

Commerciële analyse van het concept 'Zilte ProefTuin'

Verzilting benutten in plaats
van bestrijden in een balans
tussen water, landschap en
economie

Achtergrondrapport bij het rapport 'Zilte ProefTuin' (nummer 08.2.172), in opdracht van InnovatieNetwerk opgesteld door:

De heer L.M. (Leander) Verhoeven, adviseur bedrijfsvoering & financiering,
GIBO Groep Accountants en Adviseurs

Projectleider InnovatieNetwerk:
Drs. C.M. (Charles) van Schaik

Dit rapport valt binnen het thema 'Duurzaam Ondernemen', project 'Zilte ProefTuin'.



Postbus 19197
3501 DD Utrecht
Tel.: 070 378 56 53

Internet: www.innovatienetwerk.org

Het ministerie van LNV nam het initiatief tot en financiert InnovatieNetwerk.

ISBN: 978 – 90 – 5059 – 365 – 6

Overname van tekstdelen is toegestaan, mits met bronvermelding.

Rapportnr. 08.2.185, Utrecht, september 2008.

Voorwoord

Onder het thema Zilte Perspectieven is recent in opdracht van InnovatieNetwerk het concept Zilte ProefTuin ontwikkeld¹.

De Zilte ProefTuin verzet zich niet tegen de verzilting, maar beweegt juist mee en profiteert van de mogelijkheden die verzilting biedt.

Het concept biedt mogelijkheden voor nieuwe typen landbouw, recreatie en ondernemerschap in verziltende gebieden. De Zilte ProefTuin bestaat uit combinaties van zilt waterbeheer met een regionale zilte economie, in een landschap dat daarbij past.

Het concept is bedoeld om de positieve aspecten van verzilting te exploiteren en te communiceren. Landbouw kan zich ook in brakke en verziltende gebieden verder ontwikkelen.

Om na te gaan of en onder welke voorwaarden het concept realistisch en haalbaar is, heeft InnovatieNetwerk opdracht gegeven voor een commerciële analyse. Deze is uitgevoerd op de basiselementen uit het concept: het restauratieve, het recreatief-toeristische en het (zilte) productiegedeelte.

Dit rapport bevat een uitgebreide analyse op deze onderdelen van een Zilte ProefTuin vanuit een strategisch commerciële focus.

Naast de (positieve) conclusie over realisme en haalbaarheid van het concept vindt u in dit rapport nadere aanbevelingen en financiële en organisatorische randvoorwaarden, die u kunnen helpen bij de concrete ontwikkeling van een Zilte ProefTuin. Ook vindt u aanbevelingen die het reeds ontwikkelde concept nog kunnen versterken.

Ik hoop dan ook u met dit rapport te inspireren voor de ontwikkeling van een Zilte ProefTuin en daarmee een stap te zetten naar het (economisch) benutten van verzilte gebieden.

Dr. G. Vos,
Directeur InnovatieNetwerk

¹ Zie *InnovatieNetwerk-rapport 'Zilte ProefTuin', nr. 08.2.172, september 2008.*

Inhoudsopgave

Voorwoord

1. Samenvatting en conclusies 1

2. Inleiding 7

2.1	Algemeen	7
2.2	Situatieschets	7
2.3	Opdracht	8
2.4	Werkwijze	9
2.5	Rapportindeling	10

3. Concept 'Zilte ProefTuin' 13

3.1	Achtergrond	13
3.2	Doel	14
3.3	Doelgroepen	14
3.4	Stakeholder(s)	14
3.5	Typologieën	14
3.6	Regio's	15

4. Analyse van de huidige situatie 17

4.1	Algemene ontwikkelingen bevolking	18
4.2	Zilte Landbouw	19
4.3	Horeca (restaurantief)	24
4.4	Recreatie/toerisme	30
4.5	Resumé brancheanalyses	35

5. Conceptformulering 'Zilte ProefTuin' 39

5.1	Missie	39
5.2	Visie	39
5.3	Concepttypologie	40

6. Haalbaarheid van het concept 'Zilte ProefTuin' 45

6.1	SWOT-analyse	46
6.2	Strategische visie en commerciële randvoorwaarden	48

7. Financiële randvoorwaarden	51
7.1 Concept	51
7.2 Financiën	52
8. Vervolg	59
9. Literatuur en Bronnen	63
Bijlagen:	
Bijlage 1: Weergave van concept 'Zilte ProefTuin'	67
Bijlage 2: Marktomvang en kengetallen Zilte Landbouw	71
Bijlage 3: Tien Zilte Producten	75
Bijlage 4: Kerncijfers Toerisme en Recreatie 2006	79
Bijlage 5: Grondprijs tien procent hoger	83
Summary and conclusions	85

I.

Samenvatting en conclusies

InnovatieNetwerk ontwikkelt grensverleggende vernieuwingen in landbouw, agribusiness, voeding en groene ruimte, en zorgt dat die door belanghebbenden in de praktijk worden gebracht. Onder haar verantwoordelijkheid is, in projectvorm, een concept ontwikkeld onder de verzamelnaam 'Zilte ProefTuin'. Dit concept vindt zijn oorsprong in de toenemende verzilting op diverse locaties in Nederland en trendonderzoek hieromtrent. In navolging op voorstaande is het noodzakelijk om inzicht te verkrijgen in de marktkansen en rendementsmogelijkheden van 'Zilte ProefTuin'.

InnovatieNetwerk heeft GIBO Groep gevraagd om de planvorming te toetsen in relatie tot de haalbaarheid van het concept.

'Zilte ProefTuin'

Het concept 'Zilte ProefTuin' gaat uit van het benutten van verzilting (met name in kustgebieden en polders) in plaats van het bestrijden ervan. Daarbij wordt het uitgangspunt gehanteerd dat er potentie aanwezig is ten aanzien van de productie van zilte gewassen en andere 'zilte' alternatieven. Naast het telen van zilte gewassen en het eten of proeven ervan, gekoppeld aan het genieten van de omgeving en de kennis over het waterbeheer, dient 'Zilte ProefTuin' een bedrijfseconomisch aantrekkelijk/rendabel concept in verzilte gebieden te zijn. Daarbij slaan ondernemers, maatschappelijke organisaties en overheden de handen ineen.

In het kader van het concept 'Zilte ProefTuin' is een analyse uitgevoerd van de zilte productiemogelijkheden, restauratieve sector en toeristische en recreatiesector.

Omschrijving	Toelichting
Zilte Productie	De productie van zilte gewassen staat, ondanks diverse initiatieven, nog voor een groot deel in de kinderschoenen. Hierdoor is er slechts beperkt inzicht in de opbrengst- en rendementsverwachtingen. In vergelijking met de reguliere akkerbouw zijn de meest relevante bedrijfseconomische aspecten ten behoeve van zilte productie: verhoogde arbeidsintensiviteit, het ontbreken van mechanisatie, het ontbreken van investerings- en rendementskengetallen, de hogere opbrengsten per hectare, de seizoensgebondenheid die leidt tot de noodzaak van additionele opbrengsten (gemengd agrarisch bedrijf en/of aangevuld met diverse alternatieve inkomsten), een hoger percentage misoogsten, de kleinschaligheid van bestaande initiatieven (2 à 3 hectare).
Restauratieve sector	De restauratieve branche kenmerkt zich door een verandering van demografie en de wensen van de klant, trends naar gezondheid, een interesse in streekgebonden producten, een verschuiving en vermeerdering van eetmomenten, een roep om belevingen en forse concurrentie. Het onderscheidend karakter van de formule, de locatie en de ondernemer bepalen het succes.
Toerisme-, recreatie- en vrijetijdssector	De recreatie- en toerismesector is met name vatbaar voor demografische veranderingen, internationalisering, toename en verandering van concurrentie en overheidsbeleid. De ondernemer dient zich te onderscheiden door productiviteitsverbetering, innovatieve concepten en gerichte marketinginspanningen.

Een koppeling van zilte productie aan restauratieve en toeristische/recreatieve activiteiten is in het kader van de brancheanalyses op commerciële gronden haalbaar. Voorgaande is ingegeven door:

- Het feit dat innovatieve concepten, waarbij de consument wordt betrokken in een vrije omgeving, perspectieven bieden;
- Het feit dat de trends in de recreatieve (verblijfs- en dagrecreatie) en restauratieve sector aansluiten bij de ontwikkelingen en mogelijkheden van zilte productie. Hierbij kunt u denken aan 'proeven wat je ziet', 'beleving', 'combinatie natuur en ontspanning'.

Daarnaast achten wij de volgende initiatieven positief van invloed op het concept, zodat de kansen op succes vergroot worden:

- Een koppeling tussen de zeventien gedefinieerde toeristengebieden van Nederland en de zes gedefinieerde regio's ten aanzien van zilte productie;
- Een koppeling van het concept aan een 'zorgconcept'. U kunt hierbij denken aan koppeling met een zorgboerderij.

'Zilte ProefTuin' kent twee uitersten, hierbij benoemd als: de Zilte Producent en de Zilte Ondernemer.

- De Zilte Producent fungeert in hoofdzaak als producent en legt de nadruk op het telen (de productie) van gewassen;
- De Zilte Ondernemer fungeert als producent en ondernemer, en exploiteert zelf (of in combinatie met marktpartijen) een restaurant en/of vorm van dag- en/of verblijfsrecreatie.

Strategische visie en commerciële randvoorwaarden

Wij achten mede op basis van bovenstaande, een uitgevoerde SWOT-analyse en onderstaande aanvullingen, het concept realistisch en commercieel haalbaar, uitgaande van de huidige marktmogelijkheden:

- De toenemende verzilting en het innovatieve karakter in combinatie met samenwerkingsmogelijkheden, de toename van buitenhuisrecreatie- en vrijetijdsbesteding, de toenemende marketing- en communicatiemogelijkheden (bereikbaarheid), de vergrijzing (een steeds grotere groep is op zoek naar recreatie en bovengemiddeld besteedbaar inkomen) en de toenemende vraag naar beleving leiden tot de conclusie dat het concept breed inzetbaar is en commerciële mogelijkheden biedt.
- Momenteel is sprake van een beperkte vraag, een 'lage(re) prioriteit' bij de overheid en ondernemers ten aanzien van zilte productie en concurrentie van bestaande reguliere initiatieven op recreatie- en horecagebied. Dit betekent dat de (latente) vraag en behoefte ten aanzien van het concept opgewekt dienen te worden. In het bijzonder ten aanzien van zilte productie, waarbij het concept 'Zilte Proef-Tuin' volledig inspeelt op kernwoorden zoals 'gezondheid' en 'beleving'. Door een koppeling van diverse activiteiten kan risico gespreid worden.
- Om het concept tot een succes te maken, dienen de aanwezige kennis en expertise te worden uitgebreid en de financieringsmogelijkheden te worden onderzocht. Kortom: de uitvoering van een pilot dient inzicht te geven in de 'juiste' invulling.
- Samenwerkingsmogelijkheden tussen diverse partijen in de keten (diverse marktpartijen) maken het concept slagvaardiger. De optimale invulling zou ons inziens gebaseerd moeten zijn op één eindverantwoordelijke ondernemer/onderneming die samenwerking nastreeft, beïnvloedt en vorm geeft met (vak)inhoudelijke personen en/of instanties.
- Koppeling van een en ander in een zorgconcept (bijvoorbeeld door middel van een zorgboerderij). De arbeid kan onder begeleiding worden verricht door zorgbehoevenden (specifiek passende doelgroepen) die worden gefinancierd uit het persoonsgebonden budget uit de Algemene Wet Bijzondere Ziektekosten (AWBZ). Voorgaande kan leiden tot een reductie van arbeidskosten. Daarnaast biedt het concept mogelijkheden om een voorziening c.q. daginvulling te bieden aan zorgbehoevenden.
- Ten aanzien van het restauratieve karakter van het concept achten wij een 'bistro'-achtige invulling passend. Hierbij dient een ruimte voor circa 40 tot 60 gasten gecombineerd te worden met een geïntegreerde open keuken (zodat gasten kunnen zien wat er gebeurt). Het restauratieve concept dient vanwege het brede karakter en de positionering niet in een hoog segment geplaatst te worden, aangezien dan een verschuiving van beleving naar prestatie (status/hoge segmentering en dito doelgroep) ontstaat.
De (nu) beperkte diversiteit van zilte producten leidt tot de conclusie dat een bredere profilering noodzakelijk is naast enkel zilte producten. Hierbij kan worden gedacht aan streekproducten, reguliere akkerbouwproducten, vers fruit, eigen gekweekte specerijen, et cetera.
- Het concept dient ons inziens niet te grootschalig ingezet te worden (circa 2 tot 5 hectare zilte productie). Een en ander heeft te maken met de aanvangsinvestering, de onzekere exploitatieverwachting (mede gezien de huidige flexibele planvorming) en de factor 'beleving'. Deze factor vermindert bij grootschalige projecten.

Financiële randvoorwaarden

De basis van het concept is gericht op zilte productie. In het kader hiervan zijn grofweg twee scenario's denkbaar en realiseerbaar:

- A. De bedrijfsvoering van een bestaand agrarisch bedrijf (gedeeltelijk) omvormen naar een bedrijf waar zilte productie plaatsvindt;
- B. Het opstarten van een nieuw op te zetten agrarisch bedrijf met (deels) zilte productie.

Wij achten op voorhand scenario A, bedrijfseconomisch gezien, het meest realistisch, mede gezien het meer kapitaal- en risico-intensieve scenario B. Binnen het concept wordt de zilte productie gecombineerd en/of aangevuld met een restauratieve en recreatieve invulling.

Het concept dient altijd in het motto 'van(uit) de grond naar de mond' te staan en tevens breed toegankelijk te zijn.

Een en ander kan in combinatie met reeds bestaande initiatieven en/of ondernemingen worden ingevuld, waardoor de kapitaalsintensiviteit (onder andere aanvangsinvesteringen) afneemt. De nadruk zal dan met name op profilering liggen.

De recreatieve invulling van 'Zilte ProefTuin' valt te onderscheiden in dag- en verblijfsrecreatie. Beide kunnen in combinatie met bestaande recreatiebedrijven worden ingevuld. Denk hierbij aan camping- en/of bungalowparken, groepsaccommodaties en/of bed- & breakfast-accommodaties.

Bij dagrecreatie kan worden gedacht aan activiteiten waarbij de investeringen minimaal zijn en de exploitatie wordt gedragen door entreeheffingen, betaalde arrangementen en/of andere betaalde initiatieven, waarbij het natuurlijk landschappelijk karakter onderscheidend is. Denk aan aanvullende restauratieve etablissementen en/of verkooppunten als een lodge, bistro en/of 'streekwinkel'.

De bedrijfseconomische haalbaarheid van het concept hangt af van de specifieke invulling van de investeringen en exploitatieverwachtingen, en dient gebaseerd te zijn op een businesscase op een specifieke locatie.

Het meest realistisch achten wij op voorhand een scenario waarbij een bestaand agrarisch bedrijf (deels) wordt ingericht met zilte productie in samenwerking c.q. combinatie met een bestaand restaurant, aanvullende dagarrangementen en aansluiting bij bestaande verblijfsaccommodaties. Daarbij dienen met name investeringen op het gebied van profilering plaats te vinden.

Om de aantrekkelijkheid en de aanloop(periode) te beïnvloeden, zal gezocht moeten worden naar de mogelijkheid van financiële bijdragen vanuit maatschappelijke en overheidsinstanties en aansluiting bij bestaande agrariërs, ondernemers en/of initiatieven.

Vervolg en concrete invulling

Een mogelijk vervolg is het oprichten van een stuur- en/of ontwikkelgroep van marktpartijen en maatschappelijke organisaties, welke

het concept verder invulling geeft, financierings- en subsidiemogelijkheden onderzoekt, kennis en expertise uitwisselt, kandidaten/marktpartijen zoekt en een pilotproject benoemt, beschrijft en vorm geeft.

Daarna dienen achtereenvolgens de volgende acties ondernomen te worden: locatiekeuze, consortiumvorming (het samenbrengen van partijen voor uitvoering), het vaststellen van doelstellingen, het opzetten van een specifiek businessplan, het toetsen van de haalbaarheid, het opzetten van actieplannen, het vastleggen van afspraken in overeenkomsten, het starten, het monitoren en het bijsturen van de uitvoering.

2.

Inleiding

2.1

Algemeen

InnovatieNetwerk ontwikkelt grensverleggende vernieuwingen in landbouw, agribusiness, voeding en groene ruimte, en zorgt dat die door belanghebbenden in de praktijk worden gebracht. Het gaat om innovaties gericht op duurzame ontwikkeling, met een focus op de langere termijn. Deze grensverleggende vernieuwingen probeert InnovatieNetwerk in gang te zetten door het ontwikkelen van baanbrekende concepten die, eenmaal in praktijk gebracht, zorgen voor ingrijpende veranderingen.

InnovatieNetwerk is actief met diverse thema's en concepten op het gebied van ruimte, duurzaam ondernemen, gezonde samenleving en innovatiestimulerende omgevingen.

Onder haar verantwoordelijkheid is, in projectvorm, een concept ontwikkeld onder de verzamelnaam 'Zilte ProefTuin'. Het concept vindt zijn oorsprong in de toenemende verzilting op diverse locaties in Nederland en trendonderzoek hieromtrent.

2.2

Situatieschets

Momenteel is er een kleine markt voor zilte producten, waarbij het veelal gaat om producten die in het topsegment worden aangeboden.

Om de productie in zilte gebieden te kunnen stimuleren, moeten mogelijkheden voor de markt beter zichtbaar worden.

In deze sector is, (mede) op initiatief van InnovatieNetwerk, gekeken naar de langere termijn. Daarbij was en is de centrale vraag: in welke markten zouden we de zilte productie in Nederland kunnen ontwikkelen?

² *Het Zout en de Pap, Innovatie-Netwerk, rapportnr. 07.2.154, juni 2007.*

Een reeds plaatsgevonden trendanalyse² heeft geleid tot inzicht in de marktperspectieven voor verschillende vraaggestuurde ketens, waarbij bijvoorbeeld kan worden ingezet op een meer integrale gebiedsontwikkeling, door combinatie met andere functies (recreatie, toerisme, wonen, werken, bedrijven).

Voorgaande conclusie heeft geleid tot het ontwikkelen van het concept 'Zilte ProefTuin'. Het concept is gepubliceerd bij InnovatieNetwerk, rapportnummer 08.2.172. Daarin zijn onder andere diverse indicatieve uitgangspunten, mogelijke stakeholders, doelen en doelstellingen, typologieën en gebieden (lees: locaties) gedefinieerd.

Een samenvatting van deze commerciële analyse is daarin opgenomen.

