



Regionaal voedsel: hoe werkt dat?

Printversie van het gelijknamige Wikiwijs-arrangement.

Colofon



Het arrangement Regionaal voedsel: hoe werkt dat? is gemaakt met Wikiwijs Maken. Met Wikiwijs Maken kan iedereen zelfstandig of samen met anderen lesmateriaal maken.

Adres Wiki: http://maken.wikiwijs.nl/59380/Regionaal_voedsel__hoe_werkt_dat_#!page-1156538

Auteurs

Hendrik Boekhoud, Maria van Bortel, Wietske van Dijk, Rik Eweg, Axel van Gogh, Willieanne van der Heijden, Nicolette van de Kamp, Brigitta Methorst, Frans Traa, Marleen Warnaar, Renate Wesselink

Foto's

Beeldenbank AOC Raad, Thinkstock, Taskforce Multifunctionele landbouw

Doelgroep

Docenten HBO groen (hoofdstuk 1 tot en met 7), docenten MBO groen (hoofdstuk 8)

Dit arrangement is ontwikkeld door CAH Vilentum Hogeschool in het project 'Van Voedselstrategie naar Werk-In-Uitvoering' in samenwerking met Hogeschool Van Hall Larenstein, Wageningen-UR, AOC Terra, Groenhorst College, Urgenda en Food & Drink Experience. Dit project is mede mogelijk gemaakt door het Ministerie van Economische Zaken.

Eindredactie en productie

Silo

Vormgeving

Studio Bassa, Culemborg

Maart 2015

Inhoud

Inleiding

- 1. Leeswijzer**
- 2. Regionale voedselproductie; een sectorverkenning**
- 3. Omgevingsgericht ondernemen**
- 4. Sociaal ondernemen**
- 5. Businessmodellen in regionale voedselketens**
- 6. Wet- en regelgeving in regionaal voedsel**
- 7. Media en Communicatie in regionaal voedsel**
- 8. Mbo-materiaal: KIGO 'Van voedselstrategie naar Werk-In-Uitvoering'**

Inleiding

Het onderwerp voedsel is steeds vaker negatief in het nieuws. Om het consumentenvertrouwen te versterken moet de relatie producent-consument anders worden ingericht. Gemeentes, ondernemers en burgers willen een actieve rol spelen in de verduurzaming van de voedselketen, een gezonder voedingspatroon van inwoners, regionale voedselzekerheid en een sterke lokale economie. Opvallend in veel lokale initiatieven is het gebrek aan structurele samenwerking met groene onderwijsinstellingen. Herinrichten van regionale voedselallianties in een speelveld met nieuwe stakeholders (burgers, zorginstellingen, scholen, lokale overheden en regionale ondernemerscoöperaties) vereist nieuwe competenties.

In het project 'Van Voedselstrategie naar Werk-In-Uitvoering'¹ werkt het groene onderwijs samen met maatschappelijke partners aan goed opgeleide medewerkers, voorbereid om te werken in nieuwe samenwerkingsvormen in de regionale voedselvoorziening. Dit arrangement is het resultaat van dat project.

¹ <http://www.groenkennisnet.nl/Pages/GKCProject.aspx?project=35855&programma=26765>

1 Leeswijzer

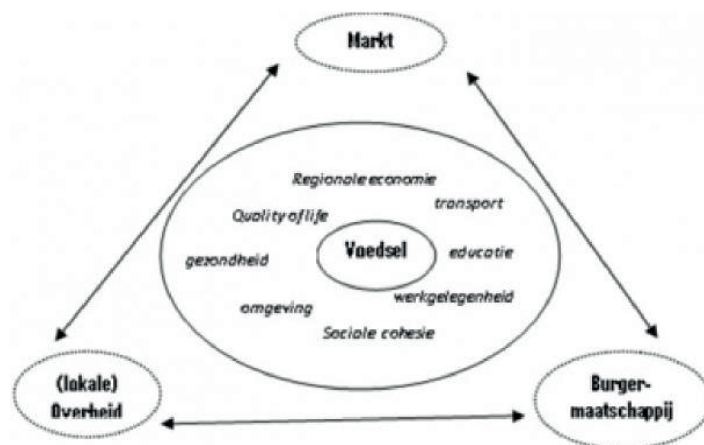
Deze leeswijzer geeft informatie over hoe gebruikers doeltreffend met de materialen van de leergang ‘Regionaal voedsel’ aan de slag kunnen. De leeswijzer bestaat uit twee delen: Informatie over de ontwikkelde onderwijsmaterialen en hoe deze gebruikt kunnen worden in de onderwijssetting (Deel 1: gebruik van de materialen binnen de onderwijssetting) en informatie over hoe de resultaten tot stand zijn gekomen (Deel 2: achtergronden en leerervaringen van het project).

1.1 Aanleiding

De afgelopen jaren hebben de media veelvuldig aandacht besteed aan ons voedselsysteem en lang niet altijd in positieve zin. Onderwerpen als stijgende ziektekosten door een toename van obesitas, bezorgdheid over de voedselzekerheid, onze foodprint, de ‘plofkip’ en hoge voedselprijzen door dure grondstoffen zijn aan de orde van de dag.

Op regioniveau heeft dit geleid tot het ontstaan van allerlei soorten voedselinitiatieven om voedsel verser op het bord te krijgen, om de milieubelasting door productiewijze, transport en consumptie te beperken, gezondere maaltijden samen te stellen, de teelt te integreren in stadsontwerp en om voedselproductie en –bereiding te benutten ter ondersteuning van zorg en samenlevingsopbouw (sociale integratie en cohesie). Hierbij wordt veelvuldig samengewerkt tussen groepen ondernemers, burgers en lokale overheid (figuur 1).

Tot op heden is er weinig structurele samenwerking geweest tussen groene onderwijsinstellingen en regionale voedselinitiatieven. Terwijl het bouwen van nieuwe voedselsystemen en –routines een nieuwe manier van werken vereist. Herinrichten van regionale voedselallianties in een speelveld met nieuwe stakeholders (burgergroeperingen, (semi)publieke instellingen, lokale overheden en regionale ondernemerscoöperaties), vereist nieuwe competenties van studenten die nu op alle niveaus in het groene onderwijs participeren.



Figuur 1: lokale voedselstrategie (bewerkt naar Wiskerke, 2009)

1.1.2 Nieuwe rollen voor studenten in nieuwe voedselinitiatieven

Het Kigo-project ‘van voedselstrategie naar Werk-In-Uitvoering’ is van start gegaan om een betere aansluiting te creëren tussen Groen Onderwijs en de ontwikkelingen rond regionaal voedsel. Deze leergang is één van de eindproducten van het Kigoproject ‘van voedselstrategie naar Werk-In-Uitvoering’, een samenwerkingsverband van CAH Vilentum Hogeschool, Van Hall Larenstein, AOC Terra, Groenhorst College, Wageningen-UR, Food & Drink Experience en Urgenda en is mede mogelijk gemaakt door het ministerie van Economische Zaken. Het project is uitgevoerd tussen september 2012 en juli 2015.

In deze leergang is/zijn:

1. de competenties benoemd die nodig zijn voor het vormgeven van regionale voedselsystemen en het werken in nieuwe allianties;
2. leeromgevingen omschreven waarin de benodigde competenties kunnen worden ontwikkeld;
3. de beroepsrollen voor cruciale personen in dergelijke nieuwe initiatieven vastgelegd;
4. een kennisbasis vastgesteld waarvan kan worden verondersteld dat de toekomstige professional in nieuwe voedselinitiatieven daar voordeel bij heeft al dan niet nodig heeft om überhaupt succesvol te zijn.

1.1.3 Leeswijzer: hoe deze materialen te gebruiken?

De materialen zijn bedoeld om studenten, docenten en professionals te ondersteunen in het aanleren van de juiste competenties, voor het vormgeven van de juiste leeromgeving en voor het meegeven van de juiste kennis.

Deze leeswijzer geeft informatie over hoe gebruikers doeltreffend met de materialen van de leergang aan de slag te kunnen. De leeswijzer bestaat uit 2 delen:

- Deel 1 geeft informatie over de ontwikkelde onderwijsmaterialen en hoe deze gebruikt kunnen worden in de onderwijssetting.
- Deel 2 laat zien hoe de resultaten tot stand zijn gekomen (achtergronden en leerervaringen van het project).

De complete leergang is beschikbaar in een PDF-versie en als Wikiwijs leerarrangement.² Meer informatie is te vinden in het dossier Voedselstrategie³ op Groen Kennisnet.

1.2 Deel 1: gebruik van de materialen binnen de onderwijssetting

- | | |
|-------|--|
| 1.2.1 | De competentie-set |
| 1.2.2 | Leeromgeving |
| 1.2.3 | De competentie-set in relatie tot cruciale beroepsrollen |
| 1.2.4 | De kennisbasis |
| 1.2.5 | Keuzes omtrent de inhoud |
| 1.2.6 | Gebruik van deze competentie-set binnen de eigen onderwijsinstelling |
| 1.2.7 | Binnen welke opleidingen zijn de materialen te gebruiken? |

² http://maken.wikiwijs.nl/59380/Regionaal_voedsel_hoe_werkt_dat_#!page-1156542

³ <http://www.groenkennisnet.nl/dossiers/Pages/voedselstrategie.aspx>

1.2.8 Leerdoelen van de gehele leergang

1.2.1 De competentie-set

Voor het vormgeven van regionale voedselsystemen en het kunnen werken in nieuwe allianties, blijken de volgende competenties aangewend te moeten kunnen worden.

- 1 Denken in gehelen en delen (voedselsysteemgerichtheid)
- 2 Samenwerken met andere sectoren
- 3 Toekomstgerichtheid
- 4 Omgaan met (eigen) normen en waarden
- 5 Actievaardig
- 6 Interpersoonlijke competentie: verbinden
- 7 Strategisch managen
- 8 Waardecreatie / toegevoegde waarde / kwaliteit

De verdere verdeling van de hoofdcompetenties in deelcompetenties is terug te vinden in bijlage 1 aan het eind van dit hoofdstuk.

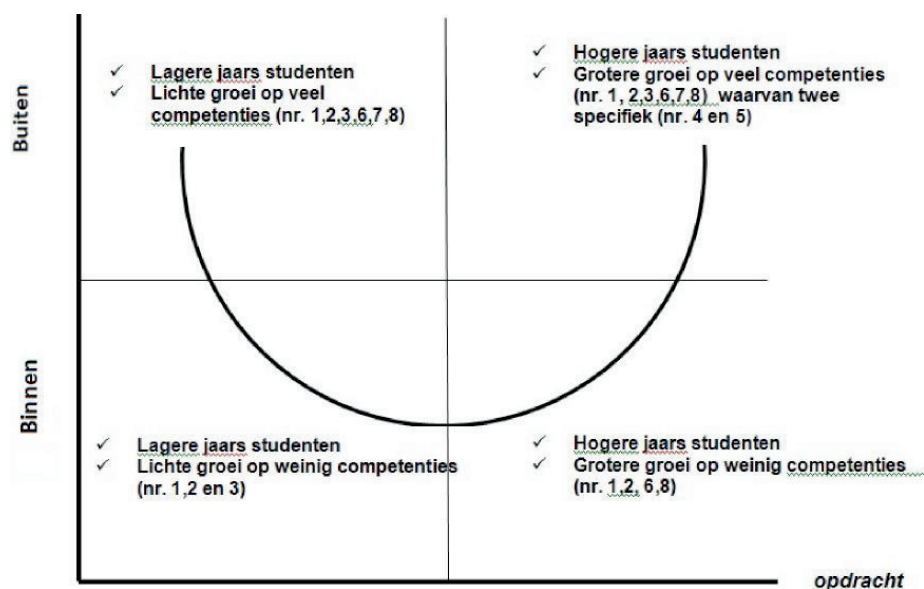
1.2.2 Leeromgeving

In het project is uitgebreid gekeken naar het soort leeromgeving dat geschikt is voor het aanleren van bovenstaande competenties. Deze leeromgevingen, waar uiteraard een voedsel initiatief centraal staat, hebben de onderstaande kenmerken in zich:

De leeromgeving:

1. Is a) ondernemer gedreven; of b) draagt bij aan streekontwikkeling; of c) is een burgerinitiatief;
2. mag variëren in verschillende stadia van rijpheid; van de opstartfase tot het volledig uitontwikkeld zijn;
3. moet a) potentieel winstgevend zijn; of b) bijdragen aan de regionale economie of c) maatschappelijke meerwaarde hebben;
4. moet ruimte kunnen bieden voor deelname van onderwijs; studenten, docenten en lectoren;
5. aantrekkelijk voor het juiste onderwijs niveaus (MBO, HBO, WO).

Figuur 2 toont een model waarbij de leeromgeving en de complexiteit van de opdracht in relatie wordt gebracht met de mate competentiegroei (gebaseerd op resultaten uit het project). Hieruit blijkt dat opdrachten die binnen de school worden uitgevoerd, slechts lichte competentiegroei geven op enkele competenties van de set, terwijl opdrachten uitgevoerd in de echte beroepspraktijk grote competentiegroei laten zijn op veel meer competenties.



Figuur 2: leeromgeving en complexiteit van de opdracht, in relatie tot de mate van competentiegroei

In het dossier voedselstrategie op Groen Kennisnet, onder het kopje ‘proeftuinen’ zijn voorbeelden terug te vinden van geschikte leeromgevingen voor de benodigde competentie ontwikkeling.

Het gaat om voorbeelden uit drie regio’s in Nederland.

1. Gelderse Vallei/Eemland: Doesburger Eng⁴ en Alternatieve voedselnetwerk in Amersfoort⁵
2. Almere: tuinbouwgebied de Buitenvaart⁶ en de Stadsakker⁷
3. Groningen: Stadsboerderij Groningen⁸ (io) en Agrarische natuurvereniging Oost-Groningen⁹

In deel 2 van dit document (tabel 5) zijn voorbeelden te vinden van praktijk-opdrachten binnen geschikte leeromgevingen.

1.2.3 De competentie-set in relatie tot cruciale beroepsrollen

Robuuste regionale voedselinitiatieven hebben elementen in zich van drie focusgebieden uit figuur 3. Ten eerste hebben ze een marktfocus, met een gezond financieel verdienmodel. Ten tweede hebben ze een gebiedsfocus, het initiatief heeft elementen in zich die onlosmakelijk verbonden zijn met zichtbare plekken in de regio. Als laatste heeft het initiatief een sociaal maatschappelijke focus, waarbij specifieke regionale doelgroepen zijn verbonden met het voedselinitiatief. Kortom, als een van deze focussen verdwijnt, komt het bestaansrecht binnen het regionale voedselsysteem in het geding.

Uit het project is gebleken dat de volgende beroepsrollen cruciaal blijken te zijn binnen robuuste regionale voedselsystemen:

4 <http://edepot.wur.nl/275134>

5 <http://edepot.wur.nl/275137>

6 <http://edepot.wur.nl/275136>

7 <http://edepot.wur.nl/299747>

8 <http://edepot.wur.nl/275139>

9 <http://edepot.wur.nl/282260>

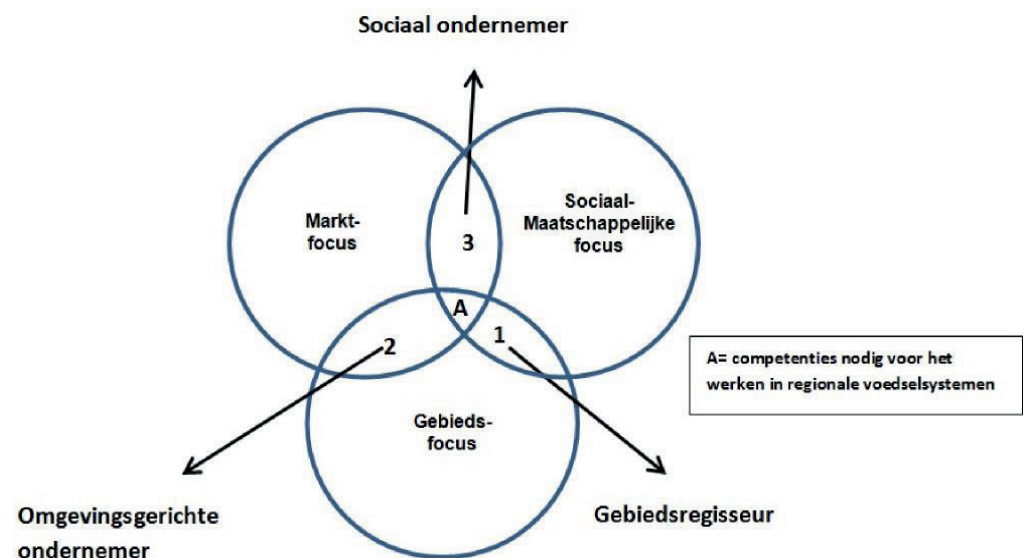
1. gebiedsregisseur
2. omgevingsgerichte ondernemer
3. sociaal ondernemer

Om deze beroepsrol te kunnen uitvoeren moeten alle competenties (eventueel in samenwerkingsverband) kunnen worden aangewend (zie figuur 3).

Deze cruciale beroepsrollen kunnen als volgt worden omschreven:

1. Een gebiedsregisseur (1) is een aanjager die vanuit zijn/haar regionale (semi) beleidsfunctie succesvolle overlap creëert tussen sociaal maatschappelijke behoefte van het gebied en de fysieke inrichting in relatie tot het regionale voedselsysteem.
2. Een omgevingsgerichte ondernemer (2) is iemand die voor eigen rekening en risico een product of dienst ontwikkelt en aanbiedt waarin de fysieke en maatschappelijke omgeving van het bedrijf actief benut worden.
3. Een sociaal ondernemer (3) is iemand die voor eigen rekening en risico een sociaal probleem in de regio signaleert en dat op een ondernemende manier oplost.

De gebiedsregisseur blijkt dus een belangrijke aanjager te zijn om te komen tot een robuust regionaal voedselsysteem. In tabel 2 zijn praktijkvoorbeelden te vinden rond deze beroepsrollen.



Figuur 3: focusgebieden en cruciale beroepsrollen een levensvatbaar en robuust regionaal voedselsysteem

Uiteraard zullen er nog veel meer beroepsrollen en beroepstaken te onderscheiden zijn rond het thema regionaal voedsel. De drie bovengenoemde functies blijken echter essentieel om te komen tot een robuust regionaal voedselsysteem. Andere functieprofielen zijn zeker niet minder relevant, maar laten we binnen de context van dit project buiten beschouwing.

Tabel 2: voorbeelden van deze beroepsrollen zijn:

Gebiedsregisseur	Een professional die vanuit zijn/haar regionale (semi)beleidsfunctie succesvolle overlap creëert tussen sociaal maatschappelijke behoefte van het gebied en de fysiek inrichting in relatie tot het regionale voedselsysteem.
 <i>"Ondernemers en studenten kunnen ontzettend veel van elkaar leren"</i>	Hans Hubers is kenniswerkplaatsmanager bij Gebiedscoöperatie O-Gen. 'In zijn rol als gebiedsregisseur is Hans de spil tussen studenten en docenten van regionale mbo-, hbo- en wo-onderwijsinstellingen en opdrachtgevers uit het gebied rond innovatieopgaven. Binnen het thema regionale voedselsystemen is de Doesburger Eng een succesvol voorbeeld waar door middel van meerjarige en structurele samenwerking docenten en studenten een waardevolle bijdrage leveren aan de doorontwikkeling. In 2014 is hiertoe de coöperatie Doesburger Eng Streekproducten opgericht.
 <i>"Drie jaar geleden ben ik min of meer per ongeluk sociaal ondernemer geworden. Ons maatschappelijk doel staat voorop. We hanteren daarbij een bedrijfsmatige aanpak. Dit is wel onze allergrootste uitdaging."</i>	Marieke Hart is sociaal ondernemer van het initiatief www.thuisafgehaald.nl. De passie voor koken is het startpunt geweest om buurtgenoten met elkaar in contact te brengen. Thuisafgehaald is een community van buurtgenoten die hun zelfgekookte eten delen. Tevens is er sprake van een bedrijfsmatige aanpak met een verdienmodel waarbij inkomen wordt gehaald uit de bemiddeling. In drie jaar tijd hebben zich 9000 thuiskokks aangemeld en bijna 70.000 afhalers van maaltijden.
Omgevingsgerichte ondernemer	Een professional die voor eigen rekening en risico een product of dienst ontwikkelt en aanbiedt waarin de fysieke en maatschappelijke omgeving van het bedrijf actief benut worden.
 <i>"Het is echt genieten om zo met de omgeving en natuur bezig te zijn. We doen het samen met de consument, hoe groter het succes van de weidevogel kaas, hoe meer natuurrijk grasland wij kunnen maken"</i>	Henk Pelleboer is met recht een omgevingsgerichte ondernemer. Een moderne boer in directe verbinding met de omgeving. Het biologisch melkveebedrijf 'Polderzicht' ²van familie Pelleboer in Mastenbroek heeft zich bijzonder veelzijdig ontwikkeld. Zorg, weidevogelsafari, recreatie en ook de melk wordt verwerkt tot het bijzondere product van 'Weidevogelkaas'. Daarnaast produceert het bedrijf sinds kort zijn eigen natuurvlees. De combinatie maakt het bedrijf sterk. Een plek waar mensen kunnen meegenieten van het rijke platteland.

1.2.4 De kennisbasis

Om vanuit een bepaalde functie of beroepsrol competenties te kunnen aanwenden, moet een persoon kunnen terugvallen op bepaalde kennis en vaardigheden, oftewel de Body of Knowledge en Skills (BOKS). Vanuit het project zijn 6 kennisdomeinen essentieel gebleken. Tabel 3 toont voor de drie cruciale beroepsrollen wat de mate van relevantie is van deze benoemde kennisdomeinen.

Tabel 3: relatie tussen de Body of Knowledge & Skills en de cruciale beroepsrollen rond het thema regionaal voedsel

	Thema	Omgevingsgerichte ondernemer	Gebiedsregisseur	Sociaal ondernemer
	Een wijde blik verruimt het denken (LEI 2014)	Basisstof voor elke student/docent om context scherp te krijgen		
1	Regionale voedselproductie; een sector verkenning	++	++	++
2	Omgevingsbewust ondernemen	+++	+	++
3	Sociaal ondernemen	+	+	+++
4	Business modellen in regionale voedselketens	+++	+	+++
5	Media en communicatie in regionaal voedsel	++	++	++
6	Wet- en regelgeving in regionaal voedsel	+	+++	+

+ = basis aanwezig

++ = goede beheersing

+++ = essentieel

In de leergang is de bovengenoemde Body of Knowledge & Skills in 6 hoofdstukken uitgewerkt. Het onderdeel 'Een wijde blik verruimt het denken (LEI 2014)¹⁰' dient als basisstof. Per hoofdstuk is in helicopterview het onderwerp beschreven. Daarna worden suggesties gedaan voor verder te bestuderen literatuur en opdrachten gegeven waar in de lessen door studenten aan kan worden gewerkt. Het materiaal is geschreven op hbo-niveau. Per hoofdstuk worden handreikingen gedaan voor mbo-docenten om de stof toepasbaar te maken voor mbo-leerlingen (apart gedocumenteerd).

1.2.5 Keuzes omtrent de inhoud

In deze leergang staan heel nadrukkelijk de competenties, leeromgevingen, cruciale beroepsrollen en kennisbasis centraal die nodig zijn voor het vormgeven van regionale voedselsystemen en het werken in nieuwe allianties. Centraal daarin staan vragen als: Hoe kunnen voedselinitiatieven economisch rendabel worden (door)ontwikkelt? Met wie moet ik daarvoor samenwerken? Wat is de wettelijke basis? Hoe interacter ik hierin op een goede manier met de fysieke omgeving en

¹⁰ http://maken.wikiwijs.nl/bestanden/308483/een_wijde_blik_april_2014_wurks_den_bosch.pdf

met sociaal maatschappelijke doelgroepen?

Uiteraard is ook een gedegen groen/landbouwkundige kennis noodzakelijk als het bijvoorbeeld gaat om het houden van dieren, maken van teeltplannen en het verwerken van voedselproducten. Om maar niet te spreken van nieuwe technologische innovaties binnen smart farming, vertical farming of precisielandbouw. Binnen de leergang is gekozen om deze onderwerpen niet verder uit te werken. Allerminst omdat ze niet belangrijk zijn. Integendeel! Binnen de projectdoelen is gekozen om te focussen op bovenstaande thema's. Informatie over nieuwe technologieën zal daarom op andere plekken moeten worden gezocht.

1.2.6 Gebruik van deze competentie-set binnen de eigen onderwijsinstelling

Competentiegericht onderwijs is ondertussen in vrijwel elke onderwijsinstelling ingeburgerd. Om de competentie-set voor het werken in regionale voedselsystemen te kunnen gebruiken in de eigen onderwijsinstelling, is het niet nodig om het huidige onderwijssysteem te veranderen.

In het mbo moet gekeken worden bij welk kwalificatiedossier de beroepsrollen het best passen. Vervolgens kunnen de materialen worden toegepast, indien er een koppeling kan worden gemaakt tussen de kerntaken (met bijbehorende werkprocessen) en datgene wat in deze leergang aan bod komt.

In een hbo-setting is de eenvoudigste manier om de eigen competenties op basis van inhoudelijke formulering te vergelijken met de hier gebruikte competentie-set. Op eenvoudige wijze is dan te zien waar binnen het eigen curriculum/onderwijseenheden gewerkt wordt aan competenties die nodig zijn voor het werken in regionale voedselsystemen. Binnen deze onderwijseenheden kan het onderwerp geagendeerd worden.

1.2.7 Binnen welke opleidingen zijn de materialen te gebruiken?

Het onderwerp 'Regionaal voedsel' kent een brede context, zowel qua competenties, qua Body of Knowledge & Skills alsook qua beroepsrollen. In veel opleidingen en opleidingsvarianten binnen het groen onderwijs op mbo- en hbo-niveau, zullen er dan ook raakvlakken zijn met het thema. In voorgaande paragraaf is al kort weergegeven hoe de competentie-set omgevormd kan worden richting de eigen instellingscompetenties.

In tabel 4 is aangegeven voor welke mbo- en hbo-opleidingen de materialen bruikbaar zijn. In deze tabel zijn alleen de aan het project deelnemende onderwijsinstellingen opgenomen. Anders scholen kunnen aan de hand van deze voorbeelden en de competentie-set op eenvoudige wijze bekijken waar het materiaal in te passen is in de eigen opleidingen.

Tabel 4: Bruikbaarheid ontwikkelde materialen voor mbo- en hbo-opleidingen binnen het groen onderwijs

Onderwijsinstelling	Opleiding	locatie
CAH Vilentum	Bedrijfskunde & Agribusiness	Dronten
	Dier & veehouderij	Dronten
	Tuin & akkerbouw	Dronten
	European Food Business	Dronten
	Biologie, Voeding & Gezondheid	Almere
	Groene Bedrijfskunde	Almere
	Groen Stedelijke Ontwikkeling	Almere
Van Hall Larenstein	Bedrijfskunde & Agribusiness	Leeuwarden Velp
	Dier & Veehouderij	Leeuwarden Velp
	Tuin & Akkerbouw	Leeuwarden
	Management van de Leefomgeving	Leeuwarden
	Diermanagement	Leeuwarden
	International Development Management	Velp
	Master Agricultural Production Chain Management	Velp
AOC Terra	Vakbekwaam medewerker Akkerbouw	Groningen Emmen
	Ondernemer Akkerbouw	Groningen Emmen
	Vakbekwaam medewerker Veehouderij	Groningen Meppel Emmen

	Ondernemer Veehouderij	Groningen Meppel Emmen
	Vakbekwaam medewerker Natuur en Leefomgeving	Groningen Meppel Emmen
	Manager Natuur en Leefomgeving	Groningen Meppel Emmen
Groenhorst-college	Voedingsspecialist	Ede
	Ondernemer Akkerbouw	Emmeloord
	Ondernemer Fruitteelt	Velp
	Ondernemer Groenteteelt	Velp
	Bedrijfsleider Biologisch Dynamisch Bedrijf	Dronten
	Manager Natuur en Leefomgeving	Almere Velp
	Toegepaste Biologie	Almere Ede Emmeloord

1.2.8 Leerdoelen van de gehele leergang

- Leerdoelen van de leergang rond kennis, beroepsrollen en competenties zijn hieronder specifieker uitgewerkt. Kennis:
- De student bezit de kennis op het gebied van regionale voedselproductie en kan deze kennis toepassen in authentieke situaties.

- De student bezit de kennis op het gebied van het initiëren en regionale voedselinitiatieven en kan deze kennis toepassen in authentieke situaties.
- De student bezit de kennis op het gebied van omgevingsbewust ondernemerschap en kan deze kennis toepassen in authentieke situaties.
- De student bezit de kennis op het gebied van sociaal ondernemen en kan deze kennis toepassen in authentieke situaties.
- De student bezit de kennis op het gebied van business modellen voor nieuwe voedselallianties en kan deze kennis toepassen in authentieke situaties.
- De student bezit de kennis op het gebied van nut en noodzaak van nieuwe media in het kader van nieuwe voedselallianties en kan deze kennis toepassen in authentieke situaties.
- De student bezit de kennis op het gebied van wet- en regelgeving op het gebied van nieuwe voedselallianties en kan deze kennis toepassen in authentieke situaties.

Rollen:

- De student kan uitleggen wat een bepaalde rol (omgevingsgericht ondernemer, gebiedsregisseur of sociaal ondernemer) binnen nieuwe voedselallianties betekent.
- De student kan benoemen in het kader van een bepaald voedselinitiatief welke rol of rollen het meest belangrijk zijn.
- De student kan zijn of haar eigen rol evalueren in een authentieke situatie van een voedselalliantie.
- De student kan benoemen welke aspecten van een bepaalde rol hij of zij nog moet ontwikkelen om succesvol te zijn in deze bepaalde rol.

Competenties:

- De student kan uitleggen welke competenties belangrijk zijn in nieuwe voedselallianties.
- De student kan benodigde competenties toepassen in authentieke situaties waarin wordt gewerkt aan voedselinitiatieven.
- De student kan evalueren welke competenties hij of zij heeft ingezet in authentieke situaties en hij of zij kan bij zichzelf nagaan hoe goed hij of zij scoort op bepaalde competenties.
- De student kan samen met de docent een omgeving creëren waarin hij of zij de benodigde competenties nader kan ontwikkelen.

1.3 Deel 2: De-making-of; projectresultaten nader bekeken

In dit deel wordt ingezoomd op de totstandkoming van de projectresultaten: de competentie-set, de leeromgevingen, de cruciale beroepsrollen en de kennisbasis. In het kort wordt het projectverloop geschetst en een verantwoording gegeven hoe vanuit de projectresultaten is gekomen tot bovengenoemde materialen.

- 1.3.1 Doelstelling van het project
- 1.3.2 De proeftuinen en praktijkopdrachten
- 1.3.3 Monitoring van de competentieontwikkeling
- 1.3.4 Competenties in relatie tot het werkveld; cruciale beroepsrollen
- 1.3.5 Relatie tussen de cruciale beroepsrollen, de competentie set en de Body of Knowledge en skills (BOKS)
- 1.3.6 Meer projectresultaten
- 1.3.7 Literatuur

1.3.1 Doelstelling van het project

Het project kende het volgende hoofddoel:

Ondersteunen van de ontwikkeling van nieuwe competenties bij leerlingen/studenten/docenten en andere stakeholders, nodig voor het vormgeven van regionale voedselstrategieën en het werken in nieuwe allianties.

De drie onderstaande doelstellingen ondersteunden dit hoofddoel:

- Doelstelling 1: Selecteren geschikte business Cases (BC) als ‘regionale proeftuin voor nieuwe competenties’.
- Doelstelling 2: Proefondervindelijk vaststellen van nieuwe competenties en deze vertalen naar diverse curricula.
- Doelstelling 3: Ontwikkelen en uittesten van methodes en instrumenten om competenties te verwerven.

1.3.2 De proeftuinen en praktijkopdrachten

Bij aanvang van het project zijn in drie regio’s Business Cases (proeftuinen) geselecteerd. Het betrof de regio’s Gelderse Vallei Eemland, Almere en Groningen. Samen met diverse externe partijen zijn criteria opgesteld om te toetsen of een regionaal voedselinitiatief geschikt was als proeftuin voor het project. De criteria waren:

1. Diversiteit in initiatieven; ondernemer gedreven, streekontwikkeling en burgerinitiatieven.
2. Stadia van rijpheid; variërend van initiatieven in de opstartfase tot volledig uitontwikkeld.
3. Potentieel winstgevend zijn; bijdragen aan de regionale economie of maatschappelijke meerwaarde hebbend.
4. Ruimte voor deelname onderwijs; studenten, docenten en lectoren.
5. Aantrekkelijk voor meerdere onderwijs niveaus; zowel mbo als hbo.

In de Gelderse Vallei/Eemland is samengewerkt met de Doesburger Eng en het alternatieve voedselnetwerk in Amersfoort. In Almere met de tuinders van Buitenvaart en de Stadsakker en in Groningen met de Stadsboerderij Groningen (io) en de Agrarische Natuurvereniging Oost Groningen.

Alvorens studenten en docenten aan de slag konden in de diverse proeftuinen met praktijkopdrachten, is via een deskstudie onderzocht welke competenties relevant zijn binnen het thema ‘regionale voedselstrategieën’. De ontwikkelde competentie-set is gevalideerd door experts uit het werkveld en vervolgens verwerkt in monitoringsprotocollen.

Gedurende 1,5 jaar hebben ruim 165 studenten in het kader van diverse curricula in het Groen Onderwijs 18 praktijkopdrachten (tabel 5) uitgevoerd in de proeftuinen.

Tabel 5: voorbeelden van praktijkopdrachten binnen de proeftuinen

Praktijkopdracht	Opleiding	Leerjaar
Regio Almere		
Regionale ontwikkeling m.b.v. stadslandbouw	Hbo; Groene stedelijke ontwikkeling	3
Excursiereeks regionale voedsel strategieën Milaan	Hbo; Groene stedelijke ontwikkeling	1
Betekenis regionale productie voor relatie stad-land	Hbo; Groene stedelijke ontwikkeling	1
Leidinggeven aan moestuinierproject met basisschoolkinderen.	Hbo; Voeding & gezondheid	3
Marktonderzoek naar potentie voor een 'educatieve belevingssupermarkt'	Hbo; Agrarische bedrijfskunde	2
Operationeel management op de Stadsakker	Mbo; Natuur & leefomgeving	3
Maken van een plan om Stadsakker toegankelijk te maken voor breed publiek	Hbo; Groene stedelijke ontwikkeling	2
Regio Gelderse Valei		
Onderzoek marktpotentie m.b.t. afnemers streekproducten Doesburger Eng	Hbo; Rural Development Innovation	2
Ketenontwikkeling regionaal voedsel Doesburger Eng	Hbo; Rural Development Innovation	4
Onderzoek naar omgevingsgericht ondernemerschap in de Doesburger Eng: nieuwe product-markt combinaties marktverkenning potentiële afzet (vervolg) bevorderen sociale cohesie verbeteren stad-land relaties	Professional Master	
Verkenning regionale voedselproductie regio Amersfoort: Potentieel productie/aanbod Kwaliteits-, wettelijke aspecten Keurmerk	Hbo; Diergezondheid	1 en 2
Regio Groningen		
Ontwerpen van een op te zetten Stadsboerderij	Mbo; Veehouderij; Milieukunde en Bouwkunde	1 en 3
Ontwerpen van een korte voedselketen voor baktarwe ANOG	Hbo; Agrarische bedrijfskunde	2

1.3.3 Monitoring van de competentieontwikkeling

Gedurende het uitvoeren van de praktijkopdrachten in de proeftuinen, is de competentieontwikkeling gemonitord met behulp van een nul- en een eindmetingen¹¹ een reflectiegesprek¹² met de opdrachtgevers.

Daarnaast zijn vijf experts uit het werkveld geïnterviewd waarbij expliciet is gevraagd naar de benodigde competenties.

Tevens zijn de 75 bezoekers van de georganiseerde masterclass ‘masters in regionaal voedsel’¹³ geënquêteerd naar hun behoefte aan competentieontwikkeling.

De diverse metingen hebben geresulteerd in:

- een gevalideerde competentieset voor het vormgeven van regionale voedsel-systemen¹⁴ en het werken in nieuwe allianties;
- inzicht in de leeromgeving en het soort opdrachten en de complexiteit daarvan, nodig om studenten deze competenties aan te leren;
- cruciale beroepsrollen die noodzakelijk zijn om regionaal voedsel tot een economisch en maatschappelijk succes te maken;
- een Body of Knowledge en Skills (BOKS) die professionals binnen het thema regionaal voedsel moeten kunnen aanwenden (=de kennisbasis).
- Uit de totale monitoring (leerlingen/studenten, experts uit het werkveld en bezoekers van de masterclass) kan geconcludeerd worden dat alle 8 de competenties nodig zijn om vruchtbaar bij te kunnen dragen aan regionale voedselinitiatieven. Daarbij bleek dat studenten, door het uitvoeren van opdrachten binnen de proeftuinen, de meeste groei lieten zien op de competenties ‘denken in gehele en delen (1)’, ‘samenwerken met andere sectoren (2)’ en ‘verbinden (6)’, gevolgd door
- ‘toekomstgerichtheid (3)’,
- ‘strategisch managen (7)’ en
- ‘waardecreatie (8).

Het minst vaak werd groei werd gerealiseerd op de competenties

- ‘normen & waarden (4)’ en
- ‘actievaardigheid (5)’.

Het soort opdracht en het studievoortgangsjaar van de betrokken studenten bleken van essentieel belang voor de mate van competentiegroei. Uit analyse van de 18 uitgevoerde opdrachten (zie tabel 5) bleek variatie aanwezig in de mate van praktijkgerichtheid (van ‘simulatie op school (=binnen)’ tot ‘veldopdracht buiten de school (=buiten)’ en de mate van complexiteit (van ‘excursiereeks (=simpel)’ tot ‘korte ketenontwikkeling (=complex)’).

Figuur 2 (zie deel 1) is het resultaat van deze analyse. In dit model zijn de leeromgeving en de complexiteit van de opdracht in relatie gebracht met de mate van competentiegroei.

Geconcludeerd kan worden dat een externe, praktijkgerichte leeromgeving met complexe opdrachten de grootste competentiegroei realiseert.

¹¹ <http://edepot.wur.nl/294367>

¹² <http://edepot.wur.nl/294369>

¹³ <http://library.wur.nl/WebQuery/edepot/307907>

¹⁴ http://maken.wikiwijs.nl/bestanden/308603/bijlage_1.pdf

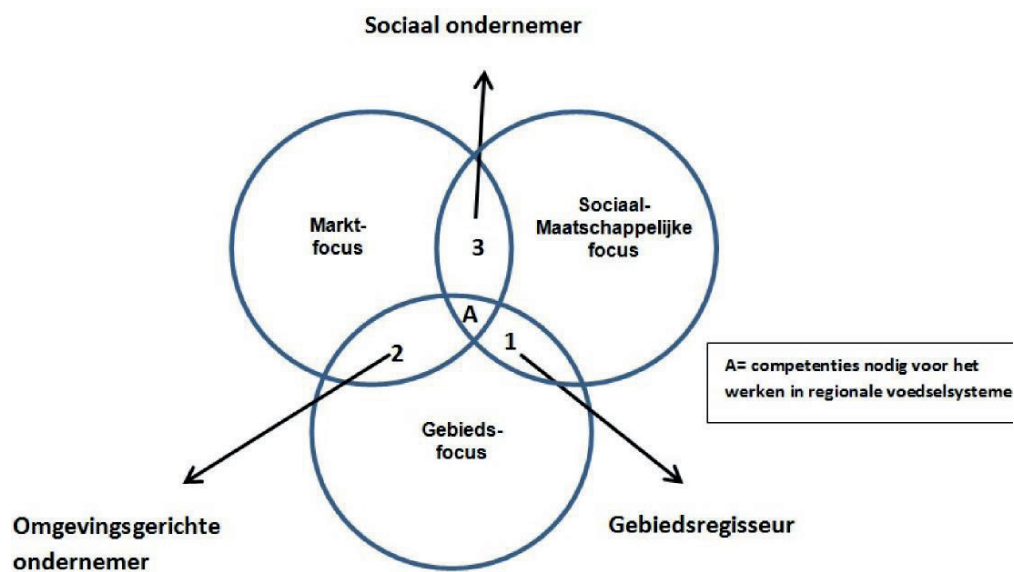
1.3.4 Competenties in relatie tot het werkveld; cruciale beroepsrollen

De resultaten van de monitoring hebben inzicht gegeven in de benodigde competenties en op welke wijze deze het beste kunnen worden aangeleerd. Tevens heeft het inzicht gegeven in de cruciale beroepsrollen binnen een voedselinitiatief. Analyse van de zes business cases (proeftuinen) binnen de drie betrokken regio's liet zien dat voedselinitiatieven ingedeeld kunnen worden in drie groepen. Deze indeling wordt bevestigd door Arkenbaute en Prause, 2014.

- Ondernemersgericht initiatieven
- Gebiedsgerichte initiatieven
- Sociale/burgerinitiatieven

Robuuste regionale voedselinitiatieven hebben elementen in zich van drie focusgebieden uit figuur 3 (zie deel 1). Ten eerste hebben ze een marktfocus, met een gezond financieel verdienmodel. Ten tweede hebben ze een gebiedsfocus, het initiatief heeft elementen in zich die onlosmakelijk verbonden zijn met een zichtbare plekken in de regio. Als laatste heeft het initiatief een sociaal maatschappelijke focus, waarbij specifieke regionale doelgroepen zijn verbonden met het voedselinitiatief. Kortom, als een van deze focussen verdwijnt, komt het bestaansrecht binnen het regionale voedselsysteem in het geding.

Analyse van de vijf profielschetsen, gemaakt op basis van interviews met stakeholders/experts, in combinatie met de analyse van de proeftuinen uit het project, heeft inzicht gegeven in cruciale beroepsrollen die van essentieel belang zijn voor het succesvol maken van een voedselinitiatief (zie figuur 3).



Figuur 3: focusgebieden en cruciale beroepsrollen een levensvatbaar en robuust regionaal voedselsysteem

Het blijkt noodzakelijk te zijn dat personen (eventueel in samenwerkingsverbanden) de complete competentie-set kunnen aanwenden (zie figuur 3, A). In het project zijn deze cruciale beroepsrollen als volgt omschreven en gedefinieerd:

1. Een gebiedsregisseur (1) is een aanjager die vanuit zijn/haar regionale (semi) beleidsfunctie succesvolle overlap creëert tussen sociaal maatschappelijke behoefte van het gebied en de fysieke inrichting in relatie tot het regionale voedselsysteem.

2. Een omgevingsgerichte ondernemer (2) is iemand die voor eigen rekening en risico een product of dienst ontwikkelt en aanbiedt waarin de fysieke en maatschappelijke omgeving van het bedrijf actief benut worden.
3. Een 'sociaal ondernemer' (3) is iemand die voor eigen rekening en risico een sociaal probleem in de regio signaleert en dat op een ondernemende manier oplost.

De gebiedsregisseur is dus een belangrijke aanjager om te komen tot een robuust regionaal voedselsysteem.

Uiteraard zullen er nog veel meer functieprofielen en beroepstaken te onderscheiden zijn rond het thema regionaal voedsel. De drie bovengenoemde functies blijken echter essentieel om te komen tot een robuust regionaal voedselsysteem. Andere functieprofielen zijn zeker niet minder relevant, maar zijn binnen de context van dit project buiten beschouwing gelaten.

1.3.5 Relatie tussen de cruciale beroepsrollen, de competentie set en de Body of Knowledge en skills (BOKS)

Om vanuit een bepaalde functie of beroepstaak competenties te kunnen aanwenden, moet een persoon kunnen terugvallen op bepaalde kennis en vaardigheden, oftewel de Body of Knowledge en Skills (BOKS). Welke kennis en vaardigheden nu precies in deze BOKS aanwezig moet zijn rondom het thema 'regionaal voedsel' is uitgebreid onderzocht in het project. Door analyse van de studentenopdrachten (waar ging de opdracht precies over?), de interviews met de stakeholders en experts en vanuit de enquêteformulieren van deelnemers van de masterclass, is een selectie gemaakt van de benodigde kennis en vaardigheden. Van hieruit is een matrix samengesteld waarin voor de drie bovengenoemde cruciale beroepsrollen is gekeken hoe belangrijk de onderdelen van de BOKS zijn voor dat profiel (zie tabel 3).

Tabel 3: relatie tussen de Body of Knowledge & Skills en de cruciale beroepsrollen rond het thema regionaal voedsel

	Thema	Omgevingsgerichte ondernemer	Gebieds regisseur	Sociaal ondernemer
	'Een wijde blik verruimt het denken', LEI, april 2014	Basisstof voor elke student/docent om context scherp te krijgen		
1	Regionale voedselproductie; een sectorverkenning	++	++	++
2	Omgevingsbewust ondernemen	+++	+	++
3	Sociaal ondernemen	+	+	+++
4	Business modellen in regionale voedselketens	+++	+	+++
5	Media en communicatie in regionaal voedsel	++	++	++
6	Wet- en regelgeving in regionaal voedsel	+	+++	+

+ = basis aanwezig

++ = goede beheersing

+++ = essentieel

1.3.6 Meer projectresultaten

In het dossier voedselstrategie op Groen Kennisnet zijn alle opgeleverde producten en achtergronden, alsmede enkele gepubliceerde artikelen naar aanleiding van dit project, terug te lezen.

1.3.7 Literatuur

Arkenbout en Prause; Boer en consument heffen de vork; herverdeling van de voedselketen. Hogeschool van Amsterdam 2014; in opdracht van Urgenda.¹⁵ Wiskerke, J.S.C. (2009); On Places Lost and Places Regained; Reflections on the Alternative Food Geography and Sustainable Regional Development. International Planning Studies, 14:4,369-38¹⁶

¹⁵ <http://edepot.wur.nl/318743>

¹⁶ <http://library.wur.nl/WebQuery/edepot/137582>

Bijlage 1: Competentie-set voor het werken in regionale voedselsystemen

1. Denken in gehelen en delen (systeemgerichtheid)
In mijn dagelijks denken gebruik ik een systeembenadering. Bij een regionaal voedselvraagstuk benoem ik eerst het systeem en onderzoek ik de patronen, verbanden en relaties tussen elementen waaruit het systeem bestaat.
<i>Onderdelen van 1:</i>
a. Ik ken de basisprincipes van agro-ecologie.
b. Ik kan de belangrijkste spelers/actoren van het regionale voedselnetwerk benoemen.
c. 1. Ik kan de belangrijkste elementen van een voedselinitiatief met een negatieve en positieve invloed op mens, milieu en economie benoemen.
c. 2. Ik ben in staat om verbeteringen voor te stellen welke de negatieve invloed op het milieu of de samenleving verminderen.
d. Ik kan de gehele levenscyclus van een product evalueren en beoordelen: van ontstaan, productie, transport tot gebruik en afdanking van het product.
e. 1. Ik kan sterktes en zwaktes op mens, milieu en economie van productieketens benoemen.
e. 2. Ik ben in staat om verbeteringen voor te stellen welke de negatieve invloed op het milieu of de samenleving verminderen.
f. Ik ben in staat om maatschappelijke, milieu- en sociale overwegingen te verenigen in de toekomstplannen van een voedselinitiatief.
g. Ik houd rekening met duurzaamheidscriteria bij het inkopen van producten en diensten.

2. Samenwerken met andere sectoren
Ik realiseer me dat regionale voedselvraagstukken per definitie vraagstukken zijn die meerdere sectoren omvatten (bijvoorbeeld agrosector, ICT, techniek, health, economie, communicatie, marketing). Je hebt verschillende sectoren nodig om de problemen op te lossen of om de impact van een probleem te minimaliseren. Ik kan de problemen, zoals gezondheidsproblemen, het tekort aan energie, afvalmanagement, arbeidscondities of het terugdringen van de footprint niet in mijn eentje oplossen.
<i>Onderdelen van 2:</i>
a. Ik ben in staat om economische, sociale en ecologische belangen bij elkaar te brengen.
b. Bij het werken aan regionale voedselvraagstukken benut ik de ervaringen, activiteiten en waarden van alle relevante betrokkenen, ook uit andere sectoren.
c. Ik ben in staat om belanghebbenden en experts uit verschillende sectoren actief te betrekken bij het werken aan regionale voedselvraagstukken.
d. Ik kan uitleggen waarom het belangrijk is om lokale belanghebbenden bij een voedselinitiatief te betrekken.
e. Ik deel mijn kennis met alle belanghebbenden.

3. Toekomstgerichtheid
Ik realiseer me dat het omgaan met regionale voedselvraagstukken in mijn toekomstige baan of onderneming betekent dat ik met onzekerheid kan omgaan, ik toekomstprognoses kan maken, me bewust ben van andermans verwachtingen en plannen kan maken en bijstellen indien nodig.
<i>Onderdelen van 3:</i>
a. Ik kan mijn werk uitvoeren ook al is nog niet alles duidelijk en zijn er open einden.
b. Ik kan verschillende richtingen of scenario's (met daarin de risico's en kansen) voor toekomstige ontwikkelingen voor duurzaamheid schetsen en afwegen
c. Ik kan risico's en kansen van toekomstige ontwikkelingen voor duurzaamheid benoemen
d. Bij het analyseren en evalueren van nieuwe activiteiten binnen het voedselinitiatief houd ik bij mijn afwegingen rekening met de effecten op de korte en de lange termijn: ik maak een duurzame afweging voor nu en voor later
e. Bij het analyseren en evalueren van nieuwe activiteiten maak ik een duurzame afweging voor de directe omgeving en de regio (ook wereldwijd)
f. Ik kan creatieve oplossingen bedenken voor vraagstukken. Daarbij durf ik nieuwe wegen in te slaan.

