



Zaadje op de rotsbodem

Nieuwe voedselinitiatieven vinden
niet snel een voedingsbodem



Nederland kent veel nieuwe voedselinitiatieven. Ze proberen onderscheidend voedsel te produceren, bijvoorbeeld door zich te richten op duurzaamheid, de regio, of 'authentiek' vakmanschap. Drie onderzoekers van Wageningen Economic Research, **Greet Overbeek**, **Hans Dagevos en Anne-Charlotte Hoes**, vroegen vier nieuwe ondernemers of het hen lukt een afzetmarkt te creëren. Wat blijkt: veel initiatieven zijn als het bijbelse zaadje op de rotsbodem waar weinig aarde ligt - ze komen snel op, maar omdat ze weinig wortels hebben, verdorren ze snel. Door zich explicieter als vorm van sociale innovatie te positioneren kunnen ze hun continuïteit verbeteren en hun afzetkansen vergroten.



Puur lokaal, goed bedoeld maar jammerlijk mislukt.

Willem Rienks wilde het anders doen. Hij kreeg zijn idee om buiten varkens te gaan houden tijdens zijn reizen in het buitenland. Nu is hij oprichter van Buitengewone Varkens. Het initiatief onderscheidt zich ten opzichte van de rest van de sector al met het ras: Gasconne. Dit oud-Franse varkensras is gewend om voor zichzelf te zorgen en overleeft zelfs in bergachtige gebieden als de Pyreneeën. Ook de dieren van Rienks lopen altijd buiten en krijgen zo volop ruimte om hun natuurlijk gedrag te vertonen. Samen met zijn mede-eigenaar heeft Rienks verspreid over Nederland verschillende locaties in gebruik bij verzorgers van in familiegroepen levende varkens. De varkens wroeten het meeste voer zelf bij elkaar en krijgen geen overzeese ingrediënten als soja, vismeel of palmolie. Verder organiseren de initiatiefnemers zelf de logistiek en vleesverkoop, zodat het niet nodig is een waardenketen met afzetnemers te organiseren.

STRUIKELEN OVER INITIATIEVEN

Rienks Buitengewone Varkens is lang niet het enige nieuwe initiatief om voedsel op een andere manier te produceren. Het lijkt tegenwoordig wel of het voedsellandschap in Nederland versnipperd is geraakt in korte ketens en kleinschalige voedselinitiatieven. Je struikelt bijna

over de zorg- en stadsboerderijen, boerenmarkten, 'hipper-de-hipster food festivals' en eettentjes. Ook zijn er verschillende 'food co-ops' en talrijke online aankoopkanalen om vleespakketten en maaltijdboxen te bestellen. Het lijkt door deze initiatieven net alsof doorgaande schaalvergroting en rationalisering niet bestaan. Niets is minder waar, maar de animo om gangbare bedrijven tegenspel te bieden is er niet minder om.

De tegenbeweging krijgt ook beleidsmatig ruggensteun. In de Kamerbrief over de voedselagenda wordt gewezen op het belang 'omstandigheden te creëren waardoor verschillende productiesystemen in Nederland naast elkaar bestaan en van elkaar kunnen leren' (november 2016: p. 23). Verantwoordelijk staatssecretaris Van Dam vertelt in *Het Financieel Dagblad* (1 december 2016) waarde te hechten aan kleine en veelbelovende starters in de agrifoodsector. Kennelijk begint het advies van de Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid (WRR) in *Naar een voedselbeleid* (2014) om tegenbewegingen en uitdagers te koesteren, gehoor te vinden.

Het huidige overheidsbeleid stelt de vraag hoe deze beleidsmatig zijn te faciliteren en te prikkelen. Wageningen Economic Research sprak met Willem Rienks en drie andere ondernemers

die vernieuwende voedselinitiatieven zijn gestart. De gesprekken leren dat de huidige praktijk genoeg reden geeft om deze beleidsvraag vast te houden. Maar laten we bij het begin beginnen. Hoe zijn deze ondernemers gestart? En vinden ze voldoende voedingsbodem om voort te bestaan?

ONDERNEMERS VINDEN DAT HET KAN EN MOET

Achter de rijkdom aan voedselinitiatieven in Nederland zitten gedreven ondernemers die niet over een nacht ijs gaan. Het idee begint met de overtuiging dat 'het anders' kan en moet. Initiële ideeën worden rijp door deze stapsgewijs te versterken met die van anderen.