In navolging op de reeds uitgewerkte zaken ziet InnovatieNetwerk zich echter nog geconfronteerd met de volgende twee hoofdvragen:

- Biedt het (brede) karakter van het concept 'Zilte ProefTuin' voldoende marktkansen?
 - Biedt het concept 'Zilte ProefTuin', op voorhand en onder diverse randvoorwaarden, voldoende rendementsmogelijkheden voor individuele en/of samenwerkende ondernemers en/of instanties?
-

2.3 Opdracht

InnovatieNetwerk is, op basis van onderzoek, van mening dat het concept 'Zilte ProefTuin' mogelijkheden biedt om de (toekomstige) verzilting in een zestal nader gedefinieerde gebieden op een actieve en ondernemende (lees: ook nnoverende) manier in te zetten.

InnovatieNetwerk heeft opdracht gegeven aan door GIBO Groep voor een visie met betrekking tot de commerciële en financiële aspecten van het concept.

In voornoemde visie staan de volgende aspecten centraal:

- De haalbaarheid van het concept;
- Mogelijke stakeholders en doelgroepen op bedrijfseconomische gronden in staat stellen om het concept te beoordelen en eventueel, op een nader vast te stellen wijze, te laten initiëren c.q. te laten participeren.

Deze situatie vertaalt zich naar de volgende opdrachtomschrijving: Het toetsen van de commerciële en financiële haalbaarheid van het concept 'Zilte ProefTuin' door dit te beoordelen op marktkansen en rendementsmogelijkheden voor individuele en/of samenwerkende ondernemers en/of instanties.

De uiteindelijke uitkomsten van het onderzoek dienen als basis te fungeren voor pilotsituaties, waarbij later op individueel projectniveau een vertaalslag gemaakt dient te worden naar de gevolgen voor de bedrijfsvoering, de interne organisatie(s), de positionering in de keten, de verhoudingen met leveranciers, klanten en andere stakeholders, de financiële invulling en de commerciële slagkracht.

Deze notitie is uitsluitend voor genoemd doel bestemd en kan niet voor andere doeleinden worden gebruikt.

2.4

Werkwijze

Hieronder treft u een korte weergave aan van de manier waarop de werkzaamheden in het adviestraject zijn verricht en de wijze waarop de vraagstelling en opdrachtbeschrijving zijn vertaald naar een concrete visie.

2.4.1

Analyse van de huidige situatie

Door middel van een analyse op basis van deskresearch ontstaat een duidelijk beeld van de situatie, de huidige knelpunten en de randvoorwaarden waaraan het verder te ontwikkelen concept 'Zilte ProefTuin' moet voldoen.

Op basis van deskresearch hebben een inventarisatie en analyse van beschikbare (achtergrond)informatie plaatsgevonden, met specifieke aandacht voor relevante beschikbare marktgegevens op het gebied van zilte teelt, horeca en recreatie.

2.4.2

Conceptformulering 'Zilte ProefTuin'

Aan de hand van de uitgevoerde inventarisatie en analyse is een concept geformuleerd waarbij als twee uitersten de Zilte Producent en de Zilte Ondernemer nader zijn beschreven.

2.4.3

Haalbaarheid van het concept 'Zilte ProefTuin'

De informatie uit voorgaande is als basis gehanteerd om tot een gefundeerd oordeel en nadere uitwerking van het concept 'Zilte ProefTuin' te komen. Aan de hand van een zogeheten SWOT-analyse – bestaande uit een interne analyse (de sterkten en de zwakten van het concept) en een externe analyse (kansen en bedreigingen en/of risico's van het concept) – is een strategische visie geformuleerd. Daarna zijn

beoogde commerciële en financiële randvoorwaarden weergegeven met een beknopt plan van aanpak met conclusies en aanbevelingen ten aanzien van de toekomstige invulling.

2.4.4

Rapportage

De uitgewerkte resultaten van voorgaande zijn vastgelegd in onderhavige rapportage, waardoor inzicht ontstaat in:

- De visie van GIBO Advies ten aanzien van het concept ‘Zilte ProefTuin’;
- De randvoorwaarden die GIBO Advies noodzakelijk acht ten behoeve van het concept ‘Zilte ProefTuin’.

2.4.5

Vervolg

De visie van GIBO Advies omvat conclusies en aanbevelingen op commerciële en financiële aspecten. Deze notitie biedt géén ruimte voor een financieel plan op detailniveau. U kunt hierbij denken aan de opzet en verdere uitwerking tussen samenwerkende ondernemers in een pilot.

2.5

Rapportindeling

In deze rapportage zijn onze bevindingen en adviezen op systematische wijze aangegeven en toegelicht. De beschrijving van het concept ‘Zilte ProefTuin’ is opgenomen in hoofdstuk 3. Hoofdstuk 4 bevat een analyse van de landelijke marktsituatie van zilte productie, Recreatie en Toerisme en Horeca (Restauratief). In hoofdstuk 5 is een conceptformulering weergegeven van ‘Zilte ProefTuin’, waarna in hoofdstuk 6 een SWOT-analyse is weergegeven welke leidt naar een strategische visie ten aanzien van de haalbaarheid van het concept. De commerciële en financiële randvoorwaarden worden behandeld in hoofdstuk 7.

Tot slot geeft hoofdstuk 8 aanbevelingen voor het vervolg.

3.

Concept 'Zilte Proef-Tuin'³

Dit hoofdstuk geeft het concept 'Zilte ProefTuin' weer op basis van de beschikbare informatie. In de bijlage treft u een grafische weergave aan van het concept.

³ Bron: *Zilte ProefTuin*,
InnovatieNetwerk, rapportnummer
08.2.172, september 2008.

3.1

Achtergrond

De verzilting op diverse locaties in Nederland neemt toe, waarbij het bestrijden ervan op veel plaatsen naar de toekomst toe eindig lijkt.

Het concept 'Zilte ProefTuin' gaat uit van het benutten van verzilting in plaats van het bestrijden ervan, waarbij het uitgangspunt wordt gehanteerd dat er potentie aanwezig is ten aanzien van de productie van zilte gewassen en andere 'zilte' alternatieven. Belangrijk aandachtspunt is dat er sprake is van een lage *sense of urgency* om zilt te benutten, waardoor de zilte productie vooral nog het terrein/domein van pioniers en onderzoekers is.

Noodzaak

De komende decennia zal naar verwachting reeds een oppervlakte van 125.000 ha zodanig verzilt zijn dat hier zilte teelten kunnen plaatsvinden naast zilte natuurontwikkeling⁴.

⁴ Bron: *'Het zout en de pap'*,
InnovatieNetwerk, rapportnummer
07.2.154, juni 2007.

3.2 Doel

Het doel van het concept ‘Zilte ProefTuin’ is tweeledig:

- Het telen van zilte gewassen en het eten of proeven ervan, gekoppeld aan het genieten van de omgeving en de kennis over het waterbeheer;
- Een bedrijfseconomisch aantrekkelijk/rendabel concept in verzilte gebieden ontwikkelen, waarbij zilte productie samenkomt met natuurbeleving en water.

3.3 Doelgroepen

De bepaling van de doelgroepen voor het concept ‘Zilte ProefTuin’ is onder andere afhankelijk van het type en de locatie. Op voorhand kan worden gedacht aan bedrijven, ondernemers, recreanten, overheden, bestuurders, scholieren, jongeren en/of toeristen in brede zin.

Het definiëren en het uiteindelijk bereiken van de doelgroep(en) is een van de belangrijkste taken van de stakeholder(s), die hieronder zijn weergegeven.

3.4 Stakeholder(s)

De stakeholder(s) die betrokken zijn en/of betrokken dienen te worden, zijn te verdelen in drie categorieën:

- De particulier en/of ondernemer, zijnde de (bestaande) agrariër, de (bestaande) restauranthouder, de (bestaande) recreatieondernemer, de veredelaar, de distributeur en/of de energiebeheerder;
- Maatschappelijke organisaties met eigendom, gebruik of beheer van grond, zoals Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer en/of een van de provinciale landschappen;
- De verschillende overheden, met wellicht een sleutelrol voor de waterschappen.

3.5 Typologieën

Ten aanzien van het concept zijn diverse typologieën beschreven die op diverse locaties in te zetten zijn.

Nr.	Typologie	Beschrijving
1	Halal landschap	Schapen, geiten, waterbuffels in plaats van bonte koeien
2	Moeraslandbouw	Natte landbouw (kweldergebieden)/ nieuwe producten en methoden
3	Kwelkwekerij	Tuinbouwbedrijf (koude grond)/andere productiemethoden en gewassen zoals zeeaster ('lamsoren')
4	Fleur-de-mer	Bloemenkwekerij/bollenvelden
5	SidderAal (viskwekerij)	Kweekvijvers van onder andere schaal- en schelpdieren/ aantrekkingskracht vogels
6	SpaBad	Confrontatie verschillende landschappen geschikt voor kuuroord
7	Stadsstrand	Retentiepolders voor tijdelijke waterberging/brakwaterplassen ('s zomers strand/'s winters bevrozing/de Zilte Volkstuin)
8	Zoutracen	Nieuwe geïndustrialiseerde of nog niet ontgonnen landschappen/ decor tijdelijke activiteiten
9	Blauwe energie	Zout- en energiewinning uit water

Bovengenoemde typologieën zijn op basis van reeds bestaande kennis en expertise geformuleerd, waarbij nog géén specifiek onderzoek heeft plaatsgevonden naar de commerciële en bedrijfseconomische haalbaarheid.

3.6 Regio's

In het kader van de verzilting zijn zes regio's in Nederland gedefinieerd, gespecificeerd naar type verzilting, landschapbeleving, waterbeheer, aanwezige agrarische productie, regionale identiteit en bereikbaarheid. Onderstaande tabel geeft een en ander weer:

Gebied	Type verzilting (1)	Zilte Landschapsbeleving	Waterbeheer (zoetwater toevoer) (2)	Economie: aanwezige Zilte Agrarische Productie	Regionale Zilte Identiteit	Bereikbaarheid (dagtochten)
Delta	Direct	Ja	Deels	Ja	Ja	+/-
Randstad	Kust: direct Polder: indirect	Ja Nee	Ja	Nee	Nee	+
IJsselmeer	Indirect	Nee	Ja	Nee	Nee	+
Kop Noord-Holland	Direct	Ja	Ja	Nee	Ja	+/-
Wadden	Direct	Ja	Nee	Ja	Ja	-
Friesland/ Groningen	Kust: direct Polder: indirect	Ja Nee	Ja	Nee	Nee	-

4.

Analyse van de huidige situatie

Dit hoofdstuk schetst een duidelijk beeld van de situatie, de huidige knelpunten en de randvoorwaarden waaraan het verder te ontwikkelen concept 'Zilte ProefTuin' moet voldoen. Voorgaande vindt plaats aan de hand van brancheomschrijvingen ten behoeve van zilte teelt, horeca (restaurantief) en de toerisme- en recreatiebranche.

Voor wij een uitgebreide brancheanalyse presenteren, achten wij het zinvol om het concept 'Zilte ProefTuin' te plaatsen in het PMC-model van Ansoff:

Markt	Product	Bestaand product	Nieuw product
Bestaande markt	<p>Marktpenetratie (huidige strategie)</p>	<p>Productontwikkeling</p>	
Nieuwe markt	<p>Marktontwikkeling</p>	<p>Diversificatie 'De Zilte ProefTuin'</p>	

Bij het concept 'Zilte ProefTuin' worden verzilte gronden ingezet voor de productie van innoverende zouttolerante gewassen, waarbij een afzetmarkt dient te worden gevonden en bediend. Vooralnog is het uitgangspunt dat een combinatie ontstaat met horeca, leisure en/of dag- en verblijfsrecreatie. Dit betekent dat zowel het 'product' als de 'markt' nog nader beschreven en ontwikkeld dient te worden. Daarom is het nodig dat er nader onderzoek wordt verricht en kennis wordt vergaard ten aanzien van onder meer:

- Marktonderzoek (wie koopt/verbruikt/gebruikt het concept wanneer en tegen welke voorwaarden en prijs);
- Invulling van het concept:
 - Product (beschrijving van het product);
 - Prijs (opbrengsten, kosten en rendement per hectare per tijdseenheid);
 - Personeel (personele inzet, arbeidsintensiteit);
 - Promotie (doelgroepbepaling, promotiemiddelen);
 - Presentatie (naar wie en hoe?);
 - Productiemogelijkheden (seizoensinvloeden, oogsttijden, passen in bedrijfsplan);
- Stakeholders (wie wordt erbij betrokken);
- Samenwerkingsovereenkomsten;
- Subsidie- en financieringsmogelijkheden.

De perspectieven ten aanzien van zilte productie, horeca (restaurantief) en toerisme/ recreatie en vrije tijd zijn van belang om de verdere haalbaarheid van het concept te toetsen. Verder biedt dit hoofdstuk inzicht in de eerdergenoemde onderdelen c.q. branches.

4.1 Algemene ontwikkelingen bevolking

Het aantal inwoners in Nederland neemt nog toe, waarbij met name de samenstelling verandert. Waar Nederland in 2006 nog 16,4 miljoen inwoners herbergt, zijn dat er in 2050 circa 16,8 miljoen (groei van circa 2,4%). In 2034 wordt een hoogtepunt verwacht van circa 17,0 miljoen inwoners. De drie hoofdthema's naast 'verder groeien' zijn: 'vergrijzen', 'verkleuren' (aandeel allochtonen) en 'verdunnen'.

Thema	2006	2025	2034	2050
Verder Groeien Aantal inwoners in miljoenen	16,4	16,9	17,0	16,8
Vergrijzen Aantal 60+'ers in miljoenen	3,1	4,7	Circa 2 werkenden per 65-plusser	
Verkleuren Aantal allochtonen in miljoenen	3,1	4,0		4,8
Verdunnen Aantal alleenstaanden in miljoenen	2,5		3,5	

Bovenstaande aspecten hebben naar de toekomst toe weerslag op de tijdsbestedingen en financiële bestedingen. Ze zijn derhalve van belang bij de ontwikkeling van concepten zoals 'Zilte ProefTuin'.

4.2

Zilte Landbouw

In een derde van Nederland (de kustzone) is de zee in de ondergrond nog steeds aanwezig. Zonder wateraanvoer krijgt brak grondwater de overhand en is de gangbare landbouw niet goed mogelijk. Nu al kampt de landbouw met verzilting in droge jaren bij overschakeling naar kapitaalintensieve en voor verzilting kwetsbaardere teelten. In het lagere deel van Nederland is het water vaak al te zout. Verwacht wordt dat dit water in de toekomst steeds zouter wordt. Met name in de zomer is er weinig echt zoet water, en volgens de klimaatscenario's worden de zomers droger. Door klimaatverandering, bodemdaling en zeespiegelstijging neemt vooral in de kustgebieden de invloed van brak water toe en de beschikbaarheid van zoet water af.

Kortom: verzilting is in toenemende mate aanwezig. Waar voorheen de verzilting werd bestreden, zijn enkele perspectieven ontwikkeld om verzilting als kans in te zetten.

4.2.1

Perspectief Zilte Landbouw⁵

Grofweg zijn drie functies, strategieën en/of perspectieven te onderscheiden voor de aanpak van verzilting in de Nederlandse kustgebieden:

A. Beter omgaan met zoet water

De waterhuishouding kan worden ingericht op het scheiden van zoet en zout, en het beter bergen en benutten van neerslag. Twee ideeën voor kansrijke pilots zijn: zoet water zoet houden (voorbeeld: Haarlemmermeer Polder) en het vasthouden van regenwater door inzet van dubbele drainage en het duurzaam benutten van regenwaterlenzen (St. Phillipsland is een geschikte locatie, met waterschap Zeeuwse Eilanden, provincie en grondgebruikers als geïnteresseerde factoren).

B. Méér doen met brak water

Nederland heeft geen productiesystemen gebaseerd op planten en dieren die goed gedijen in brak water. Ideeën voor kansrijke pilots zijn: kwelvenster als bron voor leidingwater en lemnaweiden als nieuwe onderlegger voor de landbouw (het ontwikkelen van binnen de veehouderij geïntegreerde productiesystemen, gebaseerd op eendekroos, die mede dienen voor de verwerking van mestoverschotten, de productie van veevoer en als piek- en seizoensberging).

C. Benutten van zoute kansen

Zoute kansen zijn aanwezig in de productie van vis, schelpdieren, krabben, kreeften, garnalen, maar ook van 'zeegroenten', zoals lamsoor en zeekraal. Ideeën voor kansrijke pilots zijn het ontwikkelen van een intensief aquaproductiepark waarbij nieuwe zoute producten worden ontwikkeld en beproefd, reststromen uit nabijgelegen bedrijven worden ingezet

⁵ Bron: 'Zilte perspectieven', InnovatieNetwerk, rapportnummer 03.2.036, juli 2003.

en gezamenlijke distributienetwerken worden gebruikt voor het vermarkten en voor fruits de mer (het ontwikkelen van een extensief estuarien productielandschap gericht op extensieve exploitatie van planten en dieren, in combinatie met natuur, recreatie en een functie voor veiligheid).

‘Zilte ProefTuin’ is een afgeleide van een perspectief waarbij zoute kansen worden benut.

Zilte Concepten⁶

Laag Nederland wordt, met name in de kustgebieden, steeds zouter. Dat is het gevolg van bestaande fysieke processen en later van klimaatverandering. Dit wordt versterkt door het huidige waterbeleid (bij herstel van zoet-zoutovergangen) en het landbouwkundig gebruik (peilverlaging, bodemdaling).

Ten aanzien van bovenstaande zijn enkele ontwikkelingsrichtingen mogelijk, vanuit de gedachte dat het tegengaan van verzilting van grond in de toekomst niet meer bedrijfseconomisch en/of commercieel haalbaar is. De omvorming van te zout geworden gebieden om zo reguliere landbouw voort te zetten, is in de toekomst naar verwachting moeilijk financierbaar (overheidsinvestering).

Ook het omvormen tot recreatie-, woon- en/of werkgebied kan stuiten op financieringsproblematieken en/of landschappelijke problemen.

Ten behoeve van voorgaande is onderzoek verricht naar initiatieven waarvan de economische rentabiliteit uitgangspunt dient te zijn. In dit verband noemen wij:

- Dierlijke productie, zoals zagers, garnalen, mosselen en vis. Hier is al een geleidelijk groeiende markt voor aanwezig.
- Een groot aantal plantensoorten die het goed doen in brakke omstandigheden.

Deze planten kunnen voor ontwikkeling en verbouw in diverse sectoren en markten worden gebruikt: in de akkerbouw, tuinbouw en sier-teelt.