4. Omgaan met (eigen) normen en waarden
Ik begrijp dat regionale voedselvraagstukken zijn omgeven met onduidelijkheid. Ik weet wel wat betrouwbare bronnen zijn en hoe ik feiten en onderzoeksresultaten moet gebruiken in mijn eigen situatie en vraagstukken. De beslissingen die ik neem of de initiatieven die ik onderneem zijn gebaseerd op deze inzichten.
<i>Onderdelen van 4:</i>
a. Ik weet de bronnen te selecteren die mij betrouwbare informatie verschaffen over wat duurzaam is en wat niet.
b. Ik kan de meest recente duurzaamheidsfeiten en -cijfers vinden.
c. Ik ben bereid het initiatief te nemen om mijn eigen leven te verbeteren op basis van duurzaamheidsprincipes, -doelen, -normen en waarden.
d. Ik weet in mijn studiedomein wat 'goede voorbeelden' zijn op het gebied van duurzaamheid.
e. Ik ben in staat om normen, waarden, doelen en principes op het gebied van duurzaamheid toe te passen in de praktijk.
f. Ik ben in staat om keuzes die gemaakt zijn op het gebied van duurzaamheid te verklaren.
g. Ik weiger om zaken te doen wanneer milieu-, sociale- of maatschappelijke aspecten duidelijk in gevaar zijn.

5. Actievaardig
Ik ben me er van bewust, dat om iets te veranderen, ik vooral eerst zelf in actie moet komen.
<i>Onderdelen van 5:</i>
a. Ik ben voortdurend op zoek naar nieuwe manieren om mijn leven (nog) duurzamer in te richten.
b. Ik ben voortdurend bezig om 'het verschil te maken' in mijn omgeving en de wereld.
c. Ik heb de neiging om anderen het initiatief te laten nemen als het gaat om nieuwe duurzaamheid gerelateerde projecten/ontwikkelingen.
d. Ik stel niet-duurzame praktijken in voedselinitiatieven ter discussie.
e. Ik blink uit in het zien van kansen op het gebied van duurzaamheid.
f. Ik zoek voortdurend naar mogelijkheden om de efficiency en/of effectiviteit van systemen op het gebied van mens, milieu en economie te verbeteren.
g. Ik weet hoe sociale, milieu- en maatschappelijke uitdagingen voor voedselinitiatieven in kansen kunnen worden omgezet.
h. Ik ben in staat om het management van een bedrijf of organisatie te motiveren om te investeren in duurzaamheid.

6. Interpersoonlijke competentie: verbinden
Het werken aan regionale voedselvraagstukken is iets wat je bij voorkeur niet alleen doet. Het vereist dat ik samenwerk met andere mensen met andere mensen (ook uit andere sectoren).
<i>Onderdelen van 6:</i>
a. Ik stel mezelf gemakkelijk voor aan iemand die ik niet ken.
b. Ik laat de ander altijd weten hoezeer ik samenwerking met hem/haar waardeer wanneer ik aan een oplossing voor complexe projecten werk.
c. Als iemand één of meerdere aspecten van duurzaamheid negeert of vergeet dan laat ik dit direct weten.
d. Als iemand 'stoom af moet blazen' bij complexe problemen dan blijf ik rustig en luister ik zorgvuldig.
e. Bij een persoonlijk conflict ben ik in staat om me in te leven in de ander en zijn/haar standpunt volledig te begrijpen.
f. Ik kan goed aanvoelen in welke mate belanghebbenden bereid zijn om mee te werken aan een project.

7. Strategisch managen
Het werken aan regionale voedselinitiatieven vereist dat ik plannen ook daadwerkelijk in uitvoer breng. Dit betekent onder andere dat ik taken opstel, mensen en middelen organiseer, andere motiveer en inspireer en de activiteiten evalueer.
<i>Onderdelen van 7:</i>
a. Wanneer er een specifiek (duurzaamheids)doel moet worden bereikt, weet ik wie ik hierbij moet betrekken.
b. Als ik (duurzaamheids)doelen wil realiseren, dan weet ik welke stappen genomen moeten worden om succes te hebben.
c. Ik weet hoe ik de meest recente kennis over duurzaamheid moet toepassen in de voedselinitiatieven waaraan ik werk.
d. Ik werk systematisch (ontwerp, testen, implementeren, evalueren).
e. Ik ben in staat om duurzaamheiddoelstellingen van een voedselinitiatief te monitoren.
8. Waardecreatie / toegevoegde waarde / kwaliteit
a. Ik kan de toegevoegde waarde van een voedselinitiatief beschrijven in termen van people, planet, profit.
b. Ik kan de toegevoegde waarde van een voedselinitiatief beschrijven in termen van kwaliteit.
c. Ik kan mijn rol beschrijven en ten uitvoer brengen binnen deze waarde creatie in termen van mens, milieu en economie.

2 Regionale voedselproductie; een sectorverkenning

In dit hoofdstuk wordt door de paragrafen heen duidelijk wat de terminologie regionale voedselproductie inhoudt en hoe dit in praktijk zijn beslag krijgt. De eerste twee paragrafen schetsen de ontwikkelingen in tijd met betrekking tot de landbouw en voedselproductie. Vervolgens komen we bij de hedendaagse ontwikkelingen en hervormingen met ingrijpende veranderingen in het voedselsysteem, ondersteund met voorbeelden uit de praktijk. Tot slot wordt van smal naar breed uitgebouwd waar we het over hebben bij regionaal voedsel, een regionaal voedselinitiatief en een regionale voedselketen. Aan het einde van dit hoofdstuk vind je literatuur en opdrachten voor verdere verdieping en toepassing in de praktijk.



2.1 Voedselproductie

Voedselproductie heeft betrekking op de zorg om de bevolking van voldoende voedsel te voorzien. Dat is altijd zo geweest en dat geldt nog steeds voor een groot deel van de wereldbevolking. In de economisch sterk ontwikkelde landen heeft die zorg om voedsel niet meer de hoogste prioriteit. Voedsel is in overmaat aanwezig en consumenten verkeren hier meestal in de luxepositie dat ze kunnen kiezen wat ze willen eten.

Sinds de jaren vijftig van de vorige eeuw is de ontwikkeling in voedselzekerheid mede vormgegeven door de opkomst van sterke distributie- en verkoopkanalen. Groothandelaren en supermarkten hebben daar een belangrijk aandeel in geleverd. Voedsel werd in voldoende mate aangeboden, in veel variatie en met veel gemak. Alle boodschappen doen op dezelfde locatie is voor consumenten veelal doorslaggevend om dat bij de supermarkt te doen. Door groei en fusies is het aantal supermarktconcerns behoorlijk geslonken. Hierdoor is de macht bij deze kleine groep overgebleven supermarktconcerns veel groter geworden. Producent en consument staan vrijwel niet meer in contact met elkaar. De supermarkt oefent invloed uit op de consument om te bepalen wat die eet en wat de producent daarvoor moet leveren. Duurzaam omgaan met voedsel is veelal ondergeschikt aan het economisch belang.

Om hier verbetering in aan te brengen en te zorgen voor een duurzamer voedselpakket, moet de macht terug naar de producent en consument en moeten zij beter met elkaar communiceren. De afstand moet kleiner worden waardoor de producent levert wat de consument vraagt en de consument weet wat hij eet. Een korte keten wil niet altijd zeggen dat die minder schakels heeft of dat de geografische afstand van producent naar consument korter is. Een korte keten wil zeggen dat er transparantie is en goede communicatie. De verdeling van de financiële opbrengst moet gelijk zijn aan

de bijdrage die elke schakel heeft geleverd. Overgebleven schakels in de keten moeten meer de rol van bemiddelaar vertolken. Wat vraagt de consument en welke kansen biedt dat de producent?. Hoe kunnen product- en keteninnovaties daarop inspelen?

2.2 Ontwikkelingen in de agrofoodsector

Er zijn volop ontwikkelingen in de agrofoodsector, zowel aan de aanbodkant als aan de vraagzijde en in de keten daartussen.

2.2.1 Ontwikkelingen in de tijd

De Nederlandse agrofoodsector heeft nationaal en internationaal een aanzienlijke positie opgebouwd. Zowel als voedselproducent als op basis van de innovatiekracht en technologische kennis in relatie tot de agrofoodsector. Nederland is zelfs de derde landbouwexporteur ter wereld. Dit alles schept kansen, maar brengt ook verantwoordelijkheden met zich mee. De verwachting is dat de wereldbevolking toeneemt naar zeven miljard in 2012 en naar negen miljard in 2050. Hierdoor zal de vraag naar voedsel toenemen.

In Nederland neemt sinds de jaren vijftig van de vorige eeuw het aantal bedrijven in de land- en tuinbouw sterk af: van 410.000 in 1950 naar 178.000 in 1970 en 70.390 in 2011. Dat proces zal zich naar verwachting voortzetten met een daling tot minder dan 50.000 in 2020. Voor de grondgebonden sectoren als de akkerbouw en de melkveehouderij betekent dat een groeiende oppervlakte per bedrijf en minder, maar grotere bedrijfsgebouwen.

Voor gebouwgebonden sectoren als de glastuinbouw en de intensieve veehouderij voltrekt zich deze ontwikkeling in grotere gebouwen, en grote aantallen dieren per bedrijf. Een aantal van de bedrijven die in dit proces niet mee willen of kunnen gaan, verbreden hun economische basis en ontwikkelen producten en diensten voor lokale en regionale markten, zoals streekproducten, kamperen bij de boer, dagopvang en conferentievoorzieningen. Een groter aantal wordt beëindigd, hetzij actief of door gebrek aan opvolging (Raad voor de leefomgeving en infrastructuur 2013).

2.2.2 Koersen op basis van eisen, wensen en mogelijkheden

Vandaag de dag stellen zowel consumenten als de overheid nieuwe eisen aan producten (voedselkwaliteit, -kwaliteit en -veiligheid), productiewijzen (dierziektepreventie, milieu, dierenwelzijn, genetische modificatie) en de omgang met de omgeving (natuur, landschap, water, klimaat). Agrarische ondernemers moeten door deze steeds hogere maatschappelijke eisen efficiënter en meer produceren, en betere producten op de markt brengen.

In productie, verwerking, logistiek en transport veranderen hightechinnovaties het beeld van de keten ingrijpend. Er tekenen zich nieuwe samenwerkingsverbanden af die primaire bedrijven voor fundamentele keuzes stellen: meer binding in ketenverband en/of met andere partijen in de regio, of afbouwen dan wel beëindigen van het bedrijf.

Op internationale markten eisen opkomende economieën hun plaats op, waardoor de concurrentie op zowel de grondstoffen- als de afzetmarkt toeneemt. Daarnaast leiden veranderende klimatologische omstandigheden (droogte, slechte oogsten) in combinatie met veranderingen in de vraag tot grotere prijsschommelingen op de wereldmarkt (Raad voor de leefomgeving en infrastructuur 2013).

Uit dit alles blijkt dat de agrofoodsector zich in een spanningsveld bevindt tussen scherpe concurrentieverhoudingen op de wereldmarkt met schommelende marges enerzijds, en steeds hogere eisen vanuit de samenleving anderzijds. Om uit dit spanningsveld te komen is een proces van verduurzaming nodig waarbij de concurrentiepositie niet alleen door kostprijsverlaging wordt versterkt maar ook door maatschappelijke eisen te integreren (Raad voor de leefomgeving en infrastructuur 2013).

De boodschap van de Topsector Agro&Food, verwoord in 'Agro&Food; de Nederlandse groeidiamant'¹⁷ (Hart 't, C, 2011) is helder: 'Werk aan een duurzamer en maatschappelijk gewaardeerd voedselproductiesysteem dat bijdraagt aan voedselzekerheid, een verbeterde volksgezondheid en een sterkere economie met meer werkgelegenheid'.

¹⁷ <http://edepot.wur.nl/171842>

2.3 Verduurzaming van het voedselsysteem

Duurzaam voedsel leeft en staat volop in de belangstelling (zie RIDL&V, 2011). Op veel plaatsen in Nederland zijn er initiatieven om voedsel duurzamer te maken.

2.3.1. Vraag naar verduurzaming

Ngo's en bedrijfsleven hebben elkaar gevonden en treden steeds vaker samen op om verduurzaming in de keten en een hogere kwaliteit van voedsel tot stand te brengen. Zo wordt op mondiaal niveau door de Round Table on Responsible Soy (RTRS) een certificeringsstelsel ontwikkeld voor duurzame soja, terwijl in Nederland de Dierenbescherming samen met de veehouderijsector het Beter Leven kenmerk tot stand bracht. Regionaal zijn er nieuwe samenwerkingsverbanden om een vitaal platteland te ontwikkelen.

De belangstelling voor duurzaam voedsel komt onder meer voort uit de maatschappelijke bewustwording dat het klimaat verandert en dat fossiele brandstoffen schaars worden. Daarbij komen steeds meer mensen tot het besef dat het huidige voedselsysteem heel veel ruimte in beslag neemt en afhankelijk is van energie voor de productie, verwerking en het transport van voedsel van producent naar consument. Daar komt bij dat een groot deel van de Nederlandse bevolking zich niet (meer) bekend en verbonden weet met de herkomst en productiewijze van zijn voedsel, waardoor het gevoel leeft dat men geen grip heeft op de kwaliteit van het eigen voedingspatroon, maar ook op de leefbaarheid van de omgeving en het welzijn van mens en dier. In het maatschappelijke en ook het wetenschappelijk debat komt ook de relatie aan de orde tussen de kwaliteit van voedsel en moderne gezondheidsproblemen zoals obesitas.

De vraag naar transparantie en verduurzaming van de voedselketen en het totale voedselsysteem neemt toe, al is niet altijd even duidelijk wat iedereen hieronder verstaat en wie welke rol hierin speelt.

Het toenmalige ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (EL&I) zag een belangrijke rol weggelegd voor gemeenten om samen met andere partijen als bedrijven, kennisinstellingen en maatschappelijke organisaties bij te dragen aan duurzame voedselsystemen (zie o.a. de nota Duurzaam voedsel in 2009¹⁸). Op regioniveau willen gemeentes, ondernemers en burgers een actieve rol spelen in de verduurzaming van de voedselketen, een gezonder voedingspatroon van inwoners, regionale voedselzekerheid, een sterke lokale economie en een sterkere sociale cohesie (Fontein R.J., Stuiver M., en Schrijver R., 2011).

2.3.2 Een duurzaam regionaal voedselsysteem

De definitie van een duurzaam regionaal voedselsysteem (ontleend aan het Brundtland rapport, 1987): 'omvat producten die worden geproduceerd in de thuisregio of in een regio die deel uitmaakt van een collectief van thuisregio's en sluit aan op de voedselbehoefte van mensen in het heden zonder het vermogen

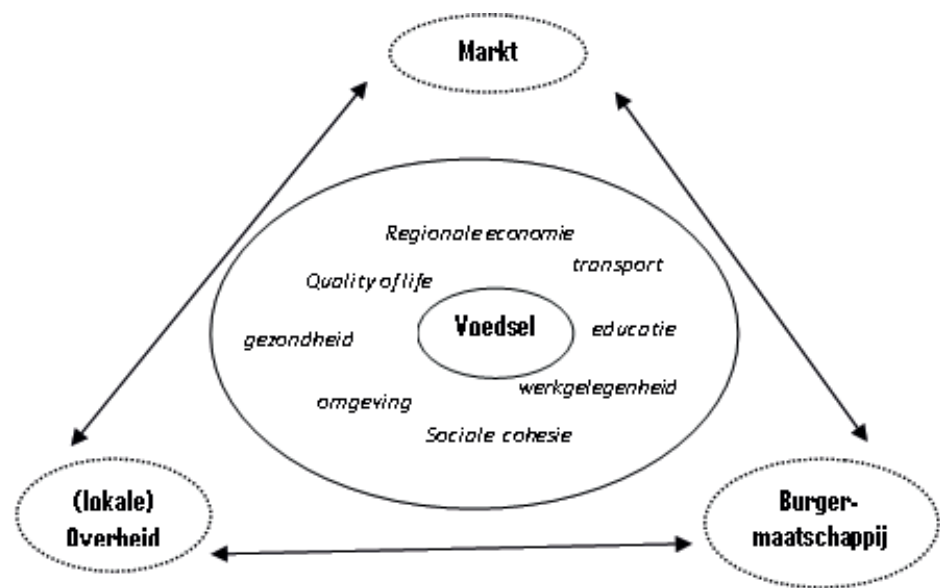
¹⁸ <http://edepot.wur.nl/8339>

van toekomstige generaties om in hun eigen voedselbehoeften te voorzien in gevaar te brengen” (Fontein R.J., Stuiver M., en Schrijver R., 2011. Zie ook Bakker de, E, 2013).

Een duurzaam regionaal voedselsysteem betekent dat er gestreefd wordt naar een ideaal evenwicht tussen ecologische, economische en sociale belangen bij productie en consumptie. Hierin staan 3 P's centraal: People, Planet en Profit.

People betekent in dit verband dat voedselproductie en de verkoop ervan ontwikkelingsmogelijkheden voor de gemeenschap en goede(productie) omstandigheden voor de producenten schept. Bovendien heeft People ook betrekking op de consument, zodat hij met een correcte en complete productinformatie een bewuste aankoopkeuze kan maken. Planet staat voor voedsel dat op milieuvriendelijke wijze geproduceerd wordt met behoud van ecosystemen en biodiversiteit, en voor de voedsel- en productveiligheid. Profit betekent het genereren van winst, want het doel van de producenten die duurzaam voedsel in de markt zetten, is om financieel gezond te zijn en te blijven.

In figuur 1 wordt de dynamiek beeldend weergegeven (bewerkt naar Wiskerke 2009).



Figuur 1: regionaal voedselsysteem (bewerkt naar Wiskerke; 2009)

De term 'regionaal' heeft in de definitie zowel een ruimtelijke als een functionele betekenis. De ruimtelijke betekenis is ontleend aan de wens om zoveel mogelijk lokaal te produceren. De functionele betekenis van regionaal houdt verband met de relaties die een gemeente heeft met andere partijen in de regio die gezamenlijk het voedselsysteem kunnen verduurzamen.

Momenteel vinden op kleine schaal experimenten plaats met het ontwikkelen van duurzame voedselsystemen, zoals FoodValley (voedselsysteem in de Provincies Gelderland/Utrecht), Rotterdam en Alphen-Chaam, (zie kader).

In FoodValley spreken partijen over regionaal voedsel, waarbij het gaat om voedsel dat regionaal geproduceerd en geconsumeerd wordt, en over duurzaam voedsel dat veel meer gaat over voedsel dat met technologische innovaties duurzamer gemaakt wordt en niet per definitie regionaal geproduceerd dient te worden.

In Rotterdam spreken partijen ook niet echt van een duurzaam regionaal voedselsysteem, maar van stadslandbouw. Daarmee bedoelen de partijen vooral op het verkleinen van de letterlijke en figuurlijke afstand tussen producent en consument. Duurzaamheid roept bij veel partijen ook nog een andere associatie op, namelijk duurzaamheid in sociale zin. Stadslandbouw wordt namelijk ingezet voor de verbetering van de sociale (en ook ruimtelijke) ontwikkeling van Rotterdamse wijken.

In Alphen-Chaam spreken de gemeente en andere partijen evenmin van een duurzaam regionaal voedselsysteem. Ook hier is de conclusie dat men zich slechts richt op een onderdeel van het begrip, namelijk het stimuleren van regionaal voedsel of wel regionale producten. Dit keer met als doel recreanten en toeristen te trekken die de producten vervolgens kopen.

Opvallend gegeven is dat de initiatieven in deze regio's betwijfelen of regionaal voedsel wel zo duurzaam is, in die zin dat daarmee energie wordt bespaard of beter voor het milieu is. Geconcludeerd kan worden dat deze initiatieven niet spreken over het verduurzamen van het regionaal duurzame voedselsysteem, maar veel eerder over regionaal voedsel waarin ook andere waarden een rol kunnen spelen, zie aspecten driehoek H. Wiskerke (Fontein R.J., Stuiver M., en Schrijver R., 2011).

2.4 Regionaal Voedsel

In hoeverre is regionale productie een hoofddoel of wegen de gerelateerde doelstellingen, waarden en effecten zeker zo zwaar? Daar gaat deze paragraaf over.

2.4.1 Hoe breed, smal, nabij of ver mag het zijn?

Regionaal voedsel is voedsel dat uit de regio komt. Of daarmee duidelijk is wat daar vervolgens allemaal onder valt is de vraag. Maakt een streekproduct hier onderdeel van, of wordt dit in de volksmond als één gezien? Een duidelijke definitie ontbreekt. Op het streekproductenloket (<http://streekproductenloket.nu/merken/wat-is-een-streekproduct/>)¹⁹ worden deze vragen aangevuld: “moeten (alle) grondstoffen uit de streek afkomstig zijn? Moet verwerking in de streek plaatsvinden? Is een traditioneel of ambachtelijk recept een voorwaarde? En hoe zit het met afzet, moet die lokaal plaatsvinden of mag een streekproduct wereldwijd over de toonbank? Hoe belangrijk is duurzaamheid, dierenwelzijn? En wat wordt eigenlijk verstaan onder ‘de streek’?”

Om het nog ingewikkelder te maken, wordt vandaag de dag de term Local for Local meer en meer gehanteerd. De term ‘Local for Local’ staat voor voedsel met

¹⁹ <http://streekproductenloket.nu/merken/wat-is-een-streekproduct/>

een duidelijk omschreven gebied van herkomst. Productie, verwerking en verkoop vinden in dezelfde regio plaats. In de gehele keten is aandacht voor duurzaamheid. Een regionale afzet van producten biedt voordelen, zoals een betrouwbare herkomst, minder transportkilometers, produceren op maat, minder verspilling. Toch blijkt dit in de praktijk niet altijd eenvoudig te zijn: het assortiment is beperkt, de transportkosten zijn relatief hoog en seizoensgebonden teelten geven geen constante aanvoer.

Overkoepelende vraag bij dit alles is in hoeverre regionaal productie een hoofddoel is of dat gerelateerde doelstellingen, waarden en effecten (veelal van sociale insteek) zeker zo zwaar meewegen.

2.4.2 Initiatieven en ontwikkelingen in beeld

In het voorjaar 2013 is met ondersteuning van de overheid een virtueel streekproductenloket geopend, om ondernemers te ondersteunen bij het zoeken naar informatie en het opbouwen van netwerken. Op deze website is informatie te vinden over soorten streekproducten, certificering, en meer. Tevens maakt deze site helder wat het verschil is tussen een keurmerk²⁰ en handelsmerk²¹ -en wordt informatie gegeven over andere merken, logo's²² en labels binnen deze branche, aangevuld met voorbeelden. Ook geeft het zicht op websites waar gericht naar streekproducten gezocht kan worden:

- Doedestreekproef.nl²³: Website met alle erkende streekproducten van SPN (Stichting Streekeigen Producten Nederland).
- Nederlandsestreekproducten.nl²⁴ Doorzoek Nederland en vind een bedrijf door middel van product, plaats en meer.
- Regioproduct.nl²⁵ Website met regionale producten, vooral in Limburg.
- Eigenstreek.nl²⁶ Heeft een uitgebreid aanbod van boerderijwinkels.

In 2013 publiceerde Wageningen UR een rapport²⁷ over de potentie van streekproducten. Daaruit blijkt dat mensen best meer streekproducten willen kopen dan ze nu doen. Een reden daarvoor is dat ze nu barrières ervaren: consumenten vinden de boerderij bijvoorbeeld te ver weg of de prijs van streekproducten aan de hoge kant. Overigens blijken consumenten wel bereid een meerprijs te betalen (gemiddeld 8%). De onderzoekers concluderen dat er zowel bij bestaande klanten als potentiële klanten ruimte is voor groei. Zij schatten dat het aandeel consumenten dat regelmatig tot altijd streekproducten koopt of wil kopen kan groeien van 20% in de huidige situatie naar 64% in een ideale situatie.

Wat betreft het kopen van voedsel zijn de volgende voorzichtige trends waarneembaar (Landwerk 2009):

- Meer aandacht voor de regio, voor herkenbaarheid en traceerbaarheid.

20 <http://streekproductenloket.nu/merken/keurmerken/>

21 <http://streekproductenloket.nu/merken/handelsmerken/>

22 <http://streekproductenloket.nu/merken/overige-merken/>

23 <http://www.doedestreekproef.nl/>

24 <http://www.nederlandsestreekproducten.nl/>

25 <http://www.regioproduct.nl/>

26 <http://www.eigenstreek.nl/>

27 <http://www.eigenstreek.nl/>

- Meer behoefte aan gemakspullen: kant-en-klaarproducten, producten die naar de klant toe worden gebracht, ‘one-stop-shopping’.
- Meer aandacht voor de gezondheid van producten (onder andere gerelateerd aan de groeiende aandacht voor obesitas).
- Er lijkt sprake van een verandering van eetcultuur. De vraag naar regionaal, duurzaam en gezond voedsel zet door.

2.5 Regionale voedselinitiatieven

Initiatieven als stads- en multifunctionele landbouw staan volop in de maatschappelijke belangstelling (Kierkels, T. 2012). Deze initiatieven slaan een brug tussen stad en platteland en tussen voedselproductie en sociale, economische en milieu-thema's (F. Caron-Flinterman, 2013).

2.5.1 Stadslandbouw en multifunctionele landbouw

Stadslandbouw is het telen, oogsten en afzetten van *voedsel* in of in de nabijheid van een *stad*

Kenmerken:

- De vraag vanuit de stad staat centraal in de bedrijfsvoering
- De stad erkent en beschermt de stadsboerderij in woord en daad
- Het is een volwaardig landbouwbedrijf in en om de stad
- De ondernemers zijn zich bewust van de meerwaarde van hun bedrijf voor de stad.

We zien dan ook dat stadslandbouw (zie toelichting in het kader hiernaast) en multifunctionele stadslandbouw sterk in opkomst zijn (Abma, R, e.a. 2013). Zo groeide de omzet van de multifunctionele landbouwsector in Nederland tussen 2007 en 2013 van respectievelijke 322 miljoen euro naar 491 miljoen euro (Veen et al., 2012a). In totaal doen 12.800 bedrijven aan multifunctionele landbouw, zie Kijk op Multifunctionele Landbouw – Omzet en Impact 2007 – 2013.

In Rotterdam ontwikkelden zich in de afgelopen jaren alleen al zo'n veertig (bekende) stadslandbouwinitiatieven (van Oorschot, pers. med.). Deze dynamiek rond stad en landbouw vraagt om een hernieuwde blik op beide en biedt nieuwe kansen aan de invulling van sociale, milieu en economische thema's in en om de stad (Veen et al., 2012b).

Het rapport “**Vers van de boer, Ervaringen met organisatie en beleving van zorginstellingen (Keij, K.N. 201)**”³ beschrijft de ervaringen die in 2009-2010 zijn opgedaan met de beleving van instellingen in zorg en welzijn met agrarische producten uit de regio.

In de zomer van 2009 begon de keuken van de Sint Maartenskliniek in Nijmegen met reguliere afname van verse producten van agrariers binnen een straal van 35 tot 50 kilometer afstand van de kliniek. Hiervoor ging men samenwerken met Stichting Landwaard, waar men bijna klaar was met de opzet van Oregional, een coöperatie van agrarisch ondernemers in de streek rond Nijmegen-Arnhem-Venlo-Kleve (Dld).

Uit dit rapport kwam naar voren dat voor zorginstellingen zo’n vijf overwegingen van belang zijn om te kiezen voor producten uit de streek:

- Lekker en verrassend; echte versheid van dichtbij
- Aantoonbaar gezonder
- Duurzaam en transparant
- Inkoopvoordeel
- Voordeel in indirecte kosten

In ‘Kijk op Multifunctionele landbouw – Omzet en Impact 2007-2011’²⁸ van het LEI is de ontwikkeling van boerderijverkoop bekeken. Onder boerderijverkoop verstaan zij directe afzet van de boer aan consumenten, streekwinkels, gemeenten/instellingen of horeca. Hieruit kwam voort dat het aantal bedrijven tussen 2007 en 2011 met 16% is toegenomen en de omzet met 65% is gestegen.

2.5.2 Good practises

Vandaag de dag vindt afzet van regionaal voedsel plaats door bestaande organisaties, netwerken en bedrijven in Nederland en ook over de grenzen. Goede en inspirerende voorbeelden zijn te vinden bij Stichting Erkend Streekproduct²⁹, Netwerk Platteland³⁰, Business model Mijnboer³¹, Rainbow Growers³², Nature & More.

Boeren en tuinders zoeken samenwerking met regionale horeca of retail en vice versa. Producenten leveren direct aan consumenten via webwinkels en boerenmarkten. Hier geven onder meer de volgende initiatieven blijk aan: Willem en Drees³³, Streekselecties³⁴, Oregional³⁵, Mijnboer³⁶, Social Food Market³⁷, Goei ete³⁸,

²⁸ <http://edepot.wur.nl/202948>

²⁹ <http://www.erkendstreekproduct.nl/>

³⁰ <http://www.netwerkplatteland.nl/>

³¹ <http://edepot.wur.nl/175806>

³² http://www.rainbow-growers.nl/?page_id=2291

³³ <http://www.willemendrees.nl/home>

³⁴ <http://www.streekselecties.nl/homepage.html>

³⁵ <http://www.oregional.nl/NL>

³⁶ <http://www.smeding.nl/mijnboer/content/rechtstreeks-van-de-boer>

³⁷ <http://www.socialfoodmarket.nl/>

³⁸ <http://www.goeieete.nl/>

Lindenhoff³⁹, Restaurant de Kas,⁴⁰ Restaurant Pure Passie⁴¹, Honingtomaten⁴², Odin⁴³, Marqt,⁴⁴ Uit je eigen stad⁴⁵, etc.

Op www.smakelijkduurzaam.nl⁴⁶ is een scala aan innovatieve projecten terug te vinden.

Zie ook het voorbeeld in het kader van de samenwerking tussen agrarische producenten en zorginstellingen.

Het rapport ‘Boer en consument heffen de vork’⁴⁷ (L., Prause, K., Kampen, S., 2014) biedt een goed overzicht van initiatieven, geïnventariseerd op basis van korte keteninitiatieven (Tevens wordt een doorkijk gemaakt naar buitenlandse initiatieven). In dit rapport worden factoren genoemd die mede bepalen in hoeverre een initiatief succesvol is. Afhankelijk van het initiatief weegt een factor meer of minder zwaar mee. De genoemde factoren zijn:

- Samenwerking zakelijk
- Financiën
- Afzetmarkt/ Doelgroep
- Gemak
- Logistiek/ Distributie
- Uitwisseling kennis en informatie
- Betrokkenheid van schakels
- Productassortiment
- Samenwerking sociaal
- Communicatie
- Marketing

2.6 De regionale voedselketen

Voordat voedsel bij een consument op het bord belandt, heeft het vaak een ingewikkelde route afgelegd. Het voedsel wordt vanaf het primaire bedrijf (vee- of teeltbedrijf) vervoerd over vele kilometers, heeft diverse bewerkingslagen ondergaan, is verpakt en verhandeld. Dit gehele proces staat bekend als de agro-food-productieketen. Deze keten kan lang zijn (veel bewerking en tussenhandel) of kort (rechtstreeks contact tussen primair producent en consument, “local for local”).

2.6.1 Korte keteninitiatieven

In de afgelopen jaren zijn er velerlei regionale korte voedselketeninitiatieven ontstaan, van groepen die gezamenlijk inkopen tot buurtsupers. Deze zijn vanuit verschillende oogpunten gevormd, vanuit een consumentencollectief of tussenpersoon dan wel vanuit een boerencollectief. Een belangrijk aspect van de korte

³⁹ <http://www.lindenhoff.nl/>

⁴⁰ <http://www.restaurantdekas.nl/>

⁴¹ <http://www.restaurantpurepassie.com/>

⁴² <http://www.honingtomaten.nl/>

⁴³ <http://www.odin.nl/>

⁴⁴ <http://www.marqt.com/>

⁴⁵ <http://www.uitjeeigenstad.nl/>

⁴⁶ <http://www.smakelijkduurzaam.nl/>

⁴⁷ <http://edepot.wur.nl/318743>

voedselketen waarbij diverse tussenschakels eruit gehaald zijn, is dat zowel de boer als de consument een eerlijkere prijs voor zijn product krijgt en er veel meer ruimte komt voor communicatie, transparantie en participatie. Een ander voordeel van de opkomst van de korte keteninitiatieven is, dat zij een alternatief én een tegenwicht aan de huidige grootmachten (de supermarkten) kunnen bieden (79 procent van ons eten wordt via de supermarkt afgezet). Onderzoek laat zien dat er meer duurzame levensmiddelen met een keurmerk verkocht worden. In 2012 hebben consumenten 2,22 miljard euro aan duurzaam voedsel besteed in supermarkten en speciaalzaken. Dit is een stijging van 25,2% in vergelijking met 2011. Ook is het marktaandeel van duurzaam voedsel gestegen van 4,4 naar 5,5% (L., Prause, K., Kampen, S., 2014).

2.6.2 Kenmerken en verschijningsvormen van de korte keten

Out of home / at home kanaal

De foodservicesector kent twee kanalen, het “out of home” en het “at home” kanaal. Onder “out of home” worden de klassieke horeca (hotels, cafés en restaurants), de catering (bedrijven, instellingen, scholen en vliegtuigen) en het gemaksegment (horeca bij retail, fastservice restaurants, kiosken en gemakswinkels) gerekend. Het “at home” kanaal bestaat uit de supermarkten (regulier), de speciaalzaken (bakker, slager, AGF, delicatessen, slijter), de markt en overige retail (avondwinkel, boerderij, markt, internet). De consument als eindgebruiker krijgt voedsel uit beide kanalen (Heijden van der W., 2013).

In verschillende onderzoeken wordt de term ‘korte keten’ gebruikt, echter elke keer op een andere manier. Het meest voorkomende onderscheid dat wordt gemaakt is tussen de drie vormen: de ‘face-to-face’, de ‘proximate’ en ‘extended’ short food supply chain (SFSC). De ‘face-to-face’ variant is de meest directe vorm en heeft te maken met het directe contact (eventueel met de boer), zoals bij boerderijwinkels, zelfpluktuinen, bezorgservices en online services.

Bij de tweede vorm ‘proximate SFSC’ gaat het niet zo zeer om het directe contact met de boer, maar meer om het lokale product en de herkomst. Het product wordt op een meer algemene plek gekocht, zoals in een lokale winkel, door een consumenten coöperatief of op een evenement. Bij deze vorm zijn meer mensen betrokken dan bij de ‘face-to-face’ vorm.

De derde vorm ‘extended SFSC’ betreft producten van verder weg. De producten zijn te herleiden naar de producent, bijvoorbeeld via een label (zoals Fair Trade). Geconcludeerd kan worden dat een ‘korte keten-product’ niet gedefinieerd wordt door de afstand uitgedrukt in kilometers of hoeveel schakels de keten bevat, maar door de traceerbaarheid van het producent. Een product kan van de andere kant van de wereld komen, maar zolang er direct contact met de producent bestaat, valt dit nog steeds onder de noemer ‘korte keten’.

Randvoorwaarden local for local

Uit het rapport 'Local4Local potentie van het voedselweb Almere'⁴ (Heijden van der W., 2013) worden de volgende randvoorwaarden benoemd voor bedrijven om te werken met regionaal voedsel: 1) kwaliteit, 2) prijs, 3) beschikbaarheid, 4) gegarandeerde aanvoer, 5) herkomst traceerbaar.

Overige genoemde randvoorwaarden zijn: niet duurder, gecertificeerde productiemethode, kleinschalige (gecentraliseerde) distributie, gegarandeerde levertijd, alle producten in 1 levering, bestelling gebracht, contact producent.

Tevens komt uit het onderzoek naar voren wat de randvoorwaarden voor bedrijven zijn om over te gaan tot verkoop/verwerking van regionale producten, namelijk: kennis, geld en relevant netwerk van business partners.

Het rapport 'Boer en Consument heffen de vork'⁴⁸ (L., Prause, K., Kampen, S., 2014) heeft een inventarisatie gedaan naar korte keteninitiatieven, waarbij er per initiatief gekeken is wie de oprichter (burgers, boeren of bedrijven) van het initiatief is en hoe een initiatief de producten aan de consument verstrekt (via markt, winkel, afhaalpunten, bezorgservice groothandel of in de vorm van een merk of keurmerk). Tevens zijn buitenlandse initiatieven geïnventariseerd, waaruit naar voren kwam dat samenwerking een veel voorkomend fenomeen was. Kleine initiatieven zijn daar aangesloten bij overkoepelende organisaties en/of initiatieven zijn wijd verspreid over het hele land.

Tot slot kwam uit het rapport naar voren dat voor opschaling van de korte voedselketens er met name gekeken moet worden naar factoren voor opschaling van distributie, communicatie, bedrijfsvoering en financiën.

Zie ter illustratie en inspiratie de uiteenzetting met betrekking tot de afzetkanalen van de foodservice en de randvoorwaarden voor local for local, beide ontleend uit het rapport 'Local4Local potentie van het voedselweb Almere' (Heijden van der W., 2013).

2.7 Bronverwijzing

Voor het hoofdstuk omgevingsgericht ondernemen is gebruik gemaakt van de onderstaande literatuur, rapporten en website. Ze zijn een bron van inspiratie.

- Abma, R., Kirchholtes, U., Jansma, J.E., Vijn, M (2013). Inzicht in rendement van de multifunctionele landbouw; kengetallen in beeld. PPO nr. 562. Lelystad, onderdeel van Wageningen UR.
- Arkenbout, L., Prause, K., Kampen, S., (2014). Boer en consument heffen de vork, herverdeling van de voedselketen, Een inventarisatie van regionale korte keteninitiatieven in Nederland. Hogeschool van Amsterdam, in opdracht van Urgenda.
- Bakker de, E., Dagevos, H., Mil van, E., Wielen van der P., Terlui, I., Ham van

⁴⁸ <http://edepot.wur.nl/166467>

- den, A., (2013). Energieke zoektochten naar verduurzaming in landbouw en voedsel. WOT Natuur & Milieu, Wageningen UR: http://www.wageningenur.nl/upload_mm/6/6/9/632c2bbf-76bb-4af6-a748-d20418b88102_WOT-rapport%20121%20webversie.pdf
- Caron-Flinterman, F., Alebeek van, F., Jong de, D., (2010). Nieuwe diensten in de multifunctionele landbouw. Wageningen UR Livestock Research.
 - Fontein, R.J., Stuiver M., en Schrijver R., (2011). Transitie naar duurzame regionale voedselsystemen. Alterra-rapport 2257, onderdeel van Wageningen UR
 - Hart 't, C., Hoogeveen, H., Janssen., N., Kropff, M., Rijsingen van, M., (2011). Agro&Food; de Nederlandse groeidiamant. Den Haag.
 - Heijden van der W., (2013). Local4Local potentie van het voedselweb Almere, Verkenning naar een lokaal afzetgebied voor groente & fruit.
 - Keij, K.N. (Food/Drink Experience), (2011). Vers van de boer, Ervaringen met organisatie en beleving van zorginstellingen. In opdracht van de Taskforce Multifunctionele Landbouw.
 - Kierkels, T., Ypma, T., Kars, J., Veen, E.J., Vijn, M.P., Elings, M., Oostindie, H.A., Methorst, R.G., Winter, M.A. de, Engelsma, K.A., Kempenaar, J., Visser, A.J. & Alebeek, F.A.N. van (2012). Multifunctionele landbouw in Nederland : meer dan boeren alleen. Zutphen: Roodbont (ISBN 9789087401184). <http://edepot.wur.nl/205314>
 - Meulen, van der, H.A.B. et al., (2014). Kijk op multifunctionele landbouw. Omzet en impact 2007-2013. Publicatie LEI 14-088, LEI Wageningen UR. edepot.wur.nl/317952
 - Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (2013). Advies "Ruimte voor Duurzame Landbouw". Den Haag
 - RIDL&V, 2011. Naar een integrale benadering van duurzame landbouw en gezonde voeding. www.ridlv.nl, 37 pagina's (digitale versie)
 - Vijn, M., Schoutsen, M., Haaster van, M., (2013). De marktpotentie van streekproducten in Nederland, Uitkomsten van een consumentenonderzoek en SWOT analyse PPO nr. 539. Lelystad, onderdeel van Wageningen UR.
 - Wiskerke, J.S.C. (2009); On Places Lost and Places Regained; Reflections on the Alternative Food Geography and Sustainable Regional Development. International Planning Studies, 14:4,369-387

2.8 Interessante sites (geraadpleegd in maart 2015)

- <http://streekproductenloket.nu/informatie/relevant-onderzoek-2/> (Streekproductenloket)
- [Doedestreekproef.nl](http://doedestreekproef.nl) (Website met alle erkende streekproducten van SPN (Stichting Streekeigen Producten Nederland).
- [Nederlandsestreekproducten.nl](http://nederlandsestreekproducten.nl) (vind een bedrijf door middel van product, plaats, etc.)
- [Regioprodukt.nl](http://regioprodukt.nl) (Website met regionale producten, vooral in Limburg)
- [Eigenstreek.nl](http://eigenstreek.nl) (Heeft een uitgebreid aanbod van boerderijwinkels)
- www.smakelijkduurzaam.nl (met een scala aan innovatieve projecten in relatie tot voedsel en duurzaamheid)
- <http://www.groenkennisnet.nl/dossiers/Pages/localforlocal.aspx>
- <http://www.growthecity.eu/> (GROW the City brengt stadslandbouwpioniers uit verschillende delen van de wereld naar Nederland en verbindt ze aan pioniers

hier en vraagstukken die hier spelen)

- <http://www.ruaf.org/> (resource centre on urban agriculture & food security)
- <http://www.stedennetwerkstadslandbouw.nl/slb2020/> (een landelijk netwerk van gemeentelijke pioniers in de stadslandbouw)
- <http://www.diverzio.nl/publicaties> (Stichting Diverzio helpt gezond, smakelijk, duurzaam eten en drinken beschikbaar te maken voor patiënten, bewoners, professionals en bezoekers in instellingen van zorg, welzijn, verpleging, overheid en onderwijs)

2.9 Lesmateriaal

Arrangementen

- <http://maken.wikiwijs.nl/33521#page-600499> (Lesmateriaal duurzaam voedsel)
- http://maken.wikiwijs.nl/30457/Meer_met_Multifunctionele_Landbouw (Meer met Multifunctionele Landbouw is een spel, dat kan bijdragen aan een ongedwongen en aangename introductie van de mogelijkheden van de Multifunctionele landbouw)

2.10 Opdrachten voor hbo-studenten

Regionale voedselproductie, succesverhalen, kansen & struikelblokken

1. Lees De 10 geboden van Goed Eten: Gij zult van dichtbij eten via: <http://www.volkskrant.nl/leven/de-10-geboden-van-goed-eten-gij-zult-van-dichtbij-eten~a3618602/> (18 maart 2014, 17:06)

Geef aan in hoeverre jij je achter deze 10 geboden kunt scharen; reflecteer onder meer op de gegeven onderbouwing en de (on)volledigheid van de lijst. Benoem waar jij staat, gelet op de 10 geboden en geef aan of dit een bewuste keuze is of niet. Wat is er voor jou nodig (wat moet er gebeuren/veranderen, etc.) om je aan die geboden te houden die je wenselijk acht.

We willen goed eten: duurzaam, diervriendelijk, gezond. En we willen lekker eten. Maar hoe? 'Geef ons heden ons dagelijks brood.' V neemt de lezer bij de hand en onderzoekt in een serie de 10 Geboden van Goed Eten. Vandaag het eerste gebod: Gij zult voedsel van dichtbij eten, want dat is beter voor het milieu. Was het maar zo simpel.

De 10 Geboden zijn:

- 1 Eet lokaal.
- 2 Eet biologisch of in ieder geval producten waarvoor geen of zo min mogelijk bestrijdingsmiddelen zijn gebruikt.
- 3 Eet minder en alleen diervriendelijk geproduceerd vlees.
- 4 Eet producten waar geen E-nummers of andere vreemde stoffen aan zijn toegevoegd.
- 5 Betaal meer.
- 6 Kook zelf. Besteed dagelijks minimaal anderhalf uur aan uw eten.
- 7 Eet aan tafel, samen met anderen.
- 8 Probeer een deel van uw eten zelf te verbouwen, hoe klein dat deel ook is.
- 9 Verspil geen eten.
- 10 Eet lekker.

2. Selecteer drie verschillende regionale voedselinitiatieven. Geef aan wat de overeenkomsten en verschillen tussen deze initiatieven zijn en probeer een verklaring te vinden waarom zij juist voor een bepaalde strategie gekozen hebben. Onderbouw in hoeverre er bij deze initiatieven wel of geen sprake is van regionaal voedsel (streekproducten).
Geef aan / onderbouw welk initiatief volgens jou het meeste marktpotentie heeft en waarom. Geef voor de 2 andere initiatieven een onderbouwd advies om de marktpotentie te vergroten.
3. Karakteristieken van enkele voedselinitiatieven. Bezoek de website van enkele voedselinitiatieven en geef een oordeel over het karakter van de initiatieven. Gebruik hiervoor de karakters uit onderstaande tabel en geef in de linkerkolom een score van 0 – 1 – 2 – 3 – 4.

Websites voedselinitiatieven:

<http://www.hofvantwello.nl/>

<http://www.degroteverleiding.nl/>

<http://detuinenvanweldadigheid.nl>

<https://willemendrees.nl/>

<http://www.soestermarkt.nl/>

<http://eemlandhoeve.nl/>

Toelichting: In onderstaand overzicht is van ieder karakter de twee uitersten gedefinieerd. Geef van elk van de 6 initiatieven aan hoe zij daar op scoren.

	Karakters	0	4
A	Sociaal	De verkoop gaat middels een webwinkel met bezorgservice.	De verkoop levert een bijkomend effect namelijk een gevoel van verbondenheid en sociaal contact of vrijwilligers die meehelpen.
B	Participatie	De consument heeft geen enkele binding met de producent.	Er is een verbintenis tussen de producent en de consument middels een abonnement, lening (Crowdfunding), of anderszins.
C	Commercieel	De onderneming werkt kosten-neutraal.	De verkoop is gericht op winstmaximalisatie.
D	Productinnovatie	Het assortiment en of presentatie verandert niet.	producent komt met nieuwe producten of formules.
E	Persoonlijk	Consument en producent kennen elkaar niet.	Consument en producent kennen elkaar goed.
F	Marketing	Geen enkele uiting van PR.	het initiatief doet veel aan PR.
G	Lokaal	De verkoop is niet gebonden aan de plaats van de producent.	De fysieke afstand tussen consument en producent is klein en er is geen webwinkel met bezorgservice die buiten een straal van vijf kilometer reikt.
H	Communicatie	Communicatie is er niet of eenzijdig.	Er is direct en goed contact tussen consument en producent. Producent kent de wensen en eisen van de consument.

3 Omgevingsgericht ondernemen

Een agrarisch ondernemer staat midden in zijn omgeving. Een omgeving die hem de ruimte en mogelijkheden biedt zijn bedrijf uit te oefenen en verder te ontwikkelen. Het is dezelfde omgeving die gebruik maakt van de producten of diensten die de ondernemer voortbrengt. Deze wisselwerking is soms duidelijk, maar vaak ook minder zichtbaar aanwezig. Ook zonder directe afhankelijkheid is draagvlak voor de bedrijfsactiviteiten van belang voor het succes van een bedrijf. Als het bedrijf wil uitbreiden en daarvoor een vergunning nodig heeft, moet de omgeving hem die ruimte wel willen geven. De ondernemer zal zich daarbij afvragen wat er voor nodig is – om in goede samenhang met de omgeving van het agrarisch bedrijf – nieuwe bedrijfsplannen tot een succes te maken en welke nieuwe kansen zich hierbij voordoen.



Na het lezen van dit hoofdstuk weet je wat omgevingsgericht ondernemen is. Je weet wat de historische context is van omgevingsgericht ondernemen en wat de voordelen zijn van omgevingsgericht ondernemen. Daarnaast heb je geleerd wat er nodig is om een bedrijf omgevingsgericht te ontwikkelen en welke factoren daarbij belangrijk zijn. Je vindt in dit hoofdstuk ook literatuur en websites over omgevingsgericht ondernemen en opdrachten voor studenten.

3.1 Inleiding

In het verleden was er een sterke verbinding tussen een agrarisch bedrijf en de omwonenden. Veel burgers werkten op een boerenbedrijf of in de verwerkende

industrie. Zeker op het platteland was dat het geval. Lokale markten zorgden voor korte afstanden tussen producent en consument. Zonder het te beseffen, maakte men vooral gebruik van streekproducten. Daar was geen uitgebreide marketing voor nodig.

Door stedelijke ontwikkeling en modernisering raakten producent en consument steeds verder van elkaar verwijderd. De producent beperkte zich tot de hoofdtaak van het produceren van kwalitatief goed voedsel, de consument maakte het zich gemakkelijk door alles in de supermarkt te kopen. Van een directe afhankelijk was geen sprake meer. Door tussenkomst van ketenpartijen weten consumenten nauwelijks nog waar hun voedsel vandaan komt.

