tenminste één jaar te binden. “Ik leg ze ook uit waarom ik graag wil dat ze minimaal 2 dagen komen werken. Ten eerste kunnen ze dan pas goed ingewerkt worden en kunnen dingen een beetje routine worden. Ook voor henzelf is het beter, zo kunnen ze wat lichamelijke conditie opbouwen. Je ziet dan dat ze na ongeveer een maand redelijk een verbinding hebben opgebouwd met het werk en met de rest van de groep. Dagelijks werken er 5 tot 10 mensen. Ze krijgen ook meer hart voor het werk en zien uit zichzelf dingen die moeten gebeuren. Die verbinding vind ik heel belangrijk, maar legt niet iedereen, tenminste niet op die manier. Ik denk dat veel mensen er haast niet aan ontkomen, het gaat vanzelf als je het werk doet.”

Inleven in de persoonlijke vraag. In het project boer zoekt buur voor zonnepanelen, bleek dat vooral het persoonlijke verhaal van de boer(in) bestaande klanten over de streep trok om te investeren in zonnepanelen. De financiers krijgen hun inleg in waardebonnen van 50 Euro terug die ze in 6 jaar tijd op de boerderij mogen besteden. In de eerste lichting (start in 2008) hebben vijftien boerderijen deelgenomen waarvan twaalf erin zijn geslaagd om met inleg van particulieren 20 zonnepanelen per dak te financieren. De boodschap in de wervingsfolder was vooral geschikt voor de klanten die product georiënteerd waren, en minder voor loyale klanten of klanten die de doelstelling – klimaatneutrale landbouw- wilden ondersteunen.

Het inlevingsvermogen van de klanten bleek de cruciale factor voor het slagen van dit project. Door deelname aan het project verdiept de boer-buur relatie en ontstaat meer gezamenlijkheid.

HANDELINGSPERSPECTIEF: Alle bovenstaande voorbeelden over de persoonlijke ontwikkeling op hartsniveau gaan over concrete verbindingen van klanten en vrijwilligers met de producten, de boer(in), het vee of de doelstellingen van het bedrijf. Door de verbindingen is een gezamenlijkheid ontstaan, die vaak in afspraken zijn vastgelegd. In de voorafgaande ontmoeting zullen de motieven (idealen) en (urgente) behoeften zijn besproken. Ook zal de keuzevrijheid zijn gerespecteerd waardoor de verbinding niet is vervormd met dwang. De verbindingen hebben zonder uitzondering ook een doel waarin boer en klant zich kunnen vinden. In een aantal gevallen is de verbinding een stap in het onbekende geweest, waarvoor een zeker dosis moed nodig is geweest. En de verbindingen hebben een bepaalde of onbepaalde levensduur.



Verbinding aangaan.

HANDEN / intuïtie om goed te handelen – “doen” vanuit hoofd en hart

Het gaat hier om het ontwikkelen van het vermogen om te doen en te laten wat goed is. Hoofd en hart werken dan samen. Hieronder een aantal voorbeelden waaruit blijkt dat klanten van boer-buur bedrijven zich ontwikkeld hebben tot medeverantwoordelijke klant die wij buur noemen.

Inspringen in nood. Op tuinderij de Witte Raaf werd de tuinder plotseling ziek en stond na een dringende oproep een groep betrokken klanten klaar om in te springen en de sla te oogsten.

Ondersteunend draagvlak. Op de Beekhoeve ontbrak een noodzakelijk vergunning voor de ontmoetingsfunctie die het bedrijf vervult voor een groep burens. Het gemeentelijk apparaat kreeg ineens niet alleen de boer maar ook een hele groep betrokken burens tegenover zich.

Voor-investeren.

Op “de Oosterwaarde” hebben uit een groep van 231 deelnemers (afnemers van groentepakketten) leningen en schenkingen met een totale waarde van 253.000 Euro ingebracht voor de realisatie van een schuur, erfverharding, zonneboiler, waterrecycling en kantine-inrichting. De leningen zijn verstrekt op basis van een zelfgekozen rentepercentage met een gezamenlijk afgesproken maximum. De leningen en schenkingen zijn overgemaakt op rekening van stichting meerwaarde, een aan “de Oosterwaarde” verbonden goede doelen stichting.