Hierbij wordt het hele gewas gebruikt (groenten, kruiden, graan, fruit, bloemen, hagen). Maar ook ingrediënten kunnen goed worden benut, bijvoorbeeld voor olie, dranken, voedingsstoffen, geurstoffen en farmacie. Bepaalde traditionele soorten (zoals biet en gerst) zijn al vrij tolerant voor zout, waardoor zij ook geschikt zijn om door te ontwikkelen naar meer brakke omstandigheden. Een niet onbelangrijk voordeel van zilte landbouw is dat het bijdraagt aan het behoud en de ontwikkeling van een aantrekkelijk, open en groen landschap. In veel landelijke gebieden is dit een belangrijke ambitie. Voorbeelden van voorgaande zijn zilte (= lamsoor), zeekraal, zeekool, duindoorn (fruit), lamsoor (de échte, als siergewas) en graan (spelt).

Het benutten van kansen voor de zilte landbouw kan worden gecombineerd met recreatie en natuur, hetgeen leidt tot een integrale benadering. De volgende ontwikkelingsrichtingen zijn door InnovatieNetwerk geschetst:

- Begrazing van brakke natuur (bestaat reeds; behoefte ligt bij vermarkting en ontwikkeling van ketenvorming);

⁶ Bron: Flyer ‘Van zoute schade naar zilte oogst’, InnovatieNetwerk, juli 2007.

- Zilte Natuurpluk (draait om de beleving van plukken en oogsten op zowel commerciële als educatieve basis, waarbij agrariërs wellicht kunnen samenwerken met natuurbeheerders);
- Getijdennatuurpolder (productie van gewassen, wieren, algen, schaal- en schelpdieren en vis, hetgeen leidt tot een geleidelijke gradatie van Zilte Landbouw/Aquacultuur naar Zilte Natuur. Een project is inmiddels gestart (de ‘Zeeuwse Tong’);
- Het Zilte Landgoed (een combinatie van Zilte Natuur(ontwikkeling), Zilte Landbouw, Recreatie en Landelijk wonen, waarbij de financieringsmogelijkheden uitgebreid en de risico’s gespreid worden);
- Het Zilte Dorp (integratie van diverse Zilte Mogelijkheden, geïntegreerd met wonen en werken);
- ‘DZilte ProefTuin’ (een bijzondere combinatie van waterbeheer, landschapsontwikkeling en economie). ‘Zilte ProefTuin’ gaat uit van het genieten en letterlijk proeven van een zilte economie, het consumeren van ter plaatse geteelde producten, het recreëren in het zilte landschap, het beleven van de zilte omgeving met haar bijzondere waterbeheer. Maar in dit concept zijn ook bredere toepassingen mogelijk, bijvoorbeeld door de toevoeging van energieopwekking.

4.2.3

Relevante actuele/bestaande projecten en initiatieven in Nederland⁷

Onderstaand een overzicht van relevante initiatieven op het gebied van zilte landbouw.

‘Zilte Producten naar de Markt’⁸ door de Stichting Donatus uit Den Hoorn (Texel)

Het project ‘Zilte Producten naar de Markt’ is momenteel in uitvoering. Zeekool (ook wel ‘Zilte Asperge’ genoemd, naar aanleiding van de smaakovereenkomst) wordt op dit moment concreet geoogst (uit een starthoeveelheid van 1.000 wortelstekken) en de vermarkting is in volle gang.

Het gaat om de opzet van een teelt voor het ‘trekken’ van de Zilte ‘Asperge’. De Zilte Asperge wordt voor zover bekend slechts door één Schotse boer op deze wijze gekweekt en aangeboden aan een zeer select aantal toprestaurants in Groot-Brittannië; onder meer in het CityBank-centrum van Londen.

Daarnaast wordt geëxperimenteerd met kleinschalige verduurzamings-technieken (drogen, vriesdrogen) om zilte gewassen zoals zeekraal, zeeaster e.a. keukengereed als kruid of als smaakversterker aan te kunnen leveren. In alle gevallen wordt gewerkt met planten die worden geoogst in de Waddenregio en die onder ecologisch verantwoorde omstandigheden worden geteeld.

Zeekool is een meerjarige plant die als groente of als sierplant geteeld kan worden. In Nederland kwam zeekool niet veel voor; de plant is

⁷ Bron: ‘Zilt verweven’, bewerkt door GIBO Groep.

⁸ Bron: Stichting Sint Donatus te Texel.

pas sinds kort gesignaleerd langs de waddenkant van de Afsluitdijk, waar deze ook tot zaadvorming is gekomen. In Engeland, Frankrijk en Amerika is hij ruimer verspreid.

Het project 'Zilte Producten naar de Markt' is een spin-off van het BSIK-Leven met Water/Transforum-project Zilte Landbouw. In genoemd project werken wetenschap, kennisinstellingen en ondernemer reeds samen. Gekeken wordt naar een selectie van zouttolerante en zoutminnende gewassen, en met name de mogelijkheden daarvan tot opschaling van teelt in de open grond.

De inhoud van het project heeft grofweg vier doelstellingen:

- Het opdoen van ervaring met productietechnieken, opschalingmogelijkheden;
- Productontwikkeling en het creëren van een marktniche;
- Het beschikbaar stellen van opgedane kennis, zodat andere ondernemers in de regio kunnen opschalen;
- Het ontwikkelen van kleinschalige technieken om zilte groente (in eerste instantie zee-kraal en zee-aster) en kruiden te verduurzamen (houdbaar maken), en de producten te vermarkten.

Ten aanzien van de investeringen dient rekening te worden gehouden met:

- Relatief hoge pachtkosten omdat de grond mogelijk enkele jaren last kan hebben van het incidenteel toevoegen van zout water, waardoor toekomstig gebruik aan beperkingen onderhevig kan zijn. Onderdeel van het experiment is uitvinden of en hoe vaak de zee-kraalplanten zout water nodig hebben voor optimale productie en smaakkenmerken;
- Herinrichting van de boet: geïsoleerde vloer, aanleg van water/elektra, riool, bestrating; inrichting van de trekruimte met gecontroleerde temperatuur, vocht, lichtvoorzieningen; tevens wordt een kleine educatieve hoek ingericht voor voorlichting aan projectbezoekers.

Met de regionale horeca worden contacten gelegd voor experimenteren met gerechten waarvan de Zilte Asperge prominent onderdeel is. Zo ontstaat kennis van deze zeer specifieke marktniche en wordt toegevoegde waarde gecreëerd.

⁹ Bron: Stichting Sint Donatus te Texel.

Zilt Zaaïen⁹

Het project 'Zilt Zaaïen' ligt als aanvraag bij het Waddenfonds. Uitvoering kan in 2008 starten zodra er groen licht is van het Waddenfonds. In dit project wordt de toenemende verzilting aangeprepen voor het benutten van kansen.

De te ontwikkelen proefvelden op Den Hoorn/Texel (Noord-Holland/lichte zavel/3,5 ha/ voorheen 28 jaar biologische teelt) en bij Zurich (NW-Friesland/zware zee-klai/1 ha) dienen een platform te zijn voor duurzame ontwikkeling van zilte teeltmethoden gericht op ondernemers en publiek.

Het project biedt de mogelijkheid om agrarische functies te ontwikkelen in goede verstandhouding met de natuurlijke kwaliteiten van het

gebied. Praktijk en toepasbaarheid van duurzame kennisontwikkeling staan daarbij voorop.

De Zeeuwse Tong

Het recent gestarte project 'Zeeuwse Tong' richt zich op een duurzaam productiemodel voor de gecombineerde kweek van tong, zagers (grote wormen), zilte gewassen en schelpdieren. Dit productiemodel is een combinatie van pootvisproductie binnen en doorkweek in zoutwaterbassins buiten. Het project is duurzaam vanwege de natuurlijke kringloop: vis produceert mest, mest doet algen groeien, algen vormen het voedsel voor schelpdieren en zagers. Een deel van de zagers wordt benut voor de voeding van de tong; een ander deel wordt verwerkt tot visvoer.

'Zeeuwse Tong' biedt de visserijsector een alternatief voor wilde vangst en geeft akkerbouwers nieuwe kansen. Het project moet leiden tot een nieuwe, economisch levensvatbare sector in Zeeland.

De langetermijndoelstelling voor het project 'Zeeuwse Tong' is: "De ontwikkeling van een nieuwe competitieve economische sector gebaseerd op de binnendijkse productie van zeetong, in combinatie met zagers, schelpdieren en zilte gewassen en in harmonie met zilte natuur."

Teelt van zeegroenten

Onder zeegroenten worden gewassen verstaan die in meer of mindere mate zouttolerant zijn en die geschikt zijn voor consumptie of verwerking in andere producten. Voorbeelden zijn gewassen als zeekraal en zeeaster. In Ferwerd (Friesland) is een agrariër actief bezig met de teelt en afzet van zeeaster. Op Schouwen-Duiveland, Zuid-Beveland, Tholen en Texel wordt zeekraal geteeld, waarbij wordt bevloed met zout water.

Vleesvee weiden op natuurgebieden

Zowel door het Zeeuws Landschap, It Fryske Gea als door het Groninger Landschap wordt vleesvee ingeschaard in zilte natuurgebieden. It Fryske Gea heeft zelf een vleesveeboerderij gekocht (in Hallum) waar vleesvee graast op natuurterreinen.

Producten verzameld uit natuurgebieden

De beheerder van een natuurgebied dan wel het ministerie van LNV kan een vergunning afgeven voor het verzamelen van bepaalde vruchten of planten. Deze kunnen worden vermarkt, eventueel in een verwerkt product. Zoute groenten mogen in Zeeland worden gesneden met een vergunning, maar slechts voor eigen gebruik. Vooral het snijden van zeekraal is gebruikelijk.

Kortom: ten aanzien van zilte productie zijn reeds diverse initiatieven in uitvoering, waarbij kennisverbreding en het opdoen van ervaring voorop staan.

4.2.4 Relevante actuele/bestaande projecten en initiatieven buiten Nederland¹⁰

¹⁰ Bron: 'Zilt verwerven', InnovatieNetwerk, rapportnummer 07.2.153, juni 2007.

Eén Nederlands bedrijf is in het buitenland actief: Ocean Desert 20 Enterprises (ODE) in Mexico. ODE produceert vollegronds zeekraal (*Salicornia bigelovii*) onder biologisch keurmerk. De productie is hoog en de kwaliteit is goed. ODE exporteert de zeekraal naar de Verenigde Staten en de Europese Unie, onder andere naar Nederland. Het is geen voorbeeld van het samengaan van natuur en landbouw, omdat het primair landbouwkundig is ingestoken. De teelt is biologisch.

Naast bovenstaand initiatief zijn diverse zilte initiatieven in het buitenland aanwezig. Onderstaand treft u een beknopt overzicht aan:

- Vleesvee (rundvee en schapen) weiden op zilte natuurgebieden (in Wales/Engeland vanuit een natuurfunctie in plaats van een agrarische productiefunctie / in Frankrijk ten behoeve van kwaliteitsvlees van schapen en stieren);
- Er wordt in diverse Europese landen zeekraal gesneden; deze wordt lokaal of elders verkocht;
- Vanuit Frankrijk, Israël en Mexico wordt onder andere zeekraal geïmporteerd naar Nederland.

4.2.5 Financieel

Ten aanzien van zilte productie zijn diverse initiatieven gaande, waarbij met name kennis en expertise op productiegebied voorhanden is. Kennis op commercieel en bedrijfseconomisch gebied is beperkt aanwezig en wordt vanuit de diverse bestaande initiatieven vergroot. In bijlage 2 en 3 zijn diverse financiële gegevens voorhanden ten aanzien van de mogelijke opbrengsten van zilte producten. Wij merken op dat de gegevens (zeer) indicatief van aard zijn.

4.3 Horeca (restaurantief)¹¹

4.3.1 Algemeen

Restaurants richten zich op de bereiding en verkoop van maaltijden. De branche kent een grote verscheidenheid aan bedrijfstypen. Naast restaurants worden bistro's, café-restaurants en wegrestaurants tot deze maaltijdverstrekkers gerekend. Tevens kan onderscheid gemaakt worden in type keukens. Voorbeelden hiervan zijn de Nederlands/Franse, Chinees/ Indische en Zuid-Europese keuken. Een restaurant kan beschikken over meerdere typen keukens.

¹¹ Bronnen: Rabobank, ABN AMRO, Bedrijfschap Horeca & Catering.

4.3.2 Trends

In de restaurantsector zijn diverse trends merkbaar. De meest relevante zijn:

- De toename van de buitenhuisconsumptie, onder meer door de stijging van eenpersoonshuishoudens.
- Op steeds meer plaatsen wordt de mogelijkheid tot consumeren geboden, steeds meer buiten de traditionele verkoopplaatsen.
- Meer consumenten hebben belangstelling voor hun lichamelijke gezondheid, waarbij behoefte is aan gezonde voeding en minder vet.
- Consumenten willen in toenemende mate de mogelijkheid hebben om alles te weten van het eten en drinken dat ze consumeren. Restaurants zullen meer openheid moeten geven over hun inkopen en de manier van bereiden. De open keuken in het restaurant wint hierdoor aan populariteit.
- Het gebruik van streekproducten in gerechten raakt steeds meer in trek. De afgelopen vijf jaar is het aantal nationaal erkende streekproducten gestegen met 50%. De toenemende globalisering heeft als tegenwerking dat de consument behoefte heeft aan producten die dichtbij staan.
- Kleinere hapjes (meer variatie) vervangen steeds vaker het traditionele driegangsmenu. Met kleine, tapas-achtige gerechten kan men de consument meer variatie bieden binnen een maaltijd (bijvoorbeeld zowel vlees als vis). Deze trend is ook te herkennen aan de opkomst van dim sum- en sushirestaurants in met name de grote steden.
- Er vindt een verschuiving plaats van de traditionele eetmomenten naar meerdere eetmomenten op een dag.

4.3.3 Kansen en bedreigingen

Mede op basis van bovengenoemde trends ontstaan diverse kansen en bedreigingen:

Kansen

- Een toename van het aantal kapitaalkrachtige ouderen met veel vrije tijd, die een belangrijke doelgroep zijn voor restaurants.
- Consumenten hebben in toenemende mate behoefte aan luxe en service.
Ze willen graag in de watten gelegd worden en betalen daar graag wat meer voor.
- Restaurants profiteren van de oplevende economiekwaliteit; diversiteit van de gerechten, bediening en inrichting zijn belangrijke factoren die het succes van restaurants bepalen.

Bedreigingen

- Een toenemend aantal foodconcepten die zich positioneren tussen de traditionele supermarkt en de horeca. Deze concepten spelen vaak in op de behoefte aan snelheid in een aantrekkelijke omgeving.
- Het aanbod van kwalitatief goed gemaksvuedsel door branchevreemde aanbieders groeit (zoals warenhuizen, tankstations en supermarkten).

- Een toenemend tekort aan vakkundig keukenpersoneel.
- Een toenemend aantal aanbieders zorgt voor hevige concurrentie.

4.3.4 Perspectief

Positieve vooruitzichten

Restaurants profiteren van het aantrekken van de consumptieve bestedingen. Het afgelopen jaar was een duidelijke volumegroei zichtbaar, die dit jaar zal doorzetten. Door de toenemende concurrentie van zowel bedrijven binnen als buiten de sector, blijft het rendement wel onder druk staan. Om voldoende marge te behouden, zullen ondernemers kritisch op hun kosten moeten blijven letten. Anderzijds dient men in te spelen op de behoefte van de snel veranderende consument. 'Luxe' en 'service' zijn dit jaar de sleutelwoorden. De consument wil graag in de watten gelegd worden.

De consumenten zijn steeds minder terughoudend in hun bestedingen, waarbij voornamelijk meer wordt besteed aan luxegoederen en diensten, waaronder horeca. De buitenhuisconsumptie zal in 2015 een verwachte waarde hebben van ongeveer 27 miljard euro; een toename van bijna 50% ten opzichte van 2005. Ook de restaurantsector zal van deze toename profiteren.

In de periode 2006-2010 wordt verwacht dat de omzet in de restaurantsector kan stijgen tot een waarde van 5 miljard euro. In 2005 was de groei bijna 2,5% en tot 2010 wordt een groei verwacht van 4% per jaar.

Gespecialiseerde restaurantconcepten

De consument heeft een toenemende behoefte aan gemak en snelheid. Het functioneel eten wint hierdoor snel terrein in Nederland. Consumenten hebben ook steeds meer over voor gemak en gezondheid. Om zich te onderscheiden binnen de branche, ontstaan steeds meer gespecialiseerde restaurantconcepten. Naast specifieke keukens, zoals Surinaamse restaurants, ontstaan er ook restaurants die zich volledig richten op een bepaald product (sushibars, fruitbars). Tevens zijn er de menurestaurants die een all-in concept bieden, zodat de consument van tevoren weet wat hij kwijt is. De selfservice restaurantconcepten, waarbij de consument zelf de controle heeft over de snelheid, zijn populair op zogeheten *traffic*-locaties (stations en vliegvelden).

Formulemanagement

Momenteel wordt de restaurantbranche gedomineerd door kleine, individuele spelers.

Om zich als ondernemer in het steeds groter wordende aanbod te kunnen onderscheiden, worden formulemanagement en branding steeds belangrijker. Door meerdere verkooppunten te hebben, kunnen schaalvoordelen worden behaald waardoor het rendement verbetert. Met een herkenbare formule die op meerdere plaatsen aanwezig is, kan consumentenvoorkeur worden opgebouwd.

4.3.5 Markt

Bestedingen

Van de Nederlanders eet 10% wekelijks buiten de deur. De consument die een restaurant bezoekt, doet dit gemiddeld twee keer per maand en besteedt daarbij gemiddeld € 19,- per bezoek. De gemiddelde bestedingen liggen ver uiteen tussen de deelsectoren. In Hollands/Franse restaurants wordt gemiddeld € 36,- per persoon per bezoek uitgegeven, terwijl bij restaurants in warenhuizen de gemiddelde besteding € 6,- per persoon per bezoek bedraagt. Nederlanders die in de Randstad wonen, zijn vaker te gast in een restaurant dan gemiddeld. De Chinees/Indische restaurants (inclusief afhalen) zijn het populairst bij de Nederlander.

Momenteel besteden consumenten in Nederland zo'n 35% van hun (eet)budget aan eten buiten de deur en aan kant-en-klaarmaaltijden. Naar verwachting groeit dit percentage tot 50%. Mede als gevolg van prijsverhogingen heeft de consument een zeer kritische houding aangenomen en kijkt deze sterk naar de prijs-kwaliteitverhouding.

Doelgroepen

De oudere consument is een belangrijke gast voor de restaurants. Nederlanders tussen de 50 en 64 jaar waren goed voor bijna 40% van de totale bestedingen in de restaurantbranche. Ouderen zijn actief, hebben vrije tijd en beschikken over relatief veel geld. Restaurants kunnen profiteren van een meer over de week gespreide besteding van deze groep.

