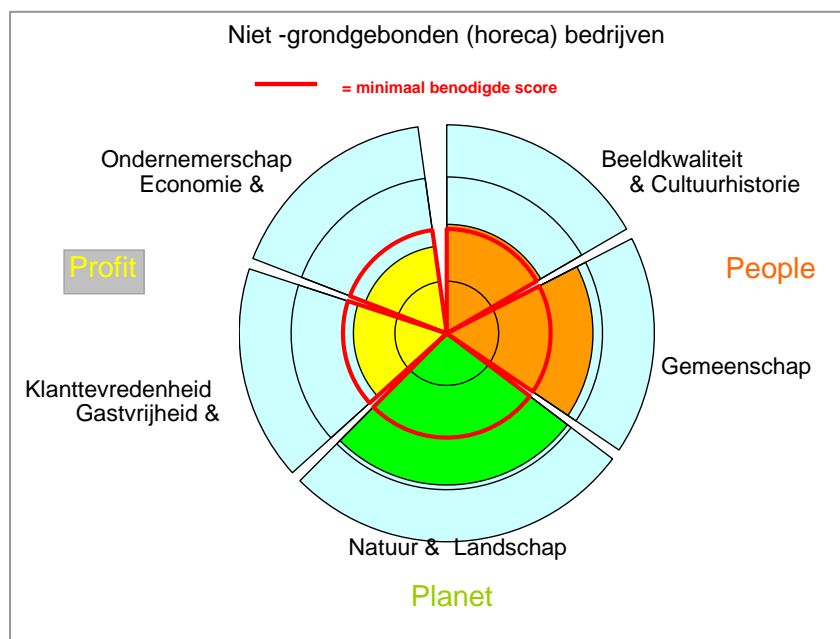


Naar een nieuw instrument voor gebiedscertificering voor bedrijven

Marcel Vijn, Frans van Alebeek, Pieter de Wolf & Andries Visser



© 2010 Wageningen, Praktijkonderzoek Plant & Omgeving B.V.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Praktijkonderzoek Plant & Omgeving.

Praktijkonderzoek Plant & Omgeving B.V. is niet aansprakelijk voor eventuele schadelijke gevolgen die kunnen ontstaan bij gebruik van gegevens uit deze uitgave.



Dit project is uitgevoerd in opdracht van de Taskforce Multifunctionele Landbouw en in samenwerking met Bureau Praedium (Postbus 69, 5460 AB Veghel).

Projectnummer: 3250118208

Praktijkonderzoek Plant & Omgeving B.V.

Sector Akkerbouw, Groene Ruimte en Vollegrondsgroenten

Adres : Edelhertweg 1, Lelystad
: Postbus 430, 8300 AK Lelystad

Tel. : 0320 – 29 11 11

Fax : 0320 – 23 04 79

E-mail : infoagv.ppo@wur.nl

Internet : www.ppo.wur.nl

Voorwoord

Dit document geeft een toelichting en verantwoording bij het tot stand komen van een Instrument voor Gebiedscertificering, zoals dat in opdracht van de Taskforce Multifunctionele Landbouw is ontworpen.

In het hele traject hebben Geert van der Veer, Annemiek van Beek en Judith van Doren (Bureau Praedium) en Albert-Jan Vester (secretaris Stichting Streekfestival Het Groene Woud) meegedacht over de opzet een aanpak en kritisch gekeken naar verschillende versies van de vragenlijsten. Ook de testen met vragenlijsten op praktijkbedrijven zijn mede door Bureau Praedium begeleid en uitgevoerd.

Vanuit de Stuurgroep van dit project hebben Arjan Monteny en Maarten Fischer (Taskforce Multifunctionele Landbouw), Joos van Hees (ZLTO) en Han Wiskerke (WUR, Leerstoelgroep Rurale Sociologie) constructief commentaar gegeven. Abco de Buck (PPO-AGV) heeft het rapport met kritisch commentaar verbeterd.