De omgeving stelt steeds meer eisen en wensen aan de activiteiten van het agrarisch bedrijf. De samenleving vraagt om maatschappelijke betrokkenheid en waarderen de rust en ruimte van het landelijk gebied. Daarbij groeit de vraag naar duurzame energie, regionaal voedsel en plattelandsbeleving. Dat zijn ontwikkelingen waar de agrarisch ondernemer zijn voordeel mee kan doen, door vraaggestuurd te produceren of diensten te verlenen.

In toenemende mate verschijnen andere commerciële activiteiten op het agrarisch bedrijf zoals zorg, educatie, recreatie, kinderopvang, een boerderijwinkel, et cetera. De boerderij wordt daarmee een multifunctionele omgeving waar burgers meer toegang krijgen en waar de verschillende activiteiten elkaar goed aanvullen. De agrarische ondernemer heeft ook de mogelijkheid om zorg te dragen voor het landschap en de natuur in de nabijheid van zijn bedrijf. Omgevingsbewust ondernemen uit zich in velerlei vormen. Inspirerende voorbeelden van omgevingsgericht ondernemen zijn te downloaden bij Wageningen UR⁴⁹ en LTO noord⁵⁰.

Het is voor agrarische ondernemers een uitdaging om in dit speelveld de gewenste bedrijfsontwikkeling te realiseren. Een gezonde economische basis voor het bedrijf, ingepast in de omgeving en gewaardeerd door de burger, is de grote uitdaging voor nu en in de toekomst. Samenwerkingsverbanden van ondernemer en burger kunnen hierbij de helpende hand bieden. Organiseren van markten voor streekproducten en het organiseren van korte ketens zijn voorbeelden hiervan.

Samenwerking tussen verschillende ketenpartijen en consumenten is een vereiste om nieuwe voedselstructuren een kans van slagen te geven. Een nieuw initiatief is pas geslaagd als de consument het voedsel uit de eigen regio beter zal gaan waarderen. Bij nieuwe bedrijfsontwikkelplannen is – naast het realiseren van de droom van de ondernemer – omgevingsbewustzijn een belangrijk element. Nieuwe plannen beginnen met een visie met daarnaast de ruimte en kansen die de omgeving hem biedt. Wat kan de ondernemer en wat heeft hij nodig aan kennis en vaardigheden om zijn bedrijf voortvarend te ontwikkelen. Uit ervaringen van andere ondernemers zijn een aantal factoren geïdentificeerd die bepalend blijken te zijn of een bedrijfsontwikkeling succes zal hebben. Voor de ondernemer zijn vaardigheden als organiseren, innoveren en samenwerken van groot belang om zijn plannen tot een succes te maken. Omgevingsgericht

⁴⁹ <http://omgevingsgerichtondernemen.nl/>

⁵⁰ <http://resultaten2013.nl/project-1/>

ondernemen schept nieuwe mogelijkheden voor de ondernemer en zijn omgeving.

3.2 De ontwikkeling van voedselketens

Voedselproductie is van oudsher de belangrijkste taak van een agrarisch bedrijf. Deze activiteit was sterk verbonden aan de omgeving en zijn inwoners. Als boer had je de burger nodig om omzet te genereren. De producten werden verkocht op de lokale markt of verkocht aan de lokale verwerkende industrie. Aan de andere kant had de burger de boer nodig om inkomen te verkrijgen. Een aanzienlijk deel van de bevolking werkte direct of indirect in de landbouw. De voedselproductie was volledig transparant en er was wederzijdse afhankelijkheid en waardering. Schaalgroottes en productievolumes waren beperkt.

Markten werden dicht bij de consument georganiseerd. Wilde je verkopen dan moest je het consumenten zo makkelijk mogelijk maken. In plattelandsdorpen had je markten waar lokaal voedsel werd aangeboden. In dichtbevolkt gebied moest het voedsel van verder worden aangevoerd. Met de toenmalige vervoersmiddelen was de afstand van de producent van versproducten als zuivel en bladgroente tot de markt vrij beperkt. De afstand van het land tot de markt was bepalend voor welke producten werden verbouwd. Dichtbij stedelijk gebied werden kwetsbare en bederfelijke producten verbouwd. Iets verder weg van de stad had je producten die enige tijd konden worden bewaard, zoals aardappelen, peen en kaas. Op veel grotere afstand was er bosbouw ten behoeve van brandstof en bouw materiaal.

Steden aan het water waren niet alleen afhankelijk van het wegtransport, maar konden ook gebruik maken van transport over water. Watertransport werd vooral voor langere afstanden gebruikt voor brandstof, hout en granen. Het was relatief gezien een goedkoop vervoermiddel. Von Thunen⁵¹ beschreef dit historisch patroon van landbouw in en om de stad. Met de komst van goedkoop, geconditioneerd transport over land (eerst spoor, daarna wegtransport) en door de lucht veranderde dat. De afstand waarover versproducten konden worden vervoerd zonder te bederven, werd veel groter. Steden konden hierdoor groeien zonder dat de voedselvoorziening in gevaar zou komen.

De productiecapaciteit van het nabij gelegen landbouwgebied was niet meer de beperkende factor voor stedelijke groei. Dit leidde tot een grotere afstand tussen producent en consument. Niet alleen fysiek, maar ook de relatie werd anders. Diverse ondernemers sprongen in de markt en verzorgden het transport voor de boer en de verwerking. Ook de verkoper op de markt was niet meer de boer zelf. Zo ontstond een keten van bedrijven die verantwoordelijk werd voor de voedselvoorziening.

De relatie tussen boer en burger werd steeds minder zichtbaar. Landbouwgrond rond de stad werd opgeofferd aan urbanisatie. Boeren werden uitgekocht en verplaatsten zich verder weg van de stad. De boer was niet meer direct afhankelijk van de consument en ging zich specialiseren met schaalvergroting en toene-

51 <https://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch6en/conc6en/vonthunen.html>

mende mechanisatie tot gevolg. Steeds minder burgers werkten bij de boer en de boer kwam steeds verder af te staan van de burger. Door specialisatie en opschaaling verminderde de variatie in flora en fauna en ook de economische activiteiten werden eenzijdig. Ruilverkavelingen versterkten dit proces. (Bakker et al, 2013)⁵² (Dagevos et al, 2014)⁵³.

Veranderingen in de voedselketen, het landbouwbeleid na de tweede wereldoorlog en de welvaart van de Nederlandse bevolking hebben veel veranderingen met zich meegebracht. De boer moest zoveel mogelijk kilo's voortbrengen en dat is hem goed gelukt. Niet alleen de productiviteit is enorm toegenomen, maar ook de kostprijs kon beperkt blijven. Het aandeel van het huishoudgeld dat aan voedsel wordt besteed, werd relatief gezien steeds kleiner. Van 32 procent in 1938 naar 12 procent in 1995 (CBS, Consumptie vroeger en nu)⁵⁴. Over de kwaliteit hoeft de consument zich geen zorgen meer te maken. Organisaties als de NVWA bewaken de kwaliteit van het voedsel dat op de Nederlandse markt verschijnt. Er is voldoende voorradig en van uitstekende kwaliteit. Bovendien is alles op één plek, dicht bij huis, verkrijgbaar.

Al deze ontwikkelingen hebben een keerzijde. Onze voedselproductie is losgemaakt uit zijn ecologische en maatschappelijke context. Ook in de sociale context van de landbouw zijn de relaties tussen consument en producent verloren gegaan. De geografische afstand tussen consument en producent is toegenomen, evenals het aantal schakels in de voedselketen. Veel voedsel is bewerkt en voor de consument anoniem en daardoor voelt de consument zich nauwelijks verantwoordelijk voor de productiewijze. Dat geldt ook voor de tussenliggende schakels, zij zijn gespecialiseerd in hun eigen deel van de keten, zonder zicht te hebben op de hele keten. Zo is een systeem van "georganiseerde onverantwoordelijkheid" ontstaan (RIDL&V, 2010)⁵⁵.

Burgers hebben steeds minder inzicht in wat er op agrarische bedrijven gebeurt. Daardoor hebben zij ook minder begrip voor gemaakte keuzes. Veel Nederlandse boeren produceren niet meer voor de lokale markt en hebben nagenoeg geen werknemers meer in dienst. Zo wordt zowel de functionele als de persoonlijke relatie tussen boer en burger steeds minder. Deze verwijdering zet de landbouw onder druk, omdat zij niet de enige speler is die een claim legt op land. Er is immers ook ruimte nodig voor stedenbouw, bedrijfsterreinen, waterberging, natuur, infrastructuur en recreatie (Veen et al, 2010)⁵⁶. Al met al opereren de ondernemers vandaag de dag in een nieuw tijdperk van maatschappelijke verandering, met nieuwe omstandigheden, nieuwe beelden, behoeftes en verwachtingen.

52 http://www.wageningenur.nl/upload_mm/6/6/9/632c2bbf-76bb-4af6-a748-d20418b88102_WOt-rapport%20121%20webversie.pdf

53 <http://edepot.wur.nl/300666>

54 <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/E79568F7-570C-4320-AEDB-3D95ECA70E16/0/index1026.pdf>

55 <http://www.ridlv.nl/>

56 <http://edepot.wur.nl/159648>

3.3 Kansen door verbinding

De wetenschappelijke Raad voor duurzame landbouw en voeding (RIDL&V, 2010) herleidt de huidige problemen rond duurzame landbouw en gezonde voeding voor een belangrijk deel tot verlies van samenhang en tot verarmde of verstoorde relaties: tussen consument en boer, tussen consument en voedsel, tussen boer en ecosysteem en tussen mens en dier. Om een stap te kunnen zetten voor een duurzame voedselketen moeten de relaties en de samenhang worden hersteld. Volgens de Raad is er behoefte aan een integrale aanpak in drie opzichten:

- zowel sociale als ecologische duurzaamheid;
- in alle schakels van de keten;
- voor zowel landbouw als voeding.

Voedselproductie moet uit de anonimiteit worden gehaald. Het moet weer bij de burgers gaan leven en dat gaat vaak makkelijker wanneer het voedsel uit de eigen regio komt. Er bestaan al een aantal voorbeelden: boer of koe op de melkverpakking, verkoop vanaf de boerderij, groenteabbonnementen, boerenmarkten, open dagen, kamperen bij de boer, Bed & Breakfast, “buurderijen”, volkstuinten, stadslandbouw, lokale stad/landprojecten, zichtstallen, webcams in de stal en boeren die in toenemende mate gebruik maken van social media om ook de stelling bij de sector te betrekken.

De huidige lineaire voedselketen zal plaats moeten maken voor een circulaire voedselketen, of “voedselketting”. Consument en producent zullen weer op enige wijze met elkaar moeten communiceren en zich verantwoordelijk voor elkaar voelen. Dat kan resulteren in meer ecologische veerkracht en sociaal draagvlak, risicoreductie en -spreiding, herstel van kringlopen en betere voedselkwaliteit (Veen et al, 2010).

3.3.1 Nieuwe boer-burger-verbindingen

Er zijn veel ontwikkelingen, initiatieven en kansen die de relatie tussen boer en burger hernieuwen. Nieuwe verbindingen tussen boer en burger lijken hierbij het toverwoord. Het kan gaan om ondersteuning in natura (meewerken op het bedrijf, vrienden-van-groepen, zelf oogsten) of om het meefinancieren van het multifunctionele bedrijf (nieuwe financieringsvormen zoals rood voor groen en ‘social venture’).

Enerzijds is de burger op zoek naar nieuwe diensten en producten van het platteland waarin de ondernemer een rol kan spelen. Anderzijds ontplooiën agrarische ondernemers tal van initiatieven waarbij burgers betrokken worden bij het bedrijf. Burgers kunnen meewerken op het bedrijf (bijvoorbeeld als vrijwilliger), meedenken met de bedrijfsstrategie (zoals op een pergolabedrijf) of meefinancieren (door een koe te adopteren of een lening te verstrekken voor een nieuwe schuur). Alle vormen van betrokkenheid van burgers kunnen meer of minder structureel van aard zijn. In sommige gevallen is de betrokkenheid en de afhankelijkheid van de burger groot, in andere gevallen is deze kleiner. In grote lijn zijn er drie manieren om verbindingen te leggen met de burger, namelijk door:

- verbindingsactiviteiten aan te bieden;
- open en transparant te zijn;
- de mogelijkheid te geven bij het bedrijf betrokken te raken.

Afhankelijk van de ambities van de agrarisch ondernemer zijn er verschillende redenen om een verbinding met burgers aan te gaan. De ene ondernemer heeft bijvoorbeeld meer behoefte aan sociale contacten op het bedrijf, de ander zoekt erkenning voor wat hij doet, of zoekt naar mogelijkheden om nieuwe producten en diensten te verkopen. In lijn hiermee leiden verschillende soorten behoeften ook tot verschillende vormen van verbinding. Wanneer een boer op zoek is naar meer contacten kan hij bijvoorbeeld een boerderijwinkel openen. Wanneer hij zoekt naar zelfontplooiing, wil de boer misschien eerder een stadsboerderij of een zorgboerderij opzetten. Vaak verwachten ondernemers ook extra inkomen te genereren door verbindingen met burgers aan te gaan. Met het aangaan van verbindingen kan de boer tegelijkertijd aan maatschappelijke behoeften voldoen. Op die manier willen ondernemers vaak ook meer begrip, erkenning en draagvlak voor hun bedrijf creëren.

De overzichtstabel in hoofdstuk 6 van het rapport “Boer als bondgenoot” (Peet et al 2013)⁵⁷ geeft verschillende niveaus van verbondenheid aan met daarbij vaardigheden en handvatten voor een ondernemer om daarmee om te gaan of op in te spelen.

3.3.2 Nieuwe regionale samenwerkingsverbanden en ketenvernieuwing

Initiatieven tot verbinding tussen boer en burger leiden tot nieuwe (regionale) samenwerkingsvormen. Zo zijn de gebiedskeurmerken en gebiedssamenwerking (zoals Vechtdalproducten of Het Groene Woud) interessante nieuwe ontwikkelingen. Voorbeelden van nieuwe ideeën rond ketensamenwerking en vermarkten van producten zijn:

- pools van klusjesmannen en transportstromen;
- arrangementen in samenwerking met verschillende ondernemers die naar elkaar doorverwijzen voor verschillende diensten en producten door gebruik te maken van routes, coupons, en dergelijke;
- webwinkels, bezorgservices en een ‘digitale vrieskist’, aansluitend bij bestaande distributeurs.

Nieuw zijn ook de pogingen om te komen tot collectief grondeigendom met als gemeenschappelijk doel gebiedsontwikkeling. Een voorbeeld hiervan is het Lunters Landfonds. Daarnaast zijn ondernemers op zoek naar verbindingen tussen landbouwondernemers, plattelandsondernemers en stedelijke ontwikkelaars onder het motto: Hoe brengen we aanbieders en vragers van plattelandsproducten gemakkelijker bij elkaar? Interessante initiatieven rond ketenvernieuwing zijn:

- kookworkshops met streekproducten;
- ziekenhuiscatering voorzien van regionale producten (zoals bijvoorbeeld in Cornwall);
- dierenwelzijn vermarkten. Bijvoorbeeld comfort class in de varkensstal;
- korte ketens, stadsstation, dus niet de boerderijwinkel maar de streekproductenwinkel in de stad;
- webwinkels en bezorgservices (de ‘digitale vrieskist’; aansluiten bij bestaande distributeurs);
- consumenten producten laten oogsten (Pieter Beijer uit Lelystad: een meter aardappelen);

⁵⁷ <http://edepot.wur.nl/159648>

- supermarktfunctie op boerderij;
- varkens 2.0: production on demand. Onderzocht wordt hoe men een platform kan maken waar consumenten hun behoeftes kenbaar maken en producenten hun mogelijkheden.

Een belangrijke stimulans is de ondersteuning van de landbouw voor de ontwikkeling van streekproducten. In het voorjaar van 2013 is een virtueel 'streekproductenloket' geopend ⁵⁸ dat ondernemers ondersteunt bij het zoeken naar informatie en het opbouwen van netwerken. De Europese Unie ondersteunt 'lokaal voedsel en korte bevoorradingsketens' vanuit haar visie op plattelandsontwikkeling. Bestaande organisaties, netwerken en bedrijven verkennen op toenemende schaal de economische mogelijkheden van 'local for local'. Regionale afzet kan plaatsvinden in Nederland of in het buitenland (bijvoorbeeld: Stichting Erkend Streekproduct, ⁵⁹Netwerk Platteland⁶⁰, Op weg naar marktgericht innoveren⁶¹, Business model Mijnboer⁶², Rainbow Growers). Boeren en tuinders zoeken samenwerking met regionale horeca of retail en vice versa. Producenten leveren direct aan consumenten via webwinkels en boerenmarkten (zie o.a. Willem en Drees⁶³, Streekselecties⁶⁴, Oregional,⁶⁵ Mijnboer⁶⁶, Social Food Market⁶⁷, Goei ete⁶⁸, Lindenhoff⁶⁹, Restaurant de Kas⁷⁰, Restaurant Pure Passie⁷¹, Honingtomaten⁷²).

Ondanks de veelheid aan initiatieven ontbreekt het nog te vaak aan samenhang, duurzame verbindingen en robuuste mogelijkheden tot opschaling. Daarom is aanvullend beleid voor sociale innovatie en competentieontwikkeling noodzakelijk. Kernwoorden hierbij zijn ontwikkelen, verbinden en opschalen.

3.3.3 Nieuwe voedselstructuren

Het bouwen van nieuwe voedselstructuren vereist een andere manier van werken en denken. Daartoe worden regionale voedselallianties opgericht of heringericht en wordt de samenwerking gezocht met nieuwe stakeholders (zorginstellingen, scholen, lokale overheden en burgergroeperingen). Uiteenlopende initiatieven worden ontplooid om regionaal voedsel te produceren, te transporteren en af te zetten op een zo duurzaam mogelijke manier. Ondernemers, regionale overheden en burgers slaan de handen ineen om vanuit hun gezamenlijke belang bij te dragen aan verduurzaming van de voedselketen, een gezonder voedingspatroon van de inwoners, regionale voedselzekerheid en een sterke lokale economie. Ter

⁵⁸ <http://streekproductenloket.nu/>

⁵⁹ <http://www.erkendstreekproduct.nl/>

⁶⁰ <http://www.netwerkplatteland.nl/>

⁶¹ http://www.innovatieglastuinbouw.nl/media/registered_downloads/o/op_weg_naar_marktgericht_innoveren.pdf

⁶² <http://edepot.wur.nl/175806>

⁶³ <https://willemendrees.nl/>

⁶⁴ <http://www.streekselecties.nl/homepage.html>

⁶⁵ <http://www.oregional.nl/NL>

⁶⁶ <http://www.smeding.nl/duurzaam-o/>

⁶⁷ <http://www.socialfoodmarket.nl/>

⁶⁸ <http://www.goeieete.nl/>

⁶⁹ <http://www.lindenhoff.nl/>

⁷⁰ <http://www.restaurantdekas.nl/>

⁷¹ <http://www.restaurantpurepassie.com/>

⁷² <http://www.honingtomaten.nl/>

inspiratie kan onder meer geput worden uit de initiatieven uit het dossier 'Local for local' van Groen Kennisnet.⁷³ Duidelijk is dat regionale voedselinitiatieven de burger betrekken bij de herkomst van hun voedsel en hen verbinden met de omgeving waar ze wonen. Dit draagt onder meer bij aan de maatschappelijke waardering en het consumentenvertrouwen in de agrofoodsector.

Wie neemt het voortouw bij het creëren van een nieuwe voedselinitiatieven? In de landen om ons heen zijn er organisaties die voedselinitiatieven coördineren en helpen opzetten. Die worden soms gesteund door de overheid ter stimulering van een duurzaam voedselbeleid. Nederland kent een dergelijke instantie niet. Hier moet het initiatief van onderop komen. Dat kan zowel de consument, de producent, als ook een ketenpartij zijn die het initiatief neemt en met een alternatief komt voor de machtige keten die wordt gedomineerd door enkele grote concerns.

Consumenten stellen hoge eisen aan hun voedselpakket. Het moet gemakkelijk verkrijgbaar zijn en niet te duur. Het moet veilig zijn, het moet vers zijn en ook de zorg voor het dier en zorg voor de natuur zijn belangrijk. Een groot deel van de consumenten kiest vooral voor gemak en prijs en koopt het liefst alles op één plek. Een ander – veel kleiner – deel van de consumenten stelt bewust andere prioriteiten. Ter vergelijking kunnen we kijken naar het aandeel duurzaam voedsel in het consumptiepatroon. Dat bedroeg 6,1 procent in 2013 (Arkenbout, 2014)⁷⁴, met een groei van 10 procent ten opzichte van 2012. Consumenten die bewust duurzaam voedsel kopen, willen meer inzicht in waar het voedsel vandaan komt en welke route het heeft afgelegd alvorens dat op het bord terechtkomt. Zij willen er zeker van zijn dat het voedsel veilig is en met zorg voor dier en natuur is geproduceerd. Als het initiatief bij consumenten ligt, dan zijn het meestal markten waar producenten hun eigen producten kunnen verkopen. Pluktuinen zijn ook een voorbeeld van een consumenteninitiatief.

Bedrijven, zoals bijvoorbeeld verwerkers, tussenhandelaren en transporteurs, die een minder machtige rol in de keten spelen, hebben belang bij een alternatieve route. Met meer zeggenschap in de keten en eventueel een hogere toegevoegde waarde voor hun product kunnen zij hun marge vergroten. Als laatste zou ook de producent het oude patroon kunnen verlaten en een korte keten kunnen beginnen. Als zij produceren wat de consument vraagt, kunnen ze eveneens een hogere prijs vragen die misschien voor de consument wel lager ligt dan die in de supermarkt. Door een deel van de verwerking en of verpakking naar zich toe te trekken, pakken ze ook een groter aandeel in de keten. Initiatieven vanuit het bedrijfsleven en van de producenten heeft vaak te maken met verwerking, verpakking, logistiek/distributie en of branding (merkvorming). De voordelen van een korte keten zijn meer transparantie, betere communicatie en eerlijker verdeling van de financiële opbrengst.

⁷³ <http://www.groenkennisnet.nl/dossiers/Pages/localforlocal.aspx>

⁷⁴ <http://edepot.wur.nl/318743>

3.4 Omgevingsbewust ondernemen in de praktijk

In theorie zijn er voor agrarische ondernemers die omgevingsbewust willen werken veel voordelen te behalen. Maar wat komt er allemaal kijken bij een succesvolle uitvoering hiervan? Een goede planning en voorbereiding zijn belangrijk, maar ook de competenties van de ondernemer spelen een belangrijke rol.

3.4.1 De omgevingsbewuste ondernemer en succesvolle bedrijfsontwikkeling

Ambitieuze ondernemers blijven continu hun bedrijf ontwikkelen. Omgevingsgericht ondernemen is hierbij voor iedere agrarisch ondernemer een wezenlijk aandachtspunt. Nu de betrokkenheid van burgers bij het platteland groeit, wordt ook de ‘licence to produce’ steeds belangrijker. Zorg voor het milieu, dierenwelzijn, gezondheid en ruimtelijke ordening zijn thema’s waar de agrarisch ondernemer al lang niet meer als enige de verantwoordelijkheid voor heeft. Ook de eindgebruiker en iedereen die daar tussen zit, dragen een stuk verantwoordelijkheid. Als we kijken naar de Nederlandse veehouderijketen, dan kan volgens de agenda van de Topsector Agri&Food de ‘licence to produce’ alleen behouden blijven als de maatschappelijke duurzaamheidsvraagstukken worden opgelost. Daarvoor is een open dialoog noodzakelijk tussen ondernemers en de (lokale) samenleving.

Iedere bedrijfsontwikkeling loopt weer anders en toch zijn er een aantal elementen in het proces herkenbaar. Meestal begint het bij de toekomstvisie van de ondernemer: “Waar ga ik heen met mijn bedrijf”. Zijn of haar visie, in combinatie met de mogelijkheden en beperkingen van het bedrijf en de ondernemer zelf, bepalen de eerste contouren van een bedrijfsplan in wording. De video het werkblad van de toekomst⁷⁵ helpt de ondernemer nadenken over ambities, dromen en de toekomst. Het startpunt voor het plan vormt de werkelijke uitgangssituatie van het bedrijf en de competenties van de ondernemer. Zo kan een ondernemerschapsscan⁷⁶ (Agrocenter Duurzaam Ondernemen) een nuttig hulpmiddel zijn om de sterktes en zwaktes van de ondernemer in kaart te brengen. Het doel van deze scan is inzicht te krijgen in de ondernemerscompetenties van de ondernemer, zijn communicatievaardigheden en hoe hij of zij omgaat met kansen en bedreigingen. Het is aan te raden ook het perspectief van anderen mee te nemen in de reflectie op eigen competenties, bijvoorbeeld door de ‘360 graden feedback’⁷⁷.

Het gaat bij omgevingsgericht ondernemen niet alleen om wat de ondernemer wil, maar ook om de wensen vanuit de omgeving. Voor het creëren van draagvlak moet dit nadrukkelijk in het ondernemingsplan worden meegenomen. Dat houdt in dat het plan tegemoet komt aan de behoeften van omwonenden, zoals een prettige en veilige leefomgeving of morele kwesties ten aanzien van bijvoorbeeld veehouderij. Bezoek de verbindingsmaatlat⁷⁸ om inzicht te krijgen in hoeverre het bedrijf in contact staat met zijn omgeving en open staat voor publiek. In een continue relatie met de omgeving krijgt de ondernemer zicht op de behoeften van de omgeving en hoe het bedrijf daar op in kan spelen of een bijdrage aan kan leveren. Een Maatschappelijke Effect Rapportage (Buck, 2009)⁷⁹ is een hulpmiddel

75 <https://vimeo.com/75942438>

76 <http://www3.lei.wur.nl/AgroCenter/Competentieontwikkelingvanondernemersmetbehulpvand.pdf>

77 <http://www.competentie360.nl/index.php/wat-is-360-graden-feedback>

78 <http://www.verbindingsmaatlat.nl/>

79 <http://www.verbindingsmaatlat.nl/>

voor het in kaart brengen van de behoeften in de omgeving. Een belangenkaart (Globaal Businessplan van een Agro-center, innovatienetwerk) kan helpen inzichtelijk te maken welke partijen in de omgeving zitten, wat hun belangen zijn en welke invloed ze hebben op de bedrijfsplannen. Het rapport “Boer als bondgenoot” (Peet et al 2013)⁸⁰ biedt een duidelijk overzicht van succesvolle acties van ondernemers om aan de behoeften van de omgeving tegemoet te komen.

Omgevingsgericht ondernemen betekent dat moet worden voldaan aan de eisen vanuit wet- en regelgeving en aangesloten worden bij de beleidsdoelen. Er zijn diverse wettelijke kaders en beleidsstukken van toepassing op de onderneming, zowel op Europees, nationaal, provinciaal als gemeentelijk niveau. Deze zijn bedoeld om een bepaald minimum-, of maximumniveau van dierwelzijn, ruimtelijke kwaliteit en landschap, milieu-impact, productkwaliteit, arbeidsomstandigheden, economie of volksgezondheid te garanderen. Bij de planvorming is het goed om te weten wat die kaders zijn en wat er mogelijk in de toekomst gaat veranderen. Deze stellen randvoorwaarden waaraan het bedrijf moet voldoen.

De vergunningverlening is in wezen de uiteindelijke formalisering van het plan, waarna met de realisatie gestart kan worden. De droom van de ondernemer met het bedrijf worden gerealiseerd in harmonie met de behoeften van de omgeving. Een werkelijk omgevingsgerichte onderneming onderhoudt – ook als het bedrijf gewoon draait – continu relaties met zijn omgeving, om af te stemmen over wederzijdse behoeften (Peet et al 2013)⁸¹.

3.4.2 Eigenschappen en vaardigheden ondernemer en betrokken actoren

De competenties van de ondernemer zijn van grote invloed op het succes van de onderneming. Competenties zijn de onderliggende kennis, kunde, vaardigheden en persoonlijke eigenschappen die leiden tot effectief uitvoeren van gestelde taken (Langbert, 2000; Mulder, 2001). Bewustzijn bij de ondernemer van de eigen sterktes en zwaktes is belangrijk. Als een ondernemer zelf een bepaalde competentie niet bezit, kan het verstandiger zijn om de benodigde expertise bij iemand anders (zoals een adviseur) te betrekken.

Ondernemers die op een succesvolle manier een wezenlijke bedrijfsverandering hebben gerealiseerd, vallen op door vaardigheden zoals:

- Sociaal vaardig
- Lef gecombineerd met ondernemend en proactief zijn
- Inlevingsvermogen
- Bestuurlijk actief en institutioneel ingebed
- Kennis van zaken hebben over vergunningsprocedures
- Het hebben van een goed netwerk en goede contacten

Hierbij blijkt het extra te helpen als de ondernemer uit de regio komt en ‘lokaal ingebed’ is. Wanneer de ondernemer en omwonenden elkaar langer kennen, zijn er relaties opgebouwd en heeft de ondernemer een gezicht. Dat maakt het in de meeste gevallen gemakkelijker om het gesprek met elkaar aan te gaan.

⁸⁰ <http://www.verbindingsmaatlat.nl/>

⁸¹ <http://www.verbindingsmaatlat.nl/>

Aan de zijde van de vergunningverleners viel bij succesvolle bedrijfsveranderingen op dat de betrokken gemeente- en provincieambtenaren vaardigheden bezaten op het gebied van;

- Proces
- Communicatie
- Daadkracht
- Deskundigheid

Ook omwonenden moeten zich in de situatie van de agrarische ondernemer kunnen verplaatsen. Daarvoor zijn kennis van zaken over wat leeft in de agrarische sector en bereidheid tot communicatie belangrijk, maar ook empathie met het bedrijf (Peet et al 2013).

Het rapport “Nieuwe diensten in de multifunctionele landbouw”⁸² concludeert dat ondernemers voor succesvolle ontwikkeling en vernieuwing in de multifunctionele landbouw, burgers niet alleen als (deels anonieme) klanten moeten beschouwen, maar een stabiele relatie met hen moeten aangaan. Een andere conclusie is dat regionale samenwerking tussen multifunctionele ondernemers onderling, maar ook met andere partijen en overheden de kans op maatschappelijk en economisch succes sterk vergroot.

3.4.3 Succes en faalfactoren

Voor het verwerven van draagvlak in de omgeving is het belangrijk dat het bedrijf er aantrekkelijk uitziet en een professionele uitstraling heeft. Daarnaast moet het bedrijf ook ‘benaderbaar’ en transparant zijn. Het is voor veel omwonenden belangrijk dat de ondernemer ook daadwerkelijk bij het bedrijf woont. Dan kunnen ze iemand aanspreken als er iets mis is of men zich ongerust maakt. Een ander belangrijk aspect betreft de mogelijkheden die de lokale infrastructuur biedt. Is het bijvoorbeeld mogelijk dat het extra vrachtverkeer om het dorp heen rijdt of wegen waarlangs veel schoolkinderen fietsen vermijdt? En hoe ver ligt het bedrijf af van bestaande bebouwing?

Het rapport “Boer als bondgenoot” (Peet et al 2013) benoemt een aantal kritische succesfactoren die de kans van slagen van een bedrijfsverandering vergroten. De succesfactoren zijn afgeleid uit gesprekken met ondernemers en hun adviseurs, omwonenden en gemeenteambtenaren. Tevens biedt dit rapport in hoofdstuk 6 een checklist voor omgevingsgericht ondernemen, met de belangrijkste elementen in de planvorming, kritische succesfactoren en tools ter ondersteuning.

Het rapport “Nieuwe diensten in de Multifunctionele Landbouw” benoemt de succes- en faalfactoren voor de lancering van een nieuw product en dienst, hetgeen op de meeste fronten overeenkomt met de bovenstaande beschrijving van factoren. Onderstaande opsomming benoemt de specifieke succesfactoren op het vlak van individuele ondernemersstrategieën (Caron-Flinterman, F., Alebeek van, F., Jong de, D., 2010):

1. Het goed in beeld brengen waar markt voor is en wat de vraag is.

⁸² <http://edepot.wur.nl/135506>

2. De verbinding zoeken met de burger, echte relaties aangaan, goede netwerken bouwen.
3. Het sneller en slimmer zijn dan anderen.
4. Het aanbod van multifunctionele activiteiten beter ontsluiten voor de burger (vindbaar en boekbaar) bijvoorbeeld via diverse ICT-toepassingen (kleinschalig aanbod op een grootschalige manier vermarkten).
5. Het benutten van de locatie.
6. Het handig combineren en vormgeven van producten en diensten met een mooi beeldverhaal.
7. Het zoeken naar regionale samenwerking, samen de aantrekkelijkheid van een gebied organiseren.
8. Stimuleren van innovaties door vorming van netwerken van pioniers, met wederzijdse kruisbestuiving.
9. Het organiseren van een seizoensvangnet.
10. De hele boerderij en het bijbehorende netwerk maken tot een gesmeerd en goed functionerend geheel.

3.5 Omgevingsgericht ondernemen hernieuwt verbindingen

Geconcludeerd kan worden dat een omgevingsgerichte agrarische ondernemer burgers weer weet te verbinden met de omgeving waar ze wonen. Dit versterkt de maatschappelijke waardering en het consumentenvertrouwen in de agrofoodsector.

Een bijzonder aspect vanuit ondernemerszin gezien, is dat het pallet aan mogelijkheden op en om het bedrijf weer veel rijker wordt (zie onder meer het filmpje van de Ridammerhoeve⁸³). Door de bredere functie en betekenis van omgevingsgerichte bedrijven met activiteiten die een diversiteit aan competenties vragen, zie je dat bedrijfsovername vanuit het gezin ook weer meer voor de hand ligt. Waar gezinsleden wellicht weinig met de echte veehouderijtaken hadden, zie je dat ze zich wel weten te identificeren met andere verbredingsactiviteiten en daaruit voortkomende taken. Omgevingsgericht ondernemen maakt dat bedrijven zich verbinden met andere partijen en partners (zowel binnen als buiten de landbouw) en maatschappelijke betekenis krijgen. Uiteraard is dit niet voor elke ondernemer, omgeving of voor de hele agrofoodsector weggelegd, maar het is op reële schaal een verrijking van de samenleving.

3.6 Bronverwijzing

Voor het hoofdstuk omgevingsgericht ondernemen is gebruik gemaakt van de onderstaande literatuur, rapporten en websites. Ze zijn een bron van inspiratie.

- Arkenbout, L., Prause, K., Kampen, S., (2014). Boer en consument heffen de vork, herverdeling van de voedselketen, Een inventarisatie van regionale korte keteninitiatieven in Nederland. Hogeschool van Amsterdam, in opdracht van Urgenda. <http://edepot.wur.nl/318743>

⁸³ <https://www.youtube.com/watch?v=U2sOu6HiS48>

- Bakker de, E., Dagevos, H., Mil van, E., Wielen van der P., Terlui, I., Ham van den, A., (2013). Energieke zoektochten naar verduurzaming in landbouw en voedsel. WOT Natuur & Milieu, Wageningen UR: http://www.wageningenur.nl/upload_mm/6/6/9/632c2bbf-76bb-4af6-a748-d20418b88102_WOt-rapport%20121%20webversie.pdf
- Buck, A.J. de., Alebeek, F.A.N. van., Dekking, A.J.G., Migchels, G., Vijn, M.P.; Visser, A.J., (2009). Maatschappelijke Effect Rapportage verbrede landbouw (MAER); verantwoording en bedrijfsscan, Lelystad : PPO - AGV. <http://edepot.wur.nl/7955>
- Caron-Flinterman, F., Alebeek van, F., Jong de, D., (2010). Nieuwe diensten in de multifunctionele landbouw. Wageningen UR Livestock Research. http://multifunctionelelandbouw.net/system/files/documenten/nieuwe_diensten_in_de_mfl_o.pdf
- CBS, consumptie vroeger en nu. Tussen 1938 en 1995 zijn de consumptieve bestedingen van huishoudens drastisch van samenstelling veranderd. Bovendien zijn de verschillen in consumptie tussen groepen huishoudens aanzienlijk kleiner geworden <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/E79568F7-570C-4320-AEDB-3D95ECA70E16/o/index1026.pdf>.
- Dagevos, H., Schans van der J.W., Kortstee, H., Dijkshoorn-Dekker, M., Burg van den, S., Smits, M.J., Broek van den, E. (april 2014). Een wijde blik verruimt het denken, Duurzaam voedsel produceren en consumeren in een breed kader. LEI Wageningen UR. Den Haag: <http://edepot.wur.nl/300666>
- Food for tomorrow: <http://sustainablefoodtrust.org/articles/food-for-tomorrow/>
- Fresco, L., (2012). Hamburgers in het paradijs, Voedsel in tijden van schaarste en overvloed.
- Groen kennisnet, dossiers omgevingsgericht ondernemen: <http://www.groenkennisnet.nl/Pages/zoekresultaten.aspx?q=omgevingsgericht%2bAND%2bondernemen&scope=>
- Kierkels, T., Ypma, T., Kars, J., Veen, E.J., Vijn, M.P., Elings, M., Oostindie, H.A., Methorst, R.G., Winter, M.A. de, Engelsma, K.A., Kempenaar, J., Visser, A.J. & Alebeek, F.A.N. van (2012). Multifunctionele landbouw in Nederland : meer dan boeren alleen. Zutphen: Roodbont (ISBN 9789087401184). <http://edepot.wur.nl/205314>
- Langbert, M., 2000. Professors, managers, and human resource education. Human Resource Management 39: 65-78.
- Methorst, R, Blog (promotieonderzoeker landbouw en omgeving) <http://www.ronmethorst.blogspot.nl/>
- Mulder, M., 2001. Competentieontwikkeling in organisaties: perspectieven en praktijk. Elsevier bedrijfsinformatie, 's-Gravenhage, 319 pp.
- LTO Noord Omgevingsgericht ondernemen; een greep uit onze projecten op het gebied van Omgevingsgericht ondernemen <http://resultaten2013.nl/project-1/>
- Peet, G.F.V. van der., Vogelzang, T.A., Lauwere, C.C. de., Janssen, A.P.H.M., Os, J. van (2013). Boer als bondgenoot : handvatten voor een goede relatie met de omgeving bij bedrijfsontwikkeling of -verplaatsing. Wageningen UR Livestock Research. <http://edepot.wur.nl/265446>
- Nugter, P., Ypma, T., Omgevingsgericht ondernemen op het platteland. Lesideeën voor het onderwijs VMBO. Programme team Multifunctionele Landbouw. Het boekje is tevens in digitale variant te vinden op: maken. wikiwijs.nl/43382 en via <http://edepot.wur.nl/254101>

Dit boekje is onderdeel van een drieluik: MBO HBO. Inspiratie uit de multifunctionele landbouw.

- Omgevingsgericht werken en ondernemen. Praktische lesarrangementen voor VMBO landbouw-breed. Te vinden op: maken.wikiwijs.nl/43329 of edepot.wur.nl/254102
- Multifunctionele Landbouw. Lesmodule omgevingsgericht ondernemen voor het MBO.

Te vinden op: maken.wikiwijs.nl/31824 of edepot.wur.nl/169152

- Planbureau van de leefomgeving, De macht van het menu, http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/PBL_2013_De_macht_van_het_menu_792.pdf
- Rijksoverheid, Opgaven en kansen voor duurzaam en gezond voedsel <http://www.rijksoverheid.nl/nieuws/2014/06/04/duurzaam-voedsel-steeds-vaker-op-boodschappenlijstje.html>
- RIDL&V (2010). Naar een integrale benadering van duurzame landbouw en gezonde voeding. www.ridlv.nl
- Steel, C., (2008.) Hungry City (Ned. Vertaling: (2011) De hongerige stad).
- Streekproductenloket: <http://streekproductenloket.nu/informatie/relevant-onderzoek-2/>
- Thunen Von, <https://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch6en/conc6en/vonthunen.html> The geography of transport systems
- Veen, E.J., Vermeulen, P., Wolf, P.L. de & Schoorlemmer, H.B. (december 2010). Verbindingen tussen agrarische ondernemers en burgers. Verkennend onderzoek naar verschillende typen verbindingen. (extern rapport). Lelystad: PPO – AGV. <http://edepot.wur.nl/159648>
- Wageningen UR., Omgevingsgericht ondernemen www.omgevingsgerichtondernemen.nl Laat u inspireren door hoe andere ondernemers met hun sociale omgeving omgaan en leer hoe u uw eigen initiatieven kunt aanpakken. Op de site worden documenten, links, tools en video materiaal aangeboden om je verder te verdiepen en verbreden in deze thematiek

3.7 Lesmateriaal, filmpjes en good practises

- ‘Meer met Multifunctionele Landbouw’ is een spel, dat kan bijdragen aan een ongedwongen en aangename introductie van de mogelijkheden van de MFL. http://maken.wikiwijs.nl/30457/Meer_met_Multifunctionele_Landbouw
- Groen kennisnet, dossiers omgevingsgericht ondernemen: <http://www.groenkennisnet.nl/Pages/zoekresultaten.aspx?q=omgevingsgericht%2bAND%2bondernemen&scope>
- Lesopdrachten en filmpjes <http://streekproductenloket.nu/informatie/informatie-onderwijs/>
- het werkblad van de toekomst helpt de ondernemer met nadenken over ambities, dromen en de toekomst. <https://vimeo.com/75942438>
- Ondernemerschapsscan, Agrocenter Duurzaam Ondernemen <http://www3.lei.wur.nl/AgroCenter/Competentieontwikkelingvanondernemersmetbehulpvand.pdf>
- Wat is 360 graden feedback? <http://www.competentie360.nl/index.php/wat-is-360-graden-feedback>

- Verbindingsmaatlat, om inzicht te krijgen in hoeverre het bedrijf in contact staat met zijn omgeving en of open staat voor publiek <http://www.verbindingsmaatlat.nl/>

3.8 Opdrachten voor hbo-studenten

Opdracht 1.

Maak een biografie van een multifunctioneel landbouwbedrijf

Opdrachtformulering ontleend aan <http://edepot.wur.nl/254101>

Maak een biografie van een multifunctioneel landbouwbedrijf en presenteer dit aan elkaar. Het is de bedoeling dat het bedrijf multifunctioneel is, dat wil zeggen dat ze zowel primaire productie als een extra activiteit hebben. Door de geschiedenis van het bedrijf op te tekenen, zul je ontdekken waarom binnen een bedrijf bepaalde keuzes zijn gemaakt. Je kunt dit bijvoorbeeld doen door het verhaal van drie generaties op te schrijven.

Lees eerst meer over de ontwikkelingen in de landbouw van de laatste vijftig jaar. Bedrijven gingen zich na de oorlog richten op goedkope voedselproductie: veel produceren voor weinig. Toen de kwaliteit eronder dreigde te leiden, en onder andere de Nederlandse tomaten werden geweerd, zijn agrarische ondernemers zich meer gaan richten op kwaliteit. Tegenwoordig zoeken bedrijven ook betekenis in de vitaliteit van het platteland en bieden ze nieuwe diensten aan (verbreding).

Opdracht 2.

Maak een biografie van een stadslandbouwinitiatief

Maak een biografie van een stadslandbouwinitiatief en presenteer dit aan elkaar. Het is de bedoeling dat het initiatief een redelijke impact heeft in de omgeving, dat wil zeggen dat er meerdere mensen bij betrokken zijn en meerdere activiteiten plaats vinden, bijvoorbeeld voedselproductie en zorg. Door de geschiedenis van het initiatief op te tekenen, zul je ontdekken waarom binnen het initiatief bepaalde keuzes zijn gemaakt.

Kijk ook naar de achtergronden en actualiteit van stadslandbouw bij:

- het stedennetwerk stadslandbouw: <http://www.stedennetwerkstadslandbouw.nl/>
- Wageningen UR stadslandbouw: <http://www.wageningenur.nl/nl/Onderzoek-Resultaten/Projecten/Stadslandbouw-1.htm>
- Groene Ruimte dossier Stadslandbouw: <http://www.groeneruimte.nl/dossiers/stadslandbouw/>

Opdracht 2a

Karakteristieken van enkele voedselinitiatieven.

Bezoek de website van enkele voedselinitiatieven en geef een oordeel over het karakter van het initiatief en zet ze in een tabel met links de karakters en rechts een score van 0 – 1 – 2 – 3 – 4.

Toelichting: In onderstaand overzicht zijn van ieder karakter de twee uitersten gedefinieerd. Geef van elk van de zes initiatieven aan hoe zij daar op scoren.

Karakters.

		0	4
A	Sociaal	De verkoop gaat middels een webwinkel met bezorgservice.	De verkoop levert een bijkomend effect, namelijk een gevoel van verbondenheid en sociaal contact of vrijwilligers die meehelpen.
B	Participatie	De consument heeft geen enkele binding met de producent.	Er is een verbintenis tussen de producent en de consument middels een abonnement, lening (crowdfunding) of anderszins.
C	Commercieel	De onderneming werkt kosten-neutraal.	De verkoop is gericht op winst-maximalisatie.
D	Productinnovatie	Het assortiment en/of presentatie veranderen niet.	De producent komt met nieuwe producten of formules.
E	Persoonlijk	Consument en producent kennen elkaar niet.	Consument en producent kennen elkaar goed.
F	Marketing	Geen enkele uiting van PR.	Het initiatief doet veel aan PR.
G	Lokaal	De verkoop is niet gebonden aan de plaats van de producent.	De fysieke afstand tussen consument en producent is klein en er is geen webwinkel met bezorgservice die buiten een straal van 5 kilometer reikt.
H	Communicatie	Communicatie is er niet of eenzijdig.	Er is direct en goed contact tussen consument en producent. De Producent kent de wensen en eisen van de consument.

Bezoek de volgende websites en beoordeel de bedrijven op bovengenoemde karakters:

<http://www.hofvantwello.nl/>

<http://www.degroteverleiding.nl/>

<http://detuinenvanweldadigheid.nl>

<https://willemendrees.nl/>

<http://www.soestermarkt.nl/>

<http://eemlandhoeve.nl/>

Opdracht 2b

Jij als consument

Wat spreekt het meest tot jouw verbeelding als consument?

- A Ik vind het belangrijk om mensen te ontmoeten en een praatje met ze te maken, ook bij het boodschappen doen.
- B Ik wil graag deelnemer zijn in een goed initiatief en mijn waardering uiten met behulp van een abonnement of een lening.
- C Ik wil zoveel mogelijk product voor mijn geld, kwaliteit en herkomst zijn niet doorslaggevend.
- D Ik ben altijd wel nieuwsgierig naar nieuwe producten en wil ze ook graag uitproberen.
- E Ik vind persoonlijk contact met de producent of verkoper belangrijk om mijn mening te kunnen geven over het product.
- F De presentatie van het product vind ik erg belangrijk.
- G Ik kies bij voorkeur producten uit de eigen streek.
- H Ik wil graag weten hoe het product tot stand is gekomen en zie graag dat er iets met mijn opmerkingen wordt gedaan.

Opdracht 2c

Jij als initiatiefnemer voor een korte keten

Wie ben je zelf? Als je zelf een initiatief zou opstarten, welke variant zou het beste bij jou passen? Neem onderstaande nummering over in een tabel en geef per nummer aan of het bij jou past. Vul een 0 in wanneer het helemaal niet bij jou past, een 1 wanneer het een beetje bij de past, een 2 wanneer het redelijk bij je past, een 3 wanneer het één van jouw sterke punten behoort en 4 wanneer je je daarin onderscheidt van de rest.

Waar ben je goed in?

- A Vind je het plezierig om mensen te ontmoeten en een praatje met ze te maken?
- B Kom je je afspraken goed na en lever je wat er van je verwacht wordt?
- C Vind je het belangrijk om zo veel mogelijk geld te verdienen?
- D Ben je altijd op zoek naar nieuwe toepassingen van je product, nieuwe soorten producten, nieuwe verpakkingen, of een nieuwe aanpak?
- E Vind je het belangrijk om van de klant te horen wat hij van jouw product vindt?
- F Ben je goed in het verkopen?
- G Voel je je verbonden met de streek?
- H Ben je goed in communiceren en ben je goed in het vertalen van wensen of opmerkingen in acties.

Opdracht 2d

Wat past bij jou?

Met welk voedselinitiatief uit opdracht 1 komt jouw persoonlijke score uit opdracht 3 het beste overeen en waarom?

4 Sociaal ondernemen

Na het lezen van dit hoofdstuk weet je wat sociaal ondernemen is. Je hebt een indruk van de omvang van de sector en je kent een aantal voorbeelden van sociale ondernemingen. Je vindt in dit hoofdstuk ook literatuur en filmpjes over sociaal ondernemen naast een paar voorbeeldopdrachten voor studenten.



4.1 Sociaal ondernemen als nieuwe sector

Clara Sies, de oprichtster van de voedselbanken, had zelf een kledingwinkel die failliet ging, waardoor ze een paar jaar in de schuldhulpverlening terecht kwam. Daarna begon zij vanuit haar eigen ervaringen de eerste voedselbank van Nederland. Zij durfde als ondernemer buiten de gebaande paden te treden en wist haar initiatief op te schalen. De bedoeling van de voedselbank is om mensen, die onder een bepaald bestaansminimum leven, te helpen door het verstrekken van voedselpakketten. Deze worden samengesteld uit overschotten, die door bedrijven ter beschikking zijn gesteld. Tevens biedt de voedselbank nuttig vrijwilligerswerk.

Veel mensen vermoeden dat de voedselbank een overheidsdienst is, maar het is een sociale onderneming. Ontstaan vanuit een klein verhaal van een persoonlijke ervaring zijn de huidige 140 voedselbanken inmiddels een wijdverbreid en bijna

‘gevestigd’ element in het vangnet voor mensen in een krappe financiële situatie. Wekelijks worden in Nederland 30.000 gezinnen van eten voorzien. Dit voedselbankinitiatief en ook vele andere, ontstaan vaak vanuit een persoonlijke ervaring. De drijfveer ligt vaak dichtbij in een persoonlijk verhaal of een concrete ervaring (Schulz, 2013).