Demografie

Ouderen vormen een steeds grotere doelgroep. Dit zal leiden tot een gevarieerdere vraag naar producten. Het aantal eenpersoonshuishoudens en tweeverdieners neemt ook toe. Dit biedt mogelijkheden voor restaurants, maar supermarkten en tankstations zijn hierbij wel grote concurrenten. Zij kunnen goed inspelen op het gebrek aan tijd van deze doelgroepen door hen kant-en-klare maaltijden aan te bieden.

Gemiddelde bestedingen per bezoek per gast in 2005

Onderstaand treft u een overzicht aan van de gemiddelde bestedingen per bezoek per gast in 2005¹²:

Omschrijving van besteding	Besteding per bezoek per gast (x € 1,-)
Privé	19
Zakelijk	28
Nederlands/Frans	36
Chinees/Indisch	13
Zuid-Europees	24
Overige buitenland	26
Wegrestaurant	12
Restaurant in warenhuis	6

¹² Bron: 'Horeca consumentenonderzoek' (Bedrijfschap Horeca & Catering i.s.m. Foodstep).

Zakelijk bezoek wordt vaker waargenomen in een Holland/Frans restaurant dan in een ander type restaurant. Het Chinees/Indisch restaurant werd in het eerste kwartaal van 2005 het meest bezocht (19%), gevolgd door het Hollands/Frans restaurant (10%).

Marktaandeelen in 2005

Onderstaand treft u een overzicht aan van de relatieve consumptieve bestedingen in 2005¹³;

¹³ Bron: 'Horeca consumentenonderzoek' (Bedrijfschap Horeca & Catering i.s.m. Foodstep).

Markt	Consumptieve besteding (%)
Nederlands/Frans	40
Chinees/Indisch	23
Zuid-Europees	16
Overige buitenland	11
Wegrestaurant	6
Restaurant in warenhuis	4
<i>Totaal</i>	<i>100</i>

Door de gegevens over bezoekersaantallen, bezoekfrequentie en de gemiddelde bestedingen te combineren, is het mogelijk een beeld te schetsen van de totale bestedingen. Op zaterdag en zondag wordt het restaurant het drukst bezocht. Het Chinees/Indisch restaurant kan op zondag de meeste gasten verwelkomen, terwijl voor het Hollands/Frans restaurant de piek op zaterdag ligt.

4.3.6 Aanbod

Het aanbod in de restaurantbranche bestaat uit een breed scala van ondernemingen die onder te verdelen zijn in verschillende groepen: restaurants, bistro's, café-restaurants, wegrestaurants, eetcafés en restaurants bij hotels. Een belangrijke ontwikkeling is de opkomst van buitenlandse keukens. Ongeveer 60% van de ondernemingen heeft een buitenlandse keuken. De markt voor Chinees/Indische restaurants lijkt verzadigd. In de toekomst wordt een daling van dit type restaurants verwacht, terwijl restaurants met een 'overig Aziatische' keuken in opkomst zijn. Het wokken is wel over het hoogtepunt heen en toont verzadigingsverschijnselen. Onderstaand treft u een overzicht aan van het aantal ondernemingen in 2006¹⁴:

¹⁴ Bron: Bedrijfschap Horeca & Catering.

Soort onderneming	Aantal (x 1)
Bistro	1.300
Restaurant	6.273
Café-restaurant	2.982
Wegrestaurant	113
<i>Totaal</i>	<i>10.668</i>

De restaurants bij hotels worden tot de hotelsector gerekend. Toch vormen zij met een aantal van ruim 1.500 een relevant deel binnen de gehele 'etensmarkt'. De eetcafés worden tot de drankensector gerekend.

Maar ook zij vormen met een aantal van ruim 2.000 een aanzienlijk gedeelte van het aanbod in de 'etensmarkt'. Het aantal eetcafés zal naar verwachting de komende jaren een kleine stijging laten zien.

Het aantal bedrijven in de sector stijgt sinds 2000. In de periode 2000-2006 is het aantal bedrijven, mede onder invloed van branchevervaging, met bijna 11% gestegen. Onder andere cafés en hotels, maar ook retail-bedrijven, ontplooiën activiteiten in deze sector. In de periode 2000-2006 zijn relatief meer Zuid-Europese restaurants opgericht, terwijl het aantal Chinees-Indische en Nederlands-Franse restaurants is gedaald.

Onderstaand treft u een overzicht aan van het aantal ondernemingen naar nationaliteit van de keukens in 2005¹⁵:

Nationaliteit keuken	Aantal (x 1)
Nederlands/Frans	5.928
Chinees/Indisch	2.274
Zuid-Europees	2.390
Overige buitenlandse keukens	2.629

¹⁵ Bron: *Bedrijfschap Horeca & Catering*.

Het aantal 'keukens' ligt hoger dan het totale aantal restaurants. Dit komt doordat sommige restaurants meerdere soorten keukens voeren. Het aantal Nederlands-Frans georiënteerde restaurants is de afgelopen jaren gedaald. Tien jaar geleden viel 53% van alle restaurants in deze categorie; in 2005 is dit aandeel gedaald naar 47%. Opvallende groeiers zijn de wokrestaurants, Thaise, Indiase, Japanse, Surinaamse en Spaanse restaurants.

4.3.7 Omzet

De totale omzet van de restaurantbranche in 2006 is circa € 4,4 miljard (inclusief BTW). Van deze omzet is ruim de helft afkomstig van de categorie restaurants. Ruim een derde komt voor rekening van de café-restaurants. Bistro's en wegrestaurants zijn samen goed voor bijna 10% van de omzet. Er is een grote spreiding te zien in de omzetontwikkeling. Tegenover drie op de tien bedrijven met een omzetgroei van meer dan 10%, staat één op de zeven ondernemingen met een omzetzak van meer dan 10%. Deze uitschieters hebben vooral betrekking op kleinschalige ondernemingen.

Tweederde deel van de sectoromzet zit in maaltijden, het aandeel dranken ligt rond 28%, en daarnaast zijn er inkomsten uit zaalhuur en dergelijke.

Van 2003 naar 2006 is de omzetmutatie ten opzichte van voorgaande jaren toegenomen met respectievelijk -0,1%, 3,6% en 5,6%.

4.3.8 Financiële kengetallen¹⁶

Onderstaand treft u een overzicht aan van relevante kengetallen in de restauratieve sector:

¹⁶ Bron: *Rabobank Cijfers en Trends*.

Resultatenrekening in % van de omzet

Omschrijving	Gemiddelde exploitatie (%)
Omzet	100,0
Brutowinst	71,0
Loonkosten	26,4
Huisvestingskosten	11,4
Overige kosten (inclusief rente)	15,9
Afschrijvingen	7,9
Resultaat voor belasting	9,4

Kengetallen

Omschrijving	Bedrag (x € 1.000,-)
Omzet per FTE	63
Brutowinst per FTE	44
Loonvoet	19

4.4 Recreatie/toerisme

4.4.1 Algemeen

De omzet in de sector recreatie, toerisme en horeca bedraagt circa € 26 miljard (circa 4% van BNP). De sector valt onder te verdelen in:

- Dagrecreatie (themaparken, outdoorbedrijven, sauna- en thermenbedrijven, sport- en recreatiecomplexen, zwembaden en speelparadijzen);
- Dagattracties;
- Verblijfsrecreatie (campings, groepsaccommodaties, kampeerboerderijen, bungalowparken, vakantie- en recreatieparken, conferentieoordenen);
- Watersport (jachthavens, zeilscholen, jachtcharters en dergelijke);
- Horeca.

4.4.1 Trends

De volgende trends doen zich voor binnen de recreatie- en toerismemarkt:

- Meer samenwerkingsverbanden tussen ondernemers en overheden.
- Meer vermogen (ouderen, tweeverdieners).
- Vrije tijd wordt schaarser.
- Pieken in vakantieperiodes, weekenden.
- Agenda's van kinderen worden steeds drukker.
- Ouders werken meer in het weekend (eenoudergezinnen).
- Ouderen terug naar rust, ruimte en wellness.
- Pret, beleving en avontuur.
- Beleving: rust, ruimte, bezinning en zingeving.
- Individualisering.

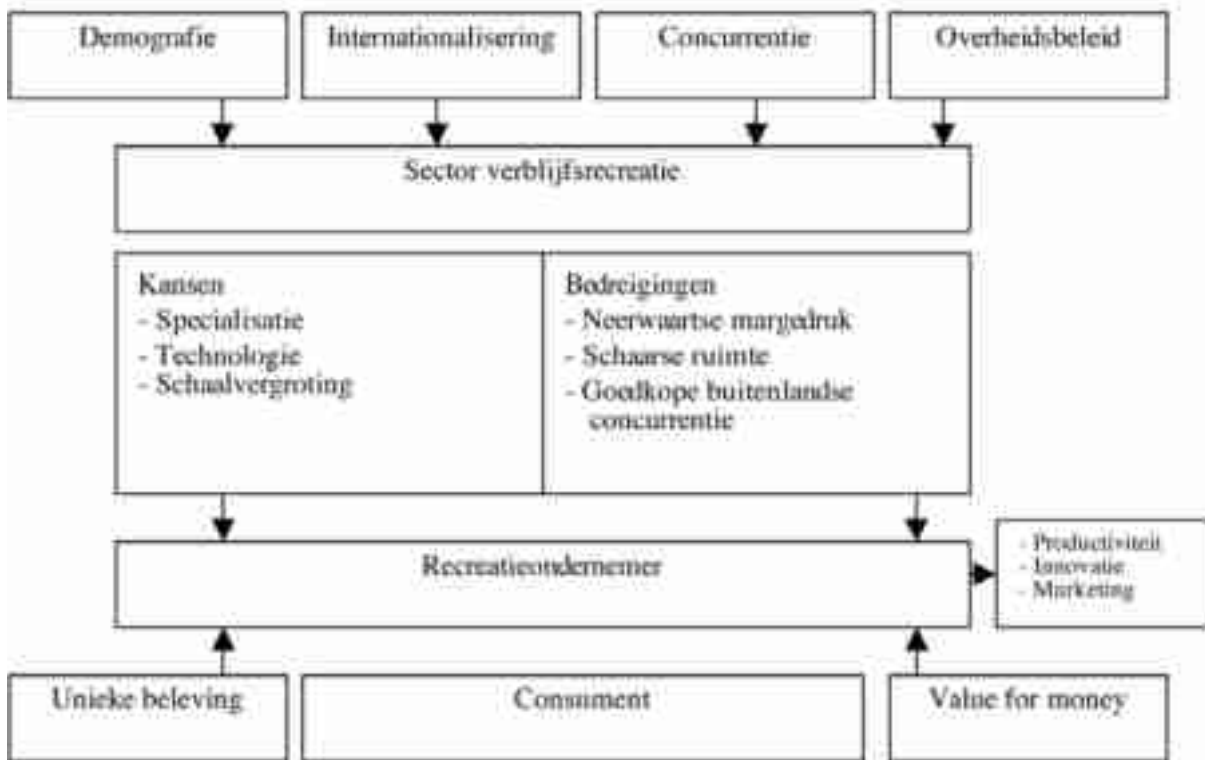
- Mobiliteit.
- In de Nota Ruimte van 2004 is vastgesteld dat de recreatiebranche de ruimte moet krijgen (letterlijk) om in te kunnen spelen op de veranderende recreatieve behoeften van de samenleving.
- Met de uitbreiding van de EU zijn er 75 miljoen potentiële consumenten, werknemers en ondernemers bijgekomen. De verwachting is dat de nieuwe landen een interessante vakantiebestemming zullen zijn voor een deel van de Nederlanders. Ook zullen er goedkope arbeidskrachten uit de nieuwe landen naar het Westen komen.
- De komende jaren zal de automatisering verder toenemen. Dit heeft invloed op alle facetten van een onderneming van bedrijfsprocessen tot verkoop en communicatie. Vooral de track and trace-mogelijkheden van de nieuwste chips (RFID) zullen veel veranderen. Kortom: ken je doelgroep en handel hiernaar.
- Het gebruik van internet neemt niet alleen toe bij het maken van reserveringen of de aanschaf van toegangskaartjes. Ook als gastenservice wordt het steeds belangrijker. Voor de jongere generatie consumenten is internet bijna niet meer weg te denken uit het dagelijks leven.
- De komende twintig jaar zal de samenstelling van de Nederlandse bevolking aanmerkelijk veranderen. Er komen meer 50-plussers, meer allochtonen en meer eenpersoonshuishoudens.
- De economie lijkt zich op de middellange termijn te herstellen. Vraag is of de branche hierin meegaat, en zo ja, op welke termijn en in welk tempo.
- Het agrotourisme lijkt een niet te stoppen ontwikkeling, die onder andere zorgt voor een verbreding van het recreatieaanbod.
- De noodzaak tot samenwerking tussen recreatiebedrijven onderling en recreatiebedrijven met derden zal de komende jaren aan belang toenemen. Dit wordt onder meer veroorzaakt door het toenemend recreatieaanbod en de huidige economische situatie.
- ‘Beleving’ is hét sleutelwoord van dit moment. Wellicht vindt er in de toekomst echter een verschuiving plaats van beleving naar zingeving.
- De consument is thuis inmiddels zo gewend aan luxevoorzieningen als een comfortabele badkamer en uitgebreide keuken dat hij deze ook op de recreatieplek niet wil missen om een verwengevoel te krijgen.
- Tegelijkertijd neemt ook de behoefte aan back to basic toe. Geen toeters en bellen, maar juist eenvoud en zelf dingen doen (bijvoorbeeld zelf brood bakken) staan centraal.
- Nederlanders hebben steeds minder beschikbare vrije tijd. Zowel in werk als vrije tijd voelen zij zich steeds meer gehaast, waardoor er een grotere behoefte aan gemak en efficiency ontstaat.

4.4.3

Kritische succesfactoren

Onderstaand treft u een overzicht aan van de kritische succesfactoren voor de recreatieondernemer¹⁷:

¹⁷ Bron: ING Economisch bureau.



De verandering van de demografie (verandering van omvang en samenstelling; denk aan vergrijzing, verdunning en verkleuring), stabilisering van de internationalisering (stabilisering van inkomend toerisme, lichte groei vanuit recent tot de EU toegetreden landen uit Centraal- en Oost-Europa), toename van de concurrentie (de afnemende vrije tijd) leidt tot keuzes bij de consument, waarbij dagrecreatie ten koste kan gaan van verblijfsrecreatie. Daarnaast zijn locatie en aanvullend aanbod een afweging bij de consument. Aanbod uit het buitenland wordt steeds toegankelijker door de lage(re) vervoerskosten en overheidsbeleid (gemeenten hebben sinds 1 januari 2008 een dominantere rol in de verblijfsrecreatie doordat de landelijke wetgeving is komen te vervallen (afschaffing van de Wet op de Openluchtrecreatie). Voorgaande leidt tot versplintering van regelgeving en mogelijkheden. Daarnaast is sprake van een toename van provinciaal beleid. Sinds 1 januari 2007 (Wet Werken aan Winst) is de vennootschapsbelasting verlaagd, maar zijn de afschrijvingsmogelijkheden op onroerend goed beperkt, hetgeen volgens Recron de investeringscapaciteit met 20% verlaagt. Dit leidt tot diverse kansen en bedreigingen in de verblijfsrecreatie.

De ondernemer dient zich te onderscheiden door productiviteitsverbetering (hogere bezettingen, strakkere inzet personeel, et cetera), innovatieve concepten (aangepaste concepten op basis van de markt) en gerichte marketinginspanningen.

4.4.4 Toerismegebieden

Het CBS in samenwerking met het NBTC (Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen) hanteert zeventien toeristengebieden in Nederland:

Nr.	Toeristengebied
1	Waddeneilanden
2	Noordzeepadplaatsen
3	IJsselmeerkust
4	Deltagebied
5	Meren in Groningen, Friesland en NW-Overijssel
6	Hollands-Utrechtse meren
7	Utrechtse Heuvelrug en 't Gooi
8	Veluwe en Veluwerand
9	Gelders rivierengebied
10	Achterhoek
11	Twente, Salland en Vechtstreek
12	Groningse, Friese en Drentse zandgronden
13	West- en Midden-Brabant
14	Oost-Brabant, Noord- en Midden-Limburg en Rijk van Nijmegen
15	Zuid-Limburg
16	Amsterdam, Rotterdam (excl. Hoek van Holland), Den Haag (exclusief Scheveningen en Kijkduin) en Utrecht
17	Overig Nederland

4.4.5 Kerncijfers toerisme en recreatie 2006

In de bijlage treft u een overzicht aan van de kerncijfers op het gebied van toerisme en recreatie over het jaar 2006. Onderstaand zijn diverse onderdelen van deze kerncijfers nader toegelicht.

De kerncijfers bevestigen de groei van de bevolking alsmede de vergrijzing en toename van eenpersoonshuishoudens. Het aantal overnachtingen van Nederlanders in Nederland neemt licht af vanwege het feit dat het buitenland makkelijker bereikbaar is geworden. De uitgaven aan vakanties in Nederland zijn gestabiliseerd.

4.4.6 Financiële kengetallen

Onderstaand zijn diverse tabellen met een toelichting opgenomen welke inzicht geven in de bestedingen en financiële kengetallen in de toerisme- en recreatiebranche:

Uitgaven van Nederlanders aan binnenlandse vakanties naar soort verblijf in 2006

Soort verblijf	Totale bestedingen	Gemiddelde uitgaven per persoon per vakantie	Gemiddelde vakantieduur	Gemiddelde uitgaven per persoon per dag
	<i>x € 1 mln</i>	<i>x € 1,-</i>	<i>Dagen</i>	<i>x € 1,-</i>
Seizoenrecreatieve logiesvormen	310	71	7,5	9
waarvan caravan, vouwwagen	150	63	7,2	9
waarvan overige logiesvormen	160	82	7,8	11
Toeristische logiesvormen	2.260	168	6,2	27
waarvan hotel	570	202	4,0	51
waarvan zomerhuisje, vakantiebungalow	920	176	6,2	28
waarvan (bungalow)tent	110	129	6,5	20
waarvan caravan, vouwwagen, camper	300	152	9,9	15
waarvan overige logiesvormen	370	139	5,8	24

Bestedingen van huishoudens aan ontspanning als percentage van hun totale bestedingen

Omschrijving	Eenheid	2005
Ontspanning	%	10,8
Sport, spel en vakantie	%	6,7
waarvan sport en spel	%	1,2
waarvan vakanties, kamperen en weekendbesteding	%	5,5
waaronder vakantie binnenland	%	0,5
waaronder vakantie buitenland	%	3,7
Overige ¹⁸	%	4,1
<i>Totale bestedingen per huishouden</i>	<i>Euro</i>	<i>29.017</i>

¹⁸ Categorieën muziek, toneel, film, fotografie, radio, tv, cd-spelers en speelgoed.

