

WAAR KOMT MIJN VLEES VANDAAN?

Dit document omschrijft een concept wat als doel heeft de agrarische sector leefbaar te houden door nieuwe economische activiteit te stimuleren. De doelgroep van dit agrotourisme concept zijn kinderen tussen de zes en twaalf jaar (basisschool). Dit kan zijn met hun ouders (familievakantie) of zonder (zomerkamp).

Twee zorgwekkende zaken komen steeds vaker voor bij kinderen van deze leeftijd. Ten eerste komen kinderen uit stedelijke gebieden steeds verder af te staan van de origine van hun voedsel. De kreet: 'vlees komt toch uit de supermarkt' komt steeds vaker naar voren. Daarnaast worden jonge kinderen steeds vaker verwend met buitenproportioneel grote cadeaus. Dit komt hun geldbesef zeker niet ten goede en heeft als gevolg dat wanneer ze een leeftijd bereiken dat ze zelf geld uit kunnen gaan geven, ze in de schulden komen of al hun spaargeld er snel doorheen jagen.

Ouders van kinderen kunnen deze twee zaken tegelijk aanpakken door de in dit concept beschreven agrotourisme vakantie te boeken. Op een on-line platform kunnen ouders precies hun gewenste ervaring samenstellen door het kiezen uit een aantal activiteiten. Deze keuzes, samen met voorkeuren op het gebied van locatie en budget leiden tot een bepaalde gast-boer. Recreanten betalen deze boer voor verblijf en eten, ze krijgen echter ook de mogelijkheid de boer mee te helpen met zijn dagelijkse werk. Recreanten worden hiervoor beloond in proportie tot hun geleverde productiviteit. Met deze beloning kunnen ze drie dingen doen; 1) Gratis aan dagtourisme activiteiten deelnemen bij andere lokale ondernemers (laterale stimulatie), 2) Kortings krijgen op hun verblijfskosten bij de boer, 3) Het geld doneren aan een fonds, waar andere agrotourisme concepten (verder) meer kunnen worden uitgewerkt.

De agrarische sector wordt leefbaar gehouden door een economische impuls en ouders hebben de mogelijkheid hun kinderen belangrijke waarden bij te brengen.

ONDERZOEK

Q: Hoe kijk jijzelf, je vrienden en familie tegen agrotourisme aan? Wat voor activiteiten en voorzieningen spreken aan?

A: Agrotourisme biedt een interessante oplossing voor een spanningsveld wat in de huidige maatschappij sterk heerst. Iedereen is op zoek naar vooruitgang, ontwikkeling en groei, maar wil tegelijkertijd ook tijd hebben voor rust en reflectie. Om dit te kunnen doen, moet men zich in twee werelden tegelijk begeven. Om aan de snelle kant van dit spanningsveld te ontspannen is een radicale stap nodig, die vaak erg kostbaar is. Met agrotourisme kan, in eigen land, toch een dergelijke (mentale) verandering teweeg worden gebracht, tegen redelijke kosten.

Q: Misschien ken je vernieuwende voorbeelden van agrotourisme uit het buitenland? Zo niet, onderzoek dan eens wat daar bestaat.

A: World Wide Opportunities on Organic Farms. Een wereldwijd netwerk, opgezet in Engeland in 1971, wat boeren over heel de wereld in contact brengt met vrijwilligers die iets willen leren over de organische levensstijl. Deze vrijwilligers krijgen in ruil voor hun werk gratis onderdak en voedsel.

Zorgboeren.nl. Een netwerk in Nederland wat alle zorgboerderijen samen heeft gevoegd op een platform om zodoende plaatsing makkelijker te maken. Geïnteresseerden kunnen makkelijker vinden wat ze zoeken en boeren kunnen makkelijker gevonden worden dan wanneer ze alleen zouden staan.

CONCEPT

Dit hoofdstuk zet het concept uiteen wat de leefbaarheid in de agrarische sector dient te stimuleren door economische activiteit op te wekken. Allereerst worden drie relevante trends geïdentificeerd en nader verklaard. Op basis van deze drie trends wordt het concept uitgelegd. Dit zal eerst grafisch gebeuren, waarna alle stappen nader worden verklaard. Later worden benefits voor zowel de boer als de recreant uiteen gezet.

TRENDS

Het concept is gebaseerd op drie verschillende trends die in deze paragraaf worden geïdentificeerd en uitgelegd.

Trend #1 Vertekend beeld van de herkomst van voedingsmiddelen bij kinderen

Kinderen hebben een vertekend beeld van waar hun voedingsmiddelen vandaan komen. Het vermoeden dat vlees in de supermarkt 'gemaakt' wordt komt, vooral bij kinderen uit de stad, steeds vaker voor.