Sociale ondernemers ondernemen om de wereld een beetje socialer, eerlijker en groener te maken. Ze hebben hun businessmodel opgebouwd rondom hun maatschappelijke missie. Zo zijn er bedrijven die zoveel mogelijk mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt opnemen. Een voorbeeld hiervan is stichting The Colour Kitchen⁸⁴. Deze stichting biedt een combinatie van leren en werken aan in één van de bedrijven van The Colour Kitchen, volwaardige commerciële restaurants. De doelgroep wordt gevormd door mensen bij wie werken niet vanzelf gaat. Ze moeten opboksen tegen de ‘gemiddelde’ norm die onze maatschappij stelt en hebben niet altijd de kansen gekregen die nodig zijn om je te ontwikkelen. Een vergelijkbaar voorbeeld is First Class Amersfoort⁸⁵. Daarnaast is er een grote groep ondernemers die productieketens eerlijker en duurzamer wil maken, of producten uit kansarme gebieden op de Westerse markt brengt (Zwaan, 2014).

Het gaat in alle gevallen om bedrijven met een impactgedreven businessmodel (zie hoofdstuk 5), de ondernemers willen op de eerste plaats een maatschappelijk probleem aanpakken (Social Enterprise NL, 2014).

Soms gaat het om burgers die zijn toegerust om als *changemakers* te denken en handelen. Zij werken krachtig samen met anderen om maatschappelijke veranderingen te realiseren. Sommigen zijn daarbij – soms tegen wil en dank – ‘sociaal ondernemer’ geworden (InHolland, 2013). Sociale ondernemingen kunnen kleinschalig blijven, of doorgroeien tot een grootschalige onderneming, zoals het voorbeeld van de voedselbank laat zien. Hieronder volgt een kleinschalig voorbeeld uit Rotterdam.

Bovenop het dak van het kantoorgebouw Het Schieblock in het centrum van Rotterdam worden groenten verbouwd. Het kantoorpand heeft zelfs een eigen ‘dakboerin’, die dagelijks schoffelt, harkt en de planten water geeft. Deze ‘dakakker’ is in zijn huidige vorm een voorbeeld van een *startup*: een (sociale) onderneming die verkeert in de opstartfase. Zonder direct een grote productie, maar met grote achterliggende plannen, idealen en ambities. Zonder directe verdiensten, maar met een zich ontwikkelend onderliggend verdienmodel. Een winkeltje en een restaurant zijn voorzien om de educatieve functie uit te breiden en inkomsten te genereren.

Of dat zal lukken en tot welke omvang deze onderneming zal uitgroeien, hoort bij de onzekerheid die onlosmakelijk verbonden is aan ondernemerschap. Deze dakakker brengt het productieproces terug naar lokale proporties. De volledige keten is lokaal en transparant.

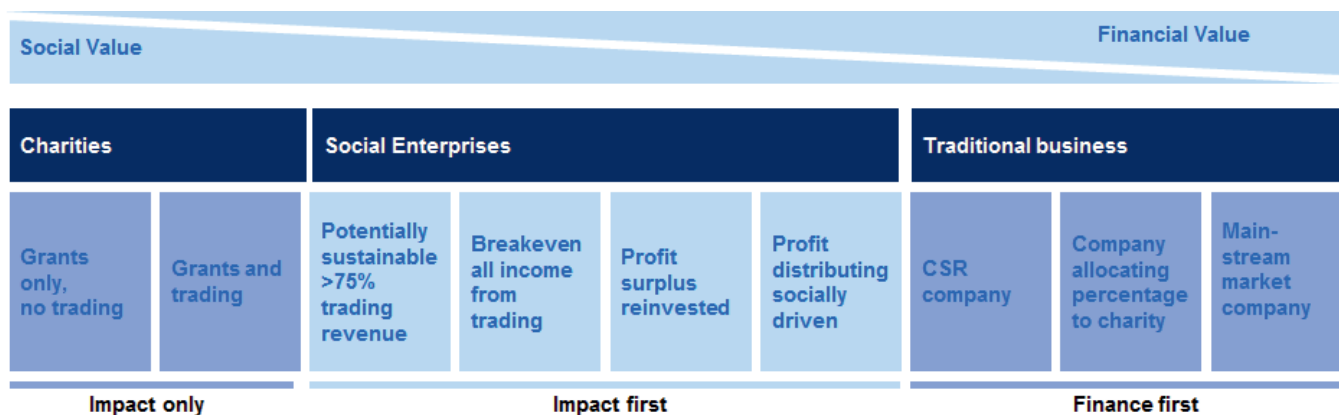
Sociaal ondernemen is niet nieuw en ook geen typisch Nederlands fenomeen. Zo biedt chef-kok Jamie Oliver in het Verenigd Koninkrijk kansarme jongeren de kans om in zijn restaurant Fifteen te werken. Een heel ander karakter heeft

⁸⁴ <http://www2.thecolourkitchen.com/nl>

⁸⁵ <http://www.firstclassamersfoort.nl/over-ons/achtergrond/>

vervolgens weer The People's Supermarket⁸⁶ in Londen. De supermarkt, die kwalitatief hoogwaardige producten tegen betaalbare prijzen levert, kent een ledenstelsel. De winkel wordt gerund door de klanten zelf, de leden. Alle winst wordt teruggeleid door producten goedkoper te maken. Verder zet de supermarkt in op lokale, binnenlandse producten en op het composteren van onverkochte overschotten (Schulz, 2013).

Sociale ondernemingen nemen een heel eigen positie in tussen de overheid, commerciële bedrijven en charitatieve instellingen en vormen zo een nieuwe sector, zoals in onderstaande figuur is te zien.



Bron: Wat is een social enterprise?⁸⁷

Sociale ondernemingen onderscheiden zich van traditionele commerciële bedrijven in het feit dat zij hun maatschappelijke missie boven financiële doelen hebben gesteld. Commerciële bedrijven zijn daarom zelden een sociale onderneming, ook al willen zij vaak in hun processen zo min mogelijk schade toebrengen (maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)) en streven zij er vaak naar om een bijdrage te leveren aan een betere wereld. Primair streven commerciële bedrijven een financieel doel na en zal winstmaximalisatie altijd boven de maatschappelijke missie worden geplaatst. Voor een sociale onderneming is de winst een middel – geen doel – om de maatschappelijke impact zo groot mogelijk te laten zijn.

4.2 Feiten over sociale ondernemingen in Nederland

Naar schatting zijn er ongeveer vierduizend sociale ondernemingen in Nederland. In vergelijking met andere Europese landen zijn er echter nog relatief weinig gegevens beschikbaar over de zogenaamde 'social enterprise' sector. Het is nu dan ook niet mogelijk om een exacte indicatie te geven van de omvang van de sector in Nederland. Duidelijk is wel dat het gaat om een ondernemingsvorm die volop in beweging en ontwikkeling is.

Uit een recente publicatie van Social Enterprise NL blijkt dat sociale ondernemingen tot de snelst groeiende bedrijven van Nederland behoren. De werkgele-

⁸⁶ <http://thepeoplesupermarket.org/>

⁸⁷ <http://social-enterprise.nl/wat-is-het/>

genheid bij de aangesloten sociale ondernemingen is met maar liefst 25 procent gestegen. Bovendien verwacht 90 procent van de sociale ondernemingen dat die groei de komende jaren doorzet. Een percentage dat significant hoger ligt dan bij reguliere MKB-bedrijven in Nederland.

Sociale ondernemingen zijn actief in verschillende sectoren, van zakelijke en facilitaire dienstverlening en consumentenproducten tot zorg, educatie en internationale ontwikkeling. Het merendeel van de aangesloten sociaal ondernemers opereert alleen op de Nederlandse markt. Een kleiner aantal sociale ondernemingen is voornamelijk in het buitenland actief. Dit zijn de bedrijven met een focus op internationale ontwikkeling. Er zijn geen aparte cijfers over sociale ondernemingen die in de voedselsector actief zijn.

Nederland kent (nog) geen aparte juridische entiteit voor sociale ondernemingen. Sociaal ondernemers werken dan ook vanuit verschillende rechtsvormen. De meerderheid opereert als besloten vennootschap (BV). Deze ondernemingen hebben een winstoogmerk en kunnen dus ook risicodragend kapitaal aantrekken. Een aantal succesvolle ondernemingen gaat over van stichting naar BV, of plaatst een BV naast een stichting in een combinatievorm die ook vaak voorkomt (Social Enterprise NL, 2014).

De aandacht voor ‘sociaal ondernemerschap’ lijkt vooral een stedelijke zaak, gezien de tot nu toe gevonden bronnen als het gaat om sociale ondernemingen die met voedsel bezig zijn. Binnen het groene onderwijs heeft het nog weinig aandacht. Daar waar ‘regionale voedselstrategie’ raakt aan ontwikkelingen in de stad, is het interessant om ontwikkelingen rondom sociaal ondernemen te volgen en te benutten voor het onderwijs. Het is van belang dat studenten goed geïnformeerd hun eigen toekomstkeuzes kunnen maken. Doordat zij naast het ‘gangbare’ commercieel ondernemen ook kennis maken met sociaal ondernemen, kunnen zij beide ervaringen benutten om een afweging te maken.

4.3 Typologie van sociaal ondernemers

Het fenomeen van de sociale ondernemer is een concept in beweging en afhankelijk vanuit het perspectief van waaruit wordt gekeken (overheid, markt, burger) zijn er verschillende typologieën in ontwikkeling. In deze context onderscheiden we twee categorieën van sociaal ondernemers.

De eerste categorie betreft mensen die hun ondernemerschap inzetten voor het realiseren van maatschappelijke impact. Dat betekent dat zij de sociale doelen in de missie van de onderneming centraal stellen. Dat betekent overigens niet dat de economische doelen minder belangrijk zijn. Het realiseren van de economische doelen is immers de beste garantie voor duurzame impact zonder dat men afhankelijk is van subsidies en/of giften van derden. Daarnaast zoeken deze ondernemers ook een realistisch inkomen, te realiseren uit hun sociale onderneming (SocEntExpert, 2014).

Een voorbeeld hiervan is de Amsterdamse bierbrouwerij de Prael. Het is een organisatie met zowel sociale als commerciële doelstellingen en ambities. De Prael

biedt mensen met een psychiatrische achtergrond regelmaat, opleidingsmogelijkheden en werk om trots op te zijn. Gelijktijdig is De Prael ook 'gewoon' een commercieel bedrijf dat een ambachtelijk product in de markt zet en probeert met winst te verkopen. De onderneming is sociaal in die zin dat zij naast haar commerciële doelstellingen invulling geeft aan een activiteit die gewoonlijk met het publieke domein wordt geassocieerd, namelijk arbeidsbemiddeling voor kwetsbare groepen.

Binnen de bovenstaande categorie worden sociaal ondernemers onderscheiden, namelijk de *social bricoleur*, de *social constructionist* en de *social engineer*: "*Social Bricoleurs usually focus on discovering and addressing small-scale local social needs. Social Constructionists typically exploit opportunities and market failures by filling gaps to underserved clients in order to introduce reforms and innovations to the broader social system. Finally, Social Engineers recognize systemic problems within existing social structures and address them by introducing revolutionary change*". Deze typologie is deels terug te voeren op het schaalniveau waarop deze sociaal ondernemers opereren, respectievelijk: lokaal, nationaal en globaal (Zahra et al., 2009).

Een voorbeeld van een 'Social Bricoleur' is Marieke Hart. Zoals zij zelf zegt, is zij drie jaar geleden min of meer per ongeluk sociaal ondernemer geworden. Het begon met heerlijke etensgeuren van de buurvrouw die over de schutting naar haar toe kwamen. Dat rook zo lekker dat zij haar buurvrouw vroeg of die niet een portie extra kon koken voor haar, uiteraard tegen een vergoeding. Op die manier leerde ze haar buurvrouw kennen. Daaruit ontstond een 'community van buurtgenoten die hun zelfgekookte eten delen'.

Ze begon een website waar vraag en aanbod bij elkaar konden komen met de naam Thuisafgehaald.nl.⁸⁸ De vraag naar bemiddeling bleek zo groot dat inmiddels 9000 thuishokers en bijna 70.000 afhalers van maaltijden op website te vinden zijn. Haar verhaal is te zien en te horen in deze inspiratielezing⁸⁹. Het startpunt is heel duidelijk de passie voor koken, waaromheen buurtgenoten elkaar ontmoeten. Tevens is er sprake van een bedrijfsmatige aanpak met een verdienmodel waarbij inkomen wordt gehaald uit de bemiddeling.

De tweede categorie sociaal ondernemers betreft ondernemende mensen die zich verbinden om maatschappelijke issues op te lossen. Hierbij stellen zij zich onafhankelijk op – bijvoorbeeld jegens de overheid – en bedienen zij zich in de regel van vernieuwende ideeën en strategieën om oplossingen te implementeren. Zij maken daarbij gebruik van onconventionele financieringsarrangementen die erop gericht zijn ten minste kostenneutraal te opereren om zo de duurzaamheid van de oplossing te borgen.

Dit soort sociaal ondernemers maakt vaak gebruik van de coöperatie als rechtspersoon, bijvoorbeeld als zorgcoöperatie of energiecoöperatie. In Engeland labelt men dit soort burgerinitiatieven vaak als *community enterprise* of *development trust* (SocEntExpert, 2014). Een voorbeeld van een zorgcoöperatie waaraan ook studenten deelnemen, is Zorgcoöperatie Bronckhorst.⁹⁰

⁸⁸ <http://www.thuisafgehaald.nl/>

⁸⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=Wk3C3lIPQTA>

⁹⁰ <http://www.zorgcooperatiebronckhorst.nl/index.php/zorgcooperatie-bronckhorst/>

Een andere typering die wordt gebruikt voor deze tweede categorie, is dat de sociale ondernemer een ondernemende burger is, die op het grensvlak van burgerschap en ondernemerschap sociale en economische activiteiten ontplooit die (kunnen) bijdragen aan de stad en stedelijke ontwikkeling. Deze makers doen dat op eigen initiatief en risico. Het zijn ondernemende burgers, die al doende publieke waarde creëren. Daarbij vragen zij vaak de lokale overheid om te participeren (als zij dat nodig vinden) (Sterk, 2013).

4.4 Het belang en de dilemma's van sociaal ondernemen

Bij ondernemende burgers in de stad, bij professionals in de beroepspraktijk en docenten in het hoger beroepsonderwijs is er een groeiende aandacht voor het sociaal ondernemerschap. Het zou wel eens een tegenbeweging kunnen vormen voor het 'oude' commercieel ondernemen. Even scherp gezegd betekent dit dat "Kennis delen maakt sterk" weer uitgangspunt wordt, in plaats van "kennis is macht". In ieder geval maakt het duidelijk dat je op verschillende manieren ondernemer kunt worden.

Het sociaal ondernemen vertegenwoordigt waarden die een groeiende groep mensen aanspreekt. Door sommige sociaal ondernemers wordt dit de deeleconomie genoemd, waarbij toegang boven bezit gaat. Het gaat hierin om principieel anders consumeren. Volgens Marieke Hart van Thuisafgehaald.nl kunnen we een nieuwe generatie verwachten met minder focus op status en bezit en meer focus op beleving. Sociaal ondernemen maakt je duidelijk dat je ook heel anders tegen economie aan kunt kijken dan je wellicht gewend bent.

Tegelijkertijd roept deze ontwikkeling ook de nodige vragen op. Bestuurlijke vragen over de verhouding tussen overheid en burger, zoals "Waarom is de overheid eigenlijk de enige publieke dienstverlener?" Maar het roept ook vragen op van professionals, onder andere over de gewenste rol, positie en taakuitoefening van 'de nieuwe ambtenaar' en 'de nieuwe professional'. Sociaal ondernemen probeert de wereld van de markt en de wereld van de overheid te verbinden, maar bij wie ligt de verantwoordelijkheid in deze nieuwe setting? Het is zoeken naar passende arrangementen (Sterk, 2013; Schulz, 2013).

Bij deze partijen ontstaat ondertussen ook zorg over het ontbreken van een actuele benadering, hoe werkt het? De beschikbare handboeken zouden te bedrijfskundig zijn en onvoldoende aansluiten op de vragen over sociaal ondernemerschap in de nieuwe participatiesamenleving. Ze lijken vooral antwoord te geven op vragen uit de tijd van het marktdenken, maar geen overtuigende antwoorden op de vragen van deze tijd. Zoals op de vraag: Hoe creëren we op een sociaal, economisch en ecologisch duurzame wijze publieke waarde in de stedelijke samenleving?

4.5 Verder leren en lezen

Websites over: Wat is sociaal ondernemen? Geraadpleegd op 2 maart 2015

Centrum voor sociaal ondernemerschap van de NSOB⁹¹

Samenvatting van het boek ‘Sociaal ondernemerschap in de participatiesamenleving’⁹²

Oxford Skoll Centre for Social Entrepreneurship: What is social entrepreneurship?⁹³

Platform voor het nieuwe organiseren ⁹⁴

SocEntExpert heeft tot doel om het onderwijsaanbod over sociaal ondernemen zowel kwantitatief als kwalitatief te vergroten: Typologie van sociaal ondernemers ⁹⁵

Social Enterprise NL (2014) Facts & Figures: social enterprises in Nederland ⁹⁶

Social Enterprise NL (2014) Wat is een social enterprise?⁹⁷

Universiteit van Utrecht: social-entrepreneurship-initiative⁹⁸

Zwaan (2014) Duurzame ondernemers: wie zijn het en wat doen ze?⁹⁹

Wereldwijd het bekendste voorbeeld van een sociale ondernemer: Muhammead Yunus¹⁰⁰

Gratis online managementbibliotheek ¹⁰¹over sociaal ondernemen

University of Alberta: What is social entrepreneurship?¹⁰²

University of Alberta: Internationale organisaties die social entrepreneurship ondersteunen¹⁰³

VSF fonds: succes- en faalfactoren van sociaal ondernemen¹⁰⁴

Overzichten van sociale ondernemingen. Geraadpleegd op 2 maart 2015

<http://social-enterprise.nl/social-enterprises/>

<http://www.iedereenwinst.com/social-enterprises/>

<http://www.nesta.org.uk/event/compendium-civic-economy-launch>

Foodquake: Hét overzicht van alle goede voedselinitiatieven

⁹¹ <http://www.nsob.nl/centrum-voor-sociaal-ondernemerschap/>

⁹² <http://www.inholland.nl/onderzoek/Lectoraten/Dynamiek+van+de+stad/Nieuws/Van+brave+naar+eigenwijze+burger.htm?SourceGuid=%7bB7146A29-2FC4-486F-B57D-DD0782DoF7Do%7d>

⁹³ <http://www.sbs.ox.ac.uk/ideas-impact/skoll/about-skoll-centre-social-entrepreneurship/what-social-entrepreneurship>

⁹⁴ <http://www.nieuworganiseren.nu/wiki/social-enterprises>

⁹⁵ http://www.socentexpert.nl/kennisbank/so_worden/typologie_so/default.aspx%20geraadpleegd%2030%20december%202014

⁹⁶ <http://social-enterprise.nl/portfolio/facts-figures-social-enterprises-in-nederland/>

⁹⁷ <http://social-enterprise.nl/wat-is-het/>

⁹⁸ <http://www.uu.nl/organisatie/faculteit-recht-economie-bestuur-en-organisatie/samenwerking-en-samenleving/maatschappelijke-projecten/social-entrepreneurship-initiative>

⁹⁹ <http://www.iedereenwinst.com/blog/duurzame-ondernemers-wie-zijn-ze-en-wat-doen-ze-vandaag/>

¹⁰⁰ <http://muhammeadyunus.org/>

¹⁰¹ <http://managementhelp.org/socialenterprise/>

¹⁰² <http://business.ualberta.ca/centres/corporate-social-responsibility/research/general-information>

¹⁰³ <http://business.ualberta.ca/centres/corporate-social-responsibility/research/general-information/organizationsfocusedonse>

¹⁰⁴ http://www.vsbfonds.nl/media/159964/rapport_sociaal_ondernemen.pdf

Wat is sociaal ondernemen filmpjes. Geraadpleegd 2 maart 2015
 Infomercial, SocialEnterpriseNL: Wat is een Social Enterprise?¹⁰⁵
 SocialEnterpriseNL: Wat is winst?¹⁰⁶
 Willemijn Verloop at TEDxUtrecht: Changing the world through social entrepreneurship¹⁰⁷
 Andy Stoll at TEDxUIowa: How to be a social entrepreneur¹⁰⁸
 Melody Hossaini at TEDxKLWomen 2013: The social enterprise revolution¹⁰⁹
 Alex Hannant at TEDxTeAro: Why social enterprise is a good idea, and how we can get more of it¹¹⁰
 TEDxCalgary - Dr. Mark Durieux : The Social Entrepreneur in Us¹¹¹
 Inspiratielezing¹¹² van Kenniscentrum Agrofood en Ondernemen door Marieke Hart van Thuisafgehaald.nl
 Filmpje over The Colour Kitchen¹¹³.

Boeken en artikelen

Dagevos, M. e.a. (2015) Voor een goede zaak. Sociaal ondernemen in theorie en praktijk.
 Trancity valiz, Compendium for the civic economy, 2012, <http://www.trancity.nl:25> voorbeelden van de maatschappelijke economie. Bijbehorende blog Engels-talig: <http://civiceconomy.net/blog/>.
 Netwerk Platteland, Burgercoöperaties in opkomst, Tijdschrift over de veranderende relatie tussen samenleving en overheid, 2013.
 Netwerk Platteland, Wijkondernemingen, Tijdschrift over de veranderende relatie tussen samenleving en overheid, 2012.
 Schultz e.a. (2013) *De koopman als dominee – sociaal ondernemerschap in het publieke domein*. Auteurs: Martin Schultz, Martijn van der Steen, Mark van Twist.
 Sterk e.a. (2013) *Sociaal ondernemerschap in de participatiesamenleving: Van de brave naar de eigenwijze burger*. Auteurs: Erik Sterk, Maurice Specht, Guido Walraven.
 Social Entrepreneurship and Social Business. An Introduction and Discussion with Case Studies. Volkmann, Christine K. (et al.) (Eds.), ISBN 978-3-8349-7093-0, 2012, XII, 285p. 47 illus. Format: PDF eBook (download immediately after purchase).
 Venture Forth! Essential Guide to Starting a Moneymaking Business in Your Non-profit Organization. By Rolfe Larson. Published by Fieldstone Alliance. 272 pages, softcover, 2002.
 Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know® Paperback – April 16, 2010 by David Bornstein.
 Zahra et al. (2009) *A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical Challenges*.

¹⁰⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=L4DmcAoencK#t=77>

¹⁰⁶ http://www.youtube.com/user/SocialEnterpriseNL?annotation_id=channel%3A51bf2456-0-295b-8f7c-14dae9d24d5a&feature=iv&src_vid=L4DmcAoencK

¹⁰⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=Vvq9YgoJabY>

¹⁰⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=N8LVa9pb-n8>

¹⁰⁹ http://www.youtube.com/watch?v=95f8RV_YdKY

¹¹⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=Kx9tizvS8NY>

¹¹¹ <http://www.youtube.com/watch?v=u76oVzh7od4>

¹¹² <https://www.youtube.com/watch?v=Wk3C3lIPQTA>

¹¹³ <https://www.youtube.com/watch?v=nwErQwElFLc#t=32>

Mogelijkheden voor verdere verdieping voor studenten

- Lectoraat 'Dynamiek van de Stad' van Hogeschool Inholland biedt de leergang 'De nieuwe ambtenaar. Meedoen is de basis'.
- de module Sociaal ondernemerschap & de overheid¹¹⁴ bij de NSOB.
- de Studiewijzer sociaal ondernemerschap¹¹⁵ aan de Universiteit van Utrecht, een 2e en 4e jaars bachelor keuzevak waar aan de hand van action learning een eigen sociale onderneming wordt opgericht.

4.6 Opdrachten voor studenten

Opdracht 1: Verkenning 'Wat is sociaal ondernemen?'

Leerdoel: Aan de hand van de drie begrippen 'sociaal ondernemen, sociale organisatie en commercieel ondernemen' kun je uitleggen wat sociaal ondernemen is en voorbeelden geven van bedrijven.

Leerproduct: presentatie voor je medestudenten van de door jou gekozen voorbeelden waarin je uitlegt waarom het sociale ondernemingen zijn en wat jou daarin aanspreekt.

Leerpad: Met behulp van de websites met voorbeelden van sociale ondernemingen, maak je kennis met voorbeelden van sociale ondernemingen. Je kiest een paar bedrijven uit die je aanspreken in de zin van 'Het lijkt me leuk om daar te werken'. Je noteert voor jezelf de naam van het bedrijf, hun maatschappelijke doelstelling en hoe ze winst maken.

Mogelijke opzet: na of tijdens een introductieles over sociaal ondernemen wordt gewerkt aan de opdracht. In een volgende les worden de resultaten door studenten onderling aan elkaar gepresenteerd, klassikaal of in deelgroepen. Deze oefening kan als opmaat worden gebruikt om excursies te gaan organiseren (opdracht 3).

Opdracht 2: Kruip in de huid van een sociaal ondernemer

Je hebt kennism gemaakt met wat een sociale onderneming is. Sinds een aantal jaren is er een groeiend netwerk van sociaal ondernemers. Kies een sociale onderneming uit en ga je daar eens flink in verdiepen, zowel wat betreft de maatschappelijke kant van het bedrijf als de commerciële kant. Waar ligt bijvoorbeeld je eigen interesse? Kun je een bedrijf vinden dat daarop lijkt?

Leerdoel: Doel van de opdracht is dat je een sociale onderneming kunt analyseren en typeren. Door middel van presentaties aan elkaar leer je meerdere voorbeelden van sociale ondernemingen kennen.

Leerproduct: een verslag waarover je een presentatie houdt voor je medestudenten.

Leerpad: voornamelijk zelfstudie.

Beantwoord alle onderstaande vragen in je werkstuk:

- Waarom heb je deze sociale onderneming gekozen? Wat spreekt je aan?
- Wat houdt deze sociale onderneming in? Beschrijf het kort.
- Wat bezielt de eigenaren? Wat willen ze bereiken? Probeer hen te spreken te krijgen!
- wat houdt het commerciële/bedrijfsdeel van de onderneming in? Omzet? Kengetallen? Hoe wordt het gefinancierd? Wat is het verdienmodel? Hoe

¹¹⁴ <http://www.nsob.nl/capitaselecta/modules/sociaal-ondernemerschap-de-overheid/>

¹¹⁵ <http://socentexpert.nl/onderwijsforum/studiewijzers/default.aspx>

wordt er winst gemaakt? Is het levensvatbaar voor de lange termijn?

- stel je eens voor dat jij bij deze sociale onderneming zou werken: wat zou dan jouw rol zijn, die echt bij je past?

Opdracht 3: op ontdekkingstocht

Je gaat zelf een of meer excursies organiseren naar voorbeeldbedrijven en ondernemers. Welke bedrijven interesseren je en waar wil je meer van leren. Wat moet jij kunnen om ook zo'n bedrijf te kunnen gaan leiden? Wat heeft de ondernemer voor tips voor jullie? Wat ook zou kunnen, is dat je alleen of met een aantal medestudenten een dag gaat meewerken op het bedrijf. Dit zou bijvoorbeeld kunnen door je diensten aan te bieden aan deze onderneming. Je ervaart dan direct zelf hoe het er bij deze sociale onderneming aan toe gaat.

Opdracht 4: maak een plan voor een sociale onderneming

Welke maatschappelijke problemen houden jou bezig en hoe zou je die op een ondernemende manier kunnen aanpakken? Voor meer informatie, zie de Studiewijzer sociaal ondernemerschap ¹¹⁶aan de Universiteit van Utrecht, een 2^e en 4^e jaars bachelor keuzevak waar aan de hand van *action learning* een eigen sociale onderneming wordt opgericht.

¹¹⁶ <http://socentexpert.nl/onderwijsforum/studiewijzers/default.aspx>

5 Businessmodellen in regionale voedselketens

In dit hoofdstuk wordt beschreven wat de relevante businessmodellen zijn voor regionale voedselketens. De kern daarvan is dat een bedrijf waarde moet creëren voor de consument en voor de maatschappij. Daarbij wordt ook uitgelegd wat een waardeketen is en wat een boer moet doen om een succesvolle plattelandsondernemer te worden. Het hoofdstuk wordt afgesloten met opdrachten voor studenten en een lijst van interessante bronnen.



5.1 Wat is een duurzaam businessmodel?

Michael Porter, businessprofessor op Harvard University gaf in 2011 een radicaal nieuwe visie op businessmodellen. Porters visie beïnvloedde het denken bij grote bedrijven als Nestle en Philips, maar gaat evengoed op voor een familiebedrijf dat regionale voedselproducten wil verkopen.

Volgens Porter is het de opgave voor moderne bedrijven om na te denken over hoe zij waarde voor haar consumenten en de maatschappij in het algemeen moeten creëren. Het idee dat een bedrijf als enige doel haar winst ('profit') moet optimaliseren, is volgens hem achterhaald. Een bedrijf dat voldoende materiele en immateriële waarde voor haar consumenten en de maatschappij weet te creëren, zal vanzelf voldoende inkomen genereren, aldus Porter.

De visie van Porter sluit aan bij de opvatting dat een bedrijf drie typen legitimaties moet verdienen:

1. De legitimatie om haar producten te mogen verkopen (Engels: ‘licence to sell’): deze toestemming wordt gegeven door de klanten aan het bedrijf. Immers, als de klanten weigeren de producten te kopen, heeft een bedrijf geen bestaansrecht. Nederlandse tomatenproducenten ondervonden dat bijvoorbeeld in de jaren ‘90 toen Duitse consumenten hun ‘wasserbommen’ weigerden te kopen.
2. De legitimatie om haar producten te mogen produceren (‘Engels: licence to produce’): de productiewijze van het bedrijf moet geaccepteerd worden door de maatschappij en de overheid. Zo verliest een boer die in de ogen van de maatschappij te weinig rekening houdt met dierenwelzijn, zijn ‘maatschappelijke toestemming’ om te mogen produceren. Of een bedrijf dat zich niet aan de milieuregels houdt krijgt geen milieuvergunning.
3. De legitimatie om als bedrijf ‘operationeel’ te zijn (‘licence to operate’): deze wordt toestemming wordt verleend door de omgeving, de gemeenschap waarbinnen het bedrijf gevestigd is. Een bedrijf dat niet past in het landschap of overlast geeft aan haar omwonenden zal niet geaccepteerd worden. Een ander voorbeeld is een Nederlandse tuinbouwer die zich vestigde in een dorp op de Balkan en daar pas geaccepteerd werd, toen hij de lokale voetbalclub ging sponsoren.

De boer die tegenwoordig nieuwe producten of diensten op de (regionale) markt wil gaan brengen, kan dus niet volstaan met ‘business as usual’. Hij zal zich terdege moeten verdiepen hoe de drie ‘licences’ verdiend kunnen worden en welke waarde hij met zijn bedrijf kan realiseren voor consumenten en de maatschappij. Het plan waarin beschreven staat hoe de ondernemer dit wil gaan doen, noemen we het businessmodel. Dit businessmodel vormt de basis van het uiteindelijke businessplan, dat de ondernemer aan de bank zal moeten presenteren om krediet voor de nodige investeringen te krijgen.

Alex Osterwalder geeft de volgende definitie van een businessmodel: “A businessmodel describes the rationale of how an organization creates, delivers, and captures value in economic, social, cultural or other contexts. The process of business model construction is part of business strategy.”

Merk op dat Osterwalder de term ‘business model’ niet enkel betreft op bedrijven, maar ook op organisaties. Ook een afdeling van een overheid of een onderwijsinstelling zou daarom in een businessmodel moeten aangeven hoe zij waarde creëert.

5.2 Waardepropositie

Osterwalder publiceerde twee handboeken voor organisaties die duurzame businessmodellen willen ontwerpen. In het eerste boek werkt hij uit hoe een bedrijf een ‘waardepropositie’ voor de klant kan ontwerpen (waardepropositie-ontwerp). De beste manier om een waardepropositie te maken, is door het gesprek aan te gaan met de beoogde klanten.

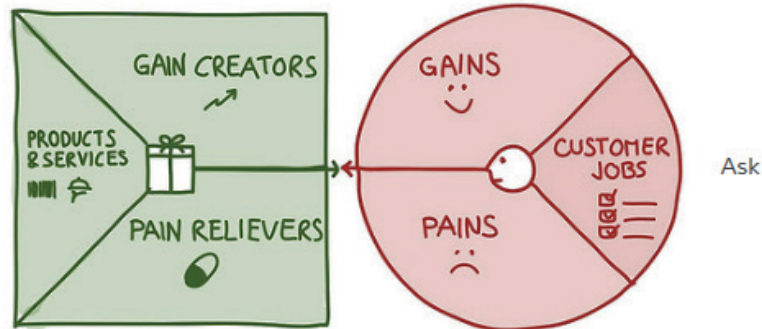
Ontwerp van een waardepropositie volgens Osterwalder:

De marktgerichte ondernemer begint met zich grondig te verdiepen in de (potentiele) klant:

1. Wat zijn de taken van de klant?
2. Waarvan wordt de klant blij?
3. Wat zijn de problemen en ergernissen waar de klant tegenaan loopt?

Op basis daarvan ontwerpt hij zijn 'waardepropositie' aan de klant:

1. Producten en diensten die de klant 'blij' maken;
2. Producten en diensten die de klant helpen om problemen op te lossen;
3. Producten en diensten die de klant helpen om zijn/haar taken beter uit te voeren.



Value Proposition Design (Osterwalder, 2014)

Als de ondernemer iets te bieden heeft dat waarde heeft voor de klant, dan heeft hij een 'waardepropositie' voor de klant.

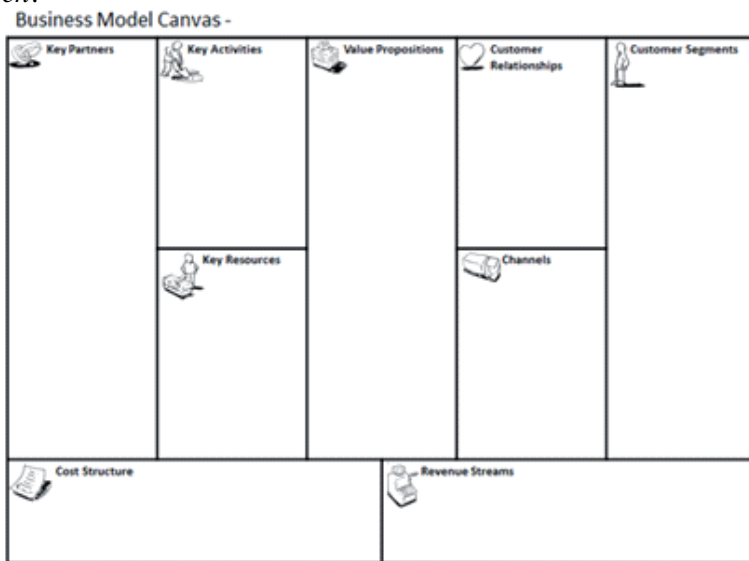
Door dezelfde exercitie uit te voeren, met in plaats van de klant nu de overheid, de omgeving, de eigen werknemers en de maatschappij, heeft hij een duurzame waardepropositie geformuleerd, waarin de ondernemer beschrijft hoe hij waarde gaat creëren voor de klanten, de overheid, de omgeving, de werknemers, de maatschappij en uiteraard voor zichzelf (People, Planet en Profit).

In zijn andere boek beschrijft Osterwalder het 'Businessmodel Canvas', over hoe de ondernemer/organisatie vervolgens een businessmodel kan ontwerpen om te beschrijven wat er allemaal uitgevoerd gaat worden om het product of de dienst bij de klant te krijgen en voor zichzelf een rendabel businessplan te maken. Deze diensten kunnen bijvoorbeeld ook bestaan uit 'een mooier landschap' of 'meer sociale cohesie in de buurt'.

Ontwerp van een business model volgens Osterwalder:

1. Begin met het formuleren van de waardepropositie en de bijbehorende klant-segmenten.
2. Bepaal wat voor relatie het bedrijf met de klant wil hebben en hoe deze relatie 'beheerd' wordt. Beschrijf ook hoe de producten bij de klant komen.
3. Beschrijf welke activiteiten het bedrijf uit moet voeren om de producten en diensten te 'produceren' en wat daarvoor nodig is ('resources').
4. Beschrijf welke partners (toeleveranciers, enz.) nodig zijn.
5. Bereken de verwachte kosten en inkomsten.

Door elk vak in het Business Model Canvas zorgvuldig te bespreken, te overwegen en door te rekenen wordt uiteindelijk een volwaardig Business Model gerealiseerd. Om het business model ook een echt '3P' dus duurzaam te laten zijn, worden vaak onder de vakken 'cost structure' en 'revenue stream' nog regels met de vakken maatschappelijke en ecologische kosten en opbrengsten toegevoegd. Hierin worden dan de bijkomende sociale en milieu-effecten beschreven.



Business Model Canvas (Osterwalder, 2009)

5.3 Waardeketens

Met regionale voedselketens worden nieuwe waardeketens ontwikkeld tussen producenten en consumenten. Het "International Centre for Tropical Agriculture" (CIAT) geeft de volgende definitie van waardeketens: "A value chain is a connected series of organizations, resources and knowledge streams involved in the creation and delivery of value to the end customer".

Deze waardeketens kunnen complex zijn, bijvoorbeeld gecertificeerde Nederlandse streekproducten die in een Franse supermarkt worden verkocht of streekproducten die worden verwerkt in een toprestaurant elders in Nederland.

De ketens kunnen ook kort zijn, bijvoorbeeld "boerderijverkoop", waar een boer zijn producten rechtstreeks of via internet aan de klant verkoopt. Zo kunnen boeren hun marges vergroten door schakels uit te keten te halen.

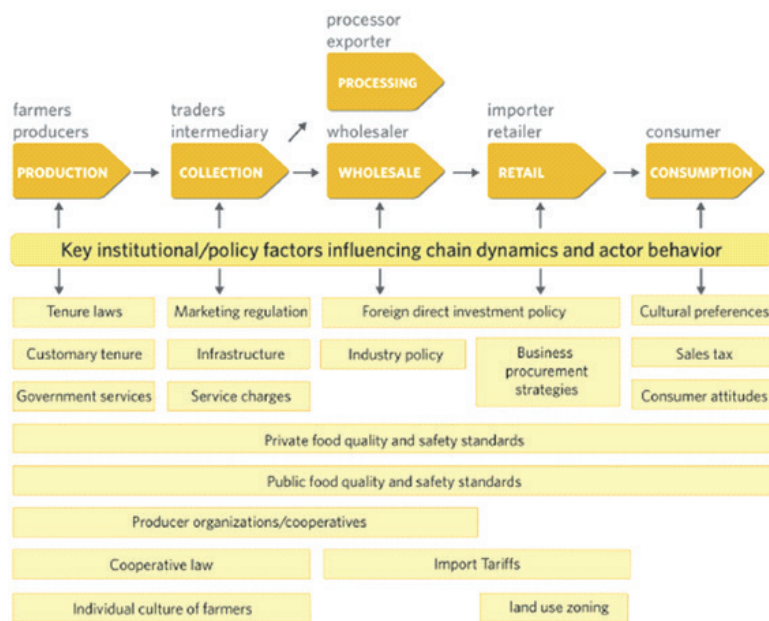
In het algemeen heeft in elke keten één partij de regie, dat noemen we de keten-

regisseur. De ketenregisseur kan een supermarkt zijn, maar ook een tussenhandelaar, streekcoöperatie of een boer. Waardeketens hoeven overigens net als businessmodellen niet enkel betrekking te hebben op private ondernemers, maar ook op andere publieke of publiek-private organisaties.

Ontwerp van een waardeketen volgens het LINK-model

Voor de analyse en ontwerp van nieuwe ketens geven we samen met betrokken partijen antwoord op de volgende vragen:

1. Wat zijn de belangrijkste processen in de keten?
2. Hoe is de keten georganiseerd?
3. Hoe stromen producten, betalingen, diensten en informatie door de keten?
4. Wie zijn de sleutelspelers in de keten?
5. Wat zijn de belangrijkste partners van de ondernemers in de ketens?
6. Wat zijn externe invloeden op de prestaties in de keten?



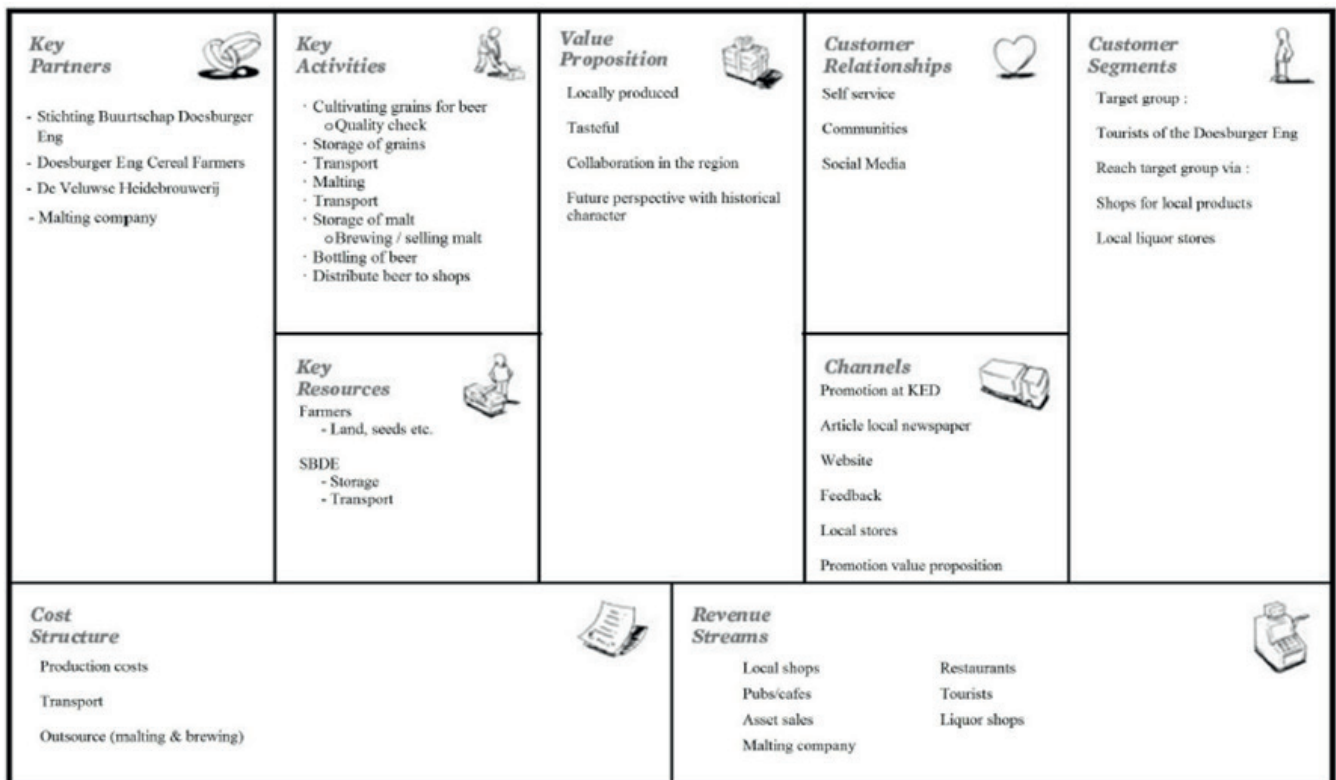
De 'omgeving' van de waardeketen (CIAT)

Voorbeeld: de Doesburger Eng

Masterstudenten van de opleiding Agricultural Production Chain Management van VHL ondersteunden gedurende drie jaar boeren en ondernemers bij de zoektocht naar ketens en businessmodellen die graanteelt op de Doesburger Eng bij Ede rendabel moesten maken. De productie van lokaal bier bleek het meest aantrekkelijk.



Daarvoor ontwikkelden zij onder andere het volgende businessmodel canvas:



5.4 Van boer naar plattelandsondernemer: Van productiegeoriënteerde aanpak naar markt- en ketengerichte aanpak

Boeren die succesvol nieuwe producten of diensten willen gaan aanbieden, zullen een omslag moeten maken van productgericht denken en werken naar marktge-

richt denken en werken. Zij zullen in moeten spelen op de vraag van consumenten. Daarbij moeten zij ook nog eens rekening houden met dierenwelzijn, landschap, natuur en milieu.

Bovendien heeft de overheid steeds minder geld over voor de landbouw. Het aantal subsidies neemt af en quota worden afgeschaft. Om succesvol een bedrijf te blijven uitoefenen, verandert de boer van een ‘manager’ die werkt binnen vastomlijnde omstandigheden naar een ondernemer die werkt in onzekere markten en steeds veranderende maatschappelijke eisen.

Binnen het innovatieprogramma TransForum (2004-2011) werden tientallen projecten uitgevoerd met innovatieve agrarische ondernemers. In de publicatie ‘Duurzaam agrarisch ondernemen’ beschrijft TransForum de verschillende rollen die een boer moet kunnen spelen om binnen de huidige omstandigheden te kunnen ondernemen: “Hij moet projectontwikkelaar zijn om zijn droom van tekentafel tot werkelijkheid te brengen. En dat met de duurzame uitgangspunten people, planet en profit. Daarvoor heeft hij de juiste strategie nodig: ‘ga ik een nieuwe, duurzame productiemethode kiezen, nieuwe ketens organiseren, of iets heel nieuws maken?’ De boer of tuinder moet het land in om nieuwe contacten te leggen met overheden, universiteiten, maatschappelijke groeperingen en niet te vergeten andere ondernemende boeren en tuinders. Misschien moet hij zelfs gaan samenwerken met partijen die hij ooit als tegenstander beschouwde. Daarbij moet hij te allen tijde de teugels zelf in handen houden. Het is immers zijn geld en dus zijn eigen risico. Hij dient zijn hoofddoel nooit uit het oog te verliezen, een duurzaam agrarisch bedrijf opbouwen dat geld oplevert. Het is evident dat één ondernemende agrariër dit niet in zijn eentje kan. Een slimme ondernemer organiseert een club mensen die elkaar aanvullen en hem helpen een winstgevend bedrijf op te zetten” (TransForum, 2011).

5.5 Verder lezen, bekijken en leren

- Bakker T., K. de Grip en B. Doorneweert (2012). Duurzame Innovaties in Agrofood ketens, Handreiking voor adviseurs en ondernemers¹¹⁷, LEI Wageningen UR, LEI-publicatie 12-018, te raadplegen via www.lei.wur.nl.
- Lindgreen A. and Mk.K. Hingley, 2010, Market orientation: transforming food and agribusiness around the customer. Gower Publishing Limited: Farnham, UK.
- Phliss en Wageningen UR Food & Biobased Research, 2010, De Genietende Groene tafel; een pilot-onderzoek naar wat goed eten en drinken binnen de zorgsector kan opleveren¹¹⁸.
- Porter M.E. and M.R. Kramer (2011) Creating Shared Value, How to reinvent capitalism-and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review Vol. 89, no. 1/2, February, pp. 62-77.
- Regeer B., Mager S., Oorsouw van Y.; Licence to Grow; Innovation sustainable Development by Connecting Values (2011), Transforum & Athena Institute.
- Taco C.R. van Someren and André H.J. Nijhof, 2010, Triple P Business Development in the Dutch agro-food sector: Nine Cases of strategic innovation, Van Gorcum.

¹¹⁷ <http://edepot.wur.nl/201196>

¹¹⁸ <http://edepot.wur.nl/150900>

- TransForum, 2010. Duurzaam agrarisch ondernemen: het stedelijk gebied als motor voor nieuwe bedrijvigheid : de zes gedaanten van de succesvolle agrarische ondernemer toegelicht aan de hand van negen projecten. Transforum: Zoetermeer¹¹⁹.
- Voorbeelden en publicaties van innovatieve businessmodellen in de agrosector op: www.transforum.nl.
- Filmpjes MKBA stadslandbouw: <https://www.youtube.com/watch?v=fWTzTzrDjWo#t=16>.
- <http://streekproductenloket.nu/informatie/relevant-onderzoek-2/>.
- Michael Porter on shared value development: <https://www.youtube.com/watch?v=oWKmJfvPYSU>.
- Twee boeken van A. Osterwalder:
 - <http://businessmodelgeneration.com/canvas>.
 - Businessmodel Generation, A. Osterwalder and Y. Pigneur, Strategyzer 2009 (ook in het Nederlands).
 - Value Proposition Design, Osterwalder A. et al., 2014.
 - https://strategyzer.com/value-proposition-design?_ga=1.237143552.1465088505.1423666229.
- LINK methode CIAT International Centre for Tropical Agriculture, M. Lundy, CGIAR.
- <http://dapa.ciat.cgiar.org/linking-smallholders-a-guide-on-inclusive-business-models/>.

5.6 Opdrachten

Hieronder vind je enkele opdrachten om te oefenen met waardeketens en businessmodellen. Deze kunnen globaal en diepgaand worden uitgevoerd. Overleg met de docent over de aanpak en maak een stappenplan alvorens elke opdracht uit te voeren.