Uitgaven voor dagtochten totaal, 2006/2007 (vijfjaarlijks onderzoek) x € 1 mln¹⁹

Onderwerpen	Totale uitgaven aan dagtochten	Totale entree- en deelname- kosten	Totale consumptie- kosten	Totale reiskosten
Perioden				mln euro
2006/07				
Kenmerken dagtochten				
Totaal kenmerken dagtochten	12.715	3.116	7.526	2.073
Zonnen/zwemmen/picknicken/dagkam. totaal	357	137	156	64
Sport en sportieve recreatie totaal	2.038	719	969	350
Toeschouwer/begeleider bij sport	416	140	194	81
Toeren	262	77	106	80
Bijzondere attractiepunten, bezienswaardigheden, evenementen totaal	1.874	540	914	420
Recreatief winkelen	1.459	45	991	423
Uitgaan	5.486	1.111	3.875	500
Overig (verenigingen, hobby's) totaal	823	347	321	155

¹⁹ Bron: CBS.

	Onderwerpen	Uitgaven p. p. p. dagtocht	Entree- en deelnamekosten p. p. p. dagtocht	Consumptiekosten p. p. p. dagtocht	Reiskosten p. p. p. dagtocht
Perioden	Kenmerken dagtochten				euro
2006/07	Totaal kenmerken dagtochten	14,02	3,44	8,30	2,29
	Zonnen/zwemmen/picknicken/ dagkamperen totaal	8,62	3,30	3,78	1,54
	Sport en sportieve recreatie totaal	8,12	2,87	3,86	1,39
	Toeschouwer/begeleider bij sport	10,95	3,69	5,12	2,14
	Toeren	24,02	7,02	9,68	7,32
	Bijzondere attractiepunten, beziens- waardigheden, evenementen totaal	15,75	4,54	7,68	3,53
	Recreatief winkelen	10,87	0,34	7,38	3,15
	Uitgaan	25,36	5,13	17,92	2,31
	Overig (verenigingen, hobby's) totaal	8,58	3,62	3,34	1,62

4.5 Resumé brancheanalyses

In het kader van het concept 'Zilte ProefTuin' is een analyse uitgevoerd van de zilte productiemogelijkheden, restauratieve sector en toeristische en recreatiesector. Hier volgt een kort resumé:

Omschrijving	Toelichting
Zilte Productie	Om het hoofd te bieden aan de verzilting in Nederland, bestaat de mogelijkheid om (ver)zilte gronden in te zetten voor zilte productie. De productie van zilte gewassen staat nog voor een groot deel in de kinderschoenen. Ondanks diverse bestaande initiatieven is vooralsnog beperkt inzicht in de opbrengst- en rendementsverwachtingen van zilte productie en/of producten. Wel is bekend dat de volwaardige opbrengsten van zilte gewassen per hectare gemiddeld genomen groter zijn dan binnen de reguliere bestaande (op zoetwater gebaseerde) akkerbouw. Hierbij dient te worden opgemerkt dat sprake kan zijn van seizoensgebonden productie en dat daarnaast de zekerheid van een 'geslaagde' oogst lager is dan in de reguliere akkerbouw.
Restauratieve sector	De restauratieve branche biedt perspectieven voor de toekomst, waarbij een verandering van demografie, de wensen van de klant alsmede de trends naar gezondheid, interesse in streekgebonden producten, verschuiving en vermeerdering van eetmomenten en beleving, relevante aandachtspunten zijn. De concurrentie in de branche is fors, waardoor het onderscheiden op het gebied van beleving en kwaliteit ons inziens voorop staat. Het rendement in de restauratieve sector is afhankelijk van het onderscheidend karakter van de formule, de locatie en de ondernemer.
Toerisme, recreatie- en vrijetijdssector	De recreatie- en toerismesector is met name vatbaar voor demografische veranderingen, internationalisering, toename en verandering van concurrentie en overheidsbeleid. De ondernemer dient zich te onderscheiden door productiviteitsverbetering, innovatieve concepten en gerichte marketinginspanningen.

Een koppeling van zilte productie aan restauratieve en toeristische/recreatieve activiteiten is in het kader van de brancheanalyses op commerciële gronden haalbaar. Voorgaande is ingegeven door:

- Het feit dat innovatieve concepten, waarbij de consument wordt betrokken in een vrije omgeving, perspectieven bieden;
- Het aansluiten van trends in de recreatieve, restauratieve sector bij zilte productie. Hierbij kun je denken aan 'proeven wat je ziet', 'beleving', 'combinatie natuur en ontspanning', et cetera.

Daarnaast achten wij de volgende initiatieven positief van invloed op het concept, waardoor de kansen op succes vergroot worden:

- Een koppeling tussen de zeventien gedefinieerde toeristengebieden van Nederland en de zes gedefinieerde regio's ten aanzien van zilte productie;
- Het koppelen van het concept aan een 'zorgconcept'. U kunt hierbij denken aan de koppeling met een zorgboerderij.

5.

Conceptformulering

‘Zilte ProefTuin’

De conceptformulering begint met het vaststellen van een missie en visie, welke uitmonden in een concepttypologie met uitgangspunten en randvoorwaarden.

5.1

Missie

‘Zilte ProefTuin’ is een concept dat lokaal dan wel regionaal, een economische oplossingsrichting biedt voor verziltende gronden. Binnen het concept wordt gezocht naar een optimale balans tussen landschap, water en economie in een zilte of verziltende omgeving, en de positieve beleving daarvan. Het concept ‘Zilte ProefTuin’ is niet strikt afgebakend en biedt ruime perspectieven.

5.2

Visie

De basiselementen van ‘Zilte ProefTuin’ zijn: het telen en produceren van zilte gewassen, het eten of proeven ervan, gekoppeld aan het genieten van de omgeving en de kennis over het waterbeheer.

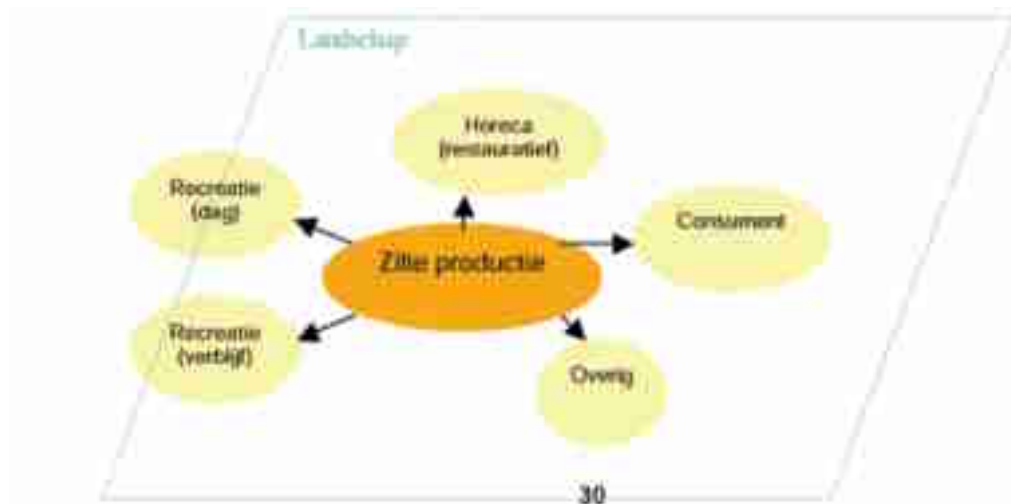
De zilte omgeving biedt ruimte aan bestaande of nieuwe vormen van recreatie. De ‘Zilte ProefTuin’ bevat voorlichting, en desgewenst educatie, over de bijzondere balans van waterbeheer, landschap en economie.

De 'Zilte ProefTuin' is niet plaats- en/of conceptgebonden en vanuit deze optiek in te zetten in meerdere gebieden, waarbij de verdeling tussen de diverse stakeholders telkens anders zal zijn.

Uitgaande van deze weergegeven missie en visie kan één (indicatieve) concepttypologie worden geformuleerd.

5.3 Concepttypologie

De 'Zilte ProefTuin' is te onderscheiden in diverse facetten, welke op individueel niveau input leveren aan het concept. Uitgangspunt is dat de zilte productie de basis van het concept vormt, waarbij diverse aanvullingen mogelijk zijn. Het concept dient de economische positie van de omgeving te versterken in combinatie met een landschappelijk fraaie inpassing. Onderstaand is een en ander grafisch weergegeven.



Onderstaand is een overzicht weergegeven van de twee uiterste opties in de keten ten aanzien van één typologie waarbij zilte productie als uitgangspunt wordt gehanteerd.

De keten is chronologisch weergegeven en bestaat uit:

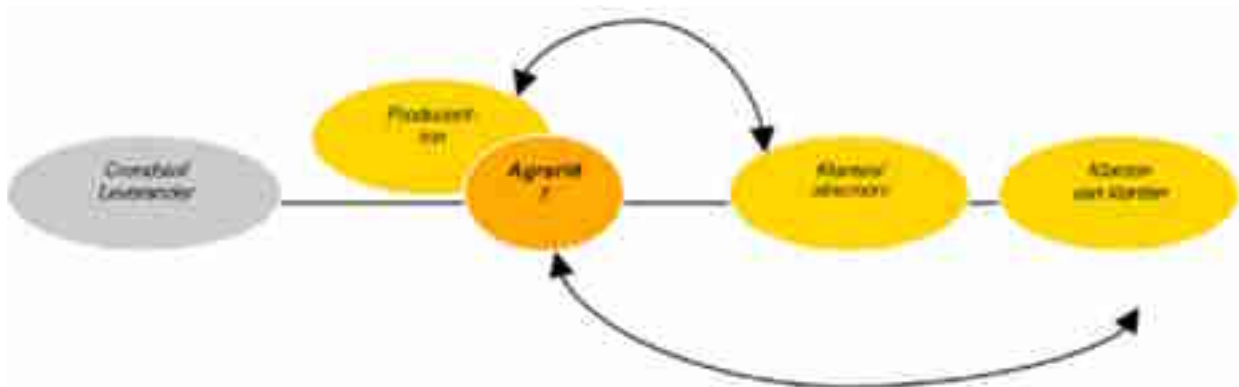
- Een leverancier van grondstoffen;
- Een producent (een agrariër/teler van zilte gewassen);
- Klanten/afnemers (restaurants, AGF-detailhandel, ondernemers in de dag- en verblijfsrecreatie);
- Klanten van klanten (consument/eindgebruiker).

Tot slot merken wij op dat een fraaie landschappelijke inpassing in de natuur bijdraagt aan het succes van het concept.

5.3.1 De 'Zilte Producent'

De Zilte Agrariër fungeert als producent en legt de nadruk op het telen (de productie) van gewassen, waarbij de afzet plaatsvindt naar

klanten/afnemers (restaurants, recreatieondernemers) en klanten van klanten (consument/eindgebruiker). De agrariër neemt geen voortouw in een restaurant en/of invulling van dag- en/of verblijfsrecreatie, maar fungeert als leverancier en producent.



Toelichting

Onderdeel keten	Omschrijving	Toelichting
Agrariër/ producenten	Zilte Productie	<p>Hoofdoorwaarde is de productie van zilte gewassen, met als doel afzet voor eigen productie te realiseren. Voorbedoelde afzet kan op diverse wijzen en aan diverse doelgroepen plaatsvinden. Het concept biedt ruimte voor productie van gewassen, welke wordt gevolgd door levering aan diverse doelgroepen.</p> <p>Gemengd bedrijf Gezien de onduidelijkheid omtrent de rendementsverwachtingen, de seizoensgevoelige productie en de status van de locatie (verziltingsgraad), geniet een gemengd bedrijf de voorkeur. Denk hierbij aan een combinatie tussen (reguliere) akkerbouw en veeteelt.</p> <p>Een gemengd bedrijf biedt tevens additionele mogelijkheden ten aanzien van recreatie en educatie.</p>
Klanten/ afnemers	Recreatie (dag)	<p>De dagrecreatie dient een educatief karakter te hebben (factor kennis), waarbij de verzilting een grote rol speelt. Hierbij valt te denken aan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rondleidingen/musea-achtige invulling (doelgroepen: scholen, vriendenclubs, personeelsuitjes, et cetera); • Wandel- en fietsroutes in de omgeving. <p>De Zilte Producent levert zijn producten en diensten aan de recreatieondernemer.</p>
	Recreatie (verblijf)	<p>De verblijfsrecreatie biedt kansen ten aanzien van educatieve invulling (zie dagrecreatie) en onder andere de afname van producten (gewassen). Denk hierbij aan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Camping en/of bungalowpark (verkoop via een 'streekwinkel'); • Bed- & breakfast-faciliteiten; • Genieten van de omgeving door middel van natuur en recreatiemogelijkheden (picknickplaatsen). <p>De Zilte Producent levert zijn producten aan de recreatieondernemer.</p>
	Horeca (restaurantief)	<p>De horeca (restaurantief) biedt kansen ten aanzien van de afname van producten (gewassen), en het eten en proeven hiervan. Hierbij kan worden gedacht aan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De verkoop van gewassen aan (een) restaurant(s), waarbij de zilte gewassen als ingrediënt, versiering of groente worden geserveerd; • Een restaurant in de natuurlijke omgeving, aangevuld met nabij geproduceerde gewassen; • Kookclinics met zilte producten, wellicht in combinatie met restaurantieve invulling (doelgroepen: scholen, vriendenclubs, kookclubs, personeelsuitjes, et cetera); • Een combinatie met dag- en verblijfsrecreatie. <p>De Zilte Producent levert zijn producten aan de recreatieondernemer.</p>
	Overig	<p>Hierbij kan worden gedacht aan een combinatie van zilte productie met:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veeteelt (schapen, geiten, waterbuffels); • Verkoop aan AGF-winkels; • Verkoop aan horecagroothandels. <p>De uitwerking van het concept dient te passen in en een aanvulling te zijn op de natuur- en landschapsbeleving in de regio.</p>
Klanten van klanten	Consument	<p>Directe verkoop van zilte gewassen door middel van een 'streekwinkel' met lokale producten, de beleving van het zelf 'plukken', eventueel aangevuld met biologische producten (vlees, groente, fruit, et cetera).</p> <p>De Zilte Producent zet zijn eigen producten af naar de consument.</p>

Op de website www.boarnshiem.nl vindt u een voorbeeld van een rundveebedrijf in combinatie met een hotel, groepsaccommodatie en camping.

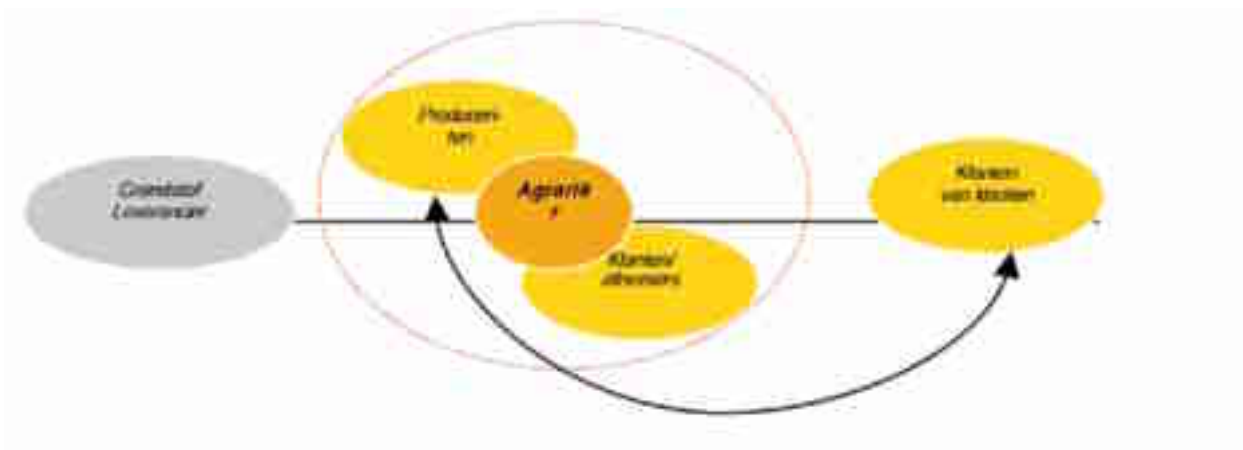
Relevant kenmerk van deze typologie is dat de kennis en expertise bij meerdere individuele marktpartijen ligt, waarbij elke schakel in de keten zelf verantwoordelijk is voor de eigen commerciële en bedrijfs-economische invulling.

Een projectmatige samenwerking tussen deelnemende partijen (bijvoorbeeld een joint-venture) kan de betrokkenheid voor het concept positief beïnvloeden. In hoofdstuk 7 wordt een nadere weergave van de invulling van het concept weergegeven.

5.3.2 De ‘Zilte Ondernemer’

De Zilte Ondernemer fungeert als producent en ondernemer, en exploiteert zelf (of in combinatie met marktpartijen) een restaurant en/of vorm van dag- en/of verblijfsrecreatie. Let op: de Zilte Ondernemer hoeft niet direct een agrarische achtergrond te hebben, maar fungeert meer als manager c.q. ondernemer.

Resumerend: de verantwoordelijkheid van de invulling van het concept ligt in hoofdzaak bij de ‘Zilte Ondernemer’.



Toelichting

Onderdeel keten	Omschrijving	Toelichting
Agrariër/producent	Zilte Productie	Uitgangspunt is de ‘Zilte Producent’ (zie 5.3.1), waarbij de Zilte Agrariër niet alleen als producent fungeert, maar een totaalconcept aanbiedt.
Klanten/afnemers	Recreatie (dag en/of verblijf)/ horeca (restaurantief)/ overige	Horeca, recreatie en overige activiteiten vinden plaats onder één paraplu, waarbij eventueel een samenwerking met partijen in de keten plaatsvindt (denk aan hotelketens, recreatiebedrijven, et cetera).
Klanten van klanten	Consument	Directe verkoop van zilte gewassen door middel van een ‘streekwinkel’ met lokale producten, aangevuld met biologische producten (vlees, groente, fruit, et cetera).

Kenmerk van deze typologie is dat de kennis en expertise van meerdere individuele partijen wordt gebundeld, waarbij elke schakel in de keten verantwoordelijk is voor de gezamenlijke commerciële en bedrijfseconomische invulling. Aan de agrarisch ondernemer worden hoge eisen gesteld qua vaardigheden en capaciteiten. Daarnaast biedt

een totaalconcept minder ondernemersrisico's ten aanzien van rentabiliteit.

Hoofdstuk 7 geeft een nadere weergave van de invulling van het concept.