Naast Buitengewone Varkens van Willem Rienks is er bijvoorbeeld het initiatief van Gerard Titulaer. Hij had het idee om boeren en burgers dichterbij elkaar te brengen en stond uiteindelijk aan de wieg van de coöperatie Puur Lokaal. Hiertoe werd een boerderijwinkel gestart met restaurant die uitsluitend lokale producten verkoopt. Een locatie vond Puur Lokaal bij de woongemeenschap en zorginstelling Het Dorp in Arnhem. Geert van der Veer gaat met Herenboeren zelfs een stap verder in het verbinden van boeren en burgers (zie ook de reportage op pagina 52). Bij dit concept investeren deelnemende burgers in 'hun' herenboerderij zodat een allround boer vervolgens groenten, fruit, vlees en eieren kan leveren die 'natuurlijk' zijn geproduceerd (verantwoord bodembeheer, geen kustmest, dieren buiten, etc.). De eerste herenboerderij is in Boxtel gerealiseerd. De komende tijd moet het initiatief zich verder ontwikkelen tot een volwaardig en rendabel bedrijfsmodel. Een heel ander initiatief is dat van John van Leeuwen. Hij wil samen met partners in de handel en marketing onder de vlag van Seaweedharvestholland zeewier gaan telen in de Oosterschelde. Vanwege de schaarse ruimte als gevolg van mossel- en oesterteelt, recreatievaart en sportvisserij teelt men namelijk verticaal

in plaats van horizontaal voor meer opbrengst per vierkante meter. Als start-up is vooralsnog vooral geëxperimenteerd, maar Van Leeuwen hoopt binnenkort met de commerciële productie en verkoop van zeewier te starten.

RELATIES BLIJKEN CRUCIAAL

Uit de gesprekken met de initiatiefnemers komen enkele aspecten duidelijk naar voren. Medestanders, bondgenoten, sympathisanten, klanten, of hoe ze ook genoemd worden, vormen de voedingsbodem van deze nieuwe voedselinitiatieven. Ze ontlenen hun bestaansrecht aan het aanbieden van voedsel waar klanten en deelnemers zich goed bij voelen, in geloven en waardering voor hebben. De initiatiefnemers realiseren zich dit en investeren ook in het opbouwen van een schare fans die zich aan hun concept verbinden. Dit is niet eenvoudig omdat de start-ups nog onbekend zijn.

Desondanks heeft Buitengewone Varkens door crowdfunding 2.500 klanten aan zich weten te binden en zijn momenteel meer dan honderd huishoudens mede-eigenaar van de herenboerderij in Boxtel. De zeewierters vinden veel Zeeuwse medestanders



Willem Rienks



Zeewier opzoek naar afzetmogelijkheden.

onder overheden, natuurorganisaties en publieke organisaties. Naast ondersteuning dragen sympathisanten ook bij aan ontwikkelmogelijkheden. Zo wordt de stichting Herenboerderij door gemeenten, biologische boeren en natuurbeheerders organisaties getipt over mogelijke toekomstige locaties.


Relaties zijn ook nodig om kapitaal te vergaren. Buitengewone Varkens bijvoorbeeld heeft subsidie gehad van het ministerie van Economische Zaken. Ook de provincie Overijssel wilde dit doen, maar dit werd uiteindelijk verboden door de staatssteuntoets. Hoewel het bij het zeewier-initiatief om een zogenaamd nieuw eiwit gaat, dat in het beleid relevant wordt gevonden, is het ministerie van Economische Zaken hier niet financieel bijgesprongen. De Rabobank gaat wel financieren en Zeeuwse innovatie- en participatiefondsen dragen ook bij aan Seaweedharvestholland. Puur Lokaal verkreeg zijn financiële middelen via de Rabobank, stichting DOEN en een werkplaatsvoorziening. De stichting Herenboerderij daarentegen functioneert bewust zonder extern kapitaal en

start puur op basis van het kapitaal dat bijeengebracht wordt door de deelnemende huishoudens.

OPSCALEN BLIJKT LASTIG

Alle begin is moeilijk en opschaling is geen sinecure, blijkt ook uit de gesprekken. Zo begon Buitengewone Varkens met vijftig varkens en acht zeugen. Men wilde naar duizend varkens en vijftig zeugen gaan met een medewerker die alle verzorging op zich zou nemen. Dit is te hoog gegrepen gebleken, want het lukte namelijk niet om de extra vleespakketten af te zetten buiten hun trouwe groep klanten. Gesprekken met Amsterdamse horeca-ondernemers over afname van vlees liepen op niks uit. Ook bleek het een barrière dat Buitengewone Varkens niet volledig kon aansluiten bij de onderliggende criteria van de keurmerken voor biologisch of de Dierenbescherming.