1. Waardeketens beschrijven

Kies een regionaal product en analyseer de waardeketen van producent tot consument. Zoek op de website van het CIAT de handleiding van het LINK-model¹²⁰. Beschrijf volgens het LINK-model, de bedrijven in de keten, de partners van deze bedrijven en de 'omgeving' van het bedrijf. Teken de waardeketen. Geef ook aan wat de maatschappelijke (sociale en milieu) kosten en baten van de keten zijn. Verschillende groepen studenten kunnen dit voor verschillende producten doen.

2. Waardeketen ontwerpen

Dezelfde opgave kun je uitvoeren voor een nieuw regionaal product: ontwerp daarvoor een waardeketen.

3. Praktijkopdracht Businessmodel beschrijven

Kies een boer die regionale producten op de markt brengt. Neem een interview

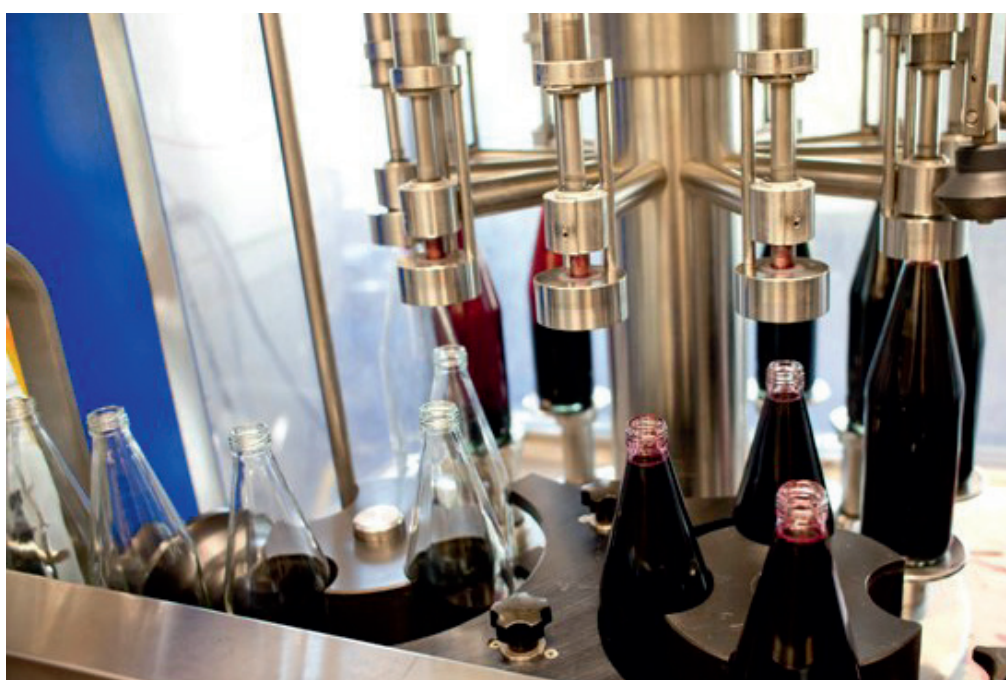
¹¹⁹ <http://edepot.wur.nl/212008>

¹²⁰ <http://dapa.ciat.cgiar.org/linking-smallholders-a-guide-on-inclusive-business-models/>

af met de boer en vul op basis van het interview en andere informatie die je verzamelt een businessmodel canvas van Osterwalder in. Je kunt deze opdracht uitbreiden door ook één of meer consumenten te interviewen en op basis van deze interviews een 'waardepropositie' (een dienst of een product) te ontwerpen die past bij het bedrijf van de boer.

6 Wet- en Regelgeving in Regionaal voedsel

In dit hoofdstuk geven we een overzicht van de wet- en regelgeving waar ondernemers in regionaal voedsel aan moeten voldoen. Niet alleen voor het telen, verwerken en verkopen van voedsel, maar ook de regels die zij moeten volgen als ze hun activiteiten willen verbreden.



6.1 Introductie en principes in wet- en regelgeving

Veel agrarische bedrijven doen meer dan vee houden of gewassen telen. Denk aan: verkoop aan huis, zorg voor pleegkinderen, stadse kampeers, huisvesten seizoensarbeiders, hout kappen, riet snijden, oogstfeesten. Eeuwenlang was dat ook heel gewoon. Na de oorlog standaardiseerde en specialiseerde de landbouw zich. Dat heeft de Nederlandse land- en tuinbouw groot gemaakt.

Maar tegenwoordig is het platteland weer meer dan een plek voor mondiale voedselvoorziening. Het gaat om leefbaarheid, regionale economie, milieuzorg van bodem, lucht, water, om biodiversiteit, recreatie en landschapskwaliteit. Kortom: het gaat om regionaal voedsel in een leefbare omgeving. Het is daarom weer steeds logischer dat een landbouwbedrijf er activiteiten bij doet. Soms zijn die andere activiteiten een normale gastvrijheid van open dagen, een excursie van collega's en een regelmatig bezoek van schoolklassen. Soms zijn die andere activiteiten structureel en een belangrijke inkomstenbron. In alle gevallen gelden

wetten en regels voor het telen, verwerken, verkopen en laten meebeleven van regionaal voedsel. Ondernemers zullen die regels moeten volgen, als ze regionaal voedsel professioneel willen aanpakken. In dit hoofdstuk geven we een overzicht van deze wet- en regelgeving.

Eerst even wat basisprincipes over wet- en regelgeving:

1. Wetten veranderen. Wetten lijken in steen gehouwen. Maar wetgeving is geen statisch iets: het zijn onze onderlinge afspraken, die ook in de tijd veranderen. Bijvoorbeeld: onlangs is de Drank- en Horecawet aangescherpt en de leeftijdsgrens verhoogd. Nieuwe ontwikkelingen, zoals bij regionaal voedsel, lopen vaak achter de bestaande wetgeving aan, terwijl de ontwikkeling beleidsmatig al gewenst wordt. Bijvoorbeeld: boerderijcampings zijn al opgenomen in de gemeentelijke structuurvisie, maar nog niet in het bestemmingsplan. Dit kan zeer lastig zijn voor ondernemers. Het is dan zaak zoveel mogelijk aan te sluiten bij het gewenste beleid.
2. Elke wet hanteert zijn eigen definitie. Wetsteksten gebruiken dezelfde woorden, maar bedoelen er iets heel anders mee. In het dagelijkse spraakgebruik hebben wij het over 'horeca', maar dat woord kan in de ene wet alleen over alcohol gaan (Drank- en Horecawet), en in de andere wet ook over het schenken van een kopje thee in je theetuin (bestemmingsplan). Elke wet hanteert een eigen definitie van begrippen: zoek die definitie precies op voor heldere communicatie met ambtenaren en vergunningverleners.
3. Wetten zijn grootschalig en voor één sector. Wetten zijn vaak ingericht op een grote schaal en voor specifieke sector. Als studenten en docenten in een agrarisch vak weten we dat de landbouwsector veel regels heeft. Leg je oma maar eens uit wat toeslagrechten zijn, hoe elk dier een oormerk krijgt of wat derogatie is! Je kunt dus verwachten dat andere branches ook veel regels hebben, maar die zijn voor ons nog onbekend of minder vanzelfsprekend. De regels voor andere activiteiten zijn meestal bepaald door de grootschaligheid ervan, net als in de landbouw. Veel problemen met wet- en regelgeving ontstaan rondom regionaal voedsel omdat de ondernemers het kleinschalig doen en de regels dan heel overdreven lijken. Of omdat ondernemers hun activiteiten verweven met de landbouw en andere branches, en dan aan alle regels van allerlei sectoren tegelijk moeten voldoen.
4. Aanvullende brancheregels. De overheid treedt terug. Vakorganisaties stellen dan zelf aanvullende brancheregels of aanvullende eisen over aanmelding, kwaliteitscontrole, scholingsvereisten en gedrag (zoals Koninklijke Horeca Nederland, Recron, Bedrijfsschap Horeca, Bed and Breakfast Nederland, MO-groep voor Kinderopvang). Ook worden zij door de overheid aangewezen om een wet via bijvoorbeeld een hygiënecode werkbaar te maken voor hun aangesloten leden. Soms zijn deze regels – zoals verschillende CAO's – algemeen verbindend en dus ook verplicht verklaard. Je vindt deze brancheregels niet bij de overheid, maar bij de brancheclub.

Wij wensen je veel plezier bij het werken met ondernemers in regionaal voedsel !

Disclaimer: dit overzicht van wet- en regelgeving is niet volledig en uitputtend. Het geeft leerlingen en docenten in het regionaal voedsel een handreiking hoe om te gaan met de wet- en regelgeving. De informatie is met zorg samengesteld. Aan de informatie kunnen geen rechten worden ontleend. De opstellers Maria van Boxtel en Helmer Wieringa, Land & Co, Wietske van Dijk, CAH Vilentum

en Hendrik Boekhoud, WUR aanvaarden geen aansprakelijkheid voor eventuele onjuistheden of onjuist gebruik van de informatie. Heb je zelf een vraag over regionaal voedsel en wet- en regelgeving? Stel ons je vraag op www.landregels.nl.

6.2 Overzicht wet- en regelgeving

Voor regionaal voedsel hierbij een overzicht van de belangrijkste wetten voor mogelijke activiteiten van ondernemers, samengevat in onderstaande tabel. Het volledige overzicht van wetten waar ondernemers mee te maken krijgen vind je op www.antwoordvoorbedrijven.nl; tips per sector in de multifunctionele landbouw op www.landregels.nl.

Toelichting op de tabel

In het overzicht kun je zien dat wetten over gebouwen, ruimte, milieu en openbare veiligheid worden uitgevoerd door de gemeente via vergunningen en de controle ervan. Regels over voedselkwaliteit volgende de landelijke normen en dan ook landelijk worden vergund en gecontroleerd, met name door de VWA (Voedsel en Waren Autoriteit). Om bezoekers, cliënten en kinderen veilig op je erf te ontvangen gelden ook landelijke normen, die worden beoordeeld door verschillende toezichthouders zoals de arbeidsinspectie, de VWA (Voedsel en Waren Autoriteit) en de GGD (Gemeentelijke of Gewestelijke Gezondheids Dienst).

Zoek in de tabel de activiteit, lees met welke wetten en toezichthouders de ondernemer te maken krijgt en check daarna in de tekst hoe je het beste met deze wetten en regels kunt werken.

Wat ga je doen?	Met welke wet- en regelgeving heb je te maken?	Wetgever of vergunning-verlener	Handhaver
PARAGRAAF 1. Aankoop, pachten en gebruik van grond Bouw van bedrijfsgebouwen Algemeen bij nieuw gebruik van gronden en gebouwen (van boerderijwinkel tot zorgkantine, van educatieruimte tot trekkershut)	Bestemmingsplan Woningwet en Bouwverordening Wet Milieubeheer, 'geurwet', gebruiksvergunning Natuurbeschermingswet, Flora- en Faunawet Burgerlijk wetboek, onderdeel pacht Warenwet e.d.1)	Gemeente Gemeente Gemeente EZ/provincie Verpachter VWA	Gemeente AID/VWA en RVO VWA
PARAGRAAF 2. Ruimtes anders gebruiken, bijvoorbeeld voor ontvangst, workshops, training zoals voor natuureducatie, klasseboeren, vergadercentrum	Idem 1 met name Bestemmingsplan en gebruiksvergunning	Gemeente	Gemeente
PARAGRAAF 3. Voedsel: Huisverkoop en/of verkoop van uw producten zoals 'winkel' bezorgdienst, webwinkel, ook bij recreatieve en educatieve activiteiten Etenswaren bereiden en verkopen, zoals voor B&B, kampeersers, kookworkshops, als catering, proeverij, theeterras, café en/of restaurant, markt	Idem 1 met name Bestemmingsplan Warenwet Algemene Plaatselijke Verordening (APV) Marktverordening voor boerenmarkten Drank en Horecawet (alcohol) Omgevingsvergunning voor gebruik	Gemeente VWA Gemeente Gemeente Gemeente	Gemeente VWA
PARAGRAAF 4. EU gezondheidsclaims	EU verordening op gezondheidsclaims	EU	EFSA en VWA

PARAGRAAF 5. Alcohol verkopen en schenken	Idem 1 (Algemeen), met name Bestemmingsplan Drank en Horecawet (alcohol)	Gemeente Gemeente	Gemeente
PARAGRAAF 6. Speeltoestellen of attracties plaatsen	Besluit Veiligheid Attractie- en Speeltoestellen	Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en	VWA
PARAGRAAF 7. Bord aan de weg plaatsen	Algemene Plaatselijke Verordening Landschapsverordening Soms: bestemmingsplan	Gemeente en provincie	Gemeente
PARAGRAAF 8. Kamperen en logeren: (Mini-)Camping, logies en ontbijt, groepsaccommodatie, zomerhuisjes, trekkershutten, kamerverhuur	Idem 1 met name Bestemmingsplan Omgevingsvergunning voor gebruik Verordening Recreatieverblijven of Pensionverordening	Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente	Gemeente
PARAGRAAF 9. Bad- en douchewater, drinkwater	Waterleidingbesluit	VROM en inspectie Milieuhygiëne	inspectie Milieuhygiëne
PARAGRAAF 10. Opvang voor zorg, dagopvang ouderen of andere cliënten	Idem 1 Wet Marktordening Gezondheidszorg en –besluiten, o.a. Klachtwet Cliënten Zorgsector (KCZ) Afhankelijk financieringsvorm: WMO, AWBZ, participatiewet (voorheen REA of WSW) 2) Nieuwe zorgwet en WMO	Gemeente Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport; controle GGD en/of VWA	Gemeente, GGD , VWA
PARAGRAAF 11. Kinderopvang	Idem 1 Wet Publieke Gezondheid Wet kinderopvang (Wk) Kinderbedjes: Warenwetbesluit kinderbedden en -boxen	Gemeente, Ministerie OCW en GGD en/of VWA	Gemeente, GGD en/of VWA
PARAGRAAF 12. Arbeid: werknemers, zelfstandigen of vrijwilligers die voor je werken	Arbeidsrecht, Arbowed CAO	Ministerie Sociale Zaken Branchepartners	Arbeidsinspectie Branchepartners
PARAGRAAF 13. Rookvrije ruimte voor medewerkers en cliënten	Arbowed en Tabakswet	VWS en VWA	VWA
PARAGRAAF 14. Dierhouderij, ook in de stad	Wet Dieren, diergezondheidseisen en registratie	EZ	AID en VWA
PARAGRAAF 15. Landbouwgrond omzetten in natuur; landschapsbeheer	Idem 1, met name Bestemmingsplan en Burgerlijk wetboek (pachtregele) Natuurschoonwet	Gemeente Verpachter Ficus	Gemeente Belastinginspectie
PARAGRAAF 16. Aansprakelijkheid	Burgerlijk wetboek	Rijk	Politie

- 1 Warenwet, hygiënecodes of Drank- en Horecawet kunnen eisen stellen aan de inrichting van gebouwen.
- 2 Zorgwetten veranderen momenteel snel. De WMO (Wet Maatschappelijke Ondersteuning; gemeente), AWBZ (Algemene Wet Bijzondere Ziektekosten; ministerie VWS, de Participatiewet (voorheen REA -Reïntegratie Arbeidsgehandicapten en WSW (Wet Sociale Werkvoorziening; beiden ministerie van SZW en uitvoering via UVW/CWI) wordt momenteel ingevoerd.

6.3 Wet- en regelgeving bij regionaal voedsel

Wil je grond gebruiken, weten wat volgens het bestemmingsplan op jouw plek kan of bouwen voor je bedrijf in regionaal voedsel? Klik naar onderdeel 1 [doorlinken] over ruimtelijke ordening en de gemeente.

Denk je naast je agrarische activiteiten ook mensen te ontvangen in je gebouwen? Wanneer heb je een omgevingsvergunning voor bouw, brandveilig gebruik of een gewone gebruiksvergunning nodig? Klik naar onderdeel 2 [doorlinken] voor ruimtes anders gebruiken.

Voedsel verkopen en bereiden? Voor klanten, gasten of zorgvragers en kinderen? Naast de warenwet en hygiënecodes over voedsel heb je dan ook te maken met de marktverordening voor verkoop op de markt en soms een omgevingsvergunning voor gebruik van een ruimte. Klik naar onderdeel 3 [doorlinken] over voedsel.

Een mooie zin over gezondheid van jouw producten op je etiket of website? Dat kan niet zomaar! Voldoe aan de EU verordening op gezondheidsclaims en lees erover in onderdeel 4 [doorlinken].

Drankje erbij? Als je alcohol wil verkopen of schenken is de Drank- en Horecawet van belang. Lees meer over de situaties op een landbouwbedrijf in onderdeel 5 [doorlinken].

Kinderen op je bedrijf? Dan biedt je ze graag een speeltoestel of een attractie. Voldoe aan de regelgeving rondom veilig gebruik ervan en klik naar onderdeel 6 [doorlinken].

Regionaal voedsel zonder dat mensen weten waar je bedrijf zit? Dat gaat natuurlijk niet. Voor reclame- of wegwijsborden langs de weg en op je erf gelden ook eisen. Lees er meer over in paragraaf 7 [doorlinken].

Gasten die blijven overnachten? Op je boerderijcamping, in je trekkershut of B&B? Dan heb je vooral met de gemeente te maken. Klik door naar onderdeel 8 [doorlinken]. Gasten, zorgvragers en kinderen in je kinderopvang geef je natuurlijk drinkwater en soms douche- en badwater. Ook dat moet veilig zijn, en vooral geen legionellabacteriën bevatten. Klik naar onderdeel 9 [doorlinken] om te voldoen aan het waterleidingbesluit.

Veel bedrijven in het regionaal voedsel werken met cliënten uit de zorg. Wil jij ook landbouw combineren met zorg? Klik dan naar onderdeel 10 [doorlinken]. Of combineren met kinderopvang? Klik dan naar onderdeel 11 [doorlinken].

Het werk op je bedrijf gaat natuurlijk niet vanzelf. Welke regels gelden als je werknemers, zelfstandigen of vrijwilligers laat werken op jouw bedrijf? Voor iedereen moet je een veilige werkomgeving bieden. Klik door naar onderdeel 12 [doorlinken]. Ook geef je iedereen een rookvrije omgeving om in te verblijven of werken, zie onderdeel 13 [doorlinken].

Niet alleen groenten, maar ook dieren houden? Soms zelfs in de stad? Alle regels voor dierhouderij samengevat in onderdeel 14 [doorlinken].

Je initiatief voor regionaal voedsel verfraaien met natuur of agrarisch natuurbeheer? Gronden omzetten naar de status natuur kan alleen in aangewezen gebieden. Lees er meer over in onderdeel 15 [doorlinken].

Aansprakelijkheid: een lastig begrip. Haal verantwoordelijkheid, zorgplicht en

aansprakelijkheid helder uit elkaar en weet wanneer jij aan de lat staat. Als je heldere erfregels communiceert en goed verzekerd bent, kan je met een gerust hart ondernemen. Klik door naar onderdeel 16 [doorlinken] over aansprakelijkheid.

6.3.1 Onderdeel 1. Algemeen: ruimtelijke ordening en de gemeente

Aankoop, pacht en gebruik van grond

Grond: je kan het kopen, pachten (een vorm van huren) of gebruiken met een gebruikersverklaring. Kopen en gebruiken is niet anders voor regionaal voedsel dan voor andere vormen van voedselproductie. Bij pacht zijn een paar aandachtspunten.

Huur en pacht: in 2007 is de Pachtwet vervallen. De pacht en huur zijn geregeld in het Burgerlijk Wetboek. Pachten is daarmee een bijzondere vorm van huur geworden: als u landbouwgrond huurt voor uw agrarische bedrijfsvoering, heet het pacht. [Artikel 7:311 BW meldt dat er sprake is van een pachtovereenkomst indien de ene partij zich verbindt aan de andere partij om tegen voldoening van een tegenprestatie een onroerende zaak in gebruik te verstrekken ter uitoefening van de landbouw. Een hele zin. Anders gezegd: maakt u een afspraak voor (ver)huur van gebouw of grond voor agrarisch gebruik dan valt de verhuur onder het pachtrecht. Dit is ongeacht de bedoelingen van beide partijen. Of u het zelf pacht of huur noemt, maakt niet uit. De wettelijke definitie stelt vast wat het is.] In het Burgerlijk Wetboek staat pacht ‘ter uitoefening van de landbouw’. Dit betekent dat de wet er van uitgaat dat de ‘huurder’ een landbouwbedrijf is. Binnen de stad is het niet altijd duidelijk of verhuur voor de agrarische bedrijfsvoering en daarmee pacht is. Huur of verhuur voor hobbymatig gebruik zoals volkstuin, of niet-agrarisch gebruik zoals opslag tuintafels, valt niet onder het pachtrecht maar onder het huurrecht. De verhuurder hoeft geen landbouwbedrijf te zijn: het geldt voor elke eigenaar.

Waarom is het belangrijk of het huur heet of pacht? De overheid beschermt de rechten en plichten van (ver)huurder en (ver)pachter. Het gaat dan om opzegging, verlenging, tekortkomingen en dergelijke. Pacht geeft meer rechten voor voortzetting dan huur omdat een landbouwbedrijf nu eenmaal met seizoenen werkt. Een verpachter mag een pachter ‘van het land gooien’ als het geen agrarisch bedrijf is.

Voor pacht langer dan zes jaar worden bedragen vastgesteld in het Besluit Pacht-normen. Ook voor de pacht van gebouwen gelden normen die afhankelijk zijn van de oppervlakte voor exploitatie. Ook daarom is het belangrijk te weten of het pacht of huur is.

De pachtovereenkomst bepaalt wat de pachter mag en niet mag. Als de pachter ‘bestemming, inrichting en gedaante’ van het gepachte wil veranderen (bijvoorbeeld een natuurpoel inrichten) heeft hij daarvoor schriftelijke toestemming van de verpachter nodig. Als de verpachter die niet wil verlenen, kan de pachter naar de grondkamer stappen. Deze kan een machtiging tot verandering geven als deze ‘noodzakelijk zijn voor een doelmatig gebruik van het gepachte door de pachter en geen zwaarwichtige bezwaren van de zijde van de verpachter zich tegen het aanbrengen verzetten’.

- Bij omzetting van landbouwgrond in natuur kun je in sommige gebieden een beroep doen op een vergoeding van de waardedaling van de grond (zie ook Paragraaf 15). Die provinciale regeling eist dat de grond wijzigt in een natuurbestemming. Maar over die bestemmingswijziging gaat de gemeente. Let dus op dat je dit niet vergeet na te gaan. Bij pachtgrond kan dit alleen via instemming van de verpachter.
- Pachtsituatie en agrarisch natuurbeheer. De Pachtwet vereist het onkruidvrij houden van landbouwgronden. Je voelt het al aankomen: agrarisch natuurbeheer wil juist (on)kruiden; agrarisch natuurbeheer kan dus uitsluitend met instemming van de verpachter.

Het bestemmingsplan

Het bestemmingsplan (volgens de Wet op de ruimtelijke ordening) gaat over alle gebruik van gebouwen en gronden en is de basis voor het verlenen van bouwvergunningen. Het bestemmingsplan wordt door uw gemeenteraad vastgesteld. Dat is ook het sterke punt: de gemeente kan eigen beleid en haar eigen regels maken.

Bestemming: agrarisch bedrijf. Agrarisch bedrijf is een bestemming die meestal geldt voor boerderijen en gronden. Uitsluitend ‘echte’ agrarische bedrijven mogen in het buitengebied bouwen. Dat hebben we in Nederland zo afgesproken, om te voorkomen dat het buitengebied wordt vol gezet en niemand er ooit nog kan boeren. ‘Agrarisch bedrijf’ betekent ook dat het een bedrijf moet zijn. Meestal wordt in de ruimtelijke ordening het woord ‘volwaardig bedrijf’ gebruikt. Dit betekent dat de omvang van het agrarische bedrijf zo groot moet zijn dat er een volwaardige inkomen te behalen is, pas dan krijg je goedkeuring voor een eventuele bouwvergunning. Dit kan soms lastig zijn in regionaal voedsel als je kleinschalig bent: onderbouwen van volwaardigheid kan dan nodig zijn voor de gemeente. Ook de bestemming van de gronden is voor landbouwbedrijven bedoeld. Landbouw voor de hobby, volkstuintjes of ‘natuur’ zijn niet bedoeld en daarmee niet conform de bestemming. Een plan voor starters, als klein bedrijf of als bijzonder bedrijf (zoals een zelfoogsttuin) moeten ook aan deze regels voldoen. Soms is de grond anders bestemd, bijvoorbeeld als Recreatie of Industrieterrein. Dan kan de gemeente er anders naar kijken.

Sommige gemeenten (Meppel, Almere) kennen ook de bestemming stadslandbouw, waarin de combinatie van landbouw met andere activiteiten aan de stadsrand of in de stad is geregeld.

Geen agrarische bestemming? Heb je geen agrarische bestemming omdat je bedrijf is gestart in de stad? Dan kan het lastig zijn om voor je agrarische bedrijfsvoering te bouwen (stallen, schuren, etc.). Je kunt jouw gronden wel agrarisch gebruiken. Je behoefte aan gebouwen moet je dan anders oplossen.

De bestemming van elk bedrijf en perceel in Nederland is te vinden op www.ruimtelijkeplannen.nl. Lees voor het bestemmingsplan en de visie erop van jouw gemeente altijd eerst de website van je eigen gemeente.

Verkoop van regionaal voedsel. Indien je als agrarisch bedrijf bent bestemd, mag je altijd zonder bijzondere bestemmingsverandering eigen producten van jouw land/bedrijf, al dan niet bewerkt of verwerkt, aan huis verkopen. Ook mag je jouw eigen producten bewerken, sorteren, verpakken en vervoeren (webwinkel,

bezorgdienst, inpakken voor abonnementen). Normaal valt dat in elk bestemmingsplan onder het begrip van ‘agrarisches bedrijf’ of ‘agrarisches bedrijfsdoel-einden’. Steeds gaat het om activiteiten in bestaande gebouwen. Bedenk daarbij ook dat andere wetgeving zoals de milieuregels, eisen stelt, vooral als je op groot-schalige manier producten verwerkt. Soms stelt de gemeente eisen aan het soort andere activiteiten dat je in gebouwen op een agrarisch bedrijf mag uitoefenen (boerderijwinkels, ontvangst- en vergaderruimten, bezoekerscentra of theehuizen), soms stelt de gemeente eisen aan het oppervlak van het totaal waarin dat mag (% of maximaal 100 m²).

Wezenlijk is dat het om producten van jouw eigen land gaat. Ga je producten van anderen verkopen, dan ga je over de grens en moet de verkoop in een aparte ‘tweede’ bestemming bij je agrarisch bedrijf zijn geregeld (agrarisches bestemming met nevengeschikte verkoop/horeca/zorg, etc.). Ook hier is dit verschillend uit te leggen. Als je bijvoorbeeld jouw kaas aan huis verkoopt, is het meestal acceptabel als je wat kleine producten verkoopt die met de consumptie van kaas te maken hebben (kaasschaven, kaasplankjes), of een cadeaupakket aanbiedt waarin jouw kaas een onderdeel is (en je de andere cadeauartikelen niet ook apart verkoopt). Sommige gemeenten vinden dit niet acceptabel als normaal onderdeel van een agrarisch bedrijf. Veel gemeenten gelukkig wel. De meeste gemeenten accepteren ook de verkoop van producten van agrariërs uit jouw omgeving als huisverkoop, maar enkele gemeenten vinden dit niet onder directe verkoop vallen en vereisen een aanpassing van je bestemming.

Breid je de verkoop uit met tuinmeubels, barbiepoppen, skelters of alcoholische dranken, dan is het duidelijk. Je bent een gestart met een winkel (detailhandel) die niets meer te maken heeft met de agrarisches bedrijfsvoering en in principe niet thuis hoort in het buitengebied.

Kortom: een bestaand agrarisch bedrijf met een agrarisches bestemming kan volgens ons wel elke kleine nevenactiviteit hebben. Nogmaals: jouw gemeente kan er anders over denken, en ga ook altijd andere regels dan de r.o.-regels na. In het algemeen moet je bedenken dat je de grens passeert als die andere activiteit:

- veel ruimte vraagt;
- verbouw of nieuwbouw vereist;
- veel mensen aantrekt;
- een regelmatig karakter heeft en een structurele inkomstenbron is.

De gemeente is alert wanneer je:

- bestaande schuren voor iets anders gaat gebruiken;
- nieuw wilt bouwen;
- veel bezoekers aantrekt, overlast bezorgt of herrie maakt;
- bestaande schuren gaat onttrekken aan de landbouw en je stopt (of lijkt te stoppen) met de landbouw. Als je stoppen overweegt, moet je altijd werken aan een nieuwe bestemming. In beleidstaal wordt dat vaak functieverandering of functiewijziging genoemd.

We zijn ons verhaal begonnen met verkoop aan huis. Voor elk ander gebruik geldt een vergelijkbare redenering. Van belang is dat een gemeente zelf kiest waar ze welke activiteit willen, op welk type bedrijf en in welk gebied. Daarnaast bepaalt de provincie veel over het platteland. De ene gemeente gaat hier anders

mee om dan de andere gemeente. Het is dus helemaal niet vreemd als de buurgemeente het net iets anders doet, ook al geeft dat soms opmerkelijke verschillen tussen bedrijven die vlakbij elkaar liggen, maar in een andere gemeente.

We hebben als land besloten dat uitsluitend agrarische bedrijven mogen bouwen in het buitengebied, voor onze voedselvoorziening en voor ons landschap. Andere gebouwen mogen slechts bij uitzondering. Dus ook een agrarisch bedrijf mag slechts bij uitzondering bouwen voor 'iets anders' (zorg, wonen, kinderopvang...). Wil je iets anders, dan moet jouw verbreding bijdragen aan wat jouw gemeenteraad wil. Dat moet je dus bij de gemeente nagaan, meestal kan dat via de website. Welk type recreatie wil de gemeente in jouw gebied? Welk landschap versterkt je met jouw verbreding? Welke verkeersdruk vindt de gemeente acceptabel? Welk WMO-beleid heeft de gemeente rond zorglandbouw? Wat doe je zelf aan parkeren, cultuurhistorie, afval, veiligheid, of wacht je op klachten?

Kinderopvang zonder agrarisch verhaal is niets anders dan de verhuur van (kantoor)ruimte op de boerderij. Hoort dat op het platteland of is jouw verhaal sterker, doordat de kinderen ook bij agrarische activiteiten mogen 'meehelpen'? Zomerhuisjes in een apart stukje weiland, is een klein kampeerterrein: hoe versterkt dat het landschap? (Toch niet met een randje coniferen?) Jouw winkel trekt veel bezoekers die in de berm parkeren. Vind je dat je 'sociaal' bezig bent?

Hoe lees je een bestemmingsplan?

In het bestemmingsplan vind je het gebruik van gebouwen en gronden (en water). Een bestemmingsplan bestaat uit twee juridische delen,

- de zogenaamde 'verbeelding' of plankaart
- en de regels of 'voorschriften'.

Elk bestemmingsplan gaat vergezeld van een toelichting.

Het is handig eerst in de toelichting op te zoeken welk beleid er bij verbreding van de landbouw staat. Wil de gemeente helemaal niets met verbreding, dan staat in de toelichting waarom er niets is geregeld. Wil de gemeente wel bepaalde activiteiten van verbreding, dan staat in de toelichting waarom de gemeente dit wil en staat er hoe dit in de regels is verwoord. De andere activiteiten kunnen geregeld zijn als 'recht' bij bedrijven of via een 'afwijking'. De afwijking is meestal te vinden in dezelfde bestemming (hetzelfde artikel) als de bestemming van jouw bedrijf. In sommige gemeenten wordt een maximum gesteld aan andere activiteiten of takken bij agrarische bedrijven, altijd met een vastgelegd aantal m² of met een percentage van de oppervlakte bebouwing.

Geheel nieuwe activiteiten kunnen ook apart zijn geregeld in een speciale afwijdingsbevoegdheid: dit is een afzonderlijk artikel in het bestemmingsplan.

Wilt u een bestemmingsplanwijziging? Volg het stappenplan in de brochure 'wat mag ik?'¹²¹

Omgevingswet: de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) bundelt sinds 2010 de gemeentelijke vergunningen. Bouwvergunning, kapvergunning of

121 <http://www.landco.nl/uploads/Wat%20mag%20ik%20nov%202011.pdf>

milieuvergunning heten een omgevingsvergunning voor het bouwen, kappen et cetera. Een vergunningaanvraag moet je digitaal indienen via de gemeente of via www.omgevingsloket.nl. Op de website van jouw gemeente vind je alle informatie. Past jouw aanvraag niet in de digitale standaardaanvragen omdat je iets bijzonders wilt? Overleg met jouw gemeente hoe je aanvraag in te dienen. De **omgevingsvergunning voor bouw** (oftewel bouwvergunning) kun je ook hier aanvragen, aan welke eisen je moet voldoen vind je in het **bouwbesluit**.

Structuurvisie: overigens ligt de basis voor het beleid van bestemmingsplan in de Structuurvisie. De Structuurvisie is bij uitstek de plek voor nieuw en modern beleid. Dit is ook het beleidsdocument waar je moet zijn voor echte nieuwe, grensverleggende en meer grootschalige ideeën. Het mooie is dat de gemeente ook een Structuurvisie voor één onderwerp kan maken. Een nieuwe vraag hoeft dus niet alles over hoop te halen. Je kunt de gemeenteraad verleiden om een thema-structuurvisie te laten maken, bijvoorbeeld voor regionaal voedsel of stadslandbouw. (Enkele gemeenten deden dat bijvoorbeeld met huisvesting van buitenlandse medewerkers. Er is dus ervaring mee.) Als jouw idee in de Structuurvisie staat, kun je een procedure voor een eigen bestemmingsplan starten.

Wet milieubeheer: regelt de milieueisen waar je als ondernemer aan moet voldoen en regelt de zonering tussen bedrijven op basis van geluid, luchtkwaliteit, veiligheid en andere milieuaspecten. In de wet milieubeheer heet een gebouw (bijvoorbeeld een stal) een ‘inrichting’, en voor het gebruik van die stal heb je dan een milieuvergunning nodig. Het **Activiteitenbesluit** stelt vast waaraan inrichtingen moeten voldoen, of na vergunning aan moeten voldoen. Voor de landbouw is er veel standaard opgenomen.

De wet milieubeheer kent een eigen systeem van toetsing, dat grotendeels de detaillering van de inrichting betreft. In de regionale voedsel/stadslandbouw is soms een knelpunt dat de Wet Milieubeheer zelfstandig verweving van functies toetst. De onverwachte knelpunten kom je dan bijvoorbeeld tegen bij verweving van veehouderij en menselijk verblijf (bijvoorbeeld melkveehouderijstal op minder dan 50 meter van Bed & Breakfast. Op één erf moet het samen één inrichting blijven; burens kunnen elkaar hinderen als bouwblokken te dichtbij elkaar liggen; met maatwerkoplossingen vanuit gemeente is kortere afstand mogelijk).

Het activiteitenbesluit stelt dat voor nieuwe boomgaarden een spuitvrije zone tot woningen van 50 m is vereist; alleen niet-bespoten boomgaarden kunnen meer worden ‘verweven’ met de woonfunctie (ook van losstaande woningen). Het activiteitenbesluit kent positieve uitzonderingen voor biologische landbouw (wel toegestaan), bijvoorbeeld in het onderdeel lozingen van in het activiteitenbesluit en in de Wet ammoniak en Veehouderij (wel biologische veehouderij binnen 250 meter van natuurgebied).

APV: de Algemeen Plaatselijke Verordening regelt allerlei plaatselijke zaken, vooral rond veiligheid en openbare orde. Je kunt in de APV ook informatie vinden over evenementen en het aanvragen van evenementenvergunningen, reclameborden en kosten voor reclame ophangen (precariorecht) en vele andere zaken.

Vestigingswet: de landelijke vestigingswet – die eisen stelde aan vestigingsplek en vakbekwaamheid – is afgeschaft. Wel kunnen gemeenten via hun beleid voor ruimtelijke ordening een verdeling vergunningplichtig maken, zodat de winkelstraat niet alleen gevuld is met bakkers. Informeer hiernaar bij je gemeente. Aan slagbedrijven, poeliers, molenaars en bakkerijen en dergelijke bedrijven worden zowel milieu-eisen gesteld als eisen aan de vakbekwaamheid van de per-

soon: dat lijkt daarmee op de vestigingswet. Kijk op www.kvk.nl voor de nieuwste eisen.

(Boeren)markt: Wil je op de markt gaan staan? Dan heb je van de gemeente een markt- of standplaatsvergunning nodig. Als je een boerenmarkt wilt starten met meerdere ondernemers, kun je in overleg met jouw gemeente kijken of de plaatselijke marktverordening daar ruimte voor biedt. Bijzondere en seizoensgebonden markten, ook op eigen erf, regel je via een evenementenvergunning. Meer toelichting over markten in het Handboek directe verkoop van boerderijproducten.¹²²

Bronnen: Wet- en regelgeving algemeen, ruimtelijke ordening

Verzamelde vragen of stel je eigen vraag op www.landregels.nl

Wat mag ik? brochure voor ondernemers in de multifunctionele landbouw, om je makkelijk op weg te helpen in wet- en regelgeving. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Helmer Wieringa en Maria van Boxte, Land & Col. 2010¹²³

95 vragen & antwoorden over wet- en regelgeving in de multifunctionele landbouw¹²⁴ is opgesteld door Helmer Wieringa, Land & Co en Prof. Willem Bruil van het Instituut voor Agrarisch Recht voor de Taskforce Multifunctionele Landbouw in samenwerking met het Ministerie van Economische Zaken, 2010. Multifunctionele landbouw in ruimtelijke ordening. Handreiking voor gemeentelijke plattelandsontwikkelingen. VNG, tekst Helmer Wieringa, 2011.¹²⁵

Buurtmoestuin? Zo gedaan! Handleiding voor het opzetten van een buurtmoestuin, WUR. Annelies Laan, Celine Janse van Rensburg, Didi Stoltenborg, Djura Hoeksma en Janneke Grit onder redactie van Arjan Dekking, Esther Veen en Marcel Vijn, 2015.¹²⁶

6.3.2 Onderdeel 2. Gebruik gebouwen: gebruiksvergunning

Omgevingsvergunning voor bouw (voorheen Bouwvergunning). Voor elke verbouw of nieuwbouw heb je een omgevingsvergunning voor bouw (oftewel bouwvergunning) nodig. Voor kleine verbouwingen niet meer, kijk op www.vrom.nl voor een test voor welke zaken je een bouwvergunning nodig hebt of waar je met een bouwmelding kan volstaan. Bij een aanvraag voor een bouwvergunning toetst de gemeente je plan op:

- Het bestemmingsplan
- De bouwverordening
- De eisen van de brandweer
- De monumentenwet en de welstand
- De wet Milieubeheer voor wat betreft belemmering van de ontwikkeling van agrarische bedrijven bij jou in de buurt (zorgt jouw kinderopvang ervoor dat jouw buurman zijn varkensstal nooit meer kan vergroten? Dan krijgt je geen bouwvergunning op het platteland).

Ruimte voor ontvangst of slapen: gebruiksvergunning, wanneer nodig?

Ga je een gebouw anders gebruiken? Of nieuw bouwen voor ontvangst van gas-

¹²² http://www.landco.nl/uploads/handboek_directe_verkoop_van_boerderijproducten.pdf

¹²³ <http://www.landco.nl/uploads/Wat%20mag%20ik%20nov%202011.pdf>

¹²⁴ <http://www.landco.nl/uploads/95-vragen-MFL-WEB.pdf>

¹²⁵ http://www.landco.nl/uploads/VNG_multifunctionelelandbouw_en_ruimtelijke_ordening.pdf

¹²⁶ <http://www.wageningenur.nl/en/Publication-details.htm?publicationId=publication-way-3437373138>

ten, restaurant, workshops, natuureducatie of een vergadercentrum? Dan moet je op basis van brandveiligheid en algemene veiligheid van personen een omgevingsvergunning voor gebruik (oftewel gebruiksvergunning) aanvragen op basis van de gemeentelijke bouwverordening. In een gebruiksvergunning staat dat je het gebouw mag gebruiken met inachtneming van een aantal eisen, zoals het maximum aantal personen per ruimte, vluchtwegen, ventilatie, blusapparatuur, stoffering en versiering, nooduitgangen etc. Een ontruimings- en alarminstallatie is meestal vereist.

Voor verhuur van kamers in een boerderijwoning (B&B, zorg etc.) wordt de noodzaak van een vergunning in de meeste gemeenten beoordeeld op basis van het aantal personen dat kan blijven slapen (meestal 10) of het aantal kamers (meestal 4) of het aantal bezoekers dat tegelijk in een ruimte verblijft (meestal vanaf 50). Sommige gemeenten hebben de regels gebundeld in een Verordening: bijvoorbeeld een Verordening Bed and Breakfast of een Verordening Pensions. Kijk op de website van jouw gemeente.

Brandveiligheid: hiervoor krijg je of een omgevingsvergunning voor brandveilig gebruik of je hebt geen vergunning nodig, maar de plaatselijke brandweer komt langs om met jou de eisen door te nemen. Je volgt die uiteraard op in jouw bouwaanvraag en bouwuitvoering. Op www.recron.nl kun je voor recreatie checklists downloaden om de brandveiligheid van jouw locatie te controleren

Branche-eisen: soms aanvullend

Sommige branches stellen aanvullende eisen. Zo stelt de warenwet, uitgewerkt in de hygiëncode voor zelfzuivelaars, dat er een scheiding moet zijn in ruimte en/of tijd in de verwerking van kaas voor productie, verkoop of workshops kaasmaken. Bij jouw bouwvergunning houd je dan dus rekening met een glaswand. Of zo stelt de Drank- en Horecawet bij het schenken van alcohol een halletje in het toilet en meer ventilatie verplicht. Ook daar kun je rekening mee houden als je jouw restaurant wil uitbreiden van een 'drooggelegde' theetuin naar een restaurant met wijntjes op de kaart.

6.3.3 Onderdeel 3. Voedsel: verwerking, verkoop. in (web)winkel, markt, zorg, horeca...

De overheid wil jouw klanten beschermen. Daarom stelt de overheid eisen aan het bereiden en verkopen van eet- en drinkwaren en vindt zij hygiënisch werken een absolute voorwaarde om de veiligheid voor de consument te garanderen. Deze eisen worden gecontroleerd door de Voedsel en Waren Autoriteit.

Hoe groter de kans dat er iets misgaat met een product, hoe strenger de eisen die aan schoon, veilig en hygiënisch werken worden gesteld. Dat is natuurlijk logisch. Een hele kool is veel minder bederfelijk dan verse melk. En diepgevroren vlees is langer houdbaar en minder kwetsbaar dan vers vlees. Afhankelijk van wat je verkoopt, zult u dus aan strenge of minder strenge eisen moeten voldoen.

Je bent in ieder geval verplicht om:

1. jouw bedrijf te registreren bij de Voedsel en Waren Autoriteit;
2. traceerbaarheid mogelijk te maken, dus bij te houden waar je grondstoffen hebt ingekocht en aan wie je de producten weer hebt doorverkocht (alleen

aan grotere partijen, directe verkoop aan consumenten hoeft je niet te registreren);

3. volgens een voedselveiligheidsplan te werken.

1. Registratie bij de Voedsel en Waren Autoriteit

Alle bedrijven die levensmiddelen verkopen zijn verplicht zich te laten registreren (per 1 januari 2006) onder EG Verordening 853/2004, de zogenaamde 'General Food Law'. Voor de meeste landbouwbedrijven gaat dat automatisch. Naast deze registratie geldt voor sommige sectoren een verplichte erkenning, zoals voor zuivelbereiding of soms voor vlees en vis.

2. 'Tracking and tracing'

Voor het geval van calamiteiten wil de Voedsel en Waren Autoriteit kunnen traceren waar producten zijn ingekocht en waar ze heen gaan. Je bent daarom verplicht om bij te houden:

van wie je grondstoffen of producten hebt ingekocht (naam en adres, datum), in welk (soort) van jouw producten je de grondstoffen hebt verwerkt, aan wie je de eindproducten hebt geleverd en op welke datum. Vaak is dit opgenomen in de hygiëncode voor jouw branche.

Je hoeft de verkoop aan consumenten niet bij te houden. Als je dus alleen maar producten van jouw eigen bedrijf aan consumenten verkoopt, hoeft je **niets** te registreren. Maar als je ook producten van anderen inkoopt of verwerkt, moet je per levering bovenstaande gegevens bijhouden. Bij eventuele calamiteiten moeten deze gegevens binnen 4 uur aan de Voedsel en Waren Autoriteit bekend gemaakt worden. Ook ben je verplicht om schadelijke of ongeschikte levensmiddelen te melden bij de Voedsel en Waren Autoriteit via telefoonnummer 0800 – 0488.

3. Voedselveiligheidsplan en Warenwet

De Warenwet en de General Food Law (EU) gaan over de kwaliteit van levensmiddelen (bewaren, bewerken, verhandelen, bereiden, uitstallen) en zijn gericht op de veiligheid van de consument. Je hoeft hiervoor geen vergunningen aan te vragen, maar er is wel controle door de Voedsel en Waren Autoriteit. Je bent verplicht om te werken volgens een voedselveiligheidsplan als je bewerkte producten verkoopt, zoals gesneden kaas of vlees. Voor de verkoop van onbewerkte producten, zoals vers fruit of hele groentes, is een voedselveiligheidsplan *niet* verplicht. Het is handig om jouw voedselveiligheidsplan te baseren op een bestaande hygiëncode. Dat scheelt tijd en geld. Als er geen code is die je past, mag je ook jouw eigen voedselveiligheidsplan opstellen. Google op de geldende hygiëncode voor jouw branche of download de lijst via www.vwa.nl. Sommige hygiëncodes zijn verplicht gesteld voor een hele branche, zoals die voor verwerking van zuivel. Ook dat vind je op de site van de VWA.

De Warenwet stelt eisen aan levensmiddelen. De belangrijkste voor regionale voedselverwerking zijn:

- Het is nooit toegestaan eten voor je klanten te bereiden in jouw eigen privé keuken.

En dan bedoelen we echt nooit! Niet die lekkere appeltaart voor jouw gasten op het terras, waarvan je het recept nog van je oma hebt gekregen. Ook niet dat pannetje erwtensoep dat je even invriest en zo makkelijk naast de diepvriesworsten in de vriezer voor de klanten legt. Of even in jouw eigen oven de broodjes afbakken en

dan bezorgen aan het plaatselijke restaurant. Voor klanten moet je beschikken over een aparte keuken of bereidingsruimte. Daar moet je niet te moeilijk over doen, een schoon apart keukenblokje van IKEA voldoet vaak al voor de simpelere bereidingen. Heb je geen aparte bereidingsruimte, dan koop je die lekkere appeltaart en de verse broodjes maar in het dorp of laat je de cateraar met een verwerkingskeuken soep koken en invriezen (en de bonnetjes bewaren!). Een ruimte voor verwerking van levensmiddelen is ingericht volgens de hygiëne-eisen.

- Jouw verkoopruimte, verwerkingsruimte en de opslag moet schoon zijn. De verkoopruimte en de aparte opslag voor je klanten moet schoon zijn, goed onderhouden, voldoende verlicht en vrij van ongedierte. Oppervlakten die met producten in aanraking komen (jouw aanrecht bijvoorbeeld), dienen na ieder gebruik te worden schoongemaakt. Ongedierte dien je direct te bestrijden.

- Hygiëne eisen voor jezelf en de ruimte worden strenger als je meer risicovolle verkoop- of bereidingswijzen volgt.

Je snapt ook wel dat de eisen voor het drogen van kruiden voor kruidenthee soepeler zijn dan die voor het maken en snijden van boerenkaas! Bij boerenkaas werk je immers met producten die veel sneller bederven. Basisregel is: zodra je met bederfelijke waar werkt of in verse producten gaat snijden, moet je aan strengere eisen voldoen. Je kunt de hygiëne eisen vinden in de hygiëncode voor jouw activiteit. Je bent wettelijk verplicht om volgens een voedselveiligheidsplan producten te verwerken. Je mag jouw eigen voedselveiligheidsplan baseren op zo'n algemene hygiëncode. Verkoop je vers vlees of dagverse zuivel, dan moet u dagelijks de temperatuur registreren met een aparte en deugdelijke thermometer en opschrijven in een schriftje dat je aan de controleur Voedsel en Waren Autoriteit kan laten zien. Ook het reinigen en desinfecteren moet je registreren. Sla je producten op in een aparte koelkast of diepvries, dan moet je daarvan wekelijks de temperatuur meten en de reiniging en desinfectie registreren.

- Bederfelijke producten bewaart en transporteert u gescheiden en gekoeld (ook naar de culinaire markt in het dorp).

Gekoelde en gescheiden bewaring en transport is verplicht voor bederfelijke producten als zuivel, vlees, kiemgroenten en bewerkte groenten en salades. Gescheiden betekent in aparte kratten of deugdelijk verpakt. Bij vers vlees, zuivel en bewerkte groenten maximaal 7 °C, voor kip, wild en gevogelte maximaal 4 °C (advies voor alle soorten vlees maximaal 2 °C), voor schepijs maximaal -8 °C. Opslag van diepvriesproducten altijd -18 °C. Bij transport van diepvriesvlees mag het vlees gedurende korte tijd maximaal -15 °C worden (kouder mag natuurlijk ook). Je mag met bijvoorbeeld koelboxen de temperatuur waarborgen, je bent niet verplicht met een koelwagen te rijden. Je moet wel een thermometer meenemen om de temperatuur te kunnen controleren. Bij verkoop op de markt ben je verplicht deze temperaturen te waarborgen en te registreren.

- Verkoop- en ontvangtruimte moet je soms scheiden.