5.3.3

Alternatieven

Naast bovengenoemd typologieën zou het concept verder uitgewerkt kunnen worden met alternatieve invullingen, zoals:

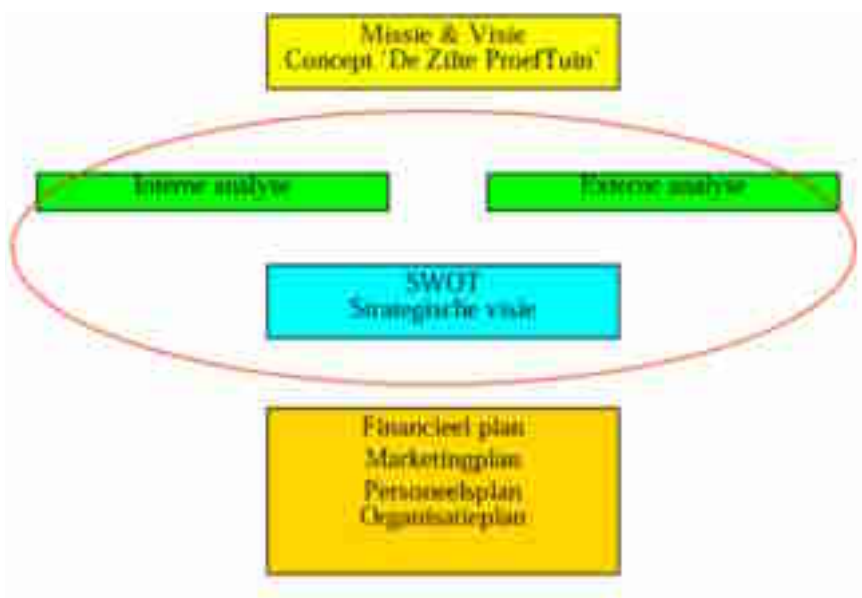
- De koppeling met een zorgboerderij;
- Alternatieve vormen van akkerbouw en veeteelt (denk aan biologische en/of halal);
- Aanvulling met een bloemenkwekerij/bollenvelden;
- Combinatie met een kuuroord;
- Aanleg van kweekvijvers (zie project 'Zeeuwse Tong');
- Aanleg van volkstuinen;
- Inpassen van een VVV-informatie en/of -verkooppunt;
- Fietsroutes en fietsverhuur;
- Combinatie met bed- & breakfast (voorbeeld op www.dekienstee.nl);
- Combinatie met koffie- en theeschenkerij (beperkt aanbod aan consumpties, met in hoofdzaak diverse soorten koffie en thee);
- Rondleidingen;
- Kaasboerderij en/of kaasmakerij.

6.

Haalbaarheid van het concept 'Zilte ProefTuin'

Op basis van voorgaande kan een gefundeerd oordeel over en een nadere uitwerking van het concept 'Zilte ProefTuin' worden weergegeven. Ten behoeve van de haalbaarheid is een SWOT-analyse uitgevoerd met betrekking tot het concept 'Zilte ProefTuin', waarbij een interne analyse (sterkten en de zwakten van het concept) en een externe analyse (kansen en bedreigingen en/of risico's van het concept) heeft plaatsgevonden.

Voorgaande is summier vastgelegd in onderstaande grafische weergave, waarbij de in dit hoofdstuk weergegeven onderdelen rood zijn omcirkeld:



6.1 SWOT-analyse

Op basis van de voorgaande hoofdstukken drie tot en met vijf wordt in dit hoofdstuk een opsomming weergegeven van de sterke en zwakke punten van het concept 'Zilte ProefTuin', alsmede de kansen en bedreigingen.

Ter volledigheid is bij van het opstellen van een SWOT-analyse gebruik gemaakt van drie invalshoeken:

- Het opstellen van een interne en externe marktanalyse door middel van deskresearch (zie hoofdstuk 4);
- Het inventariseren van trends gekoppeld aan kansen en bedreigingen door middel van deskresearch, overleg met de opdrachtgever en diverse deskundigen, die in de inleiding reeds zijn benoemd;
- Het verwerken van brancheontwikkelingen bij afnemers (consumenten en bedrijven).

6.1.1 Interne analyse

Het resultaat van de interne analyse wordt verwoord in onderstaande sterke en zwakke punten.

Sterke punten

De sterke punten van het concept 'Zilte ProefTuin' zijn:

Sterke punten

Innovatief concept, rekening houdend met de toekomst ten aanzien van verzilting (time on our side-principe).

In verschillende regio's in laag-Nederland in te zetten.

Het concept is flexibel van aard (maatwerk), hetgeen de mogelijkheden op lokaal en regionaal gebied vergroot.

Toename verziltende gronden (noodzaak van handelen en innovatie).

Integrale benadering (branchebreed, denken in concepten).

Een hoge(re) prijs voor de zilte teelten in relatie tot reguliere akkerbouw (zie bijlage 3).

Diversiteit aan doelgroepen (bedrijven, ondernemers, recreanten, overheden, bestuurders, scholieren, jongeren en/of toeristen, et cetera).

Combinatie met restaurant en verblijfs- en/of dagrecreatie (grotere doelgroep).

Klantgericht concept per locatie (wisselende combinatie van natuur, water, educatie, dagbesteding, horeca, et cetera).

Bijdrage aan en/of versterking van de identiteit van de regio's.

1 + 1 = 3-effect (toekomstige ontwikkelingen inzake verzilting koppelen met toekomstige vrijetijdsbesteding en landschapsinvulling).

Oneindig veel typologieën en combinaties mogelijk.

Zwakke punten

De aandachtspunten (zwakke punten) van het concept 'Zilte Proef-Tuin' zijn:

Beperkt aanbod zilte producten op dit moment (onbekend maakt onbemind).
(Agrarisch) bedrijfsleven nog weinig affiniteit inzake verzilting (enthousiasme is beperkt).
Beperkt aantal initiatieven met zilte gewassen in gang gezet.
Momenteel maar enkele wetenschappelijk deskundigen in Nederland op dit terrein.
Garantie zout in plaats van zoet (constant), toevoegen in productieproces (mogelijk toename van de kosten).
Onduidelijkheid over de commerciële en financiële haalbaarheid van de diverse typologieën.
Onduidelijkheid omtrent investeringen en exploitatieverwachtingen.
Onzeker krachtenveld met betrekking tot de (eventuele) stakeholders (wie neemt welke rol in; denk aan ondernemer versus financier, overheid en/of maatschappelijke organisaties).
Combinatie van functies/organisatie ondernemersschap (organisatiestructuur).
Beperkte tijd vanwege seizoensproduct (voorbeeld: zee kraal in april zaaien en tot september circa 3x oogsten).
Geldend bestemmingsplan in combinatie met mogelijke zilte functie kan conflicterend zijn.
Financiering is mede afhankelijk van individuele ondernemer (investeringscapaciteit kan hierdoor beperkt worden).
Zilte productie is (vooralsnog) arbeidsintensief.
Een agrariër is géén horeca- en/of recreatieondernemer ('van agrariër naar commercieel ondernemer').

6.1.2 Externe analyse

Deze paragraaf geeft een opsomming van de kansen en bedreigingen voor het concept 'Zilte ProefTuin' die na een externe analyse zijn geformuleerd. Input hierbij zijn met name deskresearch en gesprekken met de opdrachtgever en deskundigen geweest.

Kansen

Onderstaand treft u een opsomming aan van de kansen die gedurende het onderzoekstraject zijn geformuleerd voor het concept 'Zilte ProefTuin' op basis van de in het begin van dit hoofdstuk beschreven invalshoeken:

Kansen

Samenwerking van diverse ondernemers, overheden en andere.
Koppeling stimuleren aan (bestaande) economische activiteiten.
De effecten van verzilting worden fysiek, beleidsmatig en financieel niet overal meer bestreden.
Toename buitenhuisconsumptie en bestedingen in restaurants.
De primaire productie in Nederland richt zich op waarde, en niet zozeer op volume, als voornaamste succesparameter. Hier ligt een goede basis voor de zilte landbouw.
Aanhoudende vraag naar agrarische productie en biobased grondstoffen.
Voor eindproducten zal de nichemarkt (huidige situatie) zich naar verwachting doorontwikkelen.
Bij toenemende verzilting zal de aandacht voor verdere product- en productieontwikkeling (onder andere veredeling, productiesysteemontwikkeling) in een concurrentievoordeel kunnen worden omgezet. Immers, zoetwater-gebaseerde productie staat onder toenemende druk vanwege de afnemende beschikbaarheid van zoet water in de cruciale (groei)perioden.
Zilte productie biedt de mogelijkheid om vele product-marktcombinaties te ontwikkelen die ten goede komen aan bedrijfsverbreding en plattelandsontwikkeling.
De uitbreiding van de EU biedt recreatieondernemers de mogelijkheid om hun activiteiten en/of kennis naar de nieuwe EU-landen te exporteren. In Nederland zal de recreatiebranche gebruik kunnen maken van goedkopere arbeidskrachten uit het buitenland.
Het internet en de mobiele telefoon bieden de mogelijkheid om op een interactieve en creatieve manier met gasten te communiceren, en maken nieuwe marketingmethoden mogelijk en verbeteren de bereikbaarheid (commerciële kans).
De groeiende groep 50-plussers is een kapitaalkrachtige doelgroep die veelvuldig op vakantie gaat. De recreatiebranche kan beter tegemoetkomen aan de behoeften van deze doelgroep door naast het creëren van speciale arrangementen ook te denken aan het inzetten van oudere werknemers en het aanpassen van horecavoorzieningen (kleinere porties, speciale diëten, enzovoorts).
Door het aangaan van samenwerkingsverbanden kunnen ondernemers besparen op bijvoorbeeld inkoop- en promotiekosten. Door krachtenbundeling is men beter in staat om consumenten naar zich toe te trekken.

Recreatie is bij uitstek een branche waar belevenissen gecreëerd kunnen worden. Het is hierbij belangrijk dat alle onderdelen van het bedrijf, dus ook horeca en werknemers, geïntegreerd zijn in het totaalconcept.

Door middel van het productaanbod en het aanbieden van nieuwe concepten kunnen ondernemers inspelen op zowel de behoefte aan meer comfort als de back to basic-behoefte.

Koppeling met een zorgaspect (voorbeeld: zorgboerderij) om exploitatie te ondersteunen; inkomsten via AWBZ/PGB (persoonsgebonden budgetten).

Bedreigingen

Onderstaand treft u een opsomming aan van de bedreigingen die gedurende het onderzoekstraject zijn geformuleerd voor het concept 'Zilte ProefTuin' op basis van de in het begin van dit hoofdstuk beschreven invalshoeken:

Bedreigingen

Beperkte vraag naar zilte producten, nichemarkt (onbekend maakt onbemand).

Overheid benut zilte gebieden economisch te weinig.

Concurrentie van reguliere initiatieven.

Zijn voldoende partijen bereid om gezamenlijk een weliswaar kleinschalige, maar toch (geheel) nieuwe gebiedsinrichting op te pakken?

Consortiumvorming tussen 'zelfstandige' partijen.

Financiering van het concept (door wie?).

6.2 Strategische visie en commerciële randvoorwaarden

Met de resultaten van bovenstaande SWOT-analyse kan een strategische visie opgesteld worden waarin de kansen en bedreigingen afgezet worden tegen de sterke en zwakke punten.

Bij het concept 'Zilte ProefTuin' is ervoor gekozen om een offensieve strategie uit te voeren, door middel van de inzet van een flexibel (maatwerk) concept dat regionaal en/of lokaal inzetbaar is.

Wij achten mede op basis van de uitgevoerde SWOT-analyse en onderstaande aanvullingen, het concept realistisch en commercieel haalbaar, uitgaande van de huidige marktmogelijkheden:

- De toenemende verzilting en het innovatieve karakter in combinatie met samenwerkingsmogelijkheden, toename van buitenhuisrecreatie- en vrijetijdsbesteding, toenemende marketing- en communicatiemogelijkheden (bereikbaarheid), de vergrijzing (toenemende groep op zoek naar recreatie, met een bovengemiddeld besteedbaar inkomen) en de toenemende vraag naar beleving leiden tot de conclusie dat het concept breed inzetbaar is en commerciële mogelijkheden biedt.
- Momenteel is sprake van een beperkte vraag, een 'lage(re) prioriteit' bij de overheid ten aanzien van zilte productie en concurrentie van bestaande reguliere initiatieven op recreatie- en horecagebied. Dit

betekent dat de (latente) vraag en behoefte opgewekt dienen te worden ten aanzien van het concept, en in het bijzonder van zilte productie, waarbij het concept 'Zilte Proeftuin' volledig inspeelt op kernwoorden zoals 'gezondheid' en 'beleving'. Door een koppeling van diverse activiteiten kan risicospreiding plaatsvinden.

- Om het concept tot een succes te maken, dienen de aanwezige kennis en expertise te worden uitgebreid en de financieringsmogelijkheden te worden onderzocht. Kortom: de uitvoering van een pilot dient inzicht te geven in de 'juiste' invulling.
- Samenwerkingsmogelijkheden tussen diverse partijen in de keten (diverse marktpartijen) maken het concept slagvaardiger. De optimale invulling zou ons inziens gebaseerd moeten zijn op één eindverantwoordelijke ondernemer/onderneming, die samenwerking nastreeft, beïnvloedt en vorm geeft met (vak)inhoudelijke personen en/of instanties.
- Koppeling van een en ander in een zorgconcept (bijvoorbeeld zorgboerderij).
- Ten aanzien van het restauratieve karakter van het concept achten wij een 'bistro'-achtige invulling passend. Hierbij dient een ruimte voor circa 40 tot 60 gasten gecombineerd te worden met een geïntegreerde open keuken (gasten kunnen zien wat er gebeurt). Het restauratieve concept dient vanwege het brede karakter en die positionering niet in een hoog segment geplaatst te worden, aangezien dan een verschuiving van beleving naar prestatie (status/hoge segmentering en dito doelgroep) ontstaat.
Het concept dient altijd in het motto 'van(uit) de grond naar de mond' te staan, en dient tevens breed toegankelijk te zijn.
- Het concept dient ons inziens niet te grootschalig ingezet te worden (circa 2 tot 5 hectare zilte productie). Een en ander heeft te maken met de aanvangsinvestering, de onzekere exploitatieverwachting (mede gezien de huidige flexibele planvorming) en de factor 'beleving'. Deze factor vermindert bij grootschalige projecten.

7.

Financiële randvoorwaarden

In dit hoofdstuk treft u de belangrijkste van de beoogde financiële randvoorwaarden aan, met een beknopt plan van aanpak, met conclusies en aanbevelingen, dat de basis vormt voor de toekomstige invulling.

7.1 Concept

Het concept heeft uiteenlopende mogelijkheden, zoals hoofdstuk 5 heeft laten zien.

7.1.1 Structuur

Ten aanzien van de structuur en verdere uitwerking/invulling van het concept, stellen wij voor om een stuurgroep en/of ontwikkelgroep op te richten op provinciaal en/of regionaal niveau, die een consortium van ondernemers begeleidt bij de verdere uitwerking van het concept op lokaal/regionaal niveau.

Stuurgroep en/of ontwikkelgroep

Binnen de stuurgroep en/of ontwikkelgroep hebben zitting: Innovatie-Netwerk, vertegenwoordigers van de overheid (gemeente, provincie, waterschap(pen)), vertegenwoordigers van een agrarische organisatie (bijvoorbeeld LTO), horeca (Koninklijke Horeca NL), recreatie (Recron), kennisinstituut (Universiteit Wageningen) eventueel aangevuld met een reeds bestaande 'Zilte Agrariër' en/of 'Zilte Ondernemer' en een advies- en accountancyorganisatie (GIBO Groep).

Het is de taak van de stuurgroep en/of ontwikkelgroep om het concept verder vorm te geven. Daarbij moeten financierings- en subsidiemogelijkheden worden onderzocht, kennis en expertise worden uitgewisseld, kandidaten/marktpartijen worden gezocht en een pilot-project worden benoemd, beschreven en vormgegeven.

De samenwerking kan worden opgezet door middel van een stichting.

7.1.2 Uitgangspunten

Het concept 'Zilte ProefTuin' dient minimaal te voldoen aan de volgende uitgangspunten:

Lokale en/of regionale invulling;

- Verdieping van kennis over landschap, water en economie;
- Benadering van nieuwe markten;
- Opzet van nieuwe productiemethoden;
- Recreatieve invulling;
- Duurzaamheid en innovativiteit;
- Bijdrage aan en/of versterking van de identiteit van de ingevulde regio's;
- Benutting van zilte gronden, waarbij 'waarderen' en 'genieten' kernwaarden zijn;
- Maatwerk per regio;
- Nadruk van invulling op kust- en polderniveau;
- Bij voorkeur de inzet van bestaande agrariërs.

7.2 Financiën

Afhankelijk van de situatie zal een modulaire opbouw van het concept plaats dienen te vinden. Uitgangspunt is dat elk onderdeel van het concept op (middel)lange termijn een deel van de rentabiliteit moet verzorgen.

De basis van het concept is gericht op zilte productie. In het kader hiervan zijn grofweg twee scenario's denk- en realiseerbaar:

- A. De bedrijfsvoering van een bestaand agrarisch bedrijf (gedeeltelijk) omvormen tot een bedrijf waar zilte productie plaatsvindt.
- B. Het opstarten van een nieuw op te zetten agrarisch bedrijf met (deels) zilte productie.

Uitgaande van bovengenoemde scenario's zijn de volgende bedrijfseconomische aspecten van belang, uitgaande van een vergelijking tussen reguliere en zilte productie:

- De arbeidsintensiviteit van zilte productie ligt gemiddeld hoger dan bij een regulier akkerbouwbedrijf, hetgeen invloed heeft op de loonkosten;
- De markt biedt op dit moment géén of nauwelijks mogelijkheden ten aanzien van specifieke mechanisatie, hetgeen leidt tot het 'zelf' ontwikkelen van specifieke (bewerking)machines;

- De meeropbrengst per hectare in kilogrammen is bij zilte productie gemiddeld hoger dan bij reguliere akkerbouw;
- De opbrengst per gewichtseenheid (bijvoorbeeld kilogrammen) is relatief hoog;
- De productie van zilte gewassen is (sterk) seizoensgebonden, hetgeen additionele opbrengsten buiten het 'zilte seizoen' noodzakelijk maakt;
- De kans op verminderde oogstopbrengsten is vooralsnog gemiddeld groter dan in de reguliere akkerbouw;
- De zilte productie vindt vooralsnog op relatief kleine schaal plaats (maximaal 2 à 3 hectare), waardoor de exploitatie géén (forse) investeringen kan dragen. De inzet van een loonwerkbedrijf kan optioneel zijn;
- Optie B gaat uit van een zogeheten 0-situatie, waarbij sprake is van hoge ontwikkelings-, aanleg- en aanloopkosten;
- Indien voor een gemengde agrarisch invulling wordt gekozen (reguliere akkerbouw en/of veeteelt in combinatie met zilte productie), vergroot dit de exploitatiemogelijkheden en daalt het risicogehalte.