In het project boer zoekt buur voor zonnepanelen hebben op 15 deelnemende boerderijen gemiddeld 40 klanten per boerderij 250 Euro per klant ingelegd voor de realisatie van 3500 Wp vermogen aan PV-cellen. De bedragen zijn rechtstreeks aan de boer overgemaakt of via Greenchoice naar de boeren toegesluisd. De klanten krijgen voor hun inleg waardebonnen ter waarde van 300 Euro terug, die ze in 6 jaar op de boerderij mogen besteden.

Op “de Oosterwaarde” en “de Nieuwe Ronde” delen klanten in de oogst, in de vorm van de oogstaandeel, en verzekeren daarmee de boer van inkomen. Er zijn jaarvergaderingen waarin een begroting wordt gepresenteerd waarmee de omvang van de aandelen wordt vastgesteld. Deelnemers nemen met hun aandeel ook het risico dat de oogst kan tegenvallen, maar het kan ook meevallen.

Pro-actief doen:

Op stadsboerderij “de Kemphaan” stappen klanten op de boerin af om de bouw van de nieuwe schuur voor te bereiden, om de website te onderhouden en om pesto te maken. Op de Oosterwaarde is een inmaakploeg die zuurkool maakt en augurken en courgettes verwerkt.

Op Stadsboerderij “Caetshage” heeft een groep van 12 mensen het initiatief genomen voor een Restaurant op het land. Ieder seizoen, steeds op een andere plek en op het moment dat er geoogst kan worden, verschijnt het restaurant op het land. Meestal vormt

het lege veld de ondergrond voor de tafels en stoelen. Er wordt gekookt met producten van het land. De groenten zijn geteeld door de boeren van stadsboerderij Caetshage en de gerechten worden bereid door koks uit de buurt. De gasten betalen voor het restaurant een kostendekkende prijs.

HANDELINGSPERSPECTIEF:

Alle bovenstaande voorbeelden over de persoonlijke ontwikkeling op het niveau van handelen laten zien dat klanten op boer-buur bedrijven verder gaan dan strikt genomen van een klant verwacht kan worden. Het begrip 'klant' dekt de lading niet meer. De klant is zelfbewust, betrokken en ondernemend geworden. Buur is daarvoor een beter begrip. De voorbeelden laten ook zien dat de klant buur kan worden door een vraag van de boer(in), door geboden ruimte te nemen voor een eigen initiatief. In alle gevallen wordt een doel nagestreefd waarin boer(in) en burens zich kunnen vinden. In veel gevallen herhalen de handelingen van burens zich in een bepaald ritme door het jaar heen. Boer(in) en burens zorgen er voor dat hun eigen belangen in evenwicht zijn met het belangen van de ander en dat geen afwenteling of roofbouw ontstaat.



Ruimte nemen en ruimte geven voor pro-activiteit

5 . ONTWIKKELVISIE

Uit gesprekken met boeren komt de volgende ontwikkelvisie naar boven.