Kinderen weten niet dat hun vlees ooit levende dieren waren of dat hun groenten en fruit ooit aan een boom hingen. Om dit te demonstreren heeft TV-kok Sarah Wiener in een tv studio een konijn geslacht voor de ogen van een aantal aanwezige kinderen. De kinderen konden niet geloven dat ze dit met regelmaat aten en reageerden verafschuw. De volgende dag hebben de kinderen het, inmiddels geroosterde, konijn wel opgegeten.¹

Trend #2 Vertekend beeld van de waarde van geld bij kinderen

Er heerst een trend dat kinderen op steeds jonge leeftijd, steeds duurdere cadeaus krijgen. Op deze manier krijgen ze een vertoebeld beeld van de waarde van geld. Onderzoek² wijst uit dat ouders kinderen vaak op deze manier 'verwennen' om een bepaald schuldgevoel af te kopen.

Dit schuldgevoel en de daarmee samen horende cadeaus leiden tot een vertekend beeld van de waarde van geld. Wanneer de kinderen op een leeftijd komen waarop ze geld kunnen gaan uitgeven, gaat dit in het begin vaak helemaal verkeerd. Ze komen in de schulden of raken hun spaargeld heel snel kwijt³

Trend #3 Het belang van beleving en authenticiteit

Beleving en authenticiteit worden door volwassenen in toenemende mate als belangrijke criteria gerekend wanneer het gaat om het uitzoeken van een vakantie. Twee aspecten spelen hier een belangrijke rol.⁴

1. De vakantie dient 'echt' over te komen. Dat wil zeggen dat de omgeving en de mensen dienen te voldoen aan verwachtingen die in het verleden zijn geschept.
2. De vakantie dient compleet zelf samengesteld te worden. Voor zaken als locatie en budget is dit evident, maar vooral ook activiteiten en ervaringen die deze zullen teweegbrengen.

¹ <http://forum.fok.nl/topic/1273482>

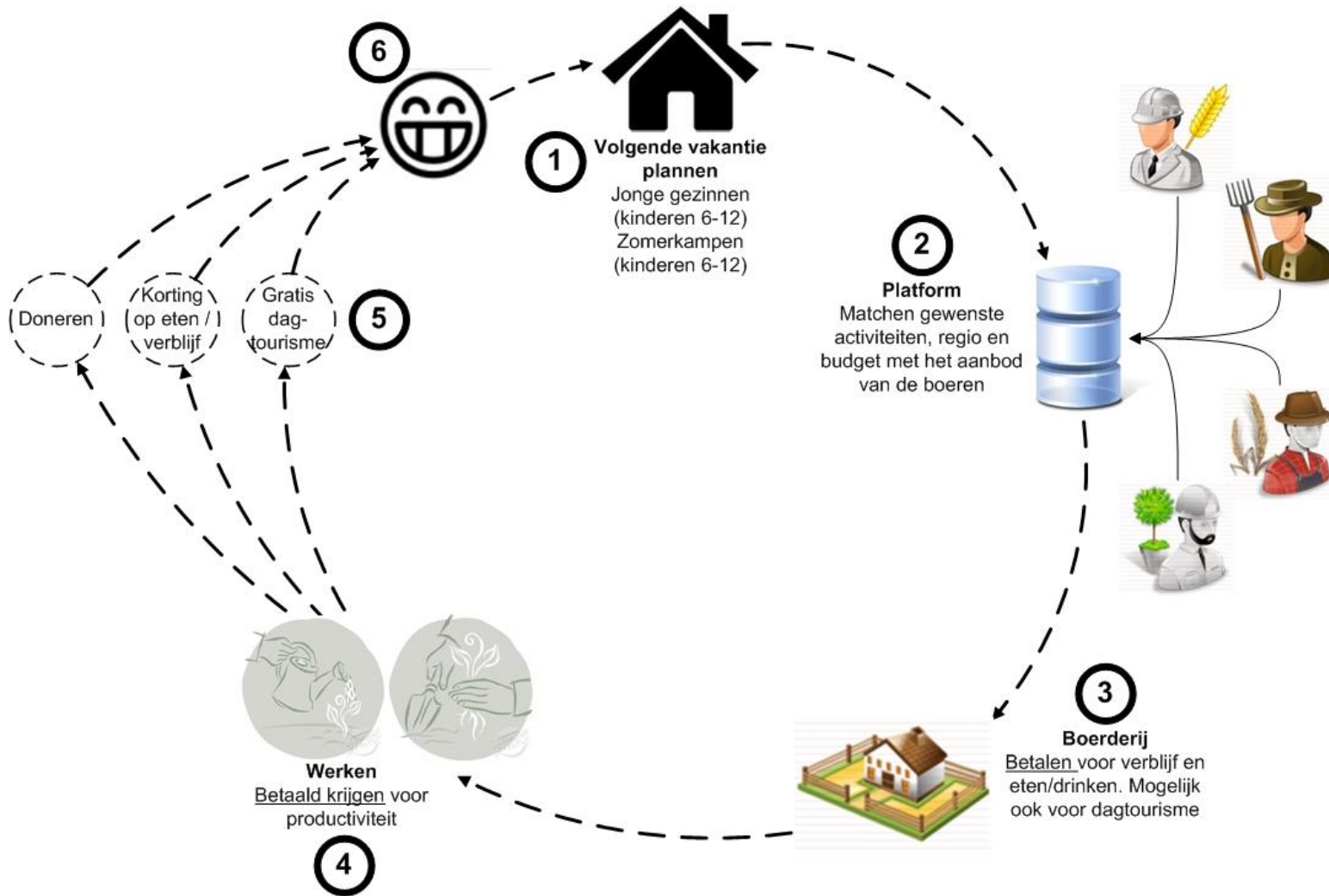
² <http://ezinearticles.com/?Can-You-Buy-Childrens-Affection-With-Expensive-Gifts?&id=3515308>