Wij achten op voorhand scenario A, bedrijfseconomisch gezien, het meest realistisch. Vooral omdat scenario B meer kapitaal- en risico-intensief is. Binnen het concept wordt de zilte productie gecombineerd en/of aangevuld met een restauratieve en recreatieve invulling.

Restauratieve invulling

Ten aanzien van het restauratieve karakter van het concept achten wij een 'bistro'-achtige invulling passend, waarbij een profilering ten aanzien van 'zilte' gerechten wordt nagestreefd. De (beperkte) diversiteit van zilte producten leidt tot de conclusie dat een bredere profilering noodzakelijk is naast enkel zilte producten. Hierbij kan worden gedacht aan streekproducten, reguliere akkerbouwproducten, vers fruit, eigen gekweekte specerijen, et cetera.

Het concept dient altijd in het motto 'van(uit) de grond naar de mond' te staan, en dient tevens breed toegankelijk te zijn.

Voorgaande kan vanuit een bestaand restaurant worden aangeboden, waardoor de kapitaalintensiviteit (aanvangsinvesteringen) afneemt. De nadruk zal dan met name op profilering liggen.

Recreatieve invulling

De recreatieve invulling van 'Zilte ProefTuin' valt te onderscheiden in dagen verblijfsrecreatie. Beide kunnen in combinatie met bestaande recreatiebedrijven worden ingevuld. Denk hierbij aan camping- en/of bungalowparken, groepsaccommodaties, bed- & breakfast-accommodaties.

Bij dagrecreatie kan worden gedacht aan activiteiten waarbij de investeringen minimaal zijn en de exploitatie wordt gedragen door entreeheffingen, betaalde arrangementen en/of andere betaalde initiatieven. Denk hierbij aan de exploitatie van volkstuinten, de exploitatie van fietsroutes en fietsverhuur; een combinatie met een koffie- en theeschenkerij (beperkt aanbod aan consumpties, met in hoofdzaak diverse soorten koffie en thee), rondleidingen, een kaasboerderij en/of kaasmakerij, kookclinics, 'eigen' pluk (zelf oogsten). Het natuurlijk landschappelijk karakter is onderscheidend in deze.

De verblijfsrecreatie biedt kansen door met zilte producten aansluiting te zoeken bij bestaande campings, hotels, bungalowparken en/of groepsaccommodaties. Denk aan aanvullende restauratieve etablissementen en/of verkooppunten zoals een lodge, bistro en 'streekwinkel'.

Vanuit de stuur- en/of begeleidingsgroep wordt bepaald welke typische invulling op de lokale situatie toepasbaar is; deze wordt vastgelegd in een conceptplan. Vervolgens dienen op lokaal en regionaal niveau, de subsidie- en/of financieringsmogelijkheden in kaart te worden gebracht. Hierbij dient aandacht te worden gegeven aan investering in een agrarisch bedrijf, gericht op zilte productie, aangevuld met aanverwante en alternatieve onderdelen.

Onderstaand vindt u een overzicht van de gemiddelde investerings- en exploitatiekengetallen in het kader van 'Zilte ProefTuin'.

7.2.1 Investerings- en exploitatiekengetallen

Onderstaand treft u gemiddelde indicatieve investeringskengetallen aan inzake de opzet van 'Zilte ProefTuin'.

Onderdeel 'Zilte ProefTuin'	Kengetallen (exclusief BTW)
Zilte Productie	<p>Ten aanzien van de Zilte Productie kunnen een tweetal uitgangspunten worden gehanteerd:</p> <p>1) Ombouw van een bestaand agrarisch bedrijf</p> <p><i>Investeringen</i> De investeringen zijn met name gericht op mechanisatie en de bewerking van de gronden (zoutwatergehalte). Ten aanzien van de mechanisatiemogelijkheden is eerder opgemerkt dat specifieke machines (nog) niet voorhanden zijn, waardoor creatieve oplossingen (eigen (ver) bouw van machines) gevonden dienen te worden.</p> <p><i>Exploitatie</i> Ten aanzien van de exploitatie zijn beperkte opbrengstgegevens voorhanden. Bijlage 3 geeft een overzicht van indicatieve opbrengsten per hectare. Afhankelijk van de invulling fluctueert de opbrengst sterk.</p> <p>2) Opzet van een nieuw agrarisch bedrijf</p> <p><i>Investeringen</i> Grond- en inrichtingskosten²⁰, stel: € 45.000,- per hectare. De aankoop van bouwland bedraagt per april 2008 gemiddeld circa € 33.300,- per hectare²¹.</p> <p>De verdere investeringen zijn afhankelijk van het concept en bestaan in hoofdzaak uit (bewerkings)machines (mechanisatie), opstallen, (kleine) gereedschappen en eventuele hulpmiddelen om de zoutwatervoorziening op niveau te houden.</p> <p>Tot slot kan in het kader van de investeringscapaciteit worden overwogen om de bewerkingen uit te besteden aan een loonwerkbijbedrijf.</p> <p><i>Exploitatie</i> Ten aanzien van de exploitatie zijn beperkte opbrengstgegevens voorhanden. Bijlage 3 geeft een overzicht van indicatieve opbrengsten per hectare. Afhankelijk van de invulling fluctueert de opbrengst sterk.</p>

Resumé

Zilte productie is vaak seizoensgebonden, arbeidsintensief en het risico op verminderde oogstopbrengsten is vooralsnog meer aanwezig. Voorgaande aspecten kunnen worden ondervangen door de inzet van een gemengd bedrijf (regulier en zilt).

De ombouw van een bestaand agrarisch bedrijf leidt tot lagere aanvangsinvesteringen en hiermee tot een lager financieel risico.

Horeca

Zoals eerder aangegeven, achten wij een restauratieve invulling op bistroneiveau passend. Ten aanzien van deze restauratieve invulling zijn grofweg twee initiatieven realistisch:

1) Investing in een 'nieuw' restaurant*Investerings*

Uitgaande van het concept achten wij de volgende investeringskengetallen indicatief:

Totale bruto vloeroppervlakte (inclusief publiekstoegankelijk gedeelte): 100 tot maximaal 150 m².

Totale verkoopvloeroppervlakte (publiekstoegankelijk): 60 tot maximaal 100 m².

Aantal gasten: 40 tot 60.

Investering in inrichting en bouwtechnische zaken per m², stel: € 2.000,- (exclusief BTW).

Investering in keuken(gereedschappen), stel: € 150.000,- maximaal.

2) Aansluiting bij een bestaand restaurant*Investerings*

Indien een aansluiting plaatsvindt, zullen de investeringen met name dienen plaats te vinden ten aanzien van de opzet van het restaurant.

De aankleding en het interieur dienen aan te sluiten bij de zilte profilering (denk aan een open keuken, een natuurlijke sfeer). Daarnaast zal met name een investering in profilering dienen plaats te vinden.

Exploitatie

In het kader van de restauratieve invulling zal voor een specifieke locatie met name een raming van de opbrengsten (klanten maal gemiddelde besteding) dienen plaats te vinden. Op basis van de geraamde omzetpotentie kan een kosten- en rendementsstructuur worden weergegeven.

Resumé

De ombouw van een bestaand restauratief bedrijf leidt tot lagere aanvangsinvesteringen en hiermee tot een lager financieel risico.

Dag- en
verblijfsrecreatie

De investeringen dienen afgestemd te worden op de daadwerkelijke invulling. Een analyse van de exploitatiemogelijkheden bij een specifieke invulling geeft inzicht in de investeringsmogelijkheden. Aansluiting bij een bestaande verblijfsaccommodatie leidt tot een reductie van investeringen.

Investerings

De investeringskengetallen inzake de invulling van de dag- en verblijfsrecreatie zijn zeer divers en afhankelijk van de aard van de activiteit(en). Ten aanzien van de infrastructuur achten wij de volgende kengetallen indicatief:

- Grondverzet/grasmaaien: € 1,- per m²;
- Beplantingen: € 5,- per m²;
- Aanleg wegen/paden/parkeren: € 35,- per m²;
- Bewegwijzering/verlichting: € 2.000,- per hectare.

Exploitatie

De investeringen dienen gedragen te worden door opbrengsten uit de exploitatie. Denk hierbij aan entreeheffingen, betaalde arrangementen en/of andere betaalde initiatieven. Gemiddeld wordt per persoon circa € 14,- uitgegeven aan een dagactiviteit (onder andere circa € 3,50 aan entree en circa € 8,30 aan consumpties).

Ten aanzien van de verblijfsrecreatie kan een combinatie worden gezocht met een daginvulling en/of een restauratieve invulling (zie hierboven).

De bedrijfseconomische haalbaarheid hangt af van de specifieke invulling van de investeringen en de exploitatieverwachtingen, en dient gebaseerd te zijn op een businesscase op een specifieke locatie.

Het scenario dat wij op voorhand het meest realistisch achten, is dat waarbij een bestaand agrarisch bedrijf (deels) wordt ingericht met zilte productie in samenwerking c.q. combinatie met een bestaand restaurant, aanvullende dagarrangementen en aansluiting bij bestaande verblijfsaccommodaties. Daarbij dient met name investeringen op het gebied van profilering plaats te vinden.

Om de aantrekkelijkheid en de aanloop(periode) te beïnvloeden, zal gezocht moeten worden naar de mogelijkheid van financiële bijdragen vanuit maatschappelijke instanties en overheidsinstanties.

7.2.2

Financieringsmogelijkheden

In het kader van de financierbaarheid van het concept, achten wij de volgende financieringsmogelijkheden relevant:

- Bancaire financiering (met name geschikt voor de financiering van individuele onderdelen van het concept);
- Subsidies (innovatie/landbouw/recreatie);
- Informal investors/participanten;
- Verpachting aan deelnemende partijen;
- Uitgeven van obligaties;
- Bijdragen van provincies, gemeenten en/of waterschappen.

Bij de uitwerking van lokale initiatieven kan een passende financiering worden gezocht.

8.

Vervolg

Ten aanzien van het vervolg volgt onderstaand een beknopte uiteenzetting van de mogelijke vervolgstappen²²:

1. De (eventuele) oprichting van een stuurgroep (zie hoofdstuk 7).
2. Het onderzoeken van subsidie- en financieringsmogelijkheden.
Op voorhand wijzen wij u vast op de eventuele (deel)financiering door middel van innovatievouchers, die door MKB-ondernemers kunnen worden ingezet voor het verkrijgen van kennis bij kennisinstellingen. Voor meer informatie kunt u terecht op de website van SenterNovem (www.senternovem.nl). Daarnaast kunt u meer informatie vinden op de website www.allesoversubsidie.nl, een samenwerkingsverband van MKB Adviseurs, LTO Noord en GIBO Groep.
3. Locatiekeuze.
4. Consortiumvorming.
Het samenbrengen van partijen die de intentie uitspreken om op projectmatige basis de 'Zilte ProefTuin' verder vorm te geven.
5. Vaststelling typologie/projectconcept en doelstellingen.
Typologie vaststellen op basis van de lokale mogelijkheden en geformuleerde uitgangspunten.
6. Opzet businessplan.
In voornoemd onderzoek wordt rekening gehouden met de (individuele) doelen, doelstellingen en de beschikbaarheid van mensen, middelen en methoden. Voor de uitwerking van de strategische koers van een dergelijk project betekent dit vaak aandacht voor met name commerciële, organisatorische en financiële aspecten.
7. Individuele haalbaarheidstoets.
Het (maatwerk)concept 'Zilte ProefTuin' wordt uitgewerkt voor

²² De vervolgstappen zijn weergegeven in chronologische volgorde, waarbij sommige stappen qua tijd parallel aan elkaar kunnen lopen. Wij noemen in dit verband met name stap 3 en 4.

één specifieke benoemde locatie. Hierbij wordt een markt- en risicoanalyse uitgewerkt per locatie, uitgaande van de condities en mogelijkheden van deze locatie en de kansen voor de ondernemer(s) en/of derden.

Daarbij zal onder andere de afzetmarkt van de producten worden verkend.

De potentiële locaties worden getoetst op ruimtelijke, ecologische, markttechnische, landschappelijke en recreatieve waarden, en commerciële en bedrijfseconomische mogelijkheden vanuit de elementen die zijn geschetst in de vastgestelde typologie.

8. Actieplannen

De opzet van diverse actieplannen op organisatorisch, commercieel (marketing), personeel en/of financieel gebied.

9. Overeenkomsten/afspraken.

De opzet van contracten en/of samenwerkingsovereenkomsten tussen partijen.

10. Start project.

Het project start volgens het zogeheten *Plan Do Check Act-* principe, hetgeen betekent dat vanuit de planvorming wordt gestart, en bij- en aansturing plaatsvindt indien nodig.

11. Leren en evalueren.

Vanuit de opgedane kennis kunnen vervolgprojecten worden opgestart.

9.

Literatuur en Bronnen

Bij de samenstelling van dit rapport is, naast deskresearch, gebruik gemaakt van de volgende rapporten en notities.

- *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2006-2007*, NRIT, *Toerisme in perspectief 2007*, NBTC afdeling Research, maart 2007.
- *Recreatie à la carte 2004*, Bedrijfschap Horeca en Catering, 2004.
- *Onderzoek Alternatieven Ontpoldering Westerschelde*, Commissie Maljers.
- *Kerncijfers Toerisme & Recreatie*, NBTC, 2007.
- *Toerisme en recreatie in cijfers 2007*, CBS, 2007.
- *Zilte Perspectieven*, InnovatieNetwerk-rapport 03.2.036, juli 2003, ISBN 90-5059-172-8.
- *Zouttolerantie van landbouwgewassen*, praktijkonderzoek Plant en Omgeving BV, augustus 2007.
- *Visie op Sectoren (Horeca, restaurants)*, ABN AMRO, 2007.
- *MKBA Waterdunen*, Decisio BV in samenwerking met Witteveen en Bos, 4 april 2008.
- *Essentie van het MER Waterdunen*, Oranjewoud, december 2006 (versie 4).
- *Flyer Zilte Economie 'Van zoute schade naar zilte oogst'*, InnovatieNetwerk, juni 2007.
- *Het zout en de pap*, InnovatieNetwerk-rapport 07.2.154, juni 2007, ISBN 978-90-5059-330-4.
- *Zilt Zaaïen en Zilte Productie naar de Markt*, Stichting St. Donatus, 10 januari 2008.
- *Zilt verweven*, InnovatieNetwerk-rapport 07.2.153, juni 2007, ISBN 978-90-5059-329-8.
- *Sectorstudie verblijfsrecreatie*, ING Bank, februari 2007.
- *Horeca consumentenonderzoek*,

Bedrijfschap Horeca & Catering i.s.m. Foodstep.

- Diverse relevante artikelen uit kranten, tijdschriften en/of andere uitgaven ten aanzien van de beeldvorming.
- *Zilte ProefTuin*, InnovatieNetwerk-rapport 08.2.172, september 2008, ISBN 978-90-5059-349-6.

De volgende personen en/of instellingen hebben informatie verstrekt en/of schriftelijke bescheiden aangeleverd:

- De heer C.M. van Schaik, InnovatieNetwerk.
- De heer W. Brandenburg, WUR.
- De heer J. Broodman, Provincie Zeeland.
- Kenniscentrum GIBO Groep te Arnhem.
- NRIT.
- CBS.
- ING, Rabobank, ABN AMRO bank.

Tot slot is informatie ingewonnen via de volgende websites:

- www.cbs.nl.
- www.rabobank.nl.
- www.abnamro.nl.
- www.wur.nl.
- www.aquacultuur.nl.
- www.refdag.nl.
- www.innovatienetwerk.org.
- www.zeekool.nl.
- www.recron.nl.
- www.horeca.org.
- www.nrit.nl.
- www.nbt.nl.
- www.stichting-recreatie.nl.
- www.BHenC.nl.
- Diverse relevante websites ten aanzien van de beeldvorming.

Bijlage I: Weergave van concept 'Zilte ProefTuin'

Verzilting benutten in plaats van bestrijden in een balans tussen water, landschap en economie.



Typologie	Beschrijving
Halal landschap	Schape, geiten, waterbuffels in plaats van bonte koeien.
Moeraslandbouw	Natte landbouw (kweldergebieden)/nieuwe producten en methoden.
Kwelkwekerij	Tuinbouwbedrijf (koude grond)/andere productiemethoden en gewassen zoals zeeaster ('lamsoren').
Fleur-de-mer	Bloemenkwekerij/bollenvelden.
SidderAal (viskwekerij)	Kweekvijvers onder andere schaal- en schelpdieren/aantrekkingskracht vogels.
SpaBad	Confrontatie verschillende landschappen geschikt voor kuuroord.
Stadsstrand	Retentiepolders voor tijdelijke waterberging/brakwaterplassen ('s zomers strand/'s winters bevrozing/de Zilte Volkstuin).
Zoutracen	Nieuwe geïndustrialiseerde of nog niet ontgonnen landschappen/decor tijdelijke activiteiten.
Blauwe energie	Zout- en energiewinning uit water.

Gebied	Type verzilting (1)	Zilte Land- schaps- beleving	Water- beheer (zoetwater toevoer) (2)	Economie: aanwezige Zilte Agrarische Productie	Regionale Zilte Identiteit	Bereikbaarheid (dagtochten)
Delta	Direct	Ja	Deels	Ja	Ja	+/-
Randstad	Kust: direct Polder: indirect	Ja Nee	Ja	Nee	Nee	+
IJsselmeer	Indirect	Nee	Ja	Nee	Nee	+
Kop Noord-Holland	Direct	Ja	Ja	Nee	Ja	+/-
Wadden	Direct	Ja	Nee	Ja	Ja	-
Friesland/Groningen	Kust: direct Polder: indirect	Ja Nee	Ja	Nee	Nee	-

Bijlage 2: Marktomvang en kengetallen Zilte Landbouw²³

In Nederland wordt voornamelijk jaarlijks ongeveer 100.000 kilo zeegroente geconsumeerd.

Een vrij groot deel van de zeegroenten wordt door particulieren geplukt in de natuur en vervolgens aan handelaren doorverkocht. Aangezien zeekraal en zeeaster, de bekendste zeegroenten, slechts te oogsten zijn van april tot september, wordt een aanzienlijk deel van de Nederlandse consumptie geïmporteerd. Frankrijk is een belangrijk land van oorsprong voor de in Nederland geconsumeerde zeegroenten. In Nederland is slechts één ondernemer professioneel bezig met het in cultuur oogsten van zeegroenten. De omvang van dit bedrijf bedraagt ongeveer tien hectare en het richt zich op de teelt van zeeaster. Deze wordt afgezet bij diverse horecaondernemingen en Albert Heijn.

²³ Bron: InnovatieNetwerk, de heer C. van Schaik.