1. Ontwikkeling start met een vraag. Echte ontwikkelvragen worden (sneller) beantwoord als boeren en burens die met die vragen bezig zijn zich verenigen en opgedane kennis en ervaring delen in een lerend netwerk.
2. Ga er niet te makkelijk vanuit dat de antwoorden er al zijn omdat het om ontwikkelvragen gaat waar in veel gevallen nog geen pasklare antwoorden op zijn. We bevinden ons op een ongebaand pad.
3. Besteed als groep tijd en geld aan het zicht krijgen op de wetmatigheden in de ontwikkelingsprocessen. Op ongebaande paden leer je door de uitwisseling van ervaringskennis, omdat je niet vooruit kunt zien wat er gaat ontstaan.
4. Respecteer bij de vorming van (studie)groepen het verschil in ervaring dat inmiddels bestaat tussen beginners en koplopers. Er zijn inmiddels drie categorieën boer-buur bedrijven te onderscheiden: (1) starters, (2) boer-buur bedrijven die zichzelf versterken en (3) boer-buur bedrijven die doorontwikkelen. Laat elke categorie met zijn eigen vragen werken en in zijn eigen tempo doorontwikkelen.
5. Maak verslagen van bijeenkomsten en maak die voor iedereen toegankelijk op een website (bijvoorbeeld www.boerenbuur.nl).
6. Maak elkaar sterker op alle mogelijke manieren.
7. Ontmoet elkaar tenminste 1 keer per jaar.
8. Profileer naar buiten een landelijke kopgroep (boer-buur bedrijven die doorontwikkelen) met een onderscheidend kwaliteitsniveau, zodat starters en boer-buur bedrijven die zichzelf aan het versterken zijn een referentiepunt hebben om zich aan op te trekken.
9. Laat ervaringsdeskundige burens de ambassadeurs zijn voor de groei van boer en buur.
10. Bouw boer en buur op eigen kracht uit; waak voor vervorming daarvan door beleidsinstrumenten die het een twist geven. Bijvoorbeeld door prikkels om overheidsdoelen te realiseren die niet aansluiten op de behoeften van boeren en burens.
11. Investeer in gezamenlijke branding van boer en buur, maak er een merk van. Richt een financieel instrument in ten behoeve van de ontwikkeling en beheer van dat gezamenlijke merk.
12. Vraag iemand uit je midden om het 'merk' boer en buur te bewaken.

7. ONTWIKKELVRAGEN EN BRONNEN

Vragen!

Ontwikkeling start met een vraag. Alle Boer-buur bedrijven hebben vragen over:

- het streven naar gezamenlijkheid, wederkerigheid en duurzame ontwikkeling,
- hoe je de 'ingangen' (meedenken, meedoen, meedragen) faciliteert, en
- persoonlijke ontwikkeling en/of de processen waarin hart, handen en hoofd een rol spelen.

Ontwikkelfase

Tijdens de workshop bleken er drie categorieën boer-buur bedrijven te onderscheiden, op basis van hun ontwikkelingsfase: starters, versterkers, ontwikkelaars. Elke categorie boer-buur bedrijven heeft bij die ontwikkelingsfase passende vragen. Hieronder hebben wij een aantal voorkomende vragen per categorie geordend.

Doelen

De nu volgende opsomming is allereerst bedoeld als spiegel waarin bedrijven zichzelf kunnen herkennen als boer-buur bedrijf in een bepaalde ontwikkelingsfase.

Verder kan de vragenlijst mogelijk behulpzaam zijn om de vragen die boer(inn)en hebben helder te maken, en als startpunt om daarin prioriteit te stellen. Als de vragenlijst die werking op bedrijfsniveau heeft, kan het mogelijk ook een handvat bieden om gezamenlijke leerprocessen van boer-buur bedrijven te organiseren. Want dan is het een kwestie van boer(inn)en bij elkaar brengen rond voor hen urgente vragen.

Tenslotte kan de vragenlijst mogelijk een structuur bieden om opgedane kennis en ervaring te ordenen. Om die reden zijn er ook al een aantal bronnen toegevoegd, want inmiddels is er al . Bijvoorbeeld op www.boerenbuur.nl. Zie het als een aanzet en niet als een afgerond voorstel.

Categorie 1: Startende BOER-BUUR bedrijven

Hoofdvraag: Hoe kom ik met mijn klanten op weg richting meer wederkerigheid, gezamenlijkheid en duurzame ontwikkeling?

Ontwikkeling van gezamenlijkheid

- Waar begin ik aan? Wat zijn kenmerken van boer en buur?
- Is meer betrokkenheid van mijn klanten interessant voor mijn bedrijfsontwikkeling?
- Met welke regelgeving moet ik rekening houden als mijn klanten vaak op mijn bedrijf komen en betrokken raken bij productieprocessen en bedrijfsontwikkeling?
- Hoe werf ik klanten die meer betrokkenheid aanspreekt?
- Hoe geef ik inhoud aan ontmoetingen met mijn klanten?
- Wat is er aan communicatie nodig zodat klanten betrokken raken en blijven?
- Wat moet ik mijn klanten vertellen over (iets dat ik moeilijk vind om over te praten)?
- Kan ik het ontwikkelingsproces met mijn klanten plannen?
- Hoe maak ik afspraken over de betrokkenheid van mijn klanten bij het bedrijf?