Puur Lokaal wilde uitbreiden tot een volwassen supermarkt met een sociale werkplaatsfunctie waarin de bewoners van Het Dorp konden werken. De harde realiteit was dat het plan binnen een



jaar nog niet levensvatbaar bleek. Te laat kwam Puur Lokaal erachter dat veel potentiële klanten niet goed bereikt werden. Aangrenzende wijken van Het Dorp met inwoners met zowel een sociaal en groen hart als een gevulde beurs waren onvoldoende geïnformeerd en verleid om naar Puur Lokaal te komen en het initiatief te steunen. Sluiting door onvoldoende bufferkapitaal en gebrek aan tijd om het initiatief te laten slagen, waren het eindresultaat.

De stichting Herenboeren heeft de hoge ambitie om door te groeien naar honderd herenboerderijen in de komende tien jaar. Naast Boxtel wordt nu concreet gewerkt aan de realisatie van een herenboerderij in een vijftal gemeenten, waaronder Weert, waar de opstart van een nieuwe herenboerderij in een veelbelovend stadium is. Opschalingsrisico's worden verminderd door eerst een nieuwe groep burgers te verenigen die gezamenlijk een coöperatieve herenboerderij willen starten: zo schepenen de vragers het aanbod in plaats van andersom.

Op zijn beurt heeft Seaweedharvestholland een vergunning voor tien hectare water. De zeewiertelers willen echter met twee hectare productie beginnen. Zij zetten de andere hectares geleidelijk in als technologische innovaties slagen. Zo willen ze eerst testen of machines alle zeewier kunnen snijden. Ook gaat het initiatief op zoek naar meer afzetmogelijkheden. John van Leeuwen verkoopt al zeewier als Zeeuws streekproduct in zijn boerderijwinkel en gebruikt dit in gerechten bij zijn kookboerderij Spennekot. De afzet van 700.000 kilo zeewier vraagt echter om veel meer doelgroepen en producten cq. afzetkanalen – waar zijn partners mee aan de slag gaan.

START-UPS EN SOCIALE INNOVATIE

Onze gesprekken met initiatiefnemers laten zien dat nieuwe voedselinitiatieven

niet gemakkelijk de voedselmarkt veroveren. Hoe sympathiek, mediageniek of authentiek uiteenlopende voedselinitiatieven ook zijn, ze bevinden zich aan de randen van de markt. Deze marginale positie maakt ze allerminst onbelangrijk, integendeel. Maar met het beeld van jonge en dynamische start-ups voor ogen moeten we wel blijven zien dat de marktmacht ongelijk verdeeld is, marktgiganten zich groter fuseren en grotendeels de waardeketen bestieren. Juist deze gevestigde marktconstellatie enerzijds en anderzijds het contrasterende gebrek aan ketenorganisatie onder start-ups zijn er mede debet aan dat de levensvatbaarheid van deze initiatieven geen vanzelfsprekendheid is. Laat staan dat opschaling een automatisme is. Om de voedingsbodem voor succes te verstevigen is het voorstelbaar dat nieuwe voedselinitiatieven zich expliciet als voorbeelden van sociale innovatie positioneren. Sociale innovatie gaat over nieuwe relaties, over het gezamenlijk zoeken naar nieuwe oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken en opgaven die effectiever, eerlijker of duurzamer zijn dan bestaande. Nieuwe voedselinitiatieven die in dit teken staan van verbetering en verduurzaming van het voedselsysteem, kunnen nadrukkelijker gebruikmaken van het wervende karakter van sociale innovatie. Om vervolgens met andere partijen te leren hoe de continuïteit van deze initiatieven beter is te borgen, genoeg afzet is te realiseren en een alternatieve waardeketen te vormen waar producent en consument dicht bij elkaar staan en kwaliteit boven prijs gaat. ●

Greet Overbeek, Hans Dagevos en Anne-Charlotte Hoes zijn onderzoekers bij Wageningen Economic Research

Beeld: Seaweed Harvest Holland, Buitengewone varkens, Rom3d, Puur Lokaal