Verkoop je jouw producten in een ontvangtruimte waar je ook grote groepen ontvangt voor educatie of waar de gasten van jouw mini-camping ontbijten? Dat mag in één ruimte als je alleen producten van jouw eigen bedrijf verkoopt. Zodra je ook producten van anderen gaat verkopen, bent je verplicht een aparte verkoopruimte te hebben en moet er een muur om jouw plekje met producten. Een

klein hoekje in de verkoopruimte met een koffiezetapparaat om jouw klanten te verwennen mag natuurlijk wel, dat hebben veel natuurvoedingswinkels en supermarkten tenslotte ook!

- Productopslag en agrarische werkplaats scheiden.

Om te voorkomen dat verkeerde stoffen (bestrijdingsmiddelen, reinigingsmiddelen, olie, stofdeeltjes) op voedselproducten komen, moeten bewaarruimtes voor voedselproducten gescheiden zijn van de werkplaats en stallingsplaats voor machines (extra muur of apart gebouw).

- Los verkochte producten moeten in een deugdelijke verpakking met een etiket.

Tenzij ter plekke afgevuuld door de klant zelf; dat heet zelfbediening. Aan het etiket worden ook eisen gesteld, die je kan vinden in het warenwetbesluit etikettering van levensmiddelen.

- Geef informatie over allergenen, op je etiket of in je theetuin of restaurant. Goede voedselinformatie aan consumenten is het onderwerp van een aanvullende Europese verordening (2011). Op etiketten moet informatie staan over ingrediënten, hoeveelheden, houdbaarheid, bewaring, herkomst en voedingswaarde plus allergene ingrediënten. De verplichting om voor allergenen goede voedselinformatie te verstrekken geldt ook voor maaltijden, catering en je theetuin. Per december 2014 moet iedereen die voedsel bereidt (van restaurant tot zorginstelling) kunnen vertellen of het eten allergenen bevat. Je moet de 14 hoofdallergenen kunnen vertellen. En het mag mondeling. Praktisch: vermeldt op de menukaart of op een bord **de tekst “Heeft u een allergie? Meldt het ons!”** en zorg dat er iemand is die de allergenen kent via het e-learning bewijs. De menukaart en het bord heb je zo aangepast. De 14 allergenen zijn eenvoudig te leren: het gaat vooral om gluten, ei, lactose, pinda, noten, soja, vis- en schaaldieren. Per persoon/medewerker/ondernemer moet je via internet een test doen. Altijd moet er iemand aanwezig zijn die deze test heeft gedaan. Niet iedereen hoeft dus alles te weten. En je hoeft dus ook niet om te schakelen naar allergeenvrije appeltaart of maaltijden. Het advies is om dit op te nemen in je voedselveiligheidsplan (logboek), zodat je alert blijft op de bewaking ervan. Let op: de menukaart of het bord én het bewijs van de e-learning moeten per 1 februari 2015 op orde zijn.

Bronnen voedsel: verkoop en verwerking

Handboek Directe verkoop van boerderijproducten. Inspiratie voor boeren en tuinders over directe verkoop van boerderijproducten, via de boerderijwinkel, boerenmarkt, webwinkel, abonnementen of andere verkoopsystemen. Maria van Boxtel, Land & Co en Geertje Schlaman, CBLF.¹²⁷

Ondernemersstijl testen? Download de ondernemersstijl-test hier¹²⁸.

Je omzet eens vergelijken met andere winkeliers? Klik hier <http://www.kengetallenboerderijwinkels.nl/>

Hoe organiseer ik Eten bij de Boer, een handleiding voor agrarische ondernemers.

Handreiking voor ondernemers. Jelinda van den Hoven, Nordwin College.¹²⁹

Boergondisch, culinaire activiteiten op de biologische boerderij. Handreiking voor

¹²⁷ http://www.landco.nl/uploads/handboek_directe_verkoop_van_boerderijproducten.pdf

¹²⁸ http://www.landco.nl/uploads/Test_ondernemersstijl.pdf

¹²⁹ <http://issuu.com/380118/docs/handl-etenbijdeboer-online-2>

het organiseren van culinaire activiteiten op de boerderij, inclusief tips en een hoofdstuk voldoe aan wet- en regelgeving. Maria van Boxtel, Land & Co en Iris van de Graaf, Van Eigen Erf. 2013/2014.¹³⁰

Instructiefilmpje voor boeren voor eten bij de boer/Boergondisch feestmaal:

<https://www.youtube.com/watch?v=V4TFnFoH3Ao#t=18>

Concept voedselveiligheidsplan voor verkoop van vlees op de boerderij.¹³¹

Verkoop van verse producten op de kinderboerderij, vakblad kinderboerderijen, Birgit vd Laan, Vereniging Samenwerkende Kinderboerderijen Nederland.

Deel I: algemeen, september 2014

Deel II: vlees, november 2014

Deel III: eieren, december 2014.

Lees vakblad kinderboerderijen direct op www.kinderboerderijen.nl

6.3.4 Onderdeel 4. Gezondheidsclaims op voedsel

Op voedingsmiddelen kunnen gezondheidsclaims staan, die iets aangeven over de gezondheidsvoordelen van een product. Bijvoorbeeld 'vitamine C ondersteunt de afweer van je lichaam'.

Het gebruik van gezondheidsclaims is in de Europese verordening op gezondheidclaims geregeld. Zodat consumenten niet 'bedonderd' worden met het verhaal dat iets gezond is, terwijl de producent dat niet kan onderbouwen. Gezondheidsclaims kunnen voorkomen op allerlei producten. Op functionele voedingsmiddelen staat soms een gezondheidsclaim als het product gezonder is gemaakt door er iets uit te halen of juist toe te voegen, bijvoorbeeld margarine die goed is voor je cholesterolgehalte.

Producenten mogen een gezondheidsclaim alleen gebruiken als deze op de Europese lijst van goedgekeurde claims voorkomt. Je mag algemene beweringen doen over generieke werkzame stoffen, maar je mag het niet meer zeggen over een product op het etiket, in een folder of op je website wanneer die bewering niet is goedgekeurd. Je mag ook zelf een nieuwe gezondheidsclaim voorstellen, alleen moet je dan wetenschappelijk onderbouwen dat wat je op je etiket zet, ook klopt. Alle gezondheidsclaims worden beoordeeld door de Europese Voedselveiligheid Autoriteit (EFSA)¹³². Er zijn al claims die je wel mag gebruiken, klik hier¹³³ voor een link naar de lijst van goedgekeurde en afgekeurde gezondheidsclaims (EU Register on nutrition and health claims). Gezondheidsclaims zijn sowieso verboden voor dranken met meer dan 1,2% alcohol. Voor plantenextracten ('botanicals') geldt de regelgeving nog niet. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA)¹³⁴ houdt toezicht op de gevoerde claims in Nederland.

Gezondheidsclaims worden in de EU verordening onderverdeeld::

- Generieke claims. Dit zijn algemene claims zoals 'calcium is goed voor de kalkhuishouding' en 'voedingsvezel uit tarwezemelen bevordert je darmwerking'. Alleen generieke claims die op de goedgekeurde lijst staan mogen gebruikt worden.

¹³⁰ <http://www.landco.nl/uploads/handreiking%20Boergondisch%20culinaire%20activiteiten%20op%20je%20biologische%20boerderij.pdf>

¹³¹ <http://www.landco.nl/uploads/Concept%20voedselveiligheidsplan%20voor%20verkoop%20van%20vlees%20direct%20vanaf%20de%20boerderij.pdf>

¹³² <http://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/efsa.aspx>

¹³³ <http://ec.europa.eu/nuhclaims/resources/docs/euregister.pdf>

¹³⁴ <http://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/nederlandse-voedsel-en-warenautoriteit.aspx>

- Ziekterisicobeperkende claims. Deze claims zeggen iets over het verlagen van een risicofactor van een ziekte. Het zegt dus niets over het verlagen van de kans op de ziekte zelf. Het is bijvoorbeeld mogelijk om te beweren dat plantensterolen en plantenstanolen in margarine je cholesterolgehalte verlagen.
- Kinderclaims. Dit zijn claims die gericht zijn op de ontwikkeling en gezondheid van kinderen zoals 'Calcium is nodig voor een normale groei en ontwikkeling van het beendergestel van kinderen'.

Dan stelt de EU nog dat je op je etiket, in je folder of op je website verplichte aanvullende informatie bij gezondheidsclaims moet geven:

- Een zin over het belang van een gevarieerde, evenwichtige voeding en een gezonde levensstijl naar voren komt.
- Hoeveel je van het product moet eten of drinken om het gewenste effect te bereiken.
- Wanneer dit van toepassing is, een vermelding voor mensen die het gebruik van het voedingsmiddelen moeten vermijden.
- Een waarschuwing voor producten die bij overmatig gebruik een gezondheidsrisico kunnen geven.

Medische claims: producten met een medische claim, zoals 'geneest je van griep', dus het voorkomen, behandelen of genezen van een ziekte, vallen onder de Wet op de Geneesmiddelen. Medische claims zijn niet toegestaan op voedingsmiddelen.

Wil je een gezondheidsclaim op of rondom je product voeren? Onderbouwing van gezondheidsclaims is dan nodig. De EFSA kijkt kritisch naar de onderbouwing van de claims. Voor kleinschalige en individuele producenten alleen is zo'n onderbouwing bijna niet te doen, dus werk samen. Een groot aantal gezondheidsclaims is al verworpen. Soms gebeurde dat vanwege een onduidelijke samenstelling van het product. In andere gevallen waren de claims niet goed meetbaar, zoals: 'geeft energie' of 'goed voor de gezondheid'.

Het effect moet bewezen zijn. Bijvoorbeeld het effect van probiotica, toegevoegd aan yoghurt en yoghurt drankjes, op je weerstand is niet aangetoond. Een claim die dat beweerd is niet toegestaan.

Duurzaamheidsclaims, zoals biologisch. Overigens: naast gezondheidsclaims zijn er nog meer beweringen die je niet zomaar op je etiket mag zetten, bijvoorbeeld over duurzaam produceren. Zo is 'biologisch' ook een door de EU beschermd woord. Dat mag je alleen op een product zetten als je daadwerkelijk volgens de eisen van de biologische landbouw je product teelt én ook volgens die regels verwerkt. Kijk voor de eisen op de site van biologische controle-organisatie Skal: www.skal.nl

Bronnen gezondheidsclaims en duurzaamheidsclaims
www.voedingscentrum.nl www.vwa.nl www.skal.nl

6.3.5 Onderdeel 5. Horeca en alcohol

Wil je als ondernemer etenswaren bereiden en verkopen, zoals voor een B&B, kampeerders, kookworkshops, als catering, proeverij, theeterras, café en/of res-

restaurant of op de markt? Dan gelden de regels voor voedselveiligheid zoals hierboven aangegeven in Paragraaf 1. Bij culinaire activiteiten op de boerderij werk je het makkelijkst conform de hygiënecode voor evenementencatering (download zelf van www.kenniscentrumhoreca.nl).

Horeca staat voor hotel, restaurant, café. Een horeca-activiteit wordt in meerdere wetten geregeld:

- Het bestemmingsplan. Hierin is horeca gedefinieerd als een bedrijf dat voedsel en overnachten aanbiedt, als zelfstandige en commerciële activiteit. Als de horeca een niet- zelfstandige nevenactiviteit is, dan heet het 'ondersteunende horeca', en het is dan beperkt tot eten en drinken met meestal een beperking in het aantal m². Door deze begrippen in het bestemmingsplan ontstaat vaak verwarring: het aanbieden van koffie en een broodje als onderdeel van workshops, excursies of in een hoekje van het natuurcentrum en ook de kantine voor de medewerkers is niet bedoeld als '(ondersteunende) horeca'. Ook een drankje na de excursie is geen horeca (want het is geen zelfstandige of ondersteunende activiteit). Echter, veel gemeenten kijken hier streng naar, vooral ook door de zorg (angst) voor alcohol en noemen het al snel horeca of ondersteunende horeca, terwijl jij denkt: 'ik deel gewoon een glaasje melk uit na de rondleiding.'
- Algemeen Plaatselijke Verordening. De APV gaat over de openbare orde rond het verstrekken van drank en eten, en overnachten zoals pensions. Ze gaat ook over evenementen, rondlopen met alcohol, wildplassen en ander gedrag.
- De Drank- en Horecawet. Anders dan de naam doet vermoeden gaat deze wet uitsluitend over alcohol schenken en in fles verkopen. De wet gaat niet over melk en koffie schenken.
- De kwaliteit van eten en drinken is zie paragraaf 1. Dat staat in de Warenwet.

Bij het starten van een 'echt' café of restaurant zijn meerdere vergunningen nodig: een Drank- en Horecawetvergunning, exploitatievergunning, gebruiksvergunning, speelautomatenvergunning, terrasvergunning, Melding 8.40/Wet milieu-beheer en Bibob (Wet bevordering integriteitsbeoordelingen door het openbaar bestuur). Bovendien een APV-vergunning per evenement, de vereiste diploma's voor de ondernemer, Warenwet, Buma/Stemra (muziekrechten) en aanmelding bij vakorganisatie (zie www.khn.nl).

Het pad van de horeca is dus een pad vol regels. Het is daarom logisch dat horecabedrijven activiteiten bij bijvoorbeeld boeren, tankstations of sportkantines kritisch volgen.

Hierna hebben we het uitsluitend over alcohol en de Drank- en Horecawet. De gemeente geeft hiervoor de vergunning af. Hierbij worden eisen gesteld aan de inrichting van de ruimte en aan de ondernemer.

Alcohol. De verkoop en het schenken van alcohol is geregeld in de Drank en Horecawet. Een vergunning van de gemeente is officieel altijd nodig bij verkoop van alcohol, ook als je alleen dichte flesjes verkoopt. Bij het schenken van alcohol worden ook eisen gesteld aan de inrichting van het lokaal en aan de ondernemer (diploma sociale hygiëne). **Kortom, een ondernemer die alcohol wil schenken of drank wil verkopen, moet daarvoor vergunning aanvragen bij de gemeente.** Een van de uitgangspunten van de Drank- en Horecawet (Stb. 1964, 386), is de scheiding tussen verstrekken voor:

1. gebruik ter plaatse (horeca) en
2. verstrekken voor gebruik elders (slijterij/winkel).

Ook wordt verschil gemaakt in zwak alcoholische dranken (minder dan 15% alcohol) zoals wijn en sterk alcoholische dranken zoals jenever etc. Die scheidingen zijn belangrijk voor de situaties op een landbouwbedrijf:

Verkoop van wijn in dichte flessen op een landbouwbedrijf valt onder verstrekken voor gebruik elders. Je moet dan aan de gemeente toestemming vragen voor een slijtlokaliteit voor zwak alcoholische dranken. De Drank- en Horecawet stelt een aantal eisen aan de aanvrager van een slijtvergunning en een aantal fysieke voorwaarden aan de slijtlokaliteit. Je kunt zelf de wet downloaden van www.wijn.nl en de eisen opzoeken. Als daaraan voldaan is, kunnen burgemeester en wethouders de vergunning verlenen.

Alcohol schenken aan besloten gezelschappen. Wil je alcohol schenken, dan worden extra eisen gesteld. Behalve een vergunning voor slijtlokaliteit worden eisen gesteld aan de ondernemer, zoals het diploma sociale hygiëne.

Alcohol schenken aan iedereen boven de 18. Wil je met een ‘open deur’ alcohol schenken, dan heb je een horecavergunning nodig en ben je een horecalokaliteit. Je mag dan zowel drank verkopen als laten proeven, als het verkopen plaatsvindt in een slijtlokaliteit en het proeven in een proeflokaal en je de benodigde vergunningen bezit. De Drank- en Horecawet stelt een aantal eisen aan de aanvrager van een horecavergunning en een aantal fysieke voorwaarden aan de horecalokaliteit. Als daaraan voldaan is, kunnen burgemeester en wethouders de vergunning verlenen.

Let op: een horecalokaliteit als zelfstandige, commerciële activiteit is alleen mogelijk op een plek die is toegestaan in het **bestemmingsplan**. Het is dus verboden op een plek met een uitsluitend agrarische bestemming. Het hangt van de verwoording van de bestemming af of horeca als neventak is toegestaan. Wanneer het bestemmingsplan een horecafunctie verbiedt, moet je eerst een bestemmingsplanherziening voor elkaar krijgen. Vaak heb je ook een omgevingsvergunning voor gebruik (gebruiksvergunning) nodig, zie Paragraaf 1.

Let op: aan jongeren onder de 18 jaar mag geen alcohol worden verstrekt. De verkoper is verplicht de leeftijd van de jongere na te gaan aan de hand van een leeftijdsbewijs (paspoort, rijbewijs, bromfietscertificaat of OV-studentenkaart). De verkoper heeft tevens de plicht de leeftijdsgrenzen voor alcoholconsumptie te duidelijk te vermelden, bijvoorbeeld met een sticker.

Catering, restaurant, dineren op de boerderij. Voor **evenementen** geldt de Algemene Plaatselijke Verordening wat betreft de openbare orde en veiligheid. Evenementen die je jaarlijks organiseert en/of meerdere dagen duren (zoals culinaire jaarmarkt) moeten volgens recente rechtspraak in het bestemmingsplan zijn vastgelegd. Als dat een kernactiviteit is, moet je hierop alert zijn. Voor een enkel evenement is de APV voldoende. Meld bij de gemeente als je de APV aanvraagt, dat je handelt overeenkomstig jouw bestemming in het bestemmingsplan.

Boeren en tuinders in het bezit van een Drank- en Horecavergunning en een diploma sociale hygiëne, mogen zelf alcohol schenken. Ondernemers die NIET in het bezit zijn van een Drank- en Horecavergunning, mogen zelf GEÉEN alcohol serveren en verkopen. Je moet in dat geval een ingehuurd cateraar of chef-kok laten

schenken. Als je geen Drank- en Horecaverunning voor de plek hebt – en die is voor agrarische ondernemers moeilijk te krijgen, omdat veel beleid is gericht op concentratie van plekken waar alcohol wordt geschonken binnen de bebouwde kom – is het in incidentele gevallen wel toegestaan om voor een besloten feest een cateraar (welke als zodanig is ingeschreven in het handelsregister bij de Kamer van Koophandel) in te huren en deze cateraar de alcoholische drank te laten serveren. De cateraar of diens personeel dient zelf aanwezig te zijn en is ook verantwoordelijk voor het in acht nemen van de regels. Regelmatig inhuren van een cateraar is geen oplossing: dan wordt het bedrijf namelijk door de wetgever als een niet-legale horecalokaleiteit beschouwd. *(Bron: Voedsel en Waren Autoriteit). Sinds 1 januari 2012 gaat de gemeente zelf over de controle op alcoholgebruik.*

Op markten en beurzen mag u **nooit** alcohol schenken en uitdelen.

Muziekrechten. Laat je muziek op de achtergrond spelen? Dan moet je muziekrechten betalen, net als alle andere horecagelegenheden. Meer informatie: www.sena.nl.

6.3.6 Onderdeel 6. Plaatsen van attractie- en speeltoestellen

Volgens het Besluit Veiligheid van Attractie- en Speeltoestellen moeten ook eenvoudige speeltoestellen, zoals schommels, trampolines en glijbanen, veilig zijn en op een goede en zachte ondergrond staan. Nieuwe toestellen (gebouwd na 26 maart 1997) moeten van een certificaat van typekeuring zijn voorzien. Alle speeltoestellen, ook de oudere, die door de gasten worden gebruikt, moeten worden gecertificeerd door een van de keuringsinstellingen die de overheid heeft aangewezen, te vinden op www.keurmerk.nl.

Je bent verplicht een logboek bij te houden waarin je reparaties en onderhoud aan de speeltoestellen noteert.

Let op: je bent ook aansprakelijk voor de veiligheid van speeltoestellen die eigenlijk voor jouw eigen kinderen bedoeld zijn, maar waar de cliënten of gasten toch bij kunnen en gebruik van maken. Zet de trampoline/schommel/glijbaan van jouw eigen kinderen dus weg en echt ergens anders als je geen zin hebt in controle en extra rompslomp.

6.3.7 Onderdeel 7. Bord langs de weg

Voor regionaal voedsel wil je graag reclame maken, soms met een grote poster, banier of bord langs de weg. Of je wilt de bijzondere locatie van jouw boerderij beter vindbaar maken met wegwijzers langs de openbare weg. Ook hiervoor gelden regels. Vraag voor het plaatsen van een bord altijd toestemming aan de eigenaar of beheerder van de weg (gemeente, waterschap of provincie). Op het erf: blijf altijd bescheiden. De duidelijkheid van de informatie is belangrijker dan de grote of mate van opvallendheid. De regels over publiciteitsborden staan in de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) die je kunt opvragen bij de gemeente. In veel gemeenten mag je echter niet zomaar een reclamebord langs de weg zetten en heb je een vergunning nodig. Regel dit met de ambtenaar die bouwvergunningen in zijn portefeuille heeft. Als je een bord op-, boven of onder gemeenteground of water zet, moet je soms zogenoemde precariorechten betalen. De afde-

ling bouwvergunningen weet hier ook meer van. Borden langs de weg naar jouw bedrijf toe: vraag altijd toestemming aan de eigenaar of beheerder van de weg (gemeente, waterschap of provincie).

De meeste provincies hebben een landschapsverordening om buiten de bebouwde kom op publiek toegankelijke plaatsen het neerzetten van borden, vlaggen, span-doeken of overige objecten te regelen. Meestal is dit verboden, maar op of bij jouw eigen erf mag het dan wel.

Voor bewegwijzering mag je niet zo maar eigen bordjes ophangen of in de berm plaatsen. Je moet met de gemeente overleggen of je kunt aansluiten bij de gemeentelijke bebording.

6.3.8 Onderdeel 8. Boerderijcamping en logeren van gasten in gebouwen

Wetten gericht op openluchtrecreatie of landelijke wetten voor hygiëne en veiligheid van kampeerterreinen of verblijfsrecreatie zijn afgeschaft sinds 2008. Dit betekent dat de gemeente zelf regels maken voor recreatie. Sommige gemeenten hebben een verordening recreatie, een verordening kampeerterreinen o.i.d. die de wetgeving bundelt.

Anders gelden de volgende wetten en regels:

- Bestemmingsplan: is het toegestaan een camping of recreatiebedrijf te beginnen? Meestal in agrarisch gebied met een maximum aantal staanplaatsen (25) / maximum aantal kamers (5) met ontheffing of vrijstelling, voor grotere bedrijven is een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk,
- Gebouw nodig (toiletgebouw, logergebouw): bouwvergunning volgens het bouwbesluit. Voor het gebruik van het gebouw is een gebruiksvergunning voor (brandveilig) gebruik nodig, de eisen zijn bekend bij je gemeente.
- Bovendien moet je het recreatiebedrijf melden bij de gemeente vanwege toeristenbelasting,
- Sommige gemeenten en/of brandweerkorpsen vragen ook om een nachtregister.

Ook met een recreatiebedrijf draag je zorg voor het milieu. Als agrarisch bedrijf ken je de milieuvergunning of melding (Wet Milieubeheer). De gemeente geeft de vergunning af op basis van landelijke criteria. Er spelen bij een nieuwe tak verblijfsrecreatie drie zaken:

- Er gelden algemene regels van milieuzorg rond afval, geluid, licht en water. Ook: Besluit horeca-, sport- en recreatie-inrichtingen milieubeheer. Bovendien zijn er voorschriften voor (brand)veiligheid.
- Je milieuvergunning voor het agrarisch bedrijf moet aangevuld worden ingeval van verblijfsrecreatie in gebouwen;
- Het nieuwe gebruik mag je agrarische burens niet belemmeren (regels stankhinder).

In de stankregelgeving (Wet stankemissie veehouderijen, voor de verweings- en landbouwontwikkelingsgebieden Reconstructie; Richtlijn veehouderij en stankhinder 1996,

voor de overige veehouderij) is in samenspel met Wet op de openluchtrecreatie (die dus stopt per 2008) opgenomen dat kleinschalige kampeerterreinen niet meetellen als stankgevoelig object.

Bronnen bezoekers: recreatie en toerisme

Handboek verblijfsrecreatie. Ben je plattelandsondernemer en droom je ervan om met verblijfsrecreatie te starten of je huidige recreatie te verbeteren? Of wil je gewoon meer achtergrondinformatie? Download het handboek verblijfsrecreatie (746 kB)¹³⁵. Je kunt het handboek ook in delen downloaden:

- Quick Scan (pdf, 6 pag.)¹³⁶: een invulschema om te zien of je verblijfsrecreatie wilt.
- De Negen Stappen (pdf, 10 pag.)¹³⁷: de kern van het handboek.
- Werkbladen (pdf, 18 pag.)¹³⁸ bij de Negen Stappen.
- Studie- en werkinformatie (pdf, 33 pag.)¹³⁹: achtergrondinformatie.
- Vier verhalen van Utrechtse ondernemers (pdf, 17 pag.)¹⁴⁰: ter inspiratie.

www.vekabo.nl (Vereniging van Kampeerboeren), www.svr.nl; www.bedandbreakfast.nl.

Agrotoerisme, iets voor u? Startersgids agrotoerisme. Download van www.multifunctionelelandbouw.net.

Startersinformatie horeca, zie www.khn.nl.

Startershandleiding van Bed & Breakfast en beleidsnotitie Bed & Breakfast ten behoeve van gemeenten op www.bedandbreakfast.nl.

Educatie: www.educatiefplatteland.nl.

Handboek boerderijeducatie, te downloaden van www.educatiefplatteland.nl.

Aanmelden voor vrijwillige certificering, via www.educatiefplatteland.nl.

Educatieve activiteiten die lijken op een kinderboerderij? Veel informatie in het handboek 'Hoe start ik een kinderboerderij'¹⁴¹.

6.3.9 Onderdeel 9. Veilig bad-, douche en drinkwater

Op een camping of bij logies, bij zorg en kinderopvang verstrek je zowel drinkwater als bad- en douchewater. De kwaliteit van dat water moet voldoen aan het Waterleidingbesluit. Vooral de regels over legionellapreventie zijn voor jou van belang. Downloaden op www.antwoordvoorbedrijven.nl of www.wetten.nl/waterleidingbesluit.

Een risico op legionellabesmetting ontstaat bij water van 25 à 50 graden Celsius, een lange verblijftijd of stilstaand water in de leiding, of bij het ontstaan van een dun laagje bacteriën (een zogenaamde 'biofilm') of sediment in de leiding. Het waterleidingbesluit verplicht je om:

- een risicoanalyse en een beheersplan op te stellen, een logboek bij te houden met meetgegevens (minimaal 3 jaar bewaren), minimaal elk half jaar monsters te laten nemen door een erkend bedrijf en de meetgegevens hiervan in je logboek op te schrijven;
- bij problemen de besmetting te melden bij de Inspectie Milieuhygiëne en actie te ondernemen;

¹³⁵ http://www.landco.nl/uploads/handboek_verblijfsrecreatie-fulltext.pdf

¹³⁶ http://www.landco.nl/uploads/Quick_scan_verblijfsrecreatie.pdf

¹³⁷ http://www.landco.nl/uploads/Negen_stappen_verblijfsrecreatie.pdf

¹³⁸ http://www.landco.nl/uploads/Werkbladen_verblijfsrecreatie.pdf

¹³⁹ http://www.landco.nl/uploads/Studie_werkinformatie_verblijfsrecreatie.pdf

¹⁴⁰ http://www.landco.nl/uploads/Utrechtse_ondernemers_verblijfsrecreatie.pdf

¹⁴¹ <http://www.kinderboerderijen.nl/medewerkers/hoe-start-ik-een-kinderboerderij>

- Bedrijven die gecertificeerd worden door het KIWA of door de Stichting Kwaliteitsbeheersing;
- Installatiesector om de legionellapreventie uit te voeren vind je op www.kiwa.nl of
- www.stichtingkbi.nl.

6.3.10 Onderdeel 10. Zorg en landbouw

Clënten in de zorg komen bij jou op het bedrijf om weer een werkritme te ontwikkelen, om een dagbesteding te hebben, in het weekend te logeren of zelfs om te wonen. Er zijn vrijwillige stadstuinen met zorg, zelfstandige zorgboerderijen en landbouw en zorgondernemingen die onderdeel zijn van grotere zorginstellingen.

Kwaliteit in de zorg is geregeld via de Kwaliteitswet zorginstellingen en via de Wet marktordening gezondheidszorg, met allerlei ondersteunende wetten en uitvoeringsbesluiten. In de praktijk bepaalt ook de manier van financieren van de zorg op jouw boerderij met welke wetten en toezichthouders je te maken krijgt. Zorgcliënten worden betaald via:

- de WMO (Wet Maatschappelijke Ondersteuning; uitvoering door de gemeente);
- de AWBZ (Algemene Wet Bijzondere Ziektekosten; ministerie VWS);
- participatiewet, wordt momenteel ingevoerd en vervangt REA (Reïntegratie Arbeidsgehandicapten) en WSW (Wet Sociale Werkvoorziening; beiden ministerie van SZW en uitvoering via UVW/CWI).

Je bent als u zorg aanbiedt op je bedrijf in ieder geval verplicht om:

- een behandelplan op te stellen en te volgen, en dossiers aan te leggen per cliënt;
- gebruik te maken van gediplomeerde begeleiders, zeker bij medicijngebruik en medisch handelen en te werken volgens de CAO zorg;
- een Risico Inventarisatie en Evaluatie uit te voeren, er voor zorgen dat minimaal 1 BHV'er aanwezig is, een ontruimings- en noodplan zichtbaar op te hangen;
- een klachtenprocedure en -commissie samen te stellen;
- een protocol voor omgaan met geweld, strafbare handelingen en seksuele intimidatie op te stellen en te gebruiken;
- een ongewoon aantal (infectie)ziekten te melden aan de GGD (Wet Publieke Gezondheid);
- voedsel veilig te bereiden en gereedschappen en machines veilig te beheren. Cliënten die werken met tractoren en gemotoriseerd gereedschap beschikken over de gangbare certificaten (trekkerrijbewijs, certificaat motorzagen etc.). Er is een helder sleutelbeheer, zodat cliënten niet zomaar met een trekker gaan rijden.

Je bent bovendien verplicht uw cliënten en medewerkers een rookvrije omgeving te bieden. Bovendien maak je afspraken over vervoer naar de zorgboerderij. Als je dat vervoer zelf tegen betaling verzorgt, zorg dan dat je je daar ook voldoende voor verzekert.

Bovenstaande eisen zijn samengevat in de kwaliteitswaarborg zorgboerderijen.

De werkmap hiervoor kunt je downloaden van www.landbouwzorg.nl van de Verenigde Zorgboeren. Ook het zeer nuttige handboek Landbouw en Zorg kun je bestellen via deze site.

Kinderen, cliënten en dierziekten

Bij educatie, kinderopvang of landbouw en zorg kunnen kinderen en cliënten natuurlijk ook in aanraking komen met dieren op de boerderij, bijvoorbeeld door aaien of verzorgen. De Wet Dieren (2009) is een kaderwet gericht op gezondheid en welzijn van dieren en regelt de registratieverplichtingen, ook voor bezoekers en groepen. Behalve bij uitbraak van dierziekten gelden er geen bijzondere registratieverplichtingen. Het is raadzaam om bezoekers de gelegenheid tot handenwassen te bieden. Het is niet verplicht, maar goede suggesties vind je in de Code voor hygiëne op kinderboerderijen in Nederland (downloaden van www.vwa.nl). Bovendien kun je je vrijwillig laten certificeren voor boerderij-educatie door de St. Educatief Platteland www.educatiefplatteland.nl

Bronnen zorglandbouw

www.landbouwzorg.nl

Handboek Landbouw en Zorg. Te bestellen via www.landbouwzorg.nl

Werkmap kwaliteitswaarborg zorgboerderijen. Te downloaden via www.landbouwzorg.nl

6.3.11 Onderdeel 11. Kinderopvang en landbouw

De overheid wil kwetsbare groepen als cliënten op de zorgboerderij of kinderen extra beschermen, net als jij als ondernemer. Daarom stelt de overheid via de Wet Kinderopvang eisen aan het opvangen van zieken en kinderen en moet je veel registreren om de veiligheid van kinderen of zorgvrager te garanderen. Deze eisen worden meestal gecontroleerd door de Gemeentelijke Gezondheidsdienst (GGD), en soms door de Voedsel en Waren Autoriteit (VWA). De vergoeding voor de kinderopvang verloopt via een eigen bijdrage van de ouders en een bijdrage van de fiscus aan de ouders (kinderopvangtoeslag), daarom hebben fiscale maatregelen een grote invloed op de markt voor kinderopvang.

Kinderopvang

Kinderen kun je opvangen via gastouderschap (maximaal 4 kinderen) of via een kinderdagverblijf of Buitenschoolse Opvang (BSO). Zowel voor gastouderschap als voor kinderopvang moet je beschikken over een beroepskwalificatie. Je moet ook een kindadministratie opzetten en een pedagogisch beleid opschrijven. Daarin staat jouw visie over de omgang met kinderen. De opleidingseisen voor gastouders zijn lichter dan voor kinderopvang in een kinderdagverblijf.

Kwaliteit in kinderopvang wordt geregeld via de Wet kinderopvang met controle door de gemeente. Je bent in ieder geval verplicht om:

huisvesting: een minimale oppervlakte aan slaapruimte en aan binnen- en buitenspeelruimte aan de kinderen te bieden, **pedagogie:** een pedagogisch plan op te stellen, gebruik te maken van gediplomeerde leidsters (pedagogisch medewerker), eventueel en beperkt aan te vullen met stagiaires (beroepskrachten in opleiding) en te werken volgens de CAO kinderopvang, de groepen kinderen in aantal en leeftijd zo samen te stellen dat het aantal pedagogische medewerkers voldoende is, **gezondheid en veiligheid:** een Risico Inventarisatie en Evaluatie uit

te voeren en een Plan van Aanpak op te stellen waarin u de gevaren voor de kinderen opschrijft en hoe je de veiligheid zo goed mogelijk waarborgt, zorgt dat minimaal 1 BHV'er aanwezig is en een ontruimings- en noodplan duidelijk zichtbaar op te hangen, de ouders te informeren over plaatsingsprocedure, pedagogisch beleid, veiligheid en gezondheid; informatie uit te wisselen met de ouders na plaatsing van het kind, een schriftelijke afspraak met de ouders vast te leggen waar duidelijk hun naam, adres en woonplaats in staat, een oudercommissie met verzwaard adviesrecht samen te stellen, deze oudercommissie aan te sluiten bij de klachtenkamer en een klachtencommissie samen te stellen een protocol voor kindermishandeling op te stellen en te gebruiken een ongevoel aantal (infectie)ziekten te melden aan de GGD (Wet Publieke Gezondheid) voedsel veilig te bereiden en speeltoestellen veilig te beheren.

Alle medewerkers die werken met minderjarigen moeten in het bezit zijn van een Verklaring Omtrent het Gedrag (VOG).

Bovenstaande eisen zijn samengevat in het kwaliteitsmanagementsysteem Kinderopvang van de stichting Harmonisatie Kwaliteitsbeoordeling in de Zorgsector (HKZ). Er is bovendien een speciaal ontwikkelde franchise formule voor agrarische kinderopvang. Je bent niet verplicht volgens dit kwaliteitsmanagementsysteem of de formule voor agrarische kinderopvang te werken, maar het neemt je veel 'zelf uitzoeken' uit handen. Meer informatie via www.agrarischekinderopvang.nl en over een startersplan op www.antwoordvoorbedrijven.nl/extra/stappenplan-kinderopvangorganisatie-starten?

De vergoeding voor kinderopvang aan ouders werkt via de toeslag kinderopvang van de belastingdienst: www.toeslagen.nl

Warenwetbesluit kinderbedden en -boxen

Zet je kinderbedjes op de kamers, dan moeten deze voldoen aan het Warenwetbesluit kinderbedden en -boxen. Je kunt dit warenwetbesluit downloaden van www.overheid.nl of meer informatie vragen bij Consument en Veiligheid.

Bronnen agrarische Kinderopvang

www.agrarischekinderopvang.nl

Wet- en regelgeving kinderopvang, overzicht opgesteld door Joke Verhage, VAK. downloaden van www.multifunctionelelandbouw.nl.

Stappenplan kinderopvang (niet speciaal agrarisch) op www.antwoordvoorbedrijven.nl/extra.

6.3.12 Onderdeel 12. Arbeid: werknemers, zelfstandigen en vrijwilligers

Voor inschakeling van medewerkers kun je:

- inhuren op basis van zelfstandigheid;
- mensen zelf in tijdelijke of vaste dienst nemen (of loonverband laten regelen via 'verloningsbedrijf', payrollservice of uitzendbureau);
- vrijwilligers inschakelen.

De wet- en regelgeving voor het inhuren van arbeid is niet anders dan gewoon in de landbouw. Bezoek voor meer informatie de site van het Ministerie van Sociale Zaken & Werkgelegenheid, www.minszw.nl.

CAO: wat wel anders is dan in de landbouw: de CAO. In een cao (collectieve arbeidsovereenkomst) maken werkgevers en werknemers gezamenlijk afspraken over loon en overige arbeidsvoorwaarden. De cao's worden gezamenlijk voor een hele sector afgesloten. Zo zijn er cao's voor agrarische sectoren: de cao Dierhouderij, de cao Glastuinbouw en de cao Open teelten. Ook voor niet-agrarische sectoren zijn er collectieve afspraken. Van belang voor regionaal voedsel kunnen bijvoorbeeld zijn: de cao Gehandicaptenzorg, de cao Horeca, de cao Recreatie of de cao Detailhandel AGF. Ondernemers die niet de juiste cao volgen riskeren naheffingen of boetes. Of moeten loon nabetalen bij een arbeidsconflict met hun werknemers.

Is een CAO 'Algemeen verbindend verklaard' (avv), dan moet je die CAO volgen: hij geldt voor alle werkgevers en werknemers in deze sector. Als een cao niet algemeen verbindend is verklaard, maar je bent lid van de werkgeversorganisatie die de cao heeft afgesloten, dan ben je ook verplicht de cao te volgen. Is de cao niet algemeen verbindend verklaard en je bent geen lid van een werkgeversorganisatie, dan kun je kiezen.

Vrijwilligers zijn de mensen die vrijwillig, maar niet vrijblijvend bij jou op het bedrijf aan de slag gaan. Ze verrichten aanvullende taken (geen primaire werkzaamheden) en zijn niet in dienst bij jouw onderneming. Cliënten op een zorgboerderij zijn geen vrijwilliger.

Meehelpende handen op en rondom het erf zijn vaak welkom, al dan niet vrijwillig. Maar je kunt een vrijwilliger niet zomaar een kettingzaag geven om je wilgen te snoeien. Voor alle (vrijwillige) medewerkers ben jij verantwoordelijk voor de veiligheid op je erf, land of met je werktuigen en kunnen alleen personen met de juiste certificaten de gereedschappen bedienen. Gebruik bijvoorbeeld de handleiding voor veilig vrijwilligerswerk van Landschapsbeheer Nederland¹⁴² om met de juiste veiligheidsmaatregelen en persoonlijke beschermingsmiddelen het landschap op en om jouw erf te beheren: downloaden van **www.rie.nl**.

Aan de **beloning** van vrijwilligers stelt de belastingdienst eisen. De financiële beloning van vrijwilligers is op te splitsen in een **vrijwilligersvergoeding** en een **onkostenvergoeding**. Voor beide beloningsvormen hanteert de Belastingdienst een aantal spelregels. Soms mag je jouw vrijwilliger een **vrijwilligersvergoeding** geven. Dit mag alleen als je bedrijf een privaatrechtelijk lichaam is en je geen aangifte vennootschapsbelasting hoeft te doen. In de praktijk: een stichting zonder vennootschapsbelasting. Er gelden maximumbedragen, zie www.belastingdienst.nl, momenteel maximaal 150 per maand en maximaal 1.500 per kalenderjaar (c.q. 95 en 764 als de vrijwilliger een uitkering heeft). Geef je meer? Dan is het een dienstbetrekking en moet je loonheffingen en premies nabetalen.

De gemaakte onkosten kun je als ondernemer meestal volledig aan de vrijwilliger vergoeden. Er moet dan wel 'bewijsmateriaal' zijn, bijvoorbeeld bonnetjes van treinkaartjes, of materiaalkosten zoals enveloppen of postzegels. Je mag aan je vrijwilliger niet én de werkelijke **onkosten vergoeden** en daarbovenop ook nog de vergoeding van de vrijwilligersregeling toekennen.

¹⁴² http://www.landschapsbeheernederland.nl/uploads/landschapsbeheernederland/misc/products/arbo_in_het_nederlandse_landschap.pdf

ARBO wet en bedrijfshulpverlening: veilig voor iedereen. Als ondernemer ben je verantwoordelijk voor de veiligheid van jezelf, je gezin, je medewerkers en gasten of zorgvragers. Je moet weten wat je moet doen als je gasten in aanraking komen met gevaarlijke stoffen, als er brand uitbreekt of als iemand gewond raakt. Jij bent daarom verplicht om altijd een gediplomeerd bedrijfshulpverlener (BHV'er) op het bedrijf te hebben. Deze verantwoordelijkheid is geregeld in de Arbo wet.

Een BHV diploma kun je halen door zelf (of een medewerker) een BHV cursus te volgen en je diploma bij te houden door jaarlijkse terugkomdagen. Let er op dat je de cursus en de terugkomdagen volgt bij een NIBHV gecertificeerd opleidingsinstituut.

De BHV cursussen bestaan uit een basisblok en verschillende extra blokken, afhankelijk van de bedrijfstak. Afhankelijk van de gevonden risico's in uw Risico Inventarisatie w z& Evaluatie zult u dus ook extra blokken moeten volgen. Zijn er voor een evenement meer dan 50 bezoekers? Dan heb je 2 of meer BHV'ers nodig, in uitzonderingsgevallen mag dat ook in samenwerking met de burens als hun BHV'er in 10 minuten bij jou kan zijn.

De Arbo-wet (arbeidsomstandighedenwet) geldt voor medewerkers, en gedeeltelijk voor zelfstandigen die je inhuurt, voor je gasten, en voor vrijwilligers die onder risicogroepen vallen (vrijwilliger onder de 18 jaar of een vrijwilliger die zwanger is of borstvoeding Geeft). Conform de Arbo-wet moet je een Risico Inventarisatie en Evaluatie (laten) opstellen. Zie ook www.rie.nl. Dit is niet anders dan in de landbouw, maar aanvullende eisen uit andere sectoren kunnen je RIE anders maken. Als je een horecagelegenheid bezit, moet je ook een veiligheidsplan maken. Op www.horeca.nl kun je zelf zo'n plan invullen.

Bij het gebruik van materialen en werktuigen, dien je altijd veiligheidsvoorlichting en instructies te geven. Ook is de aanwezigheid van persoonlijke beschermingsmiddelen verplicht. Daarnaast moet de werkplek in geval van nood veilig verlaten kunnen worden.

Werken met gevaarlijke stoffen en biologische agentia valt ook onder de RI&E verplichting.

Houd je je niet aan de richtlijnen uit de RI&E of aan de richtlijnen van het werken met gevaarlijke stoffen, dan kan de Arbeidsinspectie boetes of dwangsommen opleggen.

Bronnen arbeid en arbeidsrelaties, rechtsvormen

Rechtsvormen: een handreiking voor het kiezen van de meest geschikte rechtsvorm voor jouw multifunctionele boerderij. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Bart Pijnenburg, Mensenland en Maria van Boxtel, Land & Co 2011.¹⁴³

CAO's in de multifunctionele landbouw: tak erbij, dan geldt misschien een andere CAO voor jouw werknemers. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Maria van Boxtel, Land & Co en Maureen Schoutsen, WUR. 2010.¹⁴⁴

Vrijwilligers in de multifunctionele landbouw: wel vrijwillig, niet vrijblijvend.

Ken de voorwaarden. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Habbo Kooistra en

¹⁴³ <http://www.landco.nl/uploads/Rechtsvormen.pdf>

¹⁴⁴ http://www.landco.nl/uploads/CAO_MFL_DEF2.pdf

Roza Brandsma, LTO Noord 2010.¹⁴⁵

6.3.13 Onderdeel 13. Rookvrije ruimte

Conform de Arbowet ben je ook verplicht voor werknemers, gasten en cliënten een rookvrije ruimte aan te bieden. Je kunt rokers naar buiten laten gaan of een afgeschermd, geventileerde ruimte voor rokers aanbieden. Net zoals op school in Dronten: een glazen 'kooi' op het plein voor de rokers!

6.3.14 Onderdeel 14. Dierhouderij, ook in de stad

Het houden van dieren voor regionaal voedsel en stadslandbouw is niet anders dan in de gewone landbouw: je zorgt natuurlijk goed voor je dieren. Maar omdat het vaak om kleinere aantallen dieren gaat en soms verschillende soorten tegelijk op één stadsboerderij worden gehouden, geven we hieronder de belangrijkste regels.

LET OP: elke wet in de dierhouderij kent zijn eigen begrippen. Ook definieert elke wet weer anders bij welke aantallen dieren je hobbyboer of agrarisch bedrijf bent, met aantallen dieren die helemaal niets te maken hebben met wat in andere wetten staat. Het kan dus voorkomen dat je voor het bestemmingsplan geen stal mag bouwen omdat je niet agrarisch bent, maar dat je wel verplicht bent je bij de Kamer van Koophandel in te schrijven als agrariër omdat je handelt als bedrijf, je een UBN nummer moet hebben voor dierregistratie (ook als je hobby bent), maar vaak geen milieuvergunning, elk schaap een oormerk moet maar een varken niet. De beste samenvattingen over wet- en regelgeving voor dierhouderij met kleine aantallen staan op www.levendehave.nl.

Voor dierhouderij gelden de volgende regels:

Bestemmingsplan: zie ook Paragraaf 1, regelt of u stallen mag bouwen en hoe je gronden kan gebruiken.

Activiteitenbesluit (milieuregelgeving rondom stallen) geeft voorschriften voor het houden van dieren in de stal, in deze wet een 'inrichting' genoemd. Het hangt van het aantal en soort dieren af, welke voorschriften daarvan precies gelden. Pas als dieren 'bedrijfsmatig' of 'in een omvang alsof bedrijfsmatig' worden gehouden dan moet de eigenaar aan milieueisen voldoen. In de meeste gevallen is geen milieuvergunning meer nodig voor kleinschalige dierhouderijen. Kijk voor de meest recente grenzen van dieraantallen per diersoort op www.levendehave.nl

Meststoffenwet: regelt de hoeveelheid mest die op land mag komen. De meststoffenwet geldt alleen als mest wordt geproduceerd in bedrijfsmatig verband: dus bij dieren die je houdt voor gebruiks- of winstdoeleinden. Educatieve dieren (kindersboerderij) en hobbymatig gehouden dieren vallen hier niet onder en dan gelden geen administratieve verplichtingen. Die administratieve verplichtingen (mestafvoerbewijs, uitrijperiodes, scheuren van grasland) gelden wel als je bedrijfsmatig dieren houdt (dus je verkoopt melk of vlees aan je klanten); als grens hanteert de wet dat de gehouden dieren per jaar meer produceren dan 350 kg N.

Hobbydierhouders houden geen administratie bij, maar moeten zich wel houden aan de Europese Nitraatrichtlijn: maximaal 170 kg N uit dierlijke mest per ha voor grasland of bouwland. Op grond met een andere bestemming (natuur) mag

¹⁴⁵ http://multifunctionelelandbouw.net/system/files/documenten/brochure_vrijwilligers_in_de_multifunctionele_landbouw.pdf

in de vorm van dierlijke mest maximaal 20 kg fosfaat worden opgebracht. Voor kunstmest gelden geen beperkingen.

Bedrijfsmatige dierhouders houden wel een mestadministratie bij: je registreert je bij de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO). En je houdt administratie bij van het aantal dieren, de mestvoorraad, de oppervlakte landbouwgrond, de aangevoerde en afgevoerde meststoffen en extra gegeven voor dieren op stal (zie ook www.rvo.nl). Je mag onder voorwaarden iets meer mest gebruiken dan hobbydierhouders, kijk voor de nieuwe grenzen op www.rvo.nl. Aan- en afgevoerde mest moet worden bemonsterd en geanalyseerd (hier gelden wel een aantal uitzonderingen voor kleine bedrijven).

Wet dieren: je moet je dieren goed verzorgen. Met enkele verordeningen:

Identificatie en registratie: runderen, schapen en geiten moeten allemaal geïdentificeerd en geregistreerd worden. Registratie werkt door een Uniek Bedrijfs Nummer (UBN) aan te vragen via www.rvo.nl.

Diergeneesmiddelen: geneesmiddelen voor voedselproducerende dieren kunnen uitsluitend via een recept van de dierenarts worden verkregen (Nederlandse Diergeneesmiddelenbesluit en de Diergeneesmiddelenregeling conform de Europese regels voor diergeneesmiddelen). Dit geldt alleen voor landbouwhuisdieren: runderen, geiten, schapen, pluimvee, paarden en varkens (en dus niet voor huisdieren als katten en honden).

Geneesmiddeleninformatie naar slachthuis: Wil je dieren laten slachten? Dan is informatie over de gezondheidsstatus en het geneesmiddelengebruik aan de slachterij geven verplicht en dat heet Veterinaire Keten Informatie (runderen, schapen en geiten, paarden, varkens en pluimvee).

Ingrepenbesluit: lichamelijke ingrepen zoals staarten afknippen bij dieren zijn bij de wet verboden. Geen regel zonder uitzondering, want soms is het verrichten van ingrepen noodzakelijk, zoals de mogelijkheid om koeien te onthoornen, of ter uitvoering van de I&R-regelingen (oormerken). Deze uitzonderingen zijn vastgelegd in het Ingrepenbesluit. Kijk op www.levendehave.nl voor de precieze uitzonderingen.