Ontwikkeling van wederkerigheid

- Hoe verwerf ik (extra) grond met behulp van mijn klanten?
- Welke mogelijkheden kan ik mijn klanten bieden om betrokken te zijn bij mijn bedrijf?
- Hoe commercieel mag ik zijn (want ik moet ervan bestaan)?
- Welke extra kostenposten kan ik verwachten en waaruit wordt dat betaald?

Duurzame ontwikkeling

- Hoe ontdek ik de idealen en ideeën van mijn klanten?
- Hoe vraag ik feedback op wat ik doe?

Nuttige bronnen:

- Handboek boerenbuur te downloaden via www.boerenbuur.nl
- De bedrijfseconomische betekenis van boer-burger initiatieven te downloaden via www.boerenbuur.nl
- “Wat mag ik? Handreiking over regels voor ondernemers in de multifunctionele landbouw” te downloaden via www.multifunctionelelandbouw.nl
- “Kompas Multifunctionele Landbouw. Door de rijksoverheid vastgestelde oplossingen voor strijdigheden in regelgeving” te downloaden via www.multifunctionelelandbouw.nl
- Handboek Verblijfsrecreatie te downloaden via http://www.landco.nl/?id=interessant_publicaties
- handboek directe verkoop van boerderijproducten te downloaden via http://www.landco.nl/?id=interessant_publicaties
- Publieke transparantie

Categorie 2: BOER-BUUR bedrijven die zichzelf versterken

Hoofdvraag: Hoe kan ik het persoonlijke ontwikkelingsproces van mijn klanten tot burens ondersteunen?

Ontwikkeling van gezamenlijkheid

- Welke rol laat ik mijn klanten spelen in de ontwikkelingsfase (groei, ontwikkeling, afbouwen) waarin mijn bedrijf verkeert?
- Hoe stem ik af met mijn klanten?
- Wat verwacht ik van mijn klanten en hoe check ik of mijn verwachtingen kloppen?
- Hoe ga ik om met frustratie (ik moet zelf de kar steeds trekken)?
- Hoe creëer ik zelforganiserende teams?
- PR: Welke verhalen vertellen mijn klanten over het bedrijf?

Ontwikkeling van wederkerigheid

- Is het nodig om iets veranderen in de ruimtelijke vormgeving van mijn bedrijf (erf, gebouwen, gespecialiseerde bedrijfsdelen, infrastructuur)?
- Hoe open (of gesloten) moet mijn bedrijf zijn?
- Hoe krijg ik ruimte van overheden om mijn bedrijf op betrokken klanten in te richten?
- Is het nodig om iets te veranderen in de productie, afvalstromen en kringlopen van mijn bedrijf?
- Wat heb ik van mijn klanten nodig, bijvoorbeeld aan inkomen, uitdagingen of bevestiging?
- Hoe baken ik de tijd die ik beschikbaar heb voor mijn klanten goed af?
- Wat is er aan administratie nodig om de relatie met betrokken klanten goed te beheren?
- Hoe beloon ik bijzondere inzet van mijn klanten?

Duurzame ontwikkeling

- Welke identiteit hoort bij mij?
- Hoe gebruik ik mijn bedrijfsidentiteit als stuurwiel voor bedrijfsontwikkeling?
- Hoe organiseer ik de overdracht van kennis en ervaring?
- Hoe houd ik de vrijwilligers enthousiast?
- Hoe houd ik de relatie met mijn klanten levendig?
- Hoe neem ik afscheid van betrokken klanten?

Nuttige bronnen:

- “Werkboek Gezond landbouwbedrijf van Joke Bloksma is vrij te downloaden van
- <http://www.jokebloksma.nl/index.php?i=publicaties>
- ‘Welke identiteit hoort bij jou? Bijlage 3 behorend bij Werkboek Gezond Landbouwbedrijf’ Joke Bloksma te downloaden van <http://www.jokebloksma.nl/index.php?i=publicaties>
- Cursus of workshop “bewust bedrijf” door Jaap Vermue: www.bewustbedrijf.nl

Categorie 3: **BOER-BUUR bedrijven die doorontwikkelen**

Hoofdvraag: Hoe professionaliseren wij ons boer-buur bedrijf?

