

# Alle waar is naar zijn geld?

**Liefhebbers van levend erfgoed weten allemaal dat de oorspronkelijke rassen van onschatbare waarde zijn. Toch hebben bewaarders en houders van lokale rassen er meer aan als de waarde wél schatbaar zou zijn. De vraag is dan: hoe kunnen we de waarde van de rassen zo vertellen dat meer partijen ons levend erfgoed echt op hun waarde weten te schatten en eraan willen bijdragen om dit levend erfgoed voor nu en de toekomst te behouden?**

Fokkerijorganisaties en houders van zeldzame rassen hebben allemaal verschillende motieven om ons levend erfgoed in stand te houden. Het is de missie van de SZH om het houden en gebruiken van zeldzame rassen te stimuleren. Soms betekent dat meehelpen aan het vergroten van financiële slagkracht van de schatbewaarders. Het is dan zaak om samen te ontdekken hoe de waarde van ons levend erfgoed vertaald kan worden in klinkende munt of hoe de (soms) minder voor de hand liggende waarde van zeldzame rassen aan de man gebracht kan worden.

## Behoeften gepeld

Ooit ondersteunde de overheid direct houders van zeldzame rassen. Maar zoals met alle overheidssteun is het meer de kant opgegaan van 'wij helpen nu alleen nog te leren jezelf te helpen'. Omdat dat ook steeds minder wordt, is het nu echt urgent om onze oude rassen breed te promoten en uit te zetten in de samenleving, onder het motto: levend erfgoed is van ons allemaal.

In 2013 heeft de SZH een enquête gehouden onder rasorganisaties om de behoefte aan fondsweringsacties te peilen. Rasorganisaties gaven aan dat ze vooral midde-

len nodig hebben voor een goede stamboekregistratie en voor promotieactiviteiten, zoals een jubileumuitgave over het ras, het organiseren van een evenement, folders en ander promotiemateriaal en een onkostenvergoeding (reizen, vaccinaties) voor houders die het ras op een evenement promoten.

Dat betekent dus dat het hoog tijd wordt om samen te zoeken naar mogelijkheden voor geldwerving.

## De kunst van het kiezen

Bij het zoeken naar fondsen is er niet een standaardoplossing te vinden. Aan de vraag om ondersteuning gaan andere vragen vooraf. Voor welke partijen hebben oude rassen welke waarde? Wat vindt degene tot wie ik me nu wend een belangrijk aspect?

We zijn meestal geneigd alle argumenten op te noemen waarom we ons levend erfgoed zouden moeten bewaren. De kunst is om dat niet te doen en juist dat argument te kiezen dat aansluit bij de belevingswereld van diegene die over de bestedingen gaat. Dat vraagt een goede vertaalslag, zodat de andere partij het herkent als belangrijk. Fondsen werven is maatwerk. Het argument dat je kinderen iets leert

over onze geschiedenis met cultureel erfgoed zal bij een fonds dat educatie wil bevorderen meer passen dan het argument dat je met het houden van zeldzame rassen de biodiversiteit bevordert.

## Wat levert het op?

Minstens zo belangrijk als het voorafgaande is de vraag: wat levert het een geldgever op om ons te steunen? Dat kan naamsbe-

*Er valt van alles te beleven rond de schapenkudde in Ermelo*



Nonja Remijn



### *Genetische variatie geldt per definitie als duurzaam*

kendheid zijn, zoals bij traditioneel sponsorschap. Sommige bedrijven vinden duurzaam ondernemen belangrijk en zoeken naar een mogelijkheid om dat aansprekend voor het voetlicht te brengen. Als dat bedrijf een organisatie van een zeldzaam ras financieel ondersteunt, is het per definitie duurzaam bezig, omdat het indirect de genetische diversiteit of behoud van cultureel erfgoed bevordert (wat beide als duurzaam ondernemen geldt).

Zo geeft in Engeland een geitenvoerfabrikant 1 cent van iedere zak voer die hij verkoopt, aan een organisatie die levend erfgoed behoudt. Met de verkoop van het voer draagt de fabrikant (en ook de consument) bij aan duurzaamheid. Zo verdient

hij op betrekkelijk eenvoudige wijze het stempel 'maatschappelijk verantwoord ondernemen', de klant vindt het sympathiek en houdt er een goed gevoel aan over en het behoud van de oude rassen profiteert ervan. Dat noemen we een win-win-situatie.

### **Nauwe band klant-ondernemer**

Voor ondernemers met zeldzame rassen zijn er weer andere mogelijkheden. Ze passen niet in het standaardmodel standaardmarktwerking. Daarin hebben de oude rassen het al lang geleden afgelegd tegen de hogeproductierassen. Dus de waarde van het zeldzame ras moet in iets anders gezocht worden. Gelukkig is er steeds meer oog voor andere waarden,

zoals de duurzame wijze waarop de dieren gehouden worden, de kwaliteit van producten als gevolg van het langzaam groeien van het vee en het gebruik van meer gras. Vaak is er een nauwe band tussen klant en ondernemer. Men kan zien waar de producten vandaan komen en hoe de dieren leven. Dat geeft vertrouwen. Dat is een andere manier van ondernemen die gewaardeerd dient te worden. Zo kan van de klantenkring investering vooraf in het bedrijf gevraagd worden. Dat levert een heel bijzondere samenwerking op. Hun koeien worden dan onze koeien.

Voorbeelden van dit soort constructies zijn: koop een koe, koop een schaap. Via crowdfunding kan een groep mensen investeren in een bedrijf met zeldzame huisdierrassen. Als tegenprestatie krijgen de investeerders er producten voor terug. Een kudde kan ook tegen betaling leuke activiteiten genereren. Tevens kunnen vrijwilligers die meehelpen worden beloofd in natura.

Het zijn allemaal manieren om op unieke wijze bij te dragen aan het cultureel erfgoed en dit breder maatschappelijk uit te dragen. Zo wordt de betrokkenheid vergroot tussen producent en afnemer en worden kritische consumenten medeverantwoordelijken. En zo ervaren zij dat het levend erfgoed van ons allemaal is.

Bij fondswerving is het ook van belang dat je beschikt over de juiste connecties. Ken je netwerk! Daarnaast zijn sociale media, zoals YouTube, Facebook of Twitter, bij uitstek geschikt om een ras bij een grote groep onder de aandacht te brengen. ●