Destructie: het afvoeren en verwerken van dierlijk materiaal dat niet voor consumptie geschikt is, zoals dieren die op de boerderij zijn gestorven en slachtafval. Zulk dierlijk materiaal zou de volksgezondheid kunnen schaden of dierziektes kunnen verspreiden en moet daarom zo snel mogelijk onschadelijk worden gemaakt of worden vernietigd. Rendac of mogelijk andere bedrijven zijn aangewezen om kadavers op te halen tegen vastgestelde rijkstarieven.

Vervoer: de Europese Transportverordening (verordening (EG) nr. 1/2005) voor veevervoer stelt eisen aan het veevervoer. Zo moeten vervoerders in veel gevallen een vergunning en een certificaat hebben. Vervoer van een beperkt aantal dieren is soms vrijgesteld: voor schapen en geiten 10 dieren, voor varkens 5 volwassen dieren (<25 kg), voor paarden, ezels en runderen bij 2 dieren. Kleine aantallen dieren vervoeren valt daarmee onder de regels voor vervoer van de ene wei naar de andere of over afstanden minder dan 50 kilometer. Voor transport over afstanden groter dan 65 km, maar korter dan 8 uur, geldt dat het gebruikte wegvervoermiddel weliswaar geschikt moet zijn, maar het hoeft niet gekeurd te worden door de RDW. Deze wegvervoermiddelen hoeven dus niet over een certificaat te beschikken. Voor vervoer van grotere aantallen dieren of langer geldt wel dat een gekeurde wagen plus certificaat nodig is, zie www.rvo.nl. Aanvullend op de vervoersregelingen geldt de **Regeling preventie, bestrijding en monitoring besmettelijke dierziekten**. Hierin zijn verplichtingen opgenomen voor quaran-

taine, het maximaal aantal dieren op verzamelplaatsen, wasplaatsen etc. Kijk op www.levendehave.nl.

Hygiënemaatregelen voor veilig veevoer: de gehele primaire sector (de productie, fokken en telen van primaire producten tot aan het slachten, inclusief jacht en visvangst en oogst van producten uit het wild) bij wet onder de voedselveiligheidswetgeving valt, zie ook Paragraaf 3. Ook als je veevoer verwerkt of verkoopt, moet je de regels volgen van registratie, traceerbaarheid en werken volgens een voedselveiligheidsplan.

Regeling verbod gebruik keukenafval en etensresten in diervoer: sinds 2003 is het verboden keukenafval en etensresten te voeren aan vee, vanwege het risico op dierziekten. Volgens de regeling mag je zelfs geen keukenafval en etensresten voorhanden hebben.

Aansprakelijkheid dieren en dierziekten: Als bezitter van een dier bent je altijd aansprakelijk als 'het dier door zijn eigen energie schade aan een ander toebrengt', met andere woorden als de ram die de kinderen mogen aaien een kopstoot uitdeelt en een bezoeker verwondt. Je kunt deze aansprakelijkheid niet opzij schuiven door een bordje 'niet aaien' of 'verboden toegang'. Je toont met duidelijke erfregels wel je verantwoordelijkheid. Je kunt je tegen aansprakelijkheid wel afdoende verzekeren, zie ook paragraaf 16 over aansprakelijkheid. Dierziekten en bezoekers: de GGD stelt soms geen kleine kinderen en zwangere vrouwen bij de dieren. Het mag echter wel, zie de kinderboerderijen. Ook de risico's van overdracht van dierziekten naar bezoekers kun je beperken als je werkt met ingeënte dieren en duidelijk aangegeven handenwasgelegenheid biedt (volgens de afspraken zoals in de hygiëncode kinderboerderijen). Kijk voor meer informatie en registratie-eisen op www.vwa.nl/onderwerpen/dierziekten.

Bronnen houden van dieren

www.levendehave.nl www.ggddiergezondheid.nl www.nvwa.nl www.cvi.nl

6.3.15 Onderdeel 15. Landbouwgrond omzetten in natuur

Natuur is in Nederland geregeld in de Flora- en faunawet, de Natuurbeschermingswet (beide gebaseerd op Vogel- en Habitatrichtlijn EU) en de Boswet. Er zijn plannen om deze drie wetten te integreren tot een Natuurwet. Het bijbehorend uitvoeringsbesluit is het Programma Beheer, met subsidieregelingen voor beheer en voor waardedaling van grond. De uitvoering hiervan wordt momenteel overgedragen naar de provincies, die het weer uitbesteden aan collectieven van (Agrarische) natuurbeheerders.

Grond omzetten: gebruik. Als je eigenaar bent van landbouwgrond, kan je deze altijd zelf gebruiken voor agrarisch natuurbeheer. Je kan niet zomaar natuur aanleggen, ook niet als je eigenaar bent. Bijvoorbeeld voor het graven van een natuurpoel heb je een aanlegvergunning nodig omdat je de waterhuishouding kan veranderen in een gebied dat als agrarisch bedoeld is. Als je pachter bent, is natuurbeheer alleen mogelijk met instemming van de verpachter.

Grond omzetten: functiewijziging natuur. Naast gebruiken voor agrarisch natuurbeheer in samenhang met landbouw kun je grond ook de status 'natuur' geven. Dit kan alleen in gebieden die zijn aangewezen om ook natuur te worden, de zogenaamde EHS (Ecologische Hoofd Structuur). Het hangt ervan af waar de

grond ligt of je ook in aanmerking komt voor een subsidie om de waardedaling van de grond te compenseren of om de inrichtingsmaatregelen te betalen plus een beheervergoeding. In aangewezen gebieden kunnen de provincies investeringssubsidie verstrekken voor inrichtingsmaatregelen, meestal 95 % van de gemaakte inrichtingskosten tot een maximum van 13.000 euro per ha. In aangewezen gebieden kunnen provincies ook de functiewijziging ondersteunen: om landbouwgrond blijvend om te zetten in bos- of natuurterrein. De economische waarde van de grond daalt daardoor. Voor de waardedaling krijg je een éénmalige vergoeding van 85 % van de getaxeerde landbouwkundige waarde. Na functieverandering blijf je gewoon eigenaar van de grond en ontvangt een beheervergoeding behorende bij het beheerpakket waarvoor je het perceel hebt ingericht, ook alleen in aangewezen gebieden op de provinciale natuurkaart. Kijk op de website van jouw provincie voor de precieze gebieden en de beheervergoedingen per natuurdoeltype. Overigens: wijziging van de status naar **natuur in het bestemmingsplan** is een aanvullende procedure bij je gemeente en vaak een vereiste voordat je in aanmerking komt voor bijvoorbeeld gunstige fiscale mogelijkheden.

Fiscaal: heb je natuur of een landgoed met natuur gerealiseerd? Dan biedt de **Natuurschoonwet** fiscale voordelen om het gebied als geheel te behouden. Als je het gebied openstelt voor bezoekers en in stand houdt, kun je belastingvoordeel krijgen. Kijk op www.belastingdienst.nl voor de voorwaarden.

Overigens: bevat je nieuwe natuur **bomen**? Dan kun je conform de boswet (buiten de bebouwde kom) of de bomenverordening van je gemeente alleen bomen kappen met een omgevingsvergunning voor kap (kapvergunning).

6.3.16 Onderdeel 16. Aansprakelijkheid

Je bent altijd verantwoordelijk voor jouw klanten, bezoekers, medewerkers of hulpboeren, maar je bent niet altijd aansprakelijk. Verantwoordelijkheid is je zorgplicht naar al deze mensen. Aansprakelijkheid betreft de vervolgbaarheid wegens schade aan een derde, veroorzaakt binnen jouw verantwoordelijkheid. De geleden schade moet je betalen als je binnen je verantwoordelijkheid en aansprakelijkheid ook nalatig bent geweest. Besef dat dit twee begrippen zijn: verantwoordelijkheid moet je zelf oppakken, aansprakelijkheid kun je verzekeren.

Bij regionaal voedsel ben je vaak als volgt aansprakelijk:

1. bedrijfsaansprakelijkheid, bijvoorbeeld voor ongelukjes op het erf

Het is verstandig en veilig om te onderzoeken of je huidige bedrijfsaansprakelijkheids-verzekering ook zaken zoals erfbezoek, huisverkoop of struikelen over je marktkraamtouw dekt. Bespreek dit met je verzekeringsmaatschappij, ook bij veranderingen in de bedrijfsvoering (bijvoorbeeld andere groepen bezoekers zoals kinderen, meer bezoekers, langdurig verblijf van gasten, etc.). Vaak is de premieverhoging gering, maar als je het niet meldt, bent je onderverzekerd. Voor dieren ben je als eigenaar altijd aansprakelijk als ze iets uithalen, zie ook paragraaf 14 over dieren.

2. productaansprakelijkheid, bijvoorbeeld bij 'glas in de yoghurt'

Als je eigengemaakte producten gaat bewerken of verkopen, of aan cliënten of kinderen te eten geeft, dan ben je verantwoordelijk voor de kwaliteit van die

producten. Voor productaansprakelijkheid kun je je extra verzekeren, vaak eenvoudig als onderdeel van je bedrijfsaansprakelijkheid. Ook hier geldt weer: meldt aanpassingen in de bedrijfsvoering (zoals een uitbreiding van je assortiment) altijd aan de verzekeringsmaatschappij. Je bent altijd aansprakelijk als er iets met het product is misgegaan.

De wet zegt dat wanneer vaststaat dat het bedrijf aansprakelijk is, je binnen het bedrijf moet kunnen traceren wie verantwoordelijk is. Oftewel: waar binnen het bedrijf is het probleem precies ontstaan? Als je dat kunt achterhalen, weet de controleur en/of verzekeraar dat 'je weet wat je doet' en kun je de kwaliteit van de producten in de toekomst verbeteren en schade voorkomen.

Er zijn twee vormen van aansprakelijkheid:

1. **Contractuele aansprakelijkheid:** je lijdt schade omdat iemand niet doet wat is afgesproken, bijvoorbeeld het niet leveren van voldoende jampotjes, zodat je niet op tijd je streekproduct kunt verpakken.
2. **Wettelijke aansprakelijkheid:** iemand lijdt schade, omdat jij niet doet wat je volgens de wet wel had moeten doen. Bijvoorbeeld niet goed zorgen voor een veilige werkomgeving voor je zorgvragers, waardoor een hulpboer gewond raakt.

Wettelijke aansprakelijkheid is onderverdeeld in risico-aansprakelijkheid en schuldaansprakelijkheid.

2a. Risico-aansprakelijkheid: je kunt aansprakelijk zijn ook als de schade niet jouw schuld is. In dit geval is het aansprakelijkheid vanwege je rol of bezittingen. Bijvoorbeeld: je bent werkgever en je werknemer veroorzaakt een ongeluk. Of je hebt een stier en zorgt dat deze achter een sterk hek staat, maar je stier breekt uit en verwondt mensen. In beide gevallen ben je altijd aansprakelijk.

2b. Schuldaansprakelijkheid: je bent aansprakelijk voor de schade die een ander lijdt door jouw schuld of verwijtbaarheid. Bijvoorbeeld: je rijdt in je auto met haast van het erf en rijdt de geparkeerde auto van een gast aan. Dat is dan jouw schuld en jij bent aansprakelijk.

Wettelijke aansprakelijkheid kun je nooit afschuiven of uitsluiten. Ook niet in een contract. Je kunt wel in huisregels of leveringsvoorwaarden aangeven hoe bezoekers of medewerkers zich horen te gedragen. Je gedraagt zich dan verantwoordelijk. Houden je klanten zich hier niet aan en ontstaat toch schade, dan gaat je verzekeringsmaatschappij met de klant in gesprek. Jij blijft wel aansprakelijk als eigenaar van de boerderij, een dier of als organisator van een activiteit of als werkgever.

Veilig vervoer. Op de open dag rijdt je misschien ook wel eens bezoekers rond in een huifkar of een treintje van kuubskisten of een open, platte wagen. Op je eigen terrein is dat toegestaan volgens de wet, maar op de openbare weg niet (behalve bij een door de gemeente vergund evenement, zoals een optocht). Maar let op: je verzekeraar stelt aanvullende eisen bij vervoer in een open wagen op eigen terrein, bijvoorbeeld op het gebied van constructie, afsluitbare ingang en hoogte relingen etc. Ook op je eigen terrein ben je altijd aansprakelijk voor ongelukken met de passagiers. Met paarden mag je wel met een huifkar op de openbare weg, soms met eisen vanuit de gemeente (vergunning) of provincie als wegeigenaar aan de bestuurder en de huifkar. Haalt of breng je cliënten of kinderen naar je zorgboerderij of kinderopvang?

Meld dit bij de verzekeraar.

Bronnen aansprakelijkheid

Aansprakelijkheid: een overzicht voor ondernemers over risico, verantwoordelijkheid en aansprakelijkheid in de multifunctionele landbouw. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Maria van Boxtel 2010¹⁴⁶.

6.4 Verdere informatie voor de docent

Bibliotheek per sector op www.multifunctionelelandbouw.net.

Bronnen: Wet- en regelgeving algemeen, ruimtelijke ordening

Verzamelde vragen of stel je eigen vraag op www.landregels.nl.

Wat mag ik? brochure voor ondernemers in de multifunctionele landbouw, om je makkelijk op weg te helpen in wet- en regelgeving. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Helmer Wieringa en Maria van Boxtel, Land & Col. 2010.¹⁴⁷

95 vragen & antwoorden over wet- en regelgeving in de multifunctionele landbouw is opgesteld door Helmer Wieringa, Land & Co en Prof. Willem Bruil van het Instituut voor Agrarisch Recht voor de Taskforce Multifunctionele Landbouw in samenwerking met het Ministerie van Economische Zaken. 2010.¹⁴⁸

Multifunctionele landbouw in ruimtelijke ordening. Handreiking voor gemeentelijke plattelandsontwikkelingen. VNG, tekst Helmer Wieringa. 2011.¹⁴⁹

Buurtmoestuin? Zo gedaan! Handleiding voor het opzetten van een buurtmoestuin, WUR. Annelies Laan, Celine Janse van Rensburg, Didi Stoltenborg, Djura Hoeksma en Janneke Grit onder redactie van Arjan Dekking, Esther Veen en Marcel Vijn. 2015.¹⁵⁰

Bronnen voedsel: verkoop en verwerking

Handboek Directe verkoop van boerderijproducten. Inspiratie voor boeren en tuinders over directe verkoop van boerderijproducten, via de boerderijwinkel, boerenmarkt, webwinkel, abonnementen of andere verkoopsystemen. Maria van Boxtel, Land & Co en Geertje Schlaman, CBLF.¹⁵¹

Ondernemersstijl testen?¹⁵²

Hoe organiseer ik Eten bij de Boer, een handleiding voor agrarische ondernemers. Handreiking voor ondernemers. Jelinda van den Hoven, Nordwin College.¹⁵³

Boergondisch, culinaire activiteiten op de biologische boerderij. Handreiking voor het organiseren van culinaire activiteiten op de boerderij, inclusief tips en een hoofdstuk voldoe aan wet- en regelgeving. Maria van Boxtel, Land & Co en Iris van de Graaf, Van Eigen Erf. 2013/2014.¹⁵⁴

¹⁴⁶ <http://www.landco.nl/uploads/Aansprakelijkheid.pdf>

¹⁴⁷ <http://www.landco.nl/uploads/Wat%20mag%20ik%20nov%202011.pdf>

¹⁴⁸ <http://www.landco.nl/uploads/95-vragen-MFL-WEB.pdf>

¹⁴⁹ http://www.landco.nl/uploads/VNG_multifunctionelelandbouw_en_ruimtelijke_ordening.pdf

¹⁵⁰ <http://www.wageningenur.nl/en/Publication-details.htm?publicationId=publication-way-343737373138>

¹⁵¹ http://www.landco.nl/uploads/handboek_directe_verkoop_van_boerderijproducten.pdf

¹⁵² http://www.landco.nl/uploads/Test_ondernemersstijl.pdf

¹⁵³ <http://issuu.com/380118/docs/handl-etenbijdeboer-online-2>

¹⁵⁴ <http://www.landco.nl/uploads/handreiking%20Boergondisch%20culinaire%20activiteiten%20op%20je%20biologische%20boerderij.pdf>

Instructiefilmpje voor boeren voor eten bij de boer/Boergondisch feestmaal:

<https://www.youtube.com/watch?v=V4TFnFoH3Ao#t=18>.

Concept voedselveiligheidsplan voor verkoop van vlees op de boerderij.¹⁵⁵

Verkoop van verse producten op de kinderboerderij, vakblad kinderboerderijen, Birgit vd Laan, Vereniging Samenwerkende Kinderboerderijen Nederland.

Deel I: algemeen, september 2014

Deel II: vlees, november 2014

Deel III: eieren, december 2014.

Lees vakblad kinderboerderijen direct op www.kinderboerderijen.nl

Gezondheidsclaims: www.voedingscentrum.nl www.vwa.nl.

Bronnen bezoekers: recreatie en toerisme

Handboek verblijfsrecreatie.¹⁵⁶ Ben je plattelandsondernemer en droom je ervan om met verblijfsrecreatie te starten of je huidige recreatie te verbeteren? Of wil je gewoon meer achtergrondinformatie? Je kunt het handboek ook in delen downloaden:

- Quick Scan (pdf, 6 pag.)¹⁵⁷: een invulschema om te zien of je verblijfsrecreatie wilt.
 - De Negen Stappen (pdf, 10 pag.)¹⁵⁸: de kern van het handboek.
 - Werkbladen (pdf, 18 pag.)¹⁵⁹ bij de Negen Stappen.
 - Studie- en werkinformatie (pdf, 33 pag.)¹⁶⁰: achtergrondinformatie.
 - Vier verhalen van Utrechtse ondernemers (pdf, 17 pag.)¹⁶¹: ter inspiratie.
- www.vekabo.nl (Vereniging van Kampeerboeren), www.svr.nl; www.bedandbreakfast.nl.

Agrotoerisme, iets voor u? Startersgids agrotoerisme. Download van www.multifunctionelelandbouw.net.

Startersinformatie horeca, zie www.khn.nl

Startershandleiding van Bed & Breakfast en beleidsnotitie Bed & Breakfast ten behoeve van gemeenten op www.bedandbreakfast.nl.

Educatie: www.educatiefplatteland.nl.

Handboek boerderijeducatie, te downloaden van www.educatiefplatteland.nl.

Educatieve activiteiten die lijken op een kinderboerderij? Veel informatie in het handboek 'Hoe start ik een kinderboerderij'.¹⁶²

Bronnen zorglandbouw

www.landbouwzorg.nl

Handboek Landbouw en Zorg en Werkmap kwaliteitswaarborg zorgboerderijen: te bestellen via www.landbouwzorg.nl.

Bronnen agrarische Kinderopvang

www.agrarischekinderopvang.nl.

¹⁵⁵ <http://www.landco.nl/uploads/Concept%20voedselveiligheidsplan%20voor%20verkoop%20van%20vlees%20direct%20vanaf%20de%20boerderij.pdf>

¹⁵⁶ http://www.landco.nl/uploads/handboek_verblijfsrecreatie-fulltext.pdf

¹⁵⁷ http://www.landco.nl/uploads/Quick_scan_verblijfsrecreatie.pdf

¹⁵⁸ http://www.landco.nl/uploads/Negen_stappen_verblijfsrecreatie.pdf

¹⁵⁹ http://www.landco.nl/uploads/Werkbladen_verblijfsrecreatie.pdf

¹⁶⁰ http://www.landco.nl/uploads/Studie_werkinformatie_verblijfsrecreatie.pdf

¹⁶¹ http://www.landco.nl/uploads/Utrechtse_ondernemers_verblijfsrecreatie.pdf

¹⁶² <http://www.kinderboerderijen.nl/medewerkers/hoe-start-ik-een-kinderboerderij>

Wet- en regelgeving kinderopvang, overzicht opgesteld door Joke Verhage, VAK.
downloaden van www.multifunctionelelandbouw.nl
Stappenplan kinderopvang (niet speciaal agrarisch) op www.antwoordvoorbedrijven.nl/extra.

Bronnen arbeid en arbeidsrelaties, rechtsvormen

Rechtsvormen: een handreiking voor het kiezen van de meest geschikte rechtsvorm voor jouw multifunctionele boerderij. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Bart Pijnenburg, Mensenland en Maria van Boxtel, Land & Co 2011.¹⁶³
CAO's in de multifunctionele landbouw: tak erbij, dan geldt misschien een andere CAO voor jouw werknemers. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Maria van Boxtel, Land & Co en Maureen Schoutsen, WUR. 2010.¹⁶⁴
Vrijwilligers in de multifunctionele landbouw: wel vrijwillig, niet vrijblijvend. Ken de voorwaarden. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Habbo Kooistra en Roza Brandsma, LTO Noord 2010.¹⁶⁵

Bronnen houden van dieren

www.levendehave.nl
www.ggddiergezondheid.nl
www.nvwa.nl www.cvi.nl

Bronnen aansprakelijkheid

Aansprakelijkheid: een overzicht voor ondernemers over risico, verantwoordelijkheid en aansprakelijkheid in de multifunctionele landbouw. Taskforce Multifunctionele Landbouw. Maria van Boxtel. 2010.¹⁶⁶

Bronnen financiering en fiscus

Multifunctionele landbouw en de fiscus: wat verandert er fiscaal als je van landbouw naar verbrede landbouw verandert? Let vooral op de BTW en de landbouwwijziging voor de waardevermindering van grond. Maria van Boxtel, Land & Co. 2011.¹⁶⁷
Crowdfunding op de boerderij. Leer van andere ondernemers hoe zij crowdfunding voor hun bedrijfsplannen toepasten. 2013. Maria van Boxtel, Land & Co en Marcel Vijn, PPO-WUR.¹⁶⁸
Alternatieve vormen van financiering. Kansen voor het multifunctionele landbouwbedrijf voor niet-bancaire financieringsvormen. 2010. Maria van Boxtel, Land & Co.¹⁶⁹

¹⁶³ <http://www.landco.nl/uploads/Rechtsvormen.pdf>

¹⁶⁴ http://www.landco.nl/uploads/CAO_MFL_DEF2.pdf

¹⁶⁵ http://multifunctionelelandbouw.net/system/files/documenten/brochure_vrijwilligers_in_de_multifunctionele_landbouw.pdf

¹⁶⁶ <http://www.landco.nl/uploads/Aansprakelijkheid.pdf>

¹⁶⁷ http://www.landco.nl/uploads/Brochure_Multifunctionele_landbouw_en_de_fiscus.pdf

¹⁶⁸ http://www.landco.nl/uploads/Crowdfunding%20op%20de%20boerderij_brochure.pdf

¹⁶⁹ http://www.landco.nl/uploads/Alternatieve_vormen%20van_financiering.pdf

6.5 Uitwerking opdrachten – wet- en regelgeving

Opdracht 1:

Casus multifunctioneel bedrijf.

Hieronder wordt een beschrijving gegeven van het fictieve bedrijf van de familie Haas. Geef aan met welke wet- en regelgeving de familie te maken krijgt.

Vlak bij Amsterdam ligt het agrarisch bedrijf van de familie Haas. Het is een melkveebedrijf dat in de loop van de jaren al steeds multifunctioneler is geworden. Jaap en Maria Haas zijn ondernemende bedrijfseigenaren. Sinds 3 jaar hebben ze het bedrijf van de ouders van Maria aan de Landsmeerdijk overgenomen, ze bruisen van de plannen. Ze hebben nog veel hulp van de ouders van Maria en er komen graag vrijwilligers op het bedrijf.

Vanwege de oprukkende stad, is bedrijfsuitbreiding niet mogelijk, maar de stad biedt wel mogelijkheden om het bedrijf op een andere manier in te vullen. Op het bedrijf zijn 40 melkkoeien. Familie de Haas wil een nieuwe moderne loopstal bouwen waar ook een mestopslag aanwezig is. Vanwege de grote diversiteit aan activiteiten op het bedrijf wil de familie de bedrijfsgebouwen verspreid plaatsen over een erf van 1,5 hectare. Op 80 meter van het erf staat het woonhuis van de burens. Het bedrijf is 30 hectare groot. De huiskavel is 10 hectare. De andere kavels liggen op 5 kilometer afstand.

De melk wordt op het bedrijf tot kaas verwerkt. Ook heeft de familie Haas een winkel op het erf waar ook versproducten worden verkocht. Wat nog ontbreekt is een mooi reclamebord aan de weg.

Graag zouden ze een boerderijcamping beginnen en een kleine eetgelegenheid daarbij, met groenten uit de eigen moestuin. Op het erf willen ze een nieuw gebouw waarin voor de camping sanitaire voorzieningen komen, maar ook een recreatieruimte/eetgelegenheid.

Uit de naastliggende wijk komen veel mensen kaas kopen op het bedrijf. Ook worden Jaap en Maria wel eens uitgenodigd bij de wijkvergadering. Laatst werd een plan gepresenteerd om in de wijk een buurtboerderijtje te starten. De buurtbewoners zouden graag kippen en varkens houden op het bedrijf, maar hier zijn de jonge ondernemers wel huiverig voor. Vee houden in een woonwijk levert vast problemen op. Of kan het onder voorwaarden?

Antwoord:

Hieronder staat in de tekst de verwijzing naar de relevante regelgeving, passend bij de tabel die eronder staat.

Vlak bij Amsterdam ligt het agrarisch bedrijf van de familie Haas. Het is een melkveebedrijf dat in de loop van de jaren al steeds multifunctioneler is geworden. Jaap en Maria Haas zijn ondernemende bedrijfseigenaren. Sinds 3 jaar hebben ze het bedrijf van de ouders van Maria aan de Landsmeerdijk overgenomen, ze bruisen van de plannen. Ze hebben nog veel hulp van de ouders van Maria en er komen graag vrijwilligers op het bedrijf (**PARAGRAAF 11, 15**).

Vanwege de oprukkende stad, is bedrijfsuitbreiding niet mogelijk, maar de stad biedt wel mogelijkheden om het bedrijf op een andere manier in te vullen. Op het bedrijf zijn 40 melkkoeien. Familie de Haas wil een nieuwe moderne loopstal bouwen waar ook een mestopslag aanwezig is. (**PARAGRAAF 1**) Vanwege de grote diversiteit aan activiteiten op het bedrijf wil de familie de bedrijfsgebouwen verspreid plaatsen over een erf van 1,5 hectare. Op 80 meter van het erf staat het woonhuis van de burens. Het bedrijf is 30 hectare groot. De huiskavel is 10 hectare. De andere kavels liggen op 5 kilometer afstand.

De melk wordt op het bedrijf tot kaas verwerkt. Ook heeft de familie Haas een

winkel op het erf waar ook versproducten worden verkocht.. (PARAGRAAF 3). Wat nog ontbreekt is een mooi reclamebord aan de weg. (PARAGRAAF 7) Graag zouden ze een boerderijcamping beginnen (PARAGRAAF 8) en een kleine eetgelegenheid daarbij, (PARAGRAAF 3) met groenten uit de eigen moestuin. Op het erf willen ze een nieuw gebouw waarin voor de camping sanitaire voorzieningen komen, maar ook een recreatieruimte / eetgelegenheid. (PARAGRAAF 8,9) Uit de naastliggende wijk komen veel mensen kaas kopen op het bedrijf. Ook worden Jaap en Maria wel eens uitgenodigd bij de wijkvergadering. Laatst werd een plan gepresenteerd om in de wijk een buurtboerderijtje te starten. De buurtbewoners zouden graag kippen en varkens houden op het bedrijf, maar hier zijn de jonge ondernemers wel huiverig voor. Vee houden in een woonwijk levert vast problemen op. Of kan het onder voorwaarden? (PARAGRAAF 14)

Wat ga je doen?
PARAGRAAF 1. Aankoop, pachten en gebruik van grond Bouw van bedrijfsgebouwen Algemeen bij nieuw gebruik van gronden en gebouwen (van boerderijwinkel tot zorgkantine, van educatieruimte tot trekkershut)
PARAGRAAF 2. Ruimtes anders gebruiken, bijvoorbeeld voor ontvangst, workshops, training zoals voor natuureducatie, klasseboeren, vergadercentrum
PARAGRAAF 3. Voedsel: Huisverkoop en/of verkoop van uw producten zoals 'winkel' bezorgdienst, webwinkel, ook bij recreatieve en educatieve activiteiten Etenswaren bereiden en verkopen, zoals voor B&B, kampeerdere, kookworkshops, als catering, proeverij, theeterras, café en/of restaurant, markt
PARAGRAAF 7. Bord aan de weg plaatsen
PARAGRAAF 8. Kamperen en logeren: (Mini-)Camping, logies en ontbijt, groepsaccommodatie, zomerhuisjes, trekkershutten, kamerverhuur
PARAGRAAF 9. Bad- en douchewater, drinkwater
PARAGRAAF 13. Arbeid: werknemers, zelfstandigen of vrijwilligers die voor je werken
PARAGRAAF 14. Dierhouderij, ook in de stad
PARAGRAAF 16. Aansprakelijkheid

Opdracht 2:

Gekoeld vervoer van vleesproducten

Een melkveehouder laat dieren slachten bij de plaatselijke slager en verwerken tot consumentenporties, ingepakt in vacuümverpakkingen met etiket erop. De slager zet de ingepakte porties klaar in de koeling. De veehouder komt ze halen voor vervoer naar de boerderijwinkel. In de winkel vriest hij de porties vlees in voor verkoop. Op zomerse dagen maakt de veehouder zich zorgen over het transport in zijn eigen auto: wordt het vlees dan niet te warm? De veehouder wil het vlees veilig aan zijn klanten doorleveren.

Geef aan wat het beleid en de wettelijke vereiste is waarmee de veehouder te maken heeft.

Bedenk een goede oplossing voor deze veehouder, zodat hij met vertrouwen het vlees kan leveren aan zijn klanten.

Antwoord:

Beleid en wetgeving: producten moet veilig vervoerd worden op de juiste temperatuur en bewaking van die goede temperatuur met een geijkte thermometer. Deze eisen zijn vastgelegd in de Warenwet.

Afweging: het ophalen van het vlees bij de slager gaat bij normale 'Hollandse'

temperaturen goed. Voor zijn eigen gemoedsrust en voor de controle houdt de veehouder de temperatuur van het vlees bij. Ophalen met een echte koelwagen is te duur, dus dan zou de veehouder in de zomer geen vlees kunnen ophalen. Hoewel er nooit gecontroleerd wordt, zit hem dit niet lekker en zoekt hij naar alternatieven. Van de leverancier van koelwagens hoort hij dat er ook professionele koelwagens op de markt zijn, die temperatuur voldoende laag houden voor een aantal uur. Hij checkt thuis dat dit voldoet aan de hygiëncode.

Conclusie: De veehouder koopt professionele koelboxen. Hij blijft de temperatuur meten.

Opdracht 3:

Kinderopvang bij varkenshouderij

Een varkenshouderij met 1,5 ha grond wil kinderopvang in lege oude schuur van 80 m². Mag dat van de gemeente?

Geef aan wat het beleid is waarmee de varkenshouder te maken heeft en welke regelgeving wordt gebruikt voor de afweging. Welk besluit neemt de gemeente en wat zijn de argumenten?

Antwoord:

Beleid: nevenactiviteiten die gerelateerd zijn aan landbouw zijn gewenst. Functies die cultuurhistorische gebouwen in stand houden, zijn afweegbaar.

Bestemmingsplan: per activiteit is precies geregeld wat er mag: bij recht 100 m² en na ontheffing 150 m² voor zorglandbouw, natuureducatie en kinderopvang.

Afwijking bij instandhouding cultuurhistorisch waardevolle gebouwen.

Afweging: de kinderopvang staat geheel los van de varkenshouderij, er is geen enkele relatie. De kinderopvang houdt een schuur in stand door een exploitatie. Deze schuur is bouwvallig en heeft geen enkele waarde van beeldkwaliteit. De kinderopvang kan in principe in de schuur, maar de branche wil liever ruimtes die 100 m² zijn. Er is geen andere overvloedige schuur beschikbaar. De gronden zijn niet in beeld voor andere nevenfuncties.

Conclusie: door het ontbreken van een relatie van kinderopvang met de agrarische bedrijfsvoering en door ontbreken van urgentie tot instandhouding van een cultuurhistorisch gebouw, wordt het plan niet gehonoreerd.

Opdracht 4:

Tuinbouwbedrijf met zorg en nieuwe zorgactiviteiten

Een vollegronds groenteteeltbedrijf van 5 ha en 0,5 ha bos werkt met zorg- en hulpvragers, zet haar groenten af op boerenmarkten, en wil voor de zorgvragers activiteiten opzetten zoals houthakken (open haardhout), shii take-teelt en eieren van 200 eigen kippen. Er is winkelruimte nodig van 60 m² voor 3 dagen per week. Het bedrijf ligt dicht bij de bebouwde kom waar het beleid meer ruimte biedt voor nieuwe plattelandseconomie. Het landschap moet een half open cultuurlandschap met houtwallen blijven.

In het bestemmingsplan staat dat bedrijf en gronden zijn bestemd voor de agrarische bedrijfsvoering met landschappelijke waarde en kernrandzone. Alle nevenactiviteiten zijn in een positieve, limitatieve lijst opgenomen, met per activiteit een aantal m². In recht meestal 100 m², in afwijking uiteenlopend tot maximaal 250 m². Voor de agrarische bedrijfsvoering kan er normaal worden gebouwd.

Kan het bedrijf de plannen uitvoeren? Geef aan wat de afweging zou kunnen zijn van de gemeente.

Antwoord:

Afweging: De agrarische activiteiten zoals extra stal voor kippen en shii take-

teelt op stammetjes in bosperceel worden als onderdeel van de bestemming toegestaan. De ondernemer moet er echter wel op wijzen dat het bos bedoeld is voor houtteelt. Winkelruimte staat bij de nevenactiviteiten en het past binnen de maximale maat. Tijdens het overleg met de gemeente blijkt dat een open kapschuur als inpakruimte voor de markt, koeling, kantine zorgvragers (met houtkachel) en opslag groentekisten gebruikt wordt. Vooral het gebruik als kantine vindt de gemeente niet voldoen aan vereisten van zorg en zou dus geregeld moeten worden. Na enig overleg wordt dit als ontvangst- en workshopruimte van 100 m² ingericht en afgeschermd zodat het past in het bestemmingsplan en voldoet aan de vereisten van de zorg. De open werk- en opslagruimte is als onderdeel van de agrarische bedrijfsvoering toegestaan. Het bedrijf wijst de gemeente alvast op de potentiële groei van de zorgtak met begeleidend wonen hetgeen niet in het bestemmingsplan is voorzien. Besloten wordt dit na te gaan en tijdig voor te bereiden.

Conclusie: het bedrijf kan de plannen met deze aanpassing uitvoeren. Voor de lange termijn is er nog geen duidelijkheid.

Opdracht 5:

Wijn schenken bij groepsaccommodatie en ontvangsten

Een akkerbouwer heeft een deel van het erf ingericht met groepsaccommodatie, waar zij ook groepen ontvangt en rondleidt over het bedrijf. Zij krijgt een verzoek van een EZ-delegatie voor een excursie over het bedrijf. Of zij er ook een wijntje bij kan schenken?

Met welk beleid/wetgeving heeft de akkerbouwer te maken als ze ook wijn wil schenken?

Hoe kan ze nu tegemoet komen aan het verzoek?

Antwoord:

Beleid: De gemeente vereist volgens de Drank- en Horecawet een drank- en horecaverunning plus een diploma Sociale Hygiëne.

Afweging: De boerin beschikt niet over een horecaverunning en heeft geen diploma Sociale Hygiëne. Zij wil wel graag aan de wens van de gasten voldoen. Ze wil veilig en volgens de regels alcohol verstrekken. Want: gasten van de groepsaccommodatie verstrekt zij nooit alcohol, dat mogen ze met mate zelf meenemen. De gemeenten vertelt dat het in dit soort gevallen is toegestaan om voor een besloten feest een cateraar in te huren en deze cateraar de alcoholische drank te laten serveren. De cateraar werkt volgens geldende hygiëne-eisen en heeft een diploma Sociale Hygiëne. De boerin legt de keuze aan de EZ-delegatie voor: of zij nemen zelf de drank mee en schenken het zelf in of zij huurt een cateraar in tegen meerkosten.

Conclusie: De boerin huurt voor deze excursie met borrel een cateraar in. De cateraar (of diens personeel) is zelf aanwezig bij de borrel en is ook verantwoordelijk voor het in acht nemen van de regels.

N.B. Regelmatig inhuren van een cateraar is geen oplossing: dan wordt het landbouwbedrijf als een niet-legale horecalokaliteit beschouwd. kijk ook bij www.landregels.nl.

7 Media en Communicatie in regionaal voedsel

Een beknopte inleiding over de inzet en keuzes van (nieuwe) media en communicatie (tools) binnen het 'Regionaal voedsellandschap'



7.1 Inleiding

Verschillende situaties, innovaties en stakeholders vragen om een grote verscheidenheid van de manier waarop mensen en organisaties met elkaar communiceren. Zo ook binnen het werkveld van 'regionaal voedsel'.

Bij communicatie over Regionaal Voedsel gaat het om de inzet en keuzes van (nieuwe) media en communicatie (tools) met een helder onderscheid tussen:

- Gevestigde media- en communicatie
- Trends & ontwikkelingen in media- en communicatie

Effectieve communicatie is essentieel:

Vanuit het oogpunt van de spreker, doelt 'communicatie' op het overbrengen van 'een boodschap van waarde' naar de ontvanger. In de wandelgangen veelal vertaald naar '1.0 communicatie', de spreker verzendt informatie die de luisteraar succesvol ontvangt en – in het positieve geval – begrijpt op de manier zoals de zender zijn boodschap bedoeld heeft.

Er zijn verschillende typen media(tools):

Het medialandschap zoals men het vandaag de dag kent, is de afgelopen decennia gevormd door een digitale revolutie die we met name te danken hebben aan de komst van internet en open innovatie. Binnen dit medialandschap kunnen we niettemin nog altijd een ruime selectie aan mogelijkheden onderscheiden, variërend van gevestigd en breed gedragen tot innovatief en ‘minder bekend’...

7.2 Gevestigde media

Zijn statisch qua informatievoorziening (geen wisselende beelden of teksten wanneer men het medium ‘gebruikt’) en negen van de tien keer gedrukt op papier:

Drukwerk

- Krant

De krant is ook vandaag de dag nog een uitstekend medium om de doelgroep mee te bereiken. Afwegingen in bereik/regio/kosten zijn uiteraard van belang, maar de kracht van dit ‘conservatieve medium’ binnen het werkveld regionaal voedsel mag niet onderschat worden. Sterker nog: het is een medium voor alle generaties en dat zal de komende jaren zeker nog zo blijven.

- Boeken

Wanneer regionale voedselproducenten, dan wel andere enthousiastelingen, informatie en kennis gaan clusteren en verspreiden met betrekking tot hun werkzaamheden en passie, kan dit voor een welkome impuls zorgen. Denk hierbij alleen al aan het uitbrengen van educatieve boeken en kookboeken, die weer gekoppeld kunnen worden aan excursies, trainingen en events.

- Tijdschriften

Puur en alleen kijkend naar het medium tijdschrift, liggen er ongetwijfeld voldoende mogelijkheden om te communiceren met de doelgroep. De manieren waarop dit kan, zijn divers en men kan van kleine, onafhankelijke vakbladen (waar advertentiekosten behapbaar zijn) tot in trendy landelijke ‘foodmagazines’ (kostbaar maar met een groot – commercieel – bereik) adverteren. De vraag is hier dus niet of men er iets mee kan doen, maar eerder hoe dit het meest vruchtbaar – verschillend per doelgroep, bereik en budget – is toe te passen?

- Buitenreclame

Hierover kunnen we kort en bondig zijn. Buitenreclame is een uitstekend medium om in te zetten. Het is mobiel, overtuigend, niet erg kostbaar en breed geaccepteerd. Daarbij komt dat innovatieve ontwikkelingen op dit vlak er de komende jaren voor zorgen dat er steeds meer mogelijk zal zijn om nog beter de doelgroep te bereiken, zelfs met een persoonlijke, gerichte en interactieve noot.

- Nieuws- en huis-aan-huisbladen/reclamedrukwerk

Uitgevers kunnen vrij goedkoop een NHHB-oplage printen aangezien dit vaak tussen het drukken van andere – grotere – oplagen door gebeurt. Stilstand van persen betekent stilstand in productie en verlies aan inkomsten. Waarom dit interessant is, heeft te maken met de eveneens lage advertentiekosten die hierdoor aan adverteerders geboden kunnen worden. Met een uitstekende dekking, local targeting van de doelgroep en lage kosten, is dit medium zeker aan te raden.

7.3 Audiovisuele media

- Radio

Met name op lokaal en regionaal niveau is dit een interessant medium. Het maken van reclame is relatief goedkoop, maar zeker het maken van informatieve programma's die verder gaan dan alleen een commerciële boodschap, is in dezen een belangrijke. Zo kunnen er luchtige en leuke, maar ook serieuze, politiek geladen thema's onder de aandacht worden gebracht. Denk bij luchtig bijvoorbeeld aan culinaire kinderprogramma's die ervoor zorgen dat ouders en kinderen bewuster worden van wat ze eten. Een serieuzer onderwerp kan zijn: verantwoorde en biologische productie versus de door commercieel inhalige retailers gedreven vleesindustrie. Gebruik maken van de hype die momenteel alles wat 'groen, biologisch en verantwoord' is kleurt, kan weer heel goed helpen met sponsoring en dergelijke om bijvoorbeeld meer budget te verkrijgen, dan wel zendtijd te 'claimen' bij grotere (commerciële en/of regionale/lokale) zenders.

- Televisie

Televisie is er voor iedereen en kan eigenlijk altijd. Het bereik is landelijk gezien vrijwel 100% dekkend en het medium is dusdanig ingeburgerd en toegankelijk, dat het niet meer uit onze levens van 'informatie- en ontspanningsconsumptie' valt weg te denken. De belangrijkste afwegingen bij de inzet van televisie als communicatiemedium, zijn veelal gekoppeld aan budgetmogelijkheden. Maar zelfs voor 'de kleine portemonnee' is er voldoende ruimte in regionaal en lokaal omroepeland. Neem hierbij ook nog eens de optie van interactieve televisie mee (maak een 'televisie'platform dat alleen via internet te benaderen is) en je bereik is oneindig. Mits je de doelgroep maar effectief en gericht weet te benaderen met interessante en dynamische content. Maar dat geldt voor alle media.

- Internet en social media

Websites en social media zijn momenteel de meest voor de hand liggende media voor vrijwel ieder branche, zo ook voor de sector regionaal voedsel. Aangezien we het bij deze sector over een (nog) redelijk versnipperde gemeenschap hebben (zowel voor consument als producent), zou het goed zijn online communities te vormen en hier sterke, crossmediale campagnes aan te koppelen. Het doel hiervan zou kunnen zijn om meer volgers en 'merkambassadeurs' te krijgen die zich enthousiast en met toewijding inzetten voor 'de regionaal voedselbeweging'. Succes moet je claimen, innovatie wil je tonen en belevingen wil je delen – de mening van de massa is hierbij zeer belangrijk. Denk bijvoorbeeld aan het opzetten van een marktplaats (online met fysieke spin-offs) voor regionale voedselproducten en -diensten. Hier kan men dan terecht voor adressen, recepten, lokale/regionale/nationale initiatieven, informatie, events en fora. De mogelijkheden zijn eindeloos.

7.4 Trends en ontwikkelingen

Om het met betrekking tot media- & communicatietrends en -ontwikkelingen overzichtelijk te houden, maken we in dit geval onderscheid tussen:

- Crowd- & crowdfunding De term crowdfunding is 'hot and happening'. Steeds meer kleine, maar ook grote initiatieven vinden hun weg naar globale maar ook lokale projectfinancieringsmogelijkheden. Hoe het werkt? Heel eenvoudig. Men plaatst een project op het geschikte crowdfundingplatform en koppelt hier een streefbedrag aan dat men binnen een bepaalde wil ophalen. Iedereen – van kleine

persoonlijke donateurs tot grote durfkapitaalinvesteerders – kan hier vervolgens een aandeel in kopen.

- **The internet of things** De mens is eigenlijk continu online, via de smartphone, tablet, pc en laptop verbonden met het internet. Maar ook andere machines en producten – dingen (things) – zijn steeds vaker autonoom verbonden met het internet. Denk aan auto's, televisies, horloges en zelfs je koelkast en thermostaat. Al deze dingen zijn met het internet verbonden en The internet of things gaat uit van de theorie dat deze apparaten allemaal met elkaar kunnen communiceren. Denk als voorbeeld alleen al aan de boer die middels smart sensors in zijn gewassen precies in de gaten kan houden wat het ideale moment is om te oogsten. Of kleding die uitgerust is met sensoren die aan je smartphone en/of smartwatch doorgeven wat je hartslag en lichaamstemperatuur zijn. We staan aan de vooravond van een nieuwe revolutie waarbij de 'quantified self' centraal staat.
- **(serious) Gaming** Het spelen van computerspellen (kortweg 'games') heeft de afgelopen decennia een enorme vlucht genomen. Van een luxe artikel dat alles behalve realistische graphics op een televisiescherm toverde en voor velen onbetaalbaar was, tot een medium dat inmiddels op alle fronten kan wedijveren met de filmindustrie en miljoenen enthousiastelingen nachten lang wakker weet te houden achter een pc, tablet, smartphone of console. De bekendste aanbieders op het gebied van zowel hardware (de computer) alsmede software (de spellen) zijn Nintendo, Sony (beide uit Japan) en Microsoft (uit de VS). Het behoeft zodoende ook weinig tot geen toelichting wat de mogelijkheden kunnen zijn voor de regionale voedselsector. Het is een kwestie van de juiste invalshoek kiezen, hier een leuk event en/of product of iets dergelijks aan verbinden en de promotie laten verlopen middels een serious game die verspreid zal worden via social media. Winnaars van de game krijgen kaarten voor het event, leuke extra's als exclusieve recepten en toegang tot een forum van inhoudelijk experts.
- **Augmented Reality** Augmented reality (AR) betekent letterlijk 'toegevoegde realiteit'. Met andere woorden, dit geeft de gebruiker van een tool die AR ondersteunt (veelal een smartphone en/of tablet) de mogelijkheid om door een scherm virtuele objecten te zien in een reële ruimte. De bekendste toepassingsgebieden – eventueel toe te passen met als insteek regionaal voedsel – zijn:
 - Extra en verstopte (spelelement) informatie bij een event.
 - Toevoegen van additionele content aan tijdschriften.
 - Verpakkingen van producten verrijken.
 - **Virtual Reality** Aangaande de mogelijkheden voor regionaal voedsel zijn er uiteraard sterke toepassingen te ontwikkelen. Zo kan de gebruiker van een virtual realitybril vanuit huis een kijkje nemen bij de (voedsel)producent zelf. Ook allerlei leuke instructiefilms en virtuele rondleidingen kunnen bijdragen aan een positieve (imago)boost voor het werkveld. Daarnaast zijn educatieve mogelijkheden voor agrarische- en foodinstellingen legio.

7.5 Slotwoord

In het landschap van ontwikkelingen en trends aangaande media en communicatietools, is het de laatste jaren 'dringen geblazen'. Met de komst van breed toegankelijk, stabiel en snel internet zijn eigenlijk bijna alle facetten van het (eens door drukwerk, radio en televisie gedomineerde) medialandschap op de schop gegaan. Dit zorgt voor grote uitdagingen, onduidelijkheid, mogelijkheden en spanningen.

Het maakt in dezen ook eigenlijk niet uit binnen welk vakgebied men werkzaam is en met welke klant en/of stakeholder men de interactie zoekt, voor allen gaat hetzelfde op, de ontwikkelingen en innovaties volgen elkaar in zeer rap tempo op en het is een kwestie van meedoen of de (speed)boot missen. Het is voor organisaties, ondernemers, overheden en individuen dus niet de vraag 'of' men iets moet doen met al deze mogelijkheden, maar 'wanneer' het juiste moment daar is om in te stappen en met welke tools en doelstellingen?

Het advies: wacht niet te lang, het is namelijk veel te leuk en interessant!
Meer lezen? Ga naar de uitgebreide versie van dit hoofdstuk.¹⁷⁰

¹⁷⁰ <http://maken.wikiwijs.nl/userfiles/94df33a988377f481631375a78b58866bc3d4892.pdf>

8 Mbo-materiaal: KIGO 'Van voedselstrategie naar Werk-In-Uitvoering'

Dit hoofdstuk is een leerarrangement 'Van voedselstrategie naar Werk-In-Uitvoering' voor het mbo.



8.1 Thema 1. Regionale voedselproductie; een sectorverkenning

Wat is regionale voedselproductie?