³ <http://www.byggpub.com/books/tg2rw/chap1excerpt.htm>

⁴ <http://www.anwb.nl/vrije-tijd/nieuws-en-tips/archief,/2009/juni/trendboekje.html>

PROCES

Onderstaande afbeelding beeld het voorgestelde concept uit. Op de volgende bladzijden worden alle onderdelen nader verklaard.



UITLEG PROCES

Onderstaande tabel zal ieder van de zes stappen uit de afbeelding van de voorgaande pagina nader verklaren. Er zal tevens, indien van toepassing, worden aangegeven op welke trend word ingespeeld door de desbetreffende stap.

| Stap | Relevante trend | Beschrijving |
|---|--|---|
| Eén: Volgende vakantie plannen | n.v.t | Ouders van jonge kinderen, tussen zes en twaalf jaar, kunnen samen met hun kinderen (gezinsvakantie) of de kinderen alleen (onder begeleiding op een zomerkamp) de vakantie doorbrengen op een boerderij. Op deze boerderij kunnen ze genieten van rust en ruimte maar ook werken, samen met de boer. |
| Twee: Platform | 3: Het belang van beleving en authenticiteit | Een van de speerpunten van agrotourisme is de kleinschaligheid. Vanwege deze kleinschaligheid, is het gegeven dat er veel verschil zit tussen mogelijke boeren. Budget en locatie zijn evident, maar vooral activiteiten die een bepaalde ervaring kunnen teweegbrengen bieden onderscheid. Op dit platform geven boeren aan wat ze te bieden hebben en recreanten waar ze naar op zoek zijn. Op deze manier kan er een combinatie worden gemaakt die precies aansluit op de wensen van de recreant |
| Drie: Boerderij | 3: Het belang van beleving en authenticiteit | De recreanten verblijven in de boerderij of op het land van de boerderij. Hier betalen ze voor verblijf en voor eten en drinken. |
| Vier: Werken | 2: Vertekend beeld van de waarde van geld bij kinderen & 1: Vertekend beeld van de herkomst van voedingsmiddelen bij kinderen | Tijdens hun verblijf, is er de mogelijkheid voor de kinderen of het hele gezin om met de boer mee te werken. Het werk wat gedaan kan worden is afhankelijk van de eerder gemaakte keuze met betrekking tot de gewenste ervaring. De familie zal beloond worden naar productiviteit in dit werk Door te werken krijgen kinderen een idee wat er gedaan moet worden om geld te verdienen. Daarnaast kunnen ze ook inzien waar het eten vandaan komt. Zowel op technisch vlak (verbouwen van groenten) als op sociaal vlak (levensstijl). Ten slotte kan er mogelijk ook een les worden gehaald betreffende de waarden van samenwerking |
| Vijf: Besteding van opbrengsten | 2: Vertekend beeld van de waarde van geld bij kinderen | Met de opbrengsten van dit werk kunnen drie dingen gedaan worden. 1. Dagtoerisme: Er kunnen uitstapjes gemaakt worden naar andere ondernemers in de buurt. Kinderen kunnen zo inzien dat iets leuks doen gelijk staat aan een bepaalde hoeveelheid werk 2. Korting op het verblijf: Interessant voor de ouders die op deze manier minder voor de complete vakantie moeten betalen 3. Donatie: Een donatie aan een fonds voor boeren. Dit fonds kan worden gebruikt om agrotourisme verder te ontwikkelen, nieuwe concepten een kans te geven of bestaande concepten verder uit te werken. |
| Zes: Tevreden familie | n.v.t | Deze ervaring heeft het mogelijk gemaakt voor kinderen iets te leren over de waarde van geld en de oorsprong van hun voedsel. De ouders hebben kunnen genieten van het platte land en de ruimte en rust die daar uniek zijn. Ten slotte heeft de boer een unieke propositie waarmee hij zijn inkomsten kan aanvullen |

