

Verbinding





**Multifunctionele bedrijven
krijgen vaak nogal wat
mensen over de vloer.
Als klant, recreant, cliënt
of vrijwilliger. Dat is een
opvallend verschil met de
rest van de landbouw.
Daar komen juist steeds
minder mensen op het
bedrijf. De multifunctionele
sector speelt daarom een
belangrijke rol bij herovering
van een plek voor de
landbouw midden in de
maatschappij.**

Boeren produceren voor anonieme markten, vaak in het buitenland. Ze ontvangen liefst weinig mensen op hun steeds groter wordende bedrijven, al is het maar omdat de hygiëneregels steeds strenger worden. Burgers kopen in de supermarkt en weten nauwelijks waar de producten vandaan komen. Dat is de hoofdstroom in de agrarische sector. Logisch dat de connectie tussen boer en burger versleten is. Dat gaat langzamerhand tegen de landbouw werken. Boeren en tuinders zien met onbegrip en ongeloof welke argumenten doorslaggevend worden in maatschappelijke discussies, bijvoorbeeld over de grootte van hun stallen of kassen. Aan beide kanten is er echter een tegenbeweging. Er zijn consumenten die actief zoeken naar een nauwere betrokkenheid bij hun voedsel. Er zijn ondernemers die meer contact willen en anders gaan boeren. Vaak reiken ze elkaar de hand op het multifunctionele bedrijf. Herstel van de band tussen boer en burger draagt bij aan een beter maatschappelijk draagvlak voor de hele land- en tuinbouw. Een belangrijke maatschappelijke meerwaarde van de multifunctionele landbouw – ver buiten de eigen kring – ligt daarom juist in de nieuwe



verbindingen. Tussen boer en burger, boer en consument, landbouw en de plattelandseconomie, stad en platteland.

Connectie via de producten

De mate van verbondenheid varieert nogal. Het spectrum loopt van eenmalig contact tot de burger als medeverantwoordelijke voor het bedrijf. Het contact verloopt niet alleen persoonlijk, maar ook via de producten en diensten. Producten die verbinding leggen, zijn bijvoorbeeld streekproducten en artikelen met bedrijfsinformatie op de verpakking. Diensten die een verbindingselement in zich hebben, zijn verkoop via boerderijwinkel, internet en abonnementen, dag- en verblijfsrecreatie, recreatie die over boerenland loopt en kinderopvang.

Wij onderscheiden hier vijf typen verbinding, waarin de rol van de burger steeds anders is: de bezoeker, de buurman, de vrijwilliger, de 'gold card member', de partner, de medeverantwoordelijke.

De bezoeker. Bij dit type verbinding gaat het vooral om eenmalige bedrijfsbezoeken bijvoorbeeld tijdens een open dag.

Ook multifunctionele activiteiten die vrijblijvend van aard zijn – een middagje boerengolf of eenmalig inkopen doen in de boerderijwinkel – vallen in deze categorie. De burger komt langs op het bedrijf en krijgt een kijkje in de keuken. Er wordt geen blijvende relatie opgebouwd tussen boer en burger.

De buurman. In deze categorie vallen relaties tussen boer en omwonenden. De verbinding ontstaat omdat ze in hetzelfde gebied wonen. De ondernemer wil bijvoorbeeld zijn bedrijf ontwikkelen en doet dat in overleg met de omgeving. Boer en burger zitten met elkaar om tafel.

De gold card member. Deze categorie mensen bezoekt regelmatig hetzelfde bedrijf. Bijvoorbeeld omdat ze zorg ontvangen, vaste klant zijn van de boerderijwinkel of een groenteabonnement komen afhalen. Boer en burger leren elkaar kennen, waardoor er een relatie ontstaat.

De partner. Hier gaat het om samenwerking tussen de ondernemer en een groep burgers. Zij werken aan een gemeenschappelijk project, zoals profilering van de regio of agrarische educatie op scholen. Boer en burger hebben hierbij een gezamenlijk doel.



VRIJWILLIGERS

Ruim de helft van de bedrijven maakt gebruik van vrijwilligers, zo blijkt uit een enquête onder 125 ondernemers. In sommige gevallen gaat het om een groot aantal uren per jaar. Ze vervangen geen gewoon personeel, maar bieden ondersteuning op tal van terreinen. Tevens vormen ze vaak een goede verbinding met de omgeving. Vinden van vrijwilligers is meestal geen probleem. Vaak blijven ze voor een langere periode actief. De meeste ondernemers geven aan dat ze vrijwilligers gemakkelijk vasthouden. De sfeer op het bedrijf kan volgens hen een belangrijke reden hiervoor zijn.

De (mede)verantwoordelijke. Dit is de meest vergaande vorm van verbinding. Hierbij zijn burgers sterk bij het bedrijf betrokken en dragen ze mede de verantwoordelijkheid voor bedrijfsbeslissingen of financiering. Ook sommige vrijwilligers kunnen uitgroeien tot medeverantwoordelijke op een bepaald terrein. De relatie tussen boer en burger is sterk. Een heel speciale vorm is het zogeheten pergola-bedrijf: dat is een bedrijf waarbij burgers lid zijn en samen met de boer het teeltplan vormgeven. Ze betalen vooruit voor producten die ze gedurende het teeltjaar ontvangen.