Voordat het voedsel bij een consument op het bord belandt, heeft het vaak een ingewikkelde route afgelegd. Het voedsel wordt vanaf het landbouwbedrijf vervoerd over vele kilometers, heeft diverse bewerkingen ondergaan, is verpakt en verhandeld. Dit gehele proces wordt de 'voedselproductieketen' genoemd. Deze keten is heel lang als er sprake is van veel bewerkingen en tussenhandel. De keten kan echter ook heel kort zijn als er rechtstreeks contact is tussen de producent (de boer) en de consument. In een regionale voedselketen legt het voedsel een kortere afstand af omdat er vaak minder schakels in de keten nodig zijn. Het

streven is om productie, verwerking en verkoop zoveel mogelijk op regionaal niveau te laten plaatsvinden. Wat er precies met 'regionaal' wordt bedoeld, is niet eenduidig vastgesteld. Globaal zijn er drie typen korte keten initiatieven te onderscheiden:

1. Directe verkoop. Er is rechtstreeks contact met de boer of producent. Deze vorm is te zien bij boerderijwinkels, zelfpluktuinen, bezorgservices en online services. Er wordt direct besteld bij de boer of producent (of met één tussenpersoon).
2. Lokale afzet via een normale winkel. Het product wordt in een lokale winkel (of op een markt of evenement) verkocht. Het gaat klanten niet zo zeer om het directe contact met de boer of producent, maar meer om het lokale product en de herkomst.
3. Traceerbare producten. De klant kan gemakkelijk achterhalen wie de producent van zijn product is en hoe het product geproduceerd is via een label of QR-code.

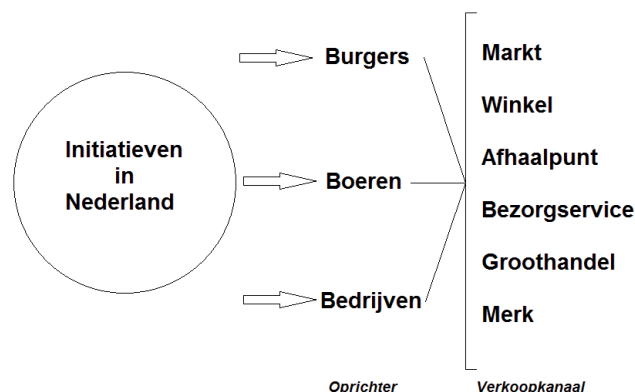
Waarom regionale voedselproductie?

We worden ons er steeds meer van bewust dat onze voedselkeuze verregaande gevolgen heeft voor ons leefmilieu, voor onze gezondheid en voor de rest van de wereld. Door de anonieme grootschalige voedselproductie heeft de consument het gevoel de grip op de kwaliteit van zijn eigen voedsel kwijt te zijn. Dit leidt tot een groeiende vraag naar transparantie in de voedselketen en verduurzaming van de voedselketen. Regionale voedselinitiatieven spelen in op deze ontwikkeling en hebben belangrijke voordelen ten opzichte van de reguliere voedselproductie. Het is enorm belangrijk deze voordelen helder te communiceren aan de consument. Regionale voedselinitiatieven kunnen de volgende extra waarden realiseren:

- De producten zijn vaak verser, smaakvoller, gezonder en duurzamer.
- De klant krijgt inzicht in de herkomst van zijn voedsel en de manier waarop het wordt geproduceerd. Vaak heeft de klant zelfs direct contact met de producent die niet alleen laat zien wat hij doet (transparantie), maar ook doet wat hij belooft (vertrouwen).
- Het product heeft minder transportkilometers afgelegd, er wordt meer geproduceerd op maat en er is minder verspilling.
- De producten komen uit een bekende regio waarmee de klant zich verbonden voelt.
- De producent draagt bij aan een positieve identiteit van de streek en een mooi agrarisch landschap.

Hoe organiseer je regionale voedselafzet?

Je kunt op verschillende manieren de weg van producent naar consument afleggen. Hoe je deze weg aflegt is allereerst afhankelijk van de oprichter van het initiatief. Is hij een burger, een boer of een ondernemer? Vervolgens is de weg ook afhankelijk van het verkoopkanaal waar de oprichter voor kiest. Verstrekt hij zijn producten via de markt, lokale winkels, afhaalpunten, een bezorgservice, een groothandel of in de vorm van een (keur)merk dat wordt verkocht in supermarkten? (zie schema 1)



Het opzetten van een regionaal voedselinitiatief is niet eenvoudig. We behandelen drie hobbels die moeten worden overwonnen.

1. Het assortiment aan producten van een individuele producent is vaak beperkt omdat de teelt seizoensgebonden is. Daarom bieden veel ondernemers hun producten gezamenlijk aan via een regionale coöperatie. Een voorbeeld van zo'n coöperatief is Oregional.¹⁷¹
2. Het is een grote uitdaging om het voedsel op een efficiënte manier te distribueren. In veel gevallen is de distributie kleinschalig en daarom duur. Door samen te werken met andere bedrijven kun je de transportkosten reduceren en je afzetgebied vergroten. Voor de distributie kan ook gebruik worden gemaakt van bestaande winkels of levering aan horeca of instellingen.
3. Het regionaal voedselinitiatief moet zich goed kunnen onderscheiden van concurrenten. Om je goed te kunnen onderscheiden moet je weten wie je klanten zijn (consumenten, horecagelegenheden of zorginstellingen) en wat zij willen. Kwaliteit, vorm, verkrijgbaarheid en presentatie zijn zaken waar de klant een oordeel over heeft en waarover je met die klant in gesprek moet gaan. Wanneer je de consument actief bij jouw initiatief betrekt, zal hij er eerder trouw aan blijven.

Wat zijn voorbeelden van regionale voedselproductie?

De Hof van Twello¹⁷² werkt met een vernieuwend bedrijfsmodel: 'de meent'. Ongeveer veertig moestuiniers verbouwen groente voor 800 buurtbewoners per week. Grond, compost en mest zijn gratis. De helft van de opbrengst houdt je zelf, van de andere helft krijg je de helft van de verkoopprijs.

De Grote Verleiding¹⁷³ is een groothandel die biologische verse en voorverpakte voedingsmiddelen verkoopt in Zeeland en een deel van Brabant en Vlaanderen. Ze bezorgen de online bestelde producten bij mensen thuis en hebben hiermee inmiddels een mooie positie in een nichemarkt veroverd.

Het merk Mijnboer¹⁷⁴ staat voor seizoensproducten van een vertrouwde boer uit ons eigen land. Omdat de producten verbonden zijn met de seizoenen, zijn niet alle producten het hele jaar door beschikbaar, maar wel op het moment dat ze het allerlekkerst zijn!

¹⁷¹ <http://www.oregional.nl/NL>

¹⁷² <http://www.hofvantwello.nl/>

¹⁷³ <http://www.degroteverleiding.nl/>

¹⁷⁴ <http://www.smeding.nl/duurzaam-o>

8.1.1 Leerarrangement 1. Regionale voedselproductie; een sectorverkenning

Als je de regionale voedselproductie beter wilt leren kennen, dan ga je op de eerste plaats natuurlijk verschillende initiatieven bekijken en vergelijken. Iedere ondernemer heeft zijn eigen unieke verhaal en bedrijfsconcept.

Leerdoel

Na het maken van dit leerarrangement:

1. Kun je uitleggen wat regionale voedselproductie is.
2. Kun je verschillende typen regionale voedselinitiatieven beschrijven en vergelijken.

Leerproduct

Je houdt een PowerPoint presentatie voor de klas waarin je aan de hand van drie verschillende voorbeelden van regionale voedselinitiatieven uitlegt wat wordt bedoeld met een korte voedselketen en welke verschillen er bestaan tussen de initiatieven.

Leerpad

Selecteer drie verschillende regionale voedsel initiatieven. Zoek per initiatief antwoorden op de volgende vragen:

- Wat was de reden voor het opzetten van het initiatief (doelstelling)?
- Welke producten worden aangeboden?
- Via welke verkoopkanalen/punten?
- Hoe wordt de logistiek van producten geregeld?
- Wat is het unieke 'selling point', d.w.z. wat maakt het initiatief uniek?

Geef aan wat de overeenkomsten en verschillen zijn tussen de initiatieven. Probeer per initiatief ook een verklaring te vinden waarom zij juist voor een bepaalde strategie hebben gekozen.

Bijeenkomsten

Inleidende les waarin de diversiteit van regionale voedselinitiatieven aan de hand van voorbeelden en filmpjes wordt toegelicht.

Bronnen

www.foodquake.nl/initiatieven/

www.bewustbiologisch.nl

www.vaneigenerf.nl/verkooppunten

www.landwinkel.nl

www.nederlandsestreekproducten.nl/

<http://aardeboerconsument.nl/koop-van-buurman-boer/van-de-boer-in-je-buurt>

8.2 Thema 2. Omgevingsgericht ondernemen

Wat is omgevingsgericht ondernemen?

Omgevingsgericht ondernemen houdt in dat de wensen vanuit de omgeving in het plan voor de onderneming worden geïntegreerd. Je kunt op twee manieren omgevingsbewust ondernemen:

1. Je maakt bewust gebruik van de omgeving. Je legt bijvoorbeeld een terras aan omdat er een fietsroute naast je bedrijf loopt.
2. Je bent je ervan bewust dat je bedrijfsvoering impact heeft op de buurt en daarom betrek je de buurt bij de ontwikkeling van je bedrijf. Bijvoorbeeld door directe belanghebbenden uit te nodigen voor een informatiebijeenkomst of een open dag.

Een omgevingsgerichte ondernemer onderhoudt permanent contact met zijn omgeving om af te stemmen over wederzijdse behoeften. Hij stelt zich als doel om zijn bedrijf te runnen in harmonie met de behoeften die er leven in zijn omgeving.

Waarom omgevingsgericht ondernemen?

1. De geografische afstand tussen voedselproducent en voedselconsument is toegenomen, evenals het aantal schakels in de voedselproductieketen. Veel voedsel is bewerkt en voor de consument anoniem. Omgevingsbewust ondernemen herstelt de verbinding tussen voedsel en de plaats waar het voedsel wordt geproduceerd. Door te laten zien wat er op de bedrijven gebeurt, kan de burger bijvoorbeeld met eigen ogen zien waar het eten vandaan komt en hoe het wordt geproduceerd.
2. De omgeving biedt boeren volop kansen om naast de agrarische tak andere activiteiten aan te bieden zoals zorg, educatie, recreatie, kinderopvang, landwinkel, etc. Deze producten en diensten zijn vaak afgestemd op de mogelijkheden en wensen van de omgeving.
3. De omgeving stelt steeds meer eisen en heeft wensen ten aanzien van het agrarisch bedrijf. Niet alleen mag de bedrijfsvoering geen overlast veroorzaken maar er moet ook een duidelijke meerwaarde worden geleverd, doordat het agrarisch bedrijf bijvoorbeeld bijdraagt aan een aantrekkelijk landschap en de natuur.

Hoe onderneem je omgevingsgericht?

Transparantie (laat zien wat je doet) en vertrouwen (doe wat je belooft) zijn dé sleutelwoorden voor omgevingsgericht ondernemen. Daarnaast is een krachtig netwerk en goede samenwerking met alle betrokkenen essentieel. Je moet aansluiten bij hun belevingswereld, je in hen kunnen verplaatsen, weten wat zij willen en wat zij van jou verwachten. Door oog te hebben voor hun wensen en behoeften ontstaat vanzelf draagvlak en betrokkenheid bij jouw initiatief.

Hoe pak je dit aan?

1. Allereerst is het belangrijk inzichtelijk te krijgen welke partijen in de omgeving zitten, wat hun belangen zijn en welke invloed ze hebben op de bedrijfsplannen. In een continue relatie met de omgeving krijgt de ondernemer zicht op de behoeften van de omgeving en hoe het bedrijf daarop in kan spelen of er een bijdrage aan kan leveren. Hij moet daarbij ook nagaan waar mogelijk belangentegenstellingen bestaan.
2. Om tot een goede samenwerking te komen is het belangrijk te investeren in het opbouwen van vertrouwen. Je moet bouwen aan een vertrouwensrelatie met de verschillende partijen waarmee je samenwerkt en bouwen aan een vertrouwensrelatie met een vaste trouwe klantenkring.
3. Er zijn drie manieren om verbindingen te leggen met de burger: door verbindingsactiviteiten aan te bieden (vaak multifunctionele activiteiten), door burgers de mogelijkheid te geven bij het bedrijf betrokken te zijn en door open en transparant te zijn.

Wat zijn voorbeelden van omgevingsbewust ondernemen?

Boerderij Buitenverwachting¹⁷⁵ is elke zaterdag geopend voor het publiek. Er kan dan op de boerderij worden rondgekeken en meegeholpen. Tevens verzorgen ze rondleidingen, ontvangen ze scholen en bieden ze zorg aan. Door deze actieve betrokkenheid is het niet meer zozeer 'hét buitengebied' en 'd   boerderij', maar meer '  ns buitengebied' en zelfs een beetje '  nze boerderij'.

Op biologische boerderij 't Paradijs¹⁷⁶ zorgen ze graag voor mensen. Zij bieden zorgvragers een omgeving waarin ze aan hun gezondheid kunnen werken. De boerderij ligt aan een prachtige wandelroute. Wandelaars en fietsers komen vaak een kijkje nemen. Om hun missie uit te kunnen voeren werken ze samen met een groot aantal organisaties.

8.2.1 Leerarrangement 2. Omgevingsgericht ondernemen

Het is interessant om de omgeving van een regionaal voedselinitiatief in beeld te brengen. Dit doe je door op een belangenkaart alle partijen waarmee de onderneming in zijn bedrijfsvoering te maken heeft overzichtelijk weer te geven.

Leerdoel

Na het maken van dit leerarrangement

1. Kun je de relevante belanghebbenden van een regionaal voedselinitiatief in kaart brengen.
2. Kun je de kwaliteit en het belang van de relatie inschatten en deze intekenen in een belangenkaart.
3. De belangenkaart benutten als instrument voor omgevingsbewust ondernemen.

Leerproduct

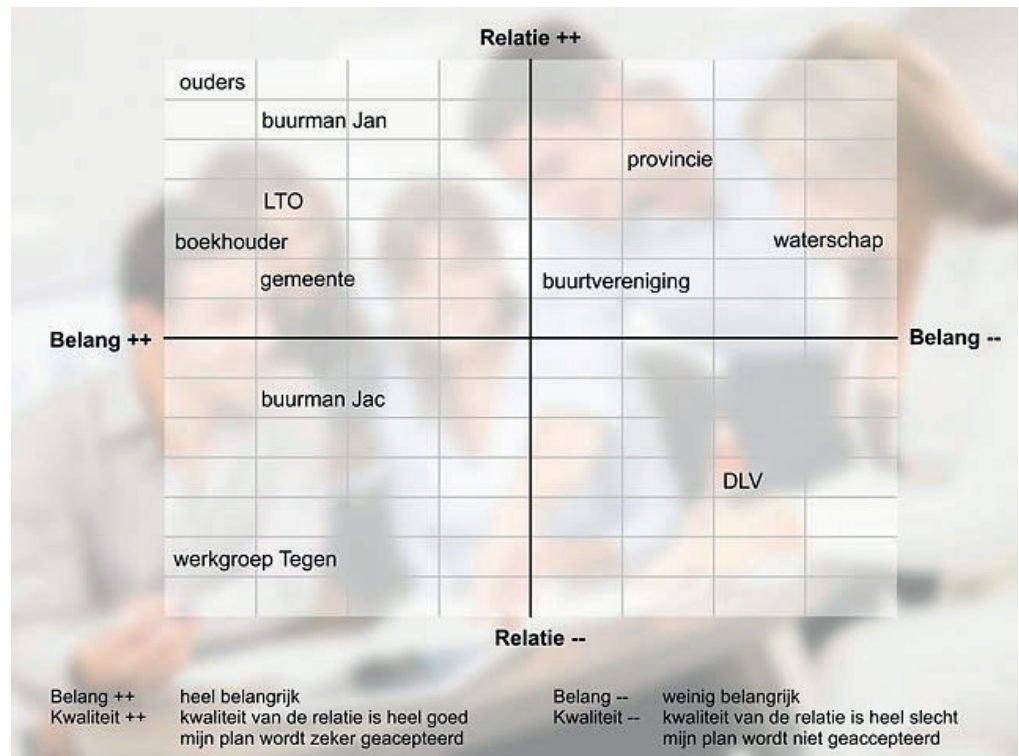
Een ingevulde belangenkaart met een toelichting per belanghebbende en een advies aan de ondernemer hoe nog omgevingsgerichter te werken en de kansen van de omgeving meer te benutten.

Leerp  d

- Stap 1: Breng belanghebbenden in kaart.
Kies een regionaal voedselinitiatief uit. Welk belang hebben de verschillende mensen en partijen uit de omgeving bij de onderneming? Ga in gesprek met de ondernemer om alle belanghebbenden in kaart te brengen. Met een belangenkaart zet je alles op een rijtje. Je noteert niet alleen wie belangrijk zijn voor het bedrijf, maar ook welke relatie de ondernemer met de belanghebbenden onderhoudt. Is de verstandhouding goed of slecht? De horizontale as bepaalt hoe belangrijk de personen voor het bedrijf zijn. De verticale as bepaalt de kwaliteit van de relatie (goed of slecht).
- Stap 2: Teken een assenstelsel op het papier
 - Horizontaal: het belang van de relatie
 - Verticaal: de kwaliteit van de relatie
 - Zet het voedselinitiatief dat je onderzoekt midden in het assenstelsel.

¹⁷⁵ <http://www.boerderijbuitenverwachting.nl/>

¹⁷⁶ <http://www.boerderijparadijs.nl/>



- Stap 3. Vul het schema in met alle partijen die van belang zijn voor de onderneming.
 - Scoor het belang van de relatie: van heel belangrijk |++| tot nauwelijks belangrijk |-|.
 - Scoor de kwaliteit van de relatie: van heel goed |++| tot heel slecht |-|.
 - Plaats elke partij op de juiste plaats in het schema.
- Stap 4: Geef een advies om omgevingsbewuster te ondernemen
 Zijn er partijen met een groot belang en een slechte kwaliteit van de relatie? Wat zou de ondernemer kunnen doen om de relatie te verbeteren? Schrijf op 1 A4-tje wat de ondernemer kan doen om de relatie met belanghebbende mensen of partijen te verbeteren. Beschrijf ook wat het bedrijf dit zou kunnen opleveren.

Bijeenkomsten

Inleiding omgevingsbewust ondernemen: wat is het nut en de noodzaak van samenwerken en netwerken voor een regionaal voedselinitiatief.

Bronnen

<http://omgevingsgerichtondernemen.nl/>

8.3 Thema 3. Sociaal ondernemen

Wat is sociaal ondernemen?

Een sociaal ondernemer pakt een maatschappelijk probleem op een bedrijfsmatige manier aan en brengt daarmee op grote schaal een maatschappelijke verandering te weeg. Daarbij staat de maatschappelijke winst op de eerste plaats. De financiële winst is noodzakelijk om te blijven bestaan. Sociaal ondernemen is

dus iets anders dan ‘maatschappelijk verantwoord ondernemen’ (m.v.o.), want bij m.v.o. wordt winstmaximalisatie boven de maatschappelijke missie geplaatst. Een sociaal ondernemer heeft zijn business model gebouwd rondom zijn maatschappelijke missie om de wereld een beetje socialer, eerlijker en groener te maken. Zo zijn er ondernemers die zoveel mogelijk werken met mensen die arbeidsongeschikt zijn verklaard. Ook zijn er ondernemers die productieketens eerlijker en duurzamer wil maken.

Waarom sociaal ondernemen?

Iemand richt een sociale onderneming op omdat hij een sociaal probleem wil oplossen waarvan hij weet dat die oplossing het best kan worden bereikt op een ondernemende manier, dat wil zeggen niet via subsidies van de overheid of via het werven van fondsen. Een ondernemende manier van denken en werken kan veel opleveren. Het verkleint de afhankelijkheid van subsidie, creëert kansen voor kwaliteitsverbetering en leidt tot innovatie. Een sociaal ondernemer wil op een marktgerichte wijze maatschappelijke doelen realiseren die tot voor kort vaak tot taak van de overheid werden gezien. Op dit moment is er sprake van een groei aan sociale ondernemingen omdat de overheid steeds meer moet bezuinigen. Ondernemers van regionale voedsel initiatieven zijn vaak sociaal ondernemers omdat zij proberen maatschappelijke waarden tot stand te brengen. Zij laten zien hoe voedsel wordt geproduceerd en leveren daarmee een positieve bijdrage aan het ontwikkelen van gezondere en duurzamere eetgewoontes. Ook zetten zij voedsel in als middel om verschillende groepen mensen met elkaar in contact te brengen (samen eten verbreedert) en te verbinden met hun natuurlijke omgeving.

Hoe onderneem je sociaal?

1. Ondernemend werken betekent zelf verantwoordelijkheid nemen voor wat je ziet gebeuren en proactief zijn waardoor nieuwe dingen ontstaan. Ongeacht wat de overheid doet zelf aan de slag gaan.
2. Een sociaal ondernemer kan goed samenwerken, durft te delen en beseft dat je samen sterker staat.
3. Sociale ondernemingen zijn ondernemingen met een warme voorkant en een bedrijfsmatige achterkant. Het is belangrijk dat een sociaal ondernemer zijn ‘verhaal’ goed kan vertellen en zo de maatschappelijke meerwaarde van zijn onderneming voor anderen helder en inzichtelijk kan maken.

Wat zijn voorbeelden van sociaal ondernemen?

Sociaal ondernemers van Resto van Harte¹⁷⁷ bieden mensen een kans om uit hun isolement te komen en de draad weer op te pakken. “Samen koken en eten brengt mensen van verschillende achtergronden in contact met elkaar, met hun buurt en met hun eigen mogelijkheden”.

De Krat¹⁷⁸ is een sociale onderneming die eerlijk eten bij mensen thuisbrengt. “Een vriend van de oprichtster zei een keer dat het zo leuk zou zijn om een krat thuis te krijgen met verse, eerlijke producten die niet in de supermarkt te koop zijn. Ze was meteen zeer enthousiast en begon het concept verder uit te denken. Zelf houdt zij van goed en lekker eten, zij staat graag in de keuken en vindt het leuk om te ondernemen. Inmiddels bestaat ‘De Krat’ al ruim twee jaar en groeit nog steeds.

¹⁷⁷ <http://www.restovanharte.nl/>

¹⁷⁸ <http://www.dekrat.nl/>

8.3.1 Leerarrangement 3. Sociaal ondernemen

Een regionaal voedselinitiatief brengt naast het produceren van voedsel vaak ook allerlei andere *waarden** tot stand zoals educatie en zorg voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. Bij sommige regionale voedselinitiatieven staat de maatschappelijke winst zelfs op de eerste plaats en is de financiële winst alleen noodzakelijk om te blijven voortbestaan. Als dat het geval is, ben je een sociaal ondernemer.

**Wat zijn waarden?*

Als mensen iets belangrijk vinden, zeggen ze dat dit waarde heeft. Zo kan een stadsboerderij voor mensen heel veel verschillende waarden hebben. Het kan een plek zijn waar je rust vindt, iets leert, zorg ontvangt, sociale contacten opdoet of duurzaam en gezond voedsel kunt kopen.

Leerdoel

Na het maken van dit leerarrangement :

1. Weet je welke waarden de doelgroep hecht aan een initiatief.
2. Durf je op de klant/doelgroep af te stappen en gerichte vragen te stellen.
3. Kun je enquête gegevens analyseren en conclusies formuleren

Leerproduct

Een verslag waarin je de maatschappelijke waarden van een regionaal voedselinitiatief beschrijft aan de hand van de ervaringen van de doelgroep.

Leerpada

Onderzoek welke maatschappelijke waarden een sociaal ondernemer van een regionaal voedsel initiatief realiseert voor de doelgroep. Belangrijke doelgroepen die bij regionale voedselinitiatieven betrokken kunnen worden zijn: arbeidsongeschikten, werkelozen, gehandicapten, vroegtijdige schoolverlaters, allochtonen, vrouwen en gedetineerden. Je voert het onderzoek individueel uit in drie stappen:

Stap 1. enquête maken

Stap 2. enquête afnemen bij de doelgroep

Stap 3. gegevens analyseren en het schrijven van het verslag

Hieronder vind je wat wij in elke stap van jou verwachten.

- Stap 1 Hoe bereid je het onderzoek voor?

Kies een sociale onderneming in je eigen woonomgeving die bezig is met voedsel. Vraag de docent of je gekozen bedrijf een geschikt bedrijf is. Maak vervolgens een enquête (gebruik daarbij onderstaand vier stappenplan)

- I. Maak een woordweb over het gekozen initiatief en de waarden die dit initiatief realiseert voor verschillende doelgroepen. Een woordweb is handig om daarna vragen te bedenken
- II. Bedenk vragen die je een klant kunt stellen rondom de maatschappelijke waarden van jouw bedrijf.
- III. Typ nu de vragen in de juiste volgorde. Denk alvast na of je gaat werken met open of gesloten vragen. Wat is handig om te analyseren voor je uiteindelijke verslag?
- IV. Schrijf voor je enquête een inleiding zodat de klant kan lezen waarom jij de vragen stelt. Beschrijf hierin wie je bent, welke opleiding je doet, de opdracht

en het doel van de enquête en of de gegevens anoniem worden behandeld etc. Lever de enquête in bij je docent. Wanneer de enquête is goedgekeurd, kun je verder met de volgende stap.

- Stap 2 afnemen van de enquête bij de doelgroep
Ga jouw enquête afnemen op het bedrijf dat je hebt uitgekozen. We verwachten van je dat je bij minstens 10 klanten en maximaal 20 klanten jouw enquête afneemt. Het zou leuk zijn als je verschillende doelgroepen/leeftijdsgroepen kiest. Dat komt namelijk de betrouwbaarheid van je onderzoek ten goede.

- Stap 3 analyseer je gegevens en schrijf een verslag
Verwerk de resultaten van de ingevulde enquêtes overzichtelijk in een schema dat je opneemt in jouw verslag. Jouw verslag moet bestaan uit de volgende onderdelen:

- I. Voorblad: projectnaam, naam leerling, klas, inlever datum, docent.
- II. Inleiding: wat gaat de lezer lezen in je verslag?
- III. Uitslag enquête: de resultaten van de enquête weergegeven in een schema en een toelichting op het schema.
- IV. Jouw mening/gedachtegang over de uitkomst van jouw enquête.

Bijeenkomsten

- Inleiding over de maatschappelijke waarden van regionale voedselinitiatieven.
- Theorie over het opstellen, afnemen en verwerken van een enquête.

Bronnen

www.sociaalondernemen.nu

8.4 Thema 4. Business modellen in regionale voedselketens

Wat is een duurzaam business model?

Een business model is een plan dat een ondernemer maakt als hij een nieuw product of dienst wil maken en verkopen. Een business model is duurzaam als:

4. Er voldoende vraag is naar het product. Als klanten weigeren het product te kopen, heeft het bedrijf geen bestaansrecht.
5. De productiewijze van het bedrijf geaccepteerd wordt door de maatschappij en de overheid. Een boer die – in de ogen van de maatschappij – te weinig rekening houdt met dieren-welzijn, verliest zijn “maatschappelijke toestemming” om te mogen produceren. Een bedrijf dat zich niet aan milieuregels houdt krijgt geen milieuvergunning.
6. Het bedrijf toestemming heeft van de omgeving om zijn producten/diensten te produceren. Een bedrijf dat niet past in het landschap of overlast geeft aan omwonenden zal niet geaccepteerd worden.

Met een duurzaam business model creëert de ondernemer waarden op economisch (profit), ecologisch (planet) en sociaal (people) gebied voor de klanten, de overheid, de omgeving, de werknemers en uiteraard zichzelf.

Waarom duurzame business modellen?

Er is steeds meer vraag naar duurzame producten en de druk vanuit de maatschappij om duurzaam om te gaan met mens en milieu wordt steeds groter. De

meest succesvolle bedrijven van de toekomst zijn daarom bedrijven die naast het streven naar winst (profit) ook rekening houden met het effect van hun activiteiten op het milieu (planet) en het effect op mensen binnen en buiten het bedrijf (people).

Het begrip 'winst' (profit) wordt in de nieuwe economie verbreed naar 'winst' voor alle doelgroepen binnen en buiten het bedrijf. Een ondernemer moet dus op zoek naar een verdienmodel dat hem in staat stelt om zowel economische (profit), ecologische (planet) en sociale (people) waarden te genereren. Een duurzaam business model kan kostenbesparing opleveren door bijvoorbeeld het verminderen van afval, een lagere energierekening of lager ziekteverzuim. Ook zorgt het voor een goed imago waarmee de ondernemer nieuwe klanten kan aantrekken.

In de voedselbranche is er een toenemende vraag naar duurzame producten. Door het verkorten van de voedselketen kan de duurzaamheid van voedsel worden vergroot. Aan voedsel uit de eigen regio kan een betrouwbaar gezicht en een eerlijk verhaal worden gekoppeld. Het voedsel kan op die manier ook worden verbonden aan een emotie of een beleving voor de consument. Hierdoor kan de ondernemer voor zijn product/dienst een hoger bedrag vragen. De extra duurzaamheidsinspanning die hij levert, kan hij op die manier ook verzilveren in meer winst.

Hoe onderneem je met een duurzaam business model?

Een ondernemer die met een duurzaam business model een regionaal voedselproduct op de markt wil brengen, moet zich verdiepen in de sociale – en ecologische waarden die hij kan realiseren voor de consumenten, het milieu en de maatschappij. Een belangrijke sleutel in het ontwikkelen van deze waarden is het werken aan een beleving of een community rond een product/dienst. Een ondernemer kan bijvoorbeeld klanten aan zijn product/dienst binden via een lidmaatschap. Ook kan hij coöperatief samenwerken met andere partijen in de voedselketen. Ten opzichte van de gangbare producten uit de supermarkt moet de ondernemer onderscheidende waarden creëren. Deze extra waarden kan hij op drie manieren creëren:

1. Het slim combineren van agrarische en verwerkende activiteiten. Een fruitboer verwerkt zelf zijn appels tot sap. Een veehouder maakt zelf kaas.
2. Het aanbrengen van een merk of een certificering op het product. Een bijzondere stempel op het product die duidelijk maakt dat het een streekproduct is.
3. Het maken van nieuwe duurzame product-marktcombinaties. Zorglandbouw, agro-toerisme en recreatie.

Wat zijn voorbeelden van duurzame business modellen?

Enkele ondernemers uit Friesland besloten hun krachten te bundelen onder het kwaliteitskeurmerk Frysk Eko Product¹⁷⁹. Door collectieve samenwerking en directe vermarkting hebben ze de meerwaarde van hun producten vergroot. De Hoeve BV¹⁸⁰ is een samenwerkingsverband van varkenshouders, slachterijen, verwerkers en keurslagers. De Hoeve heeft de productie van varkensvlees verduurzaamd en ervoor gezorgd dat op dit moment bij lokale keurslagers varkensvlees met een milieukeurmerk wordt verkocht.

¹⁷⁹ <http://www.fryskekoprodukt.nl/>

¹⁸⁰ http://www.dehoevebv.nl/tiki-read_article.php?articleId=14

De Hof van Twello¹⁸¹ werkt met een vernieuwend bedrijfsmodel: 'de meent'. Ongeveer veertig moestuiniers verbouwen groente voor 800 buurtbewoners per week. Grond, compost en mest zijn gratis. De helft van de opbrengst houdt je zelf, van de andere helft krijg je de helft van de verkoopprijs.

8.4.1 Leerarrangement 4. Business modellen in regionale voedselketens

Het business canvas model kun je gebruiken om te beschrijven hoe een onderneming (of een groep samenwerkende ondernemingen) waarden creëert voor een klant. Deze waarden kunnen naast gezond voedsel bijvoorbeeld ook bestaan uit 'een mooier landschap' of 'meer sociale cohesie in de buurt'.

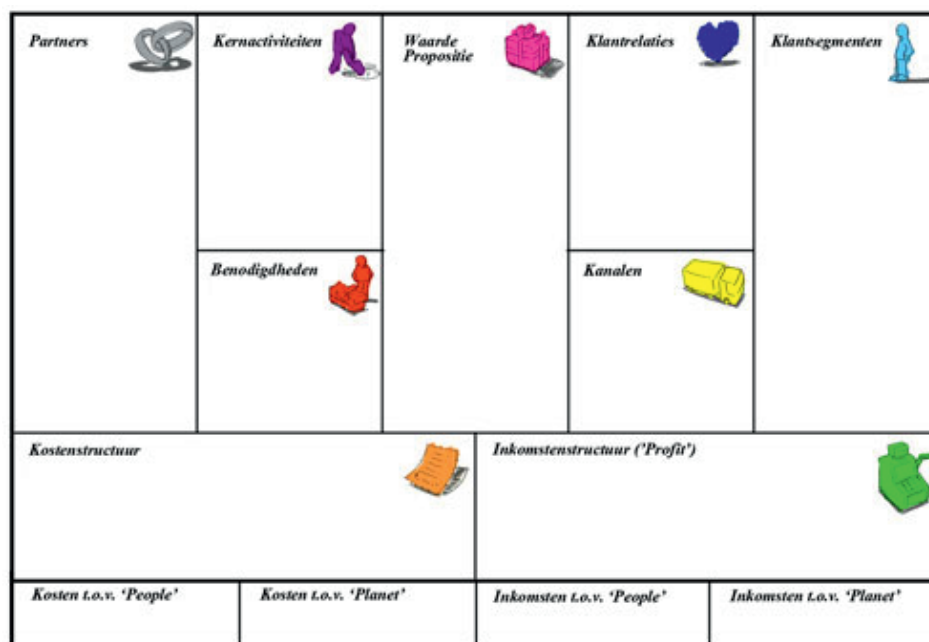
Leerdoel

Na het maken van dit leerarrangement:

1. Kun je omschrijven wanneer een business model duurzaam is.
2. Kun je inzichtelijk maken hoe een regionaal voedselinitiatief waarden creëert voor de klant via een duurzaam business model.
3. Kun je het business canvas model gebruiken als ondernemerstool.

Leerproduct

Een ingevuld business canvas model voor een duurzaam business model van een regionaal voedselinitiatief.



Leerpada

- Kies een boer die regionale producten op de markt brengt.
- Neem een interview met hem/haar af en vul op basis van het interview, en andere informatie die je verzamelt, een business canvas model in. In de bijlage¹⁸² vind je een toelichting op de bouwstenen van het business canvas model.

¹⁸¹ <http://www.hofvantwello.nl/>

¹⁸² <http://maken.wikiwijs.nl/userfiles/cb6e218a55568e9024028b5907712e9206fb1b92.pdf>

- Druk het business canvas model¹⁸³ af op A3 formaat zodat je voldoende ruimte hebt om in de vakken te schrijven.
- Alle vakken moeten worden ingevuld. Omdat het business canvas model een duurzaam model moet zijn, zijn onder de vakken 'kostenstructuur' en 'opbrengstenstructuur' nog de vakken 'kosten t.o.v. people/planet' en 'inkomsten t.o.v. people/planet' toegevoegd. Hierin worden dan de bijkomende sociale en milieu effecten beschreven. 'People' heeft betrekking op de mensen binnen en buiten het bedrijf. Hoe gaat het bedrijf om met haar werknemers? Welke relatie heeft ze met de lokale gemeenschap en de omgeving waar het bedrijf gevestigd is? Wat voor effect heeft het product op de consument? Is het bijvoorbeeld veilig en gezond? 'Planet' betreft de effecten op het milieu. Hoeveel en welke grondstoffen gebruikt het bedrijf? Vervuult het bedrijf de omgeving met geluid of de uitstoot van giftige stoffen?

Bijeenkomsten

Toelichting op het business canvas model. We doorlopen gezamenlijk het model aan de hand van een voorbeeld uit de regionale voedselbranche.

Bronnen

Bakker, T. et al. (2012) Duurzame innovaties in agrofoodketens, LEI-publicatie 12-018 Den Haag : LEI Wageningen UR¹⁸⁴

Bijlage leerarrangement 4: toelichting op de het business canvas model

Duurzaam business canvas model				
Partners Wie spelen er in het hele bedrijfsproces een belangrijke rol als partner? Wie staat er naast de ondernemer bij het tot stand komen van de dienst of het product?	Kernactiviteiten Welke activiteiten worden ondernomen om het product te maken? En om het bij de klant te krijgen? Wat wordt er gedaan om de relaties in stand te houden? Benodigdheden Wat zijn de middelen die nodig zijn om het product te maken, het contact met klanten te onderhouden en het product bij de klant te krijgen? Deze kunnen fysiek, financieel, intellectueel of menselijk zijn	Waarden Welke waarden heeft de ondernemer te bieden voor de klant? Met welke producten en diensten worden deze waarden gecreëerd voor de klant? Waarom wil de klant het product? Welke behoefte wordt vervuld?	Klantrelaties Op welke manier gaat het initiatief de contacten met de klanten werkelijk aan? Is dit alleen online en telefonisch of ontmoet je de klanten ook face-to-face? Kanalen Hoe krijgen klanten het product? Hoe krijgen ze informatie over het product?	Klantsegmenten Wie zijn de klanten? Breng ze in kaart. Zijn er verschillende soorten klanten te onderscheiden? Wat zijn de behoeften van deze klanten?
Kostenstructuur Wat zijn de vaste en variabele kosten die gemaakt worden om het businessmodel te laten werken? Hoeveel geld is de ondernemer kwijt om de producten/diensten te kunnen produceren?		Inkomstenstructuur (profit) Waar verdient het initiatief nu precies geld mee? Zonder winst kan het bedrijf niet voortbestaan.		
Kosten t.o.v. people Negatieve effecten op de mens. Bijvoorbeeld: slechte arbeidsomstandigheden of schadelijke gezondheidseffecten.	Kosten t.o.v. planet Negatieve milieu effecten. Bijvoorbeeld: lawaai, uitstoot van schadelijke stoffen of uitputting van grondstoffen.	Inkomsten people Positieve effecten op de mens. Bijvoorbeeld: gezondheid of sociale cohesie.	Inkomsten planet Positieve milieu effecten. Bijvoorbeeld: toename van biodiversiteit, reductie van CO ₂ uitstoot of herstel van de bodem- vruchtbaarheid	

¹⁸³ <http://maken.wikiwijs.nl/userfiles/d29bd92b68d83fe2312369e9b6c6dffc45cb89c4.pdf>

¹⁸⁴ <http://edepot.wur.nl/201196>

8.5 Thema 5. Wet- en regelgeving in regionaal voedsel

Wat is de belangrijkste wet- en regelgeving?

Als een regionale producent zijn producten rechtstreeks of via een korte keten wil gaan verkopen, dan kan hij te maken krijgen met wet- en regelgeving voor de verkoop van producten aan de consument. Op www.landregels.nl staan diverse wet- en regelgevingen. Binnen dit thema gaan we in op de Warenwet. Dit is de belangrijkste wetgeving waarmee je te maken krijgt bij het klaarmaken, verwerken, vervoeren en verkopen van etenswaren en dranken. De belangrijkste eisen die de Warenwet stelt aan producenten van levensmiddelen zijn:

- De verkoopruimte en de opslagruimte moeten schoon zijn.
- Het is niet toegestaan eten voor klanten te bereiden in een privé keuken.
- Losse producten moeten in een verpakking met een etiket en houdbaarheidsdatum worden verkocht.
- Bederfelijke producten moeten gescheiden en gekoeld worden bewaard en getransporteerd.
- De hygiëne-eisen zijn strenger bij risicovolle verwerking van verse en bederfelijke producten. Hoe groter de kans dat er iets misgaat met een product, hoe strenger de eisen.

Waarom is er wet- en regelgeving?

De Warenwet is er om de voedselveiligheid te garanderen en zo de consument te beschermen. De wet zorgt ervoor dat de gezondheid van mensen niet in gevaar wordt gebracht en dat de consument eerlijk wordt behandeld. Zo moet de consument bijvoorbeeld op de verpakking van producten duidelijk worden voorgelicht over de etenswaren die hij wil kopen. De Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit controleert of de Warenwet wordt nageleefd.

Hoe ga je om met wet- en regelgeving?

Als je voedsel bereidt en verkoopt ben je in ieder geval verplicht om:

1. Jouw bedrijf te registreren bij de Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit (NVWA). De NVWA controleert of de Warenwet wordt nageleefd.
2. Traceerbaarheid mogelijk maken. In het geval van calamiteiten wil de NVWA kunnen traceren waar producten zijn ingekocht en waar ze heen gaan. Een ondernemer is verplicht om bij te houden: 1) welke grondstoffen in de producten zijn verwerkt; 2) bij wie de grondstoffen zijn ingekocht (naam en adres, datum); 3.) aan wie de eindproducten zijn geleverd en op welke datum (de verkoop rechtstreeks aan consumenten hoeft niet te worden bijgehouden).
3. Werken volgens een voedselveiligheidsplan. Een ondernemer is verplicht om te werken met een voedselveiligheidsplan als hij bewerkte producten verkoopt zoals kaas of vlees. Voor de verkoop van onbewerkte producten, zoals vers fruit of hele groentes, is een voedselveiligheidsplan niet verplicht. Het is voor de ondernemer handig om het voedselveiligheidsplan te baseren op een bestaande hygiëncode.

Wat zijn voorbeelden van wet en regelgeving?

Boeren die rechtstreeks leveren aan de horeca moeten zich aanpassen aan de hygiëne-eisen die gelden in de horeca. Vlees en kaas moeten bijvoorbeeld vacuüm worden verpakt.

De hygiëncode voor zuivelbereiding stelt eisen aan de hygiëne van kaasmakerijen. Een kaasmakerij moet bijvoorbeeld voldoende scheiding aanbrengen tussen

bezoekers van de kaasmakerij en de plaats waar mensen de kaas bereiden. Een boerderijwinkel mag vanaf de toonbank alleen bederfelijke producten verkopen die niet langer dan 2 uur ongekoeld zijn. Als producten langer dan 2 uur te koop staan, moeten ze worden vernietigd.

8.5.1 Leerarrangement 5. Wet- en regelgeving regionaal voedsel

Het produceren, verwerken en verkopen van verse voedingsmiddelen gaat gepaard met risico's. Door te werken met een voedselveiligheidsplan of hygiëncode kunnen deze risico's worden vermeden of worden verminderd.

Leerdoel

Na het maken van dit leerarrangement weet je op welke manier de Warenwet van invloed is op de bedrijfsvoering van een regionaal voedselinitiatief.

Leerproduct

Een verslag van de wijze waarop de Warenwet van toepassing is op het regionale voedselinitiatief dat je onderzoekt.

Leerpad

- Lees paragraaf 3.3 van het Handboek directe verkoop van boerderijproducten (2008)¹⁸⁵ aandachtig door.
- Kies een regionaal voedselinitiatief dat zich bezig houdt met de verwerking en bereiding van producten.
- Ga met de ondernemer in gesprek. Op welke manier is de Warenwet op het initiatief van toepassing? Met welke hygiënecodes heeft de ondernemer te maken? Wordt er een voedselveiligheidsplan nageleefd?

Bijeenkomsten

Een inleidende les waarin wordt toegelicht hoe de Warenwet van toepassing is op regionale voedselinitiatieven.

Bronnen

<http://www.landregels.nl/themas/voedselveiligheid-gezondheid/>

Paragraaf 3.3. (Hygiëneregels) in: Handboek directe verkoop van boerderijproducten (2008) Boxtel, M. et al. Stichting Biologica, Utrecht¹⁸⁶.

8.6 Thema 6. Media en Communicatie in regionaal voedsel

Wat is communicatie met nieuwe media?

Bij communicatie is er altijd sprake van een zender en een ontvanger van een boodschap die wordt overgebracht. Om een boodschap zo goed mogelijk bij de ontvanger over te brengen zijn er verschillende middelen – ofwel media tools – voorhanden. Nog niet zo heel lang geleden werd vooral gecommuniceerd via papieren drukwerk, radio en televisie. Tegenwoordig is het internet veruit het grootste en vrijwel alles omvattende medium. Omdat er in moderne communicatie steeds vaker sprake is van een interactie tussen zender en ontvanger, bieden

¹⁸⁵ http://www.landco.nl/uploads/handboek_directe_verkoop_van_boerderijproducten.pdf

¹⁸⁶ http://www.landco.nl/uploads/handboek_directe_verkoop_van_boerderijproducten.pdf

interactieve communicatiemiddelen de belangrijkste online mogelijkheden. Voorbeelden van interactieve communicatiemiddelen zijn een online community via facebook of een blog waar mensen hun ervaringen delen.

Regionale voedselinitiatieven kunnen hun product verbinden aan een beleevingswaarde. Lokale producten bezitten deze waarde van nature, omdat het product en het verhaal van de producent 'echt' zijn. Initiatieven kunnen mensen bijvoorbeeld op de hoogte houden door middel van foto's, filmpjes en verhalen over hun producten. Een bedrijfswebsite of social media zijn bijzonder geschikt om klanten te informeren en actief bij het product te betrekken.

Waarom is communicatie belangrijk?

Communicatie is op de eerste plaats bedoeld om de bekendheid van het product te vergroten en een gevoel of een beleving bij potentiële klanten op te roepen. Daarnaast kan communicatie ook worden ingezet om niet-bestaande klanten een beeld te geven van het initiatief. Tenslotte is communicatie nodig voor het opbouwen van een klantrelatie en klantbehoud.

Als regionaal voedselinitiatief wil je dat klanten een eenduidig beeld hebben van wie je bent. Daarnaast wil een duurzame ondernemer zich ook onderscheiden van andere voedselproducenten door een intieme persoonlijke relatie met klanten op te bouwen. Dit vraagt om een passende communicatiestrategie die zorgt voor transparantie, d.w.z. dat je duidelijk laat zien wat je doet. Ook moet jouw communicatiecampagne ervoor zorgen dat klanten vertrouwen krijgen in jouw initiatief en wil je betrokkenheid bij jouw initiatief opwekken.

Hoe communiceer je met nieuwe media?

Goede communicatie begint bij het helder in kaart brengen van je doelgroep en het doel van de communicatie. Vervolgens is een juiste keuze van het communicatiemiddel nodig. Met welk middel bereik je de doelgroep het beste? Een advertentie werkt niet altijd. Soms is een ander middel beter bijvoorbeeld een online campagne. Voor elk communicatiemiddel geldt: zonder strategie geen succes. Wanneer een voedselinitiatief klein is en over weinig financiële middelen beschikt, moet creatief worden omgegaan met communicatie. Er zijn genoeg goedkope tools om consumenten te trekken. Door slim om te gaan met mond-op-mond reclame, door free publicity, door een samenwerking aan te gaan met een andere partij of door een evenement te organiseren, kun je bekendheid voor jouw initiatief genereren. Ook internet biedt veel kansen om grote groepen consumenten tegelijk te bereiken terwijl hiervoor maar weinig mankracht nodig is. Met een website kun je klanten op de hoogte houden van acties, activiteiten en de achtergrond van jouw initiatief. Een nieuwe manier om grote groepen mensen actief bij jouw product te betrekken is crowdsourcing. Via internet verbinden mensen zich aan jouw initiatief. Ze delen hun kennis, expertise, tijd of hulpmiddelen om een nieuw project of een innovatie van jouw product samen mogelijk te maken.

Wat zijn voorbeelden van communiceren met nieuwe media?

Groentebuurt¹⁸⁷ is een digitaal platform waar vraag en aanbod van overschotten aan fruit en groente in kaart wordt gebracht. Groentebuurt biedt ondernemende mensen de kans om zich met elkaar te verbinden.

Social food market¹⁸⁸ is een online marktplaats voor lekker en eerlijk eten bij

¹⁸⁷ <http://www.groentebuurt.nl/>

¹⁸⁸ <http://www.socialfoodmarket.nl/z>

jouw in de buurt en in de rest van Nederland. Social Food Market is er om producenten en consumenten van levensmiddelen met elkaar in contact te brengen. Als producent zet je jezelf op de kaart, vertel je wie je bent en laat je jouw aanbod zien. Als consument zoek je naar producten in de buurt of bestel je ze eenvoudig online bij één van de vele aanbieders die ze ook verzenden.

8.6.1 Leerarrangement 5. Media en Communicatie in regionaal voedsel

Goede communicatie schept duidelijkheid over een product, terwijl slechte communicatie tot verwarring leidt. Goede communicatie kan banden en relaties versterken. Slechte communicatie kan voor onrust en onvrede zorgen. Denk dus goed na over het doel en de doelgroep van je communicatieactie voordat je besluit om bijvoorbeeld een facebookgroep te starten, een nieuwe folder te ontwerpen of een online receptentool op te zetten.

Leerdoel

Na het maken van dit leerarrangement:

1. Kun je uitleggen wat het belang is van communicatie bij regionale voedselinitiatieven.
2. Kun je bepalen welke manier van communicatie passend is voor één specifiek regionaal voedselinitiatief.
3. Kun je de communicatie van een regionaal voedselinitiatief verbeteren met een nieuwe of verbeterde communicatieactie.

Leerproduct

Een communicatieactie die de bekendheid verbetert van een regionale voedselinitiatief en haar product of dienst in de omgeving.

Leerpad

- Zoek contact met een regionaal voedselinitiatief in de regio.
- Onderzoek aan de hand van onderstaande vragen hoe de communicatie rond het initiatief is geregeld en wat er aan zou kunnen worden verbeterd.
 1. Wat wil het initiatief bereiken? (doelstelling)
 2. Bij wie willen ze dit bereiken? (doelgroep)
 3. Wat willen ze vertellen? (boodschap)
 4. Welke middelen hebben ze al ingezet en welke zouden nog ingezet kunnen worden? (medium)

Bijeenkomsten

Inleiding over het belang van communicatie rond regionale voedselinitiatieven.

Bronnen

www.foodquake.nl

Footnotes

- 1 <http://www.o-gen.nl/kenniswerkplaats/>
- 2 <http://www.polderzichtmastenbroek.nl/>
- 3 <http://edepot.wur.nl/166467>
- 4 <http://www.kcgroen.nl/~media/Files/Aeres-KennisCentra/KC%20Groen/Local%204%20Local%20potentie%20Almere%20finale%20versie%20dec%202013%20%20aanv%20GR%2023%2001%2014.ashx>