BENEFITS

Onderstaande tabel zet de voordelen uit een van een dergelijk vakantie. Dit voor zowel de recreant als de boer.

| Recreant | Boer |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Is in staat precies zijn beleving te creëren door uit een groot scala aan activiteiten te kiezen • Laat de waarde van geld zien aan kinderen. Productiviteit staat in direct verband met een beloning. Dit is veel directer dan in de 'echte wereld'. • Laat zien dat vlees niet uit de supermarkt komt. Er wordt aandacht besteed aan: 1) Landbouwtechnieken 2) Duurzame en gezonde levensstijl 3) Het gevoel van werken met planten en dieren | <ul style="list-style-type: none"> • Er wordt activiteit in verlaten gebieden gecreëerd. Naast de rust en ruimte is er nu een extra argument om in een boerderij te verblijven. • De boer kan zijn land en of boerderij effectiever gebruiken. In de zomer kan hij, middels deze nieuwe propositie, een hoop gezinnen bij hem laten verblijven. Dit zorgt voor een nieuwe basis van inkomsten • Er kan samen gewerkt worden met andere lokale ondernemers. Middels laterale stimulatie kunnen andere lokale ondernemers meeprofiteren van de getrokken toeristen. • Opbrengsten kunnen door recreanten in een fonds worden gestort wat verdere innovatie op het gebied van agrotourisme mogelijk maakt. |

CONCLUSIE

De taskforce multifunctionele landbouw heeft aangegeven een impuls te willen geven aan vier factoren.

Onderstaande tabel geeft aan hoe dit concept invulling geeft aan ieder van deze factoren en zodoende een interessante (deel)oplossing is om de beoogde omzetverdubbeling tussen 2008 en 2012 te verwezenlijken.

| Beoogde impuls | Invulling door dit concept |
|-----------------------------|--|
| Maatschappelijke relevantie | <p>Twee verwaterde waardes kunnen kinderen met de leeftijd van zes tot twaalf worden bijgebracht.</p> <p>De waarde van geld kan met dit concept heel duidelijk worden weergegeven. Wanneer een kind een uitstapje wil maken moeten hiervoor 25 emmers aardappelen worden verplaatst. Wanneer het hele gezin hierbij betrokken wordt, kan ook de waarde van samenwerken worden bijgebracht.</p> <p>De herkomst van voedsel kan van zeer dichtbij bestudeerd worden. Wanneer een kind hiervan op de hoogte is kan dit op latere leeftijd een meer duurzame levensstijl bevorderen.</p> |
| Ondernemerschap | <p>Middels deze nieuwe propositie, die voor kinderen en hun ouders op een vernieuwende en andere manier waarde toevoegt kunnen meer mensen naar de agrarische gebieden getrokken worden.</p> <p>Tevens kunnen boeren elkaar helpen door, in beloning voor geleverde productiviteit, diensten van andere lokale ondernemers aan te bieden. Het voornaamste voorbeeld hiervan is dagtoerisme, aangeboden door andere lokale ondernemers in ruil voor werk bij de gast boer.</p> |
| Professionaliteit | <p>Middels het beoogde platform kunnen recreanten zelf compleet hun ervaring samenstellen. Keuzes betreffende gewenste activiteiten, locatie en budget kunnen samen worden gematched met hetgeen alle deelnemende boeren bieden. Zo hoeven recreanten niet lang te zoeken en alle mogelijke boeren afgaan, maar krijgen ze de meest wenselijke beleving.</p> |
| Duurzaamheid | <p>Kinderen worden middels dit concept op de hoogte gebracht van wat er komt kijken bij een duurzame levensstijl. Wanneer ze dit aanspreekt, kan dit op latere leeftijd hun keuzes bij het kopen van biologisch voedsel of fair trade artikelen beïnvloeden.</p> |

Dit concept biedt een interessante propositie voor alle partijen. De agrarische sector wordt door nieuwe economische activiteit levend gehouden. De boeren krijgen met een unieke waarde propositie een nieuwe bron van inkomsten. Ten slotte kunnen de recreanten hun kinderen een waardevolle les leren over de waarde van geld, de herkomst van hun eten en de kracht van samenwerking.