Ontwikkeling van gezamenlijkheid

- Hoe kan ik bewustwordingsprocessen en ontwikkelingsprocessen waarin ikzelf zit en waarin mijn burens zitten leren kennen en analyseren?
- Welke gemeenschapsvormende krachten zijn leidend in ons bedrijf? Gaat het om een gezamenlijk streven naar waarheid, om een gemeenschappelijk geleverde prestatie of om gezamenlijke gewoonten, rituelen en gebruiken?
- Is de huidige rechtsvorm nog geschikt of is er een nieuwe rechtsvorm, bijvoorbeeld een stichting of vereniging, nodig om de activiteiten van burens in onder te brengen?
- Hoe creëer ik een wij-gevoel in de onderneming terwijl mijn burens geen mede-eigenaar zijn?
- Welke ondermijnende krachten moet ik leren kennen en hanteren?
- Hoe laat ik de overtuiging 'de klant is koning' los?
- Hoe creëer ik omstandigheden waarin mensen interesse hebben in elkaar en de denkbeelden en doelstellingen waarmee elk lid van de groep leeft?
- Hoe creëer ik omstandigheden waarin mensen die een verbindende rol willen spelen zich op mijn bedrijf tot buur ontwikkelen?
- Hoe beoordeel ik of mensen in staat zijn de verantwoordelijkheid te dragen van wat ze op zich nemen?
- Hoe kan ik de aanwezige organisatiekracht van mijn burens benutten?
- Aan wie delen we de vier deelrechten van het eigendomsrecht toe: gebruiks-/verbruiksrecht, toewijzingsrecht, beheer-recht, en identiteitsrecht?
- Hoe leren wij van andere boeren en burens in het boer en buur netwerk?

Ontwikkeling van wederkerigheid

- Hoe creëer ik omstandigheden waarin mensen, die pragmatisch zijn ingesteld en graag iets willen aanpakken, zich op mijn bedrijf tot buur ontwikkelen?
- Hoe creëer ik ruimte op mijn bedrijf voor moedige burens die een initiatief willen nemen?
- Hoe kan ik behoeften van burens herkennen waarvan zij zich nog niet bewust zijn?
- Hoe kan ik het beste inspelen op een latente (onbewuste) behoefte?
- Hoe wordt waarde gevormd, verplaatst en geconsumeerd in samenwerking met mijn burens?
- Durf ik een goede prijs te vragen voor mijn producten en diensten?
- Hoe gaan we van roven naar ruilen naar associëren?
- Hoe kunnen we de kosten eerlijk delen?
- Hoe kunnen we risico's delen?
- Hoe maken we de gemeenschappelijke geleverde prestaties zichtbaar?

Duurzame ontwikkeling

- Hoe creëer ik omstandigheden waarin mensen die vooral in idealen en ideeën geïnteresseerd zijn zich op mijn bedrijf tot buur ontwikkelen?
- Hoe krijg ik de idealen en ideeën van mijn burens boven water?
- Hoe maak ik de ervaringen op de boerderij en de verhalen van burens zichtbaar zodat anderen zich iets kunnen voorstellen bij wat we hier doen samen?
- Hoe gaan we van persoonlijke idealen naar gemeenschappelijke doelstellingen?
- Hoe zetten we doelstellingen om in handelingsperspectieven?
- Aan welke (urgente) behoeften kunnen we de handelingsperspectieven verbinden?
- Hoe kunnen we een onderneming vormgeven die overdraagbaar wordt op een toekomstige generatie (een bedrijf van 2,5 miljoen Euro valt niet over te nemen)?
- Hoe 'branden' we ons in de markt en in de samenleving?
- Hoe maken we de kennis en ervaring die wij hebben opgedaan beschikbaar voor andere boer-buur bedrijven?