Schatting van de marktomvang in Nederland²⁴

Omschrijving	Laag (kg/jr)	Hoog (kg/jr)
Zeeland	30.000	50.000
Horeca	25.000	30.000
Biologische handel	18.000	22.000
Gangbare markt	5.000	10.000
<i>Totaal</i>	<i>78.000</i>	<i>112.000</i>

Zeegroenten groeien in de Nederlandse natuur op ongeveer 650 hectare schorren, voor een deel in Zeeland. Voor een groot deel liggen deze gronden in natuurgebieden. Het snijden van zeegroenten in de natuur, hetgeen vrij veel gebeurt, heeft een negatief effect op deze natuurgebieden. Het begin van het snijseizoen valt namelijk samen met het broedseizoen van bepaalde vogels. Deze vogels maken gebruik van dezelfde schorren. Om deze reden waren natuurbeschermers de natuurplukkers van hun gronden. Om

²⁴ Bron: Op basis van Avacon, bewerking Alterra (2006).

overlast te voorkomen, geeft de provincie Zeeland ieder jaar 285 vergunningen uit aan particulieren. Op basis van deze ontheffing mag men maximaal een kilo zeegroenten plukken op 120 hectare schorren. Op deze manier wordt een Zeeuwse traditie in ere gehouden en worden tegelijk commerciële plukkers geweerd. Uit deze feiten blijkt dat het plukken van zeegroenten een lucratieve, doch arbeidsintensieve aangelegenheid is. De economische aantrekkelijkheid van het telen van zeegroenten blijkt tevens uit onderstaande figuur.

Raming van de opbrengst per hectare²⁵

Omschrijving	Productie (kg/ha)	Productie (kg/ha)	Opbrengst (€/kg)	Opbrengst (€/kg)	Omzet (€/ha)	Omzet (€/ha)
	Minimaal	Maximaal	Laag	Hoog	Minimaal	Maximaal
Zeekraal	12.000	15.000	10	20	120.000	300.000
Zeeaster	10.000	12.000	3	4	30.000	48.000

²⁵ Bron: Pp basis van Avacon, bewerking Alterra (2006).

Bijlage 3: Tien Zilte Producten²⁶

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de teelt- en kweekvoorwaarden voor tien mogelijkheden ten aanzien van zilte producten en de te verwachten opbrengsten per hectare per jaar. Tevens wordt de prijs per kilogram weergegeven, zodat een inschatting kan worden gemaakt van de te realiseren baten per hectare per jaar per teelt. Aangezien deze baten niet gerealiseerd kunnen worden zonder investeringen, wordt in onderstaande tabel ook aangegeven wat voor investeringen er nodig zijn voor het realiseren van de benodigde teeltinfrastructuur. De aanleg van aan- en afvoerwegen valt daarbuiten, aangezien gebruik wordt gemaakt van bestaande wegen. Naast investeringskosten zijn er uiteraard ook operationele kosten. Dit zijn jaarlijks terugkerende kosten die niet als investering worden beschouwd in onderstaande tabel.

²⁶ Bron: Rapport MKBA 'Waterdunen'.

Tien Zilte Producten, teeltvoorwaarden, oogsten, prijzen en investeringen (exclusief aan/afvoerwegen)

Nr.	Teelt	Teeltvoorwaarden	Oogsten (kg per ha per jaar)	Prijs per kg (x € 1,-)	Benodigde investering
1	Zeekraal	Randen van schorren (regelmatige inundatie)	4.000 - 6.000	15	
2	Lamsoor	Op kleiige bodem (slikken) met incidentele inundatie voor Zilte Smaak	4.000	20	
3	Zeekool	Op zandgronden met weinig inundatie, bijvoorbeeld in de duinen	9.000	25	
4	Groene asperges	Op kleiige bodems zonder inundatie	9.000 (per twee jaar)	8	

5	Selderij	Op kleiige bodems zonder inundatie	25.000 - 30.000	35	
6	Mosselen hangcultuur	In stromend open water met een diepte van 1,5 - 2 meter, nabij waterinlaat	Circa 40.000	1,38	Inlaatduikers (2 per ha à 15.000 euro per stuk) en hangstelsel (euro per ha)
7	Mosselen bouchotpalen	Idem	Circa 30.000	1,38	Inlaatduikers (2 per ha à € 15.000,- per stuk) en palen (200 per ha à € 50,- per stuk)
8	Kokkels (off bottom)	Idem	Circa 25.000	5,5	Inlaatduikers (2 per ha à € 15.000,- per stuk) en 142 paalkorven per ha en 320 meter touw per korf
9	Oesters (off bottom)	Idem	5.000	2,5	Onder andere inlaatduikers (2 per ha à € 15.000,- per stuk)
10	Clams (off bottom)	Idem	3.000 – 16.000 (in buitenland)	3,5	Onder andere inlaatduikers (2 per ha à € 15.000,- per stuk)

De potentiële oogsten per hectare alsmede de prijzen uit bovenstaande tabel zijn indicatief van aard. Bij Zilte Groenten gaat het altijd om restaurantprijzen. Dit betekent dat de prijs een direct (winst boer) en indirect welvaartseffect (winst restaurant) bevat. De prijzen van filterdieren omvatten alleen het directe effect, waardoor hier sprake is van een onderschatting.

De potentiële oogsten in kilogrammen per hectare zijn onzeker, omdat er niet altijd specifieke gegevens voorhanden zijn over de opbrengsten bij specifieke teelttechnieken.

In de rapportage wordt een aanname ten aanzien van rendement gemaakt, waarbij de baten op 10% van de opbrengsten worden gesteld.

Bijlage 4: Kerncijfers Toerisme en Recreatie 2006²⁷

Omschrijving	Eenheid	Jaar (2006)	Ontwikkeling vanaf 2002 ²⁸
Bevolking op 1-1	Mln	16,3	+
waarvan 0-19 jaar	%	24,3	0
waarvan 20-64	%	61,4	0
waarvan > 65	%	14,3	+
Werkzame beroepsbevolking (15-64 jaar, jaargemiddelde)	Mln	7,1	0
Geregistreerde werklozen	1.000	413,0	++
Bruto Binnenlands Product	Mld	527,9	++
Particuliere huishoudens 1-1	1.000	7.146	+
waarvan eenpersoonshuishoudens	%	35,0	+
waarvan meerpersoonshuishoudens	%	65,0	-
Oppervlakte, 1-1	Km2	41.543	0
waarvan land	Km2	33.756	0
Personenauto's, 1-1	Mln	7,0	+
Deelname aan vakanties	%	81	0
waarvan lange vakanties	%	75	0
waarvan korte vakanties	%	41	0
Lange vakanties van Nederlanders	Mln	22,4	0
Korte vakanties van Nederlanders	Mln	12,2	-
Overnachtingen van Nederlanders tijdens vakanties	Mln	264,9	-
waarvan in Nederland	Mln	98,4	-
Hotels, pensions en jeugdaccommodaties	1	3.099	0
• Slaapplaatsen	1.000	195	+
• Gasten	1.000	18.307	++
• Overnachtingen	Mln	32,0	+

²⁷ Bron: Toerisme in cijfers 2007, CBS

²⁸ -- = sterke afname,
- = afname,
0 = stabiel,
+ = toename,
++ = sterke toename

Omschrijving	Eenheid	Jaar (2006)	Ontwikkeling vanaf 2002 ²⁹
Kampeerterreinen	1	2.462	+
• Slaapplaatsen	1.000	724	0
• Gasten	1.000	3.521	0
• Overnachtingen	Mln	21,0	-
Overnachtingen van buitenlandse gasten in logiesaccommodaties in Nederland	Mln	26,9	+
waarvan in hotels, pensions en jeugdaccommodaties	Mln	16,0	+
waarvan in huisjescomplexen	Mln	6,4	-/0
waarvan op kampeerterreinen	Mln	3,9	0
waarvan in groepsaccommodaties	Mln	0,6	0
Vrijtijdsbesteding (% van de bevolking) ³⁰			
1-4 uur sport per week	%	42	0
Minimaal 1x per maand uitstap in natuur	%	48	0
Minimaal 1x per maand restaurantbezoek	%	32	-
Minimaal 1x per maand middag of avond bij familie en vrienden	%	48	+
- 10-19 uur per week tv kijken	%	38	0
Dagtochten van Nederlanders ³¹	Mln	981,6	Géén vergelijking
Uitgaven van buitenlanders in Nederland (reisverkeerbalans)	Mld	9,2	+
Uitgaven door Nederlanders aan vakanties in Nederland	Mld	2,6	-

²⁹ -- = sterke afname, - = afname, 0 = stabiel, + = toename, ++ = sterke toename

³⁰ Cijfers over het jaar 2004.

³¹ Cijfers over het jaar 2001/2002, exclusief uitstapjes vanaf vakantieadressen.

Bijlage 5: Grondprijs tien procent hoger

15 mei 2008, 16.13 uur.

Grasland is in de laatste zes maanden dik 9 procent in prijs gestegen; bouwland met ruim 8 procent. In Twente is de stijging van de grondprijs het grootst.

Landbouwgrond blijft maar in prijs stijgen. In het afgelopen half jaar steeg de prijs met bijna 10% vergeleken met het halfjaar daarvoor. Bouwland werd ruim 8% duurder en kostte in april gemiddeld € 33.297,- per hectare. Grasland steeg met dik 9% tot gemiddeld € 30.959,- per hectare. Dit blijkt uit cijfers van het Kadaster, bewerkt door *Boerderij*.

Uit de halfjaarcijfers blijkt dat vooral de prijs in Twente sterk steeg. Het gewogen gemiddelde ligt daar op ruim € 40.000,- per hectare. Een hectare bouwland bracht daar ruim € 41.000,- op; de waarde van grasland ligt € 2.000,- lager.

Meer hoge grondprijzen tussen de € 40.000,- en € 50.000,- per hectare zijn te vinden in de gebieden rondom Utrecht, het zuidoosten van Noord-Brabant, de Noordoostpolder en het zuiden van Zuid-Holland.

Globale economische waarde van agrarische grond (grondkosten plus inrichtingskosten)

(Bron: Rapport 'Zilte Perspectieven')

Teelt globale economische waarde	(Euro/ha)
Grootfruit appel	71.000
Grootfruit peer	92.000
Akkerbouw	45.000
Bollengroente/vollegrondsgroenten	55.000
Melkveehouderij	45.000

Summary and Conclusions

Commercial Analysis of the Experimental Brackish Garden Concept: exploiting salinity instead of fighting it – a balance between land cape, water and economy.

L. M. Verhoeven, GIBO Group Accountants and Consultants
InnovationNetwork Report no. 08.2.185, Utrecht, the Netherlands, September 2008.

InnovationNetwork develops groundbreaking solutions for agriculture, agribusiness, the food industry and the countryside and makes sure that they are put into practice. As part of this mission, a concept known as the Experimental Brackish Garden has been developed. This has its origins in the increasing salinity of various parts of the Netherlands and was prompted by research into that trend. As the concept evolved, a point was reached when it became necessary to gain a greater understanding of its market potential and likely profitability.

InnovationNetwork therefore commissioned the GIBO Group to analyse the commercial feasibility of the idea.

The Experimental Brackish Garden concept

The underlying notion behind the Experimental Brackish Garden is that, instead of fighting the increasing salinity of some Dutch rural land – most notably coastal areas and polders – it can be exploited. This is based upon the working assumption that there may exist commercial potential in the cultivation of saline crops and other produce requiring brackish conditions. As well as growing these crops for consumption, the experimental setting should provide a recreational environment and help improve our knowledge of water management techniques. Above all, though, it is hoped that it will

pioneer an economically viable and appealing concept for the use of brackish areas – one which will be embraced jointly by business, community organizations and governments.

To assess this potential, a wide-ranging analysis of the Experimental Brackish Garden concept has been carried out. This encompasses saline cultivation, the retail catering sector and the leisure and tourism industry.

Activity	Description
Saline cultivation	Despite numerous initiatives, the commercial cultivation of saline crops is still in its infancy. As a result, only limited information is available about likely yields and revenues. Compared with regular arable farming, saline cultivation is different in a variety of ways. The most economically relevant of these are: greater labour intensiveness; lack of mechanization; lack of key investment and revenue figures; higher yield per hectare; seasonality, giving rise to a need for other sources of income (e.g. mixed farming, alternative activities); higher crop failure rates; and small scale (current initiatives are limited to 2-3 hectares).
Retail catering	The retail catering sector is currently experiencing a change in customer demographics and wishes, a trend towards healthier eating, a renewed interest in regional produce, more and different moments of consumption, greater demand for a 'dining experience' and fierce competition. Success largely depends upon a distinctive formula, the right location and a good entrepreneur.
Leisure and tourism	The leisure and tourism industry is particularly susceptible to demographic changes, internationalization, increased and shifting competition and government policy. Success relies upon improved productivity, innovative concepts and well-targeted marketing.

From the industry analyses, it appears that linking saline production with retail catering, leisure and tourism is commercially viable. This position is informed by the following factors.

- There is potential in innovative concepts involving the consumer in a 'free' environment.
- Current trends in leisure, tourism – both day trips and longer stays – and the retail catering sector are a good match with developments in saline production and its potential. In this respect, one can cite such popular notions as 'taste what you see', 'experience' and 'nature combined with relaxation'.

We also consider that the following initiatives would have a positive effect upon the concept, thus increasing its chances of success.

- The linkage of the 17 defined tourist regions in the Netherlands with the country's six defined saline production zones.
- This concept's linkage with social initiatives, such as so-called 'therapy farms' for people with physical disabilities, learning difficulties or psychosocial disorders.

There are two extremes to the Experimental Brackish Garden approach, which we have called 'the saline producer' and the 'the saline entrepreneur'.

- The 'saline producer' is essentially a farmer whose main activity is growing crops.
- The 'saline entrepreneur' also grows crops, but in addition operates a

restaurant and/or leisure facilities for day visitors or longer-stay tourists – or both – either alone or jointly with a commercial partner.

Strategic vision and conditions for commercial success

From the above, plus an extensive SWOT analysis and taking into account the additional observations below, we consider the concept realistic and commercially viable in the current market conditions.

- On the one hand, salinity is increasing and this concept is an innovative response to it. On the other, there is a clear potential for collaboration, an increase in outdoor leisure activities, greater marketing and communication opportunities (accessibility) and an ageing population in search of recreation and with an above-average disposable income, plus expanding demand for ‘experiences’ in general. The combination of these factors leads us to conclude that the concept is both widely useable and commercially viable.
- At present, however, demand for saline production is limited, its development is not a high priority for either government or the private sector and there is considerable competition from established ‘normal’ leisure and hospitality facilities. This means that the latent demand for the new concept – and for saline production in particular – needs to be aroused. To this end, the Experimental Brackish Garden must exploit key terms like ‘health’ and ‘experience’ to the full. Combining a variety of activities should spread the risk.
- To make the concept a success, the existing knowledge and expertise must be enhanced and the potential sources of funding must be thoroughly investigated. In practice, this means that a pilot project is needed to find the ‘right’ approach.
- The concept has a far greater chance of success if full use is made of the opportunities for collaboration between the ‘links’ (commercial players) in the supply chain. In our view, the ideal structure centres on a single entrepreneur or business with ultimate responsibility for the concept, but who seeks, fosters and shapes partnerships with a range of other relevant professionals and organizations.
- There lies great potential in linkage with social initiatives such as ‘therapy farms’ where residents drawn from specific need groups work in a remedial setting, under professional supervision. They are funded from the personal budgets allocated under the Exceptional Medical Expenses Act (AWBZ). As well as potentially reducing labour costs, this approach provides disadvantaged members of the community with tailored facilities and worthwhile activities.
- As for the catering side of the concept, we consider a ‘bistro-like’ approach the most suitable. This combines seating for about 40-60 guests with an ‘open’ kitchen so that they can see how their food is prepared. Given the nature and positioning of the concept as a whole, the restaurant should not be too exclusive: that would cause a shift in expectations from ‘experience’ to ‘performance’, with a concomitant narrowing of the customer base.
- Whilst remaining as accessible as possible, the catering concept should always be based upon a notion like ‘From land to mouth’. The limited range of truly saline produce available leads us to conclude that a broader positioning is needed: as well as saline crops,

the restaurant could also serve other local foods, regular agricultural produce, fresh fruit, home-grown herbs and spices and so on.

- In our view, the concept should not implemented on too large a scale. About 2-5 hectares of saline production is ideal. This opinion is shaped by the amount of initial investment required, the uncertainties involved – due, not least, to the current flexible planning – and the ‘experience’ factor, which wanes as a project grows in size.

Financial aspects

At heart, the concept is based upon the production of saline crops. With this in mind, there are two conceivable scenarios.

- A. The full or partial conversion to saline production of an existing farming business.
- B. The establishment of a new farming business devoted to saline production, either in whole or in part.

From an economic point of view, we consider A the most realistic of these options – not least because scenario B is far more capital and risk-intensive. Moreover, the most promising version of the concept combines saline crop production with retail catering and leisure activities.

Whilst remaining as accessible as possible, the concept should always be based upon a notion like ‘From land to mouth’.

Combining the introduction of this concept with existing initiatives or businesses will reduce its capital intensiveness in terms of initial investment and so on. Consequently, more emphasis can be placed upon profiling the business.

The leisure side of the Experimental Brackish Garden can be divided into two distinct components: facilities for day visitors and for longer-stay tourists. The latter can be operated in partnership with established accommodation businesses: campsites, holiday parks, holiday homes, bed and breakfasts, hotels and so on.

For day visitors, the ideal activities are those requiring a minimum of investment and for which an entry fee can be charged or revenue secured in other ways. Naturally, the rural character of the attraction is also vitally important. Possible examples include additional catering and retail outlets, such as a bistro or farm shop.

The concept’s economic viability is very much dependent upon where exactly the investments are made and what the expected returns are. It is essential, therefore, to compile a business case for each specific location.

At this stage, we believe that the most realistic scenario involves the full or partial conversion to saline production of a existing farming business, combined or working in collaboration with both an established restaurant and overnight accommodation providers, as well as offering additional facilities for day visitors. In this situation, the bulk of the investment required can go into profiling the business.

To enhance the concept's appeal and to ease the financial burden during the start-up period, all possible monetary contributions in the form of grants or subsidies from public or private sources should be sought and links should be forged with other farms, business and initiatives wherever possible.

Follow-up and implementation

To take this concept forward, we now propose that a steering or development group be formed. This should involve both public and private-sector organizations, with a view to developing the concept in greater detail, investigating potential sources of investment and funding, sharing knowledge and expertise, seeking possible operators of the Experimental Brackish Garden and initiating, designing and launching a pilot project.

After that, the following actions need to be taken in turn: select a location, form an operating consortium, define the project objectives, compile a specific business plan, conduct a feasibility study, prepare a plan of action, draw up final agreements and contracts, launch the project and then monitor and revise it as necessary.