Redenen voor verbinding

Waarom vinden ondernemers zelf die verbinding belangrijk? Een enquête onder 125 boeren geeft het antwoord. Klantenbinding is een van de redenen. Een band met je klant maakt het mogelijk de markt te bereiken en de koper te prikkelen tot heraankopen. Een groep terugkerende klanten vormt een structurele basis. Ook leren de ondernemers door het contact over doelgroepen en hun behoeften. Hierdoor kunnen ze hun producten beter op de markt afstemmen.

Dan zijn er de immateriële redenen. Contacten met burgers zorgen ervoor dat ondernemers zich meer gewaardeerd voelen, waardoor zij meer voldoening uit hun werk halen. Daarnaast vinden veel boeren het ook gewoon gezellig om burgers op het bedrijf te ontvangen. Soms leidt dit zelfs tot vriendschappen.

Voor sommige ondernemers zijn verbindingen ook een manier om burgers bewust te maken van de natuur, van hoe voedsel wordt geproduceerd en wat gezond voedsel is. Andersom komen burgers soms ook met innovatieve ideeën op het gebied van duurzaamheid, omdat ze vanuit een andere invalshoek naar het bedrijf kijken. Ook maken verbindingen het voor een ondernemer mogelijk te laten zien waar hij voor staat. Ten slotte kan het contact zorgen voor wederzijds begrip, en zicht op de (on)mogelijkheden van ieders situatie.

Op een hoger niveau vormt een actieve bijdrage van de burger aan natuur- en landschapsbeheer of een toeristisch, recreatief, educatief en zorginitiatief op het platteland een maatschappelijke legitimatie om agrarische activiteiten te kunnen blijven uitvoeren in het gebied.

DE GROOTSTE KLOOF

Als er twee bevolkingsgroepen ver van elkaar afstaan, dan zijn het wel allochtone stedelingen en boeren op het platteland. Maar ook hier kunnen multifunctionele landbouwbedrijven voor verbinding zorgen.

De veranderende etnische samenstelling van de bevolking biedt kansen. Nieuwe gerechten, kookstijlen en eetpatronen. Maar ook op het gebied van recreatie, zorg en educatie kan het zin hebben verder te kijken dan de dominante cultuur. Meer contact met allochtonen kan leiden tot een nieuw aanbod van producten en diensten op het platteland. Voor de multifunctionele landbouw is deze markt nog relatief nieuw, maar er zijn ondernemers die de weg hebben gevonden. Bij de juiste aansluiting op de marktwensen levert dat in korte tijd een enorme toename in klandizie op. 'Allemaal via mond-tot-mondreclame. Als je één tevreden Chinese klant hebt, heb je er zo een bus vol van', aldus een ondernemer. Voedsel is vaak de weg naar verbinding met andere culturen. Kwekerij De Groene Schuur in Groessen bijvoorbeeld teelt een brede range aan producten, voor een flink deel gericht op allochtone gebruikers, en geeft multiculturele kookworkshops. Hof van Twello in de gelijknamige plaats verkoopt behalve Nederlandse ook Turkse, Surinaamse, Chinese en Indische groenten en verhuurt percelen aan consumenten.



NIEUWE VORMEN VAN FINANCIERING

Multifunctionele ondernemers zijn creatief als het gaat om verbinding, ook op het gebied van financiering. Sommige maken gebruik van alternatieve vormen, die niet via de bank lopen.

Voorbeelden zijn sponsoring door lokale bedrijven (bijvoorbeeld van een wandelpad), fondsen of pacht van een grondbank. Ook zijn er ondernemers die burgers de gelegenheid geven koeien, kippen of appelbomen te adopteren. Anderen laten de producten voorfinancieren: de klant betaalt aan het begin van het jaar een bepaald bedrag en krijgt daar gedurende het jaar producten voor terug. Een mogelijkheid is ook om een stichting van betrokken burgers op te richten of geld te lenen van burgers tegen een aantrekkelijke rente.

Sommige ondernemers zijn genoodzaakt tot alternatieve financieringsvormen, bijvoorbeeld omdat ze geen grond en/of gebouwen bezitten en dus geen onderpand voor een lening. Maar sommigen kiezen

juist bewust voor financiering door burgers om op die manier de betrokkenheid van deze mensen bij het bedrijf te vergroten. Natuurlijk kunnen ze dat alleen doen wanneer ze al eerder in die betrokkenheid hebben geïnvesteerd en een groep van betrokken mensen aan zich hebben weten te binden.

Een goed voorbeeld daarvan is het biologische tuinbouwbedrijf 't Leeuweriksveld in Emmen. Deze ondernemers zijn niet van boerenafkomst. Ze konden daarom geen boerderij van hun ouders overnemen en hadden geen geld een bedrijf te kopen. Na een aantal jaren een bedrijf gehuurd te hebben en groenteabonnementen te hebben verkocht, leenden dertien vaste klanten hen geld. Dat telt voor de bank als eigen vermogen, waardoor ze een bedrijf konden kopen. Dat was een bijzondere ervaring: "Het was spannend en hartverwarmend, we voelden ons echt gedragen", vertellen ze.