Nuttige bronnen:

- Verslagen van Community of Practice Boer zoekt buur voor zonnepanelen te downloaden van www.boerzoektbuur.nl
- 10 Lessen van Boer zoekt buur voor zonnepanelen te downloaden van www.boerzoektbuur.nl
- Helecon CV, informatie over initiatiefkunde, nieuwe economie, biografiekunde, driegeleding en gemeenschapsvorming te downloaden van <http://www.jansaal.nl/>
- Verslag van Pergola Praktijkdag 2009 te downloaden van http://www.landco.nl/?id=interessant_actueel
- Verslag studiedag Pergola 2007 te downloaden van http://www.landco.nl/?id=interessant_publicaties
- Verslag van de Nieuwe Ronde te downloaden van www.boerenbuur.nl
- Diverse documenten van de Aardvlo te downloaden van www.boerenbuur.nl

7. MAATSCHAPPELIJKE IMPACT – DUURZAME ONTWIKKELING

Boer-buur bedrijven scheppen de voorwaarden en bieden mogelijkheden waardoor klanten kunnen groeien van consument naar medeverantwoordelijke klant voor duurzame ontwikkeling, die wij buur noemen.

De duurzame ontwikkeling vindt plaats doordat bij zowel de boeren als de klanten vermogens worden aangesproken “hoofd” (voorstellingsvermogen), “hart” (inlevingsvermogen) en “handen” (intuïtie om goed te handelen) waardoor er cultureel, sociaal, ecologisch en economisch kapitaal wordt opgebouwd.

De duurzame ontwikkeling die buiten in de wereld zichtbaar wordt in een duurzame bedrijfsvoering en een duurzame leefstijl wordt voorafgegaan door een innerlijk persoonlijk ontwikkelingsproces in boeren en klanten. Zo binnen zo buiten.

We presenteren nu de binnenkant en de buitenkant van duurzame ontwikkeling per ingang van een boer-buur bedrijf. We laten daarbij ook handelingsopties zien, die op de website www.boerenbuur.nl per “ingang” (meedenken, meewerken, meedragen) worden benoemd.



Samen denken en samen dragen

7a. Meedenken

Praktijk:

1. Bezoeken en beleven door deelname aan een rondleiding, open dag, seizoensfeest of wandel- of fietsroute over het bedrijf.
2. Kennismaken vanuit huis door het lezen van een nieuwsbrief, weblog, website, tijdschrift en krantenartikelen.
3. Leren en beleven door lesprogramma van een school, maatschappelijke stage, boerderij arrangement, teambuilding of bedrijfsuitje op de boerderij.
4. Meedenken en adviseren over het teeltplan, landschapsplan, bebouwingsplan, ondernemingsplan of investeringsplan.
5. Meebeslissen in een kerngroep of aan het bedrijf gelieerd bestuur over plannen en financiën.

Aangesproken vermogens (binnen): Bij bezoeken en beleven en kennismaken vanuit huis kennismaken gaat het vooral over het **voorstellingsvermogen(hoofd)**. Bij leren en beleven en meedenken en adviseren komt er **inlevingsvermogen(hart)** bij omdat de klant nu echt in gesprek gaat met de boer. Bij meebeslissen wordt er ook een beroep gedaan op **intuïtie (juist handelen)** om goede besluiten te kunnen nemen.

Effect op duurzaamheid (buiten):

- Cultureel: Er wordt volop cultureel kapitaal opgebouwd doordat klanten zich bewust worden van de waarden van waaruit boeren werken en boeren zich bewust worden welke waarden klanten belangrijk vinden. Van hieruit wordt de basis gelegde voor gedeelde idealen. Er worden ook illusies doorgeprikt die kunnen bestaan over bedrijven (bijvoorbeeld door reclameboodschappen) waardoor realiteitszin ontstaat over het verschil tussen de bestaande realiteit en het gewenste toekomstbeeld.
- Sociaal: Er ontstaat gezamenlijkheid tussen boeren en klanten da zich ontwikkeld tot gemeenschapszin. Dat is sociaal kapitaal.
- Ecologisch: Er kunnen door klanten vragen worden gesteld die maken dat een boer in de bedrijfsvoering iets gaat veranderen. Boeren kunnen ook vragen stellen waardoor klanten duurzamer gaan inkopen bijvoorbeeld.
- Economisch: De mogelijkheden die een boer aanbiedt op zijn bedrijf kunnen in enkele gevallen zelfstandig geld opbrengen, bijvoorbeeld een arrangement of bedrijfsuitje, maar in veel gevallen is het een 'investering' die zich uitbetaald in de prijs van de landbouwproducten, en in een verzekerde afzet daarvan doordat er loyaliteit wordt opgebouwd van een vaste klantengroep.

7b. Meewerken

Praktijk:

1. Werken op het land door tuinieren, oogsten dierverzorging, landschapsbeheer, bomen snoeien, zuring steken.
2. Verwerken producten door wassen, verpakken, en het maken van sap, jam, chutney, pesto, groenteconserven, kaas of kookrecepten.
3. Verkopen aan klanten door pakketten met groente, fruit of vlees, vervoer naar afhaalpunten, een afhaalpunt of boerderijwinkel bedienen.
4. Informatie geven door stukjes te schrijven, foto's te maken voor de nieuwsbrief of website, vormgeving van de huisstijl of de website bouwen en beheren.
5. Organiseren van workshops, cursussen, kinderactiviteiten, boerderij arrangementen, open dag, seizoensfeest of oogstfeest.

Aangesproken vermogens (binnen): Alle drie vermogens worden aangesproken **voorstellingsvermogen(hoofd), inlevingsvermogen(hart) en intuïtie(handelen)** en al doende ontwikkeld. Mensen ontwikkelen door de werkzaamheden te doen kennis, houding (overtuigingen) en praktische vaardigheden die hen ook in privé-situaties en in hun professionele carrière verder brengen. Bijvoorbeeld technische vaardigheden, sociale vaardigheden, leiderschap, zelfvertrouwen en organisatievermogen. Ook krijgen mensen door de werkzaamheden op natuurlijke wijze een verbinding met het werk, de natuur, andere mensen en zichzelf.

Effect op duurzaamheid (buiten):

- Cultureel: Waarden worden geleefd door ze in de praktijk toe te passen en worden dus door het werk zichtbaar. Door er aan de hand van het werk over te spreken kunnen de waarden ook bewust gemaakt worden.
- Sociaal: Veel van bovengenoemde werkzaamheden worden in groepsverband uitgevoerd en betekenen dus effectief 'teamwork'.
- Ecologisch: Als de werkzaamheden betrekking hebben op inrichting of beheer van de omgeving zoals bij landschapsbeheer is het effect direct. Er is ook een indirect effect op ecologisch kapitaal door de aandacht die op een boerderij aan de productie van voedsel, en natuur en landschap wordt besteed.
- Economisch: Mogelijkheden bieden om te werken op de boerderij betekent meer arbeidsreïntegratie, en minder uitval en kosten als gevolg van ziekte (depressie, burn-out) en werkloosheid. Voor een bedrijf betekent het dat er meer werk verzet wordt, een aantal taken meer continuïteit hebben en er mogelijkheden komen voor de ontwikkeling van nieuwe taken.

7c. Meedragen door samen zaken te doen

Praktijk:

1. Producten kopen op de boerderij door vaste winkelklant of abonnee, oogstaandeel of tegoedbonnen.
2. Diensten kopen van de boerderij zoals zorg, boerderijarrangement, overnachting, vergader of feestruimte
3. Werkkapitaal verstrekken zoals voorfinanciering van een abonnementsprijs of oogstaandeel.
4. Meefinancieren door grond, gebouwen, gebouwinrichtingen, zonnepanelen of machines door middel van leningen of borgstellingen.
5. Schenken een adopteren van een koe, varken, appelboom, akkerrand of gift voor een goed doel, of het accepteren van het verlies van een misoogst.

Aangesproken vermogens (binnen): Alle drie vermogens worden aangesproken, **voorstellingsvermogen, inlevingsvermogen en intuïtie**, maar het accent ligt op de **intuïtie**. De klant en ook de boer moeten beoordelen of de financiële transacties voldoende wederkerig zijn (geen afwenteling of roofbouw) en of het geld dat in het bedrijf rondgaat daadwerkelijk bijdraagt aan duurzame ontwikkeling. Uiteindelijk wordt, door te kijken naar geldstromen, zichtbaar hoe duurzaam het boer-buur bedrijf is.

Effect op duurzaamheid (buiten):

- Cultureel: In de aanwending van geld wordt zichtbaar waaraan werkelijk waarde wordt gehecht. Geld biedt daarom een prima spiegel voor de waarden die in een boer-buur bedrijf belangrijk zijn.
- Sociaal: Een klant die ook een lening heeft uitstaan heeft uiteraard een andere relatie met de boer omdat hij gedurende de looptijd van de lening aan het bedrijf gebonden is, dan een ongebonden klant die na elke aankoop weer vrij is om nooit meer terug te keren. De deelnemers met oogstaandelen zijn hete hele oogstseizoenen aan het bedrijf verbonden omdat pas aan het einde van het oogstseizoen de 'lening' vrijvalt.
- Ecologisch: Het ecologisch effect hangt af van de ecologische doelen die het bedrijf nastreeft en het draagvlak dat daar bij de klanten voor bestaat. Meer financiële betrokkenheid van klanten zal in veel gevallen leiden tot meer ecologische ambitie.
- Economisch: Continuïteit van het bedrijf, afzetzekerheid, goede prijzen en financiering van innovatie.

8. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

1. Boer-buur bedrijven zijn een bedrijfsvorm binnen de multifunctionele landbouw die in alle sectoren voorkomt. Deze bedrijfsvorm biedt verdieping van relaties van klanten met producten, de boer(in) en de natuur.
2. Klanten ontwikkelen zich tot buur door een persoonlijk ontwikkelingsproces van hoofd, hart en handen dat door boeren en boerinnen wordt ondersteund.
3. Multifunctionele boerderijen zijn niet van zelfsprekend boer-buur bedrijven. Die gaan namelijk door een proces van groeiende gezamenlijkheid, waarin we nu in de praktijk drie fasen kunnen onderscheiden (a) startende boer-buur bedrijven, (b) boer-buur bedrijven die zich versterken en (c) boer-buur bedrijven die doorontwikkelen.
4. In elke ontwikkelingsfase zijn bepaalde typische ontwikkelingsvragen aan de orde; de lijst met die vragen (blz. 18) is een goed bruikbaar hulpmiddel bij verdere ontwikkeling van duurzame boer-buur verbanden.
5. Er is uit deze verkenning een prachtige en bruikbare ontwikkelvisie voortgekomen (hoofdstuk 6 zie blz. 18). Het verdient daarom aanbeveling deze ontwikkelvisie :
 - als leidraad te gebruiken bij beleid
 - toe te sturen aan alle geïnteresseerde boer-buurverbanden en projecten die zich richten op versterking stad-land relatie, stadlandbouw
 - voor te leggen aan het netwerk boer-buur bedrijven, opdat men er ieder of gezamenlijk mee verder kan, zoals afgesproken met de deelnemers op 11mrt jl.
6. Er is behoefte aan uitwisseling van kennis en ervaring die vooral vorm krijgt in netwerkbijeenkomsten. Omdat boer-buur bedrijven ongebaande paden betreden is er nog veel ontwikkelingswerk te doen dat sneller en soepeler kan verlopen als boer-buur bedrijven samenwerken in een levend en lerend netwerk. Er is al een website www.boerenbuur.nl, waarop kennis en ervaring is gebundeld, maar die wordt nu niet onderhouden. Er is een nieuwsbrief “gezonde gronden” en Netwerk Vitale Landbouw en Voeding organiseert thema-bijeenkomsten voor leden en niet-leden.
7. Een mogelijke vervolgstap is om verschillende netwerkbijeenkomsten en informatie op de website beter op elkaar af te stemmen, en om de informatie op de website opnieuw te ordenen aan de hand van ontwikkelingsvragen in drie fasen.
8. Boer-buur samenwerking draagt bij uitstek bij aan een duurzamere wereld, door persoonlijke ontwikkeling(binnen) en buiten: sociaal-cultureel, ecologisch en economisch. De ontwikkeling ervan verdient om die reden beslist versterking.
9. Om een impuls te geven aan deze duurzame ontwikkeling (via boer-buur verbanden) is een 0,8 fte vrije actor onontbeerlijk. De taak van deze neutrale vrije actor (zie netwerken in de veehouderij) zou moeten bestaan uit het met elkaar in verbinding, het ondersteunen en versterken van de bestaande lerende en levende netwerken, en het initiëren en coördineren van de workshops en leermogelijkheden.