Inhoudsopgave

pagina

1	WAAROM GEBIEDSCERTIFICERING?	7
2	VRAAGSTELLING	9
2.1	Vraagstelling vanuit de Taskforce Multifunctionele Landbouw	9
2.2	Vraagstelling vanuit Het Groene Woud.....	9
3	VERKENNING CERTIFICERINGSINSTRUMENTEN IN ANDERE GEBIEDEN	11
4	DE MOGELIJKHEDEN VAN GEBIEDSCERTIFICERING	13
5	KERNWAARDEN VAN HET GROENE WOOD EN HUN VERTALING NAAR THEMA'S	19
6	MAER AANPAK ALS INSPIRATIE EN VOORBEELD.....	21
7	ONTWERPKEUZES EN UITGANGSPUNTEN.....	23
8	VRAGENLIJSTEN BALANCEREN & VERBETEREN	27
8.1	Ontwikkelen van vragenlijsten	27
8.2	Puntentelling en weging	28
8.3	Streefwaarde en minimum eis	30
9	AANVULLING: EEN GEDRAGSCODE	31
10	PRAKTIJKTEST BIJ 17 ONDERNEMERS IN HET GROENE WOOD	33
11	HET VERVOLG.....	41
	BRONNEN	45
	BIJLAGE 1 INVENTARISATIE REGIONALE CERTIFICERINGSSYSTEMEN	47
	BIJLAGE 2 KERNWAARDEN VAN HET GROENE WOOD	53
	BIJLAGE 3 GEDRAGSCODE GEBIEDSCERTIFICAAT	55
	BIJLAGE 4 VRAGENLIJST GRONDGEBONDEN BEDRIJVEN.....	57
	BIJLAGE 5 VRAGENLIJST NIET GRONDGEBONDEN	69
	BIJLAGE 6 HANDREIKING BIJ HET BEPALEN VAN “STREEKEIGEN” EN “AUTHENTIEKE” KENMERKEN	81

1 Waaron gebiedscertificering?

Veel gebieden in Nederland hebben nog steeds een sterk agrarisch karakter. Het landschap is voor een belangrijk deel gevormd door eeuwenlang agrarisch beheer en wordt nog steeds grotendeels beheerd door agrarische bedrijven. De meeste bebouwing in het buitengebied staat op (voormalige) boerenerven. Kortom, de kwaliteiten van een regio werden en worden vooral bepaald door de agrarische ondernemers ter plaatse.

Om deze kwaliteiten in stand te houden of zelfs te bevorderen is het idee van gebiedscertificering ontwikkeld. Individuele bedrijven kunnen hierin gecertificeerd worden voor hun bijdrage aan de gebiedskwaliteiten. Ondernemers willen zich met hun bedrijf steeds vaker verantwoord voor de manier waarop zij proberen duurzaam en maatschappelijk verantwoord te ondernemen. Ook willen zij zich in een competitieve markt kunnen onderscheiden, en certificering van hun producten, of hun bedrijf, of hun samenwerkingsverband in een gebied kan hierbij een krachtig instrument zijn. Gebiedscertificering is nog een relatief nieuw en onontgonnen terrein, en onderscheidt zich van productcertificering waarbij de kwaliteit van dat product (c.q. merk) en de productiewijze centraal staat.

Praktijkonderzoek Plant & Omgeving is door de Taskforce Multifunctionele Landbouw gevraagd om een methodiek te ontwikkelen die in meerdere regio's toepasbaar is. Hieraan gekoppeld is een praktijkcasus in het Groene Woud (Noord-Brabant).

De methodiek voor gebiedscertificering moet dus ruimte bieden aan de diversiteit van de gebieden waarin men eventueel met gebiedscertificering aan de slag wil. Deze notitie is bedoeld om inzicht te geven in de mogelijkheden van gebiedscertificering, om een aantal basiskeuzes te benoemen en deze te vertalen naar een aantal modellen voor gebiedscertificering.

Om te komen tot een zinvolle en effectieve toepassing van gebiedscertificering is het belangrijk om helder te maken wat wij onder certificering verstaan. De meeste definities (o.a. woordenboeken en boeken over kwaliteitsmanagement) beschrijven certificering als:

Een procedure waarin een onafhankelijke derde partij een garantie afgeeft dat een product/dienst/systeem/proces voldoet aan een bepaalde standaard.

Strikt genomen vallen interne kwaliteitszorgprocedures daar dus niet onder, tenzij die weer ISO-9001 gecertificeerd worden (dat is een garantie dat een organisatie een interne kwaliteitszorgprocedure heeft met een zelf te bepalen standaard).

Wij gebruiken in dit project de volgende (werk-)definitie:

Certificering is de regelmatige toetsing van procedures of producten/diensten aan een vastgelegde standaard, om de kwaliteit van deze procedures of producten/diensten te borgen.

Vertaald naar gebiedscertificering gaat het om de regelmatige toetsing van procedures of producten/diensten van agrarische bedrijven aan een gebiedsstandaard. Voorbeelden van procedures zijn het onderhoud van landschapselementen of maatregelen om bepaalde plantensoorten te beschermen. Producten of diensten kunnen heel breed worden opgevat: Een landschapselement, zoals een gebouw of een houtwal, kan gezien worden als een product van een agrarisch bedrijf. Maar ook een dienst (bijvoorbeeld Bed & Breakfast) en zelfs een waarde als gastvrijheid kan gezien worden als een product en kan worden beschreven met procedures en kwaliteitseisen.

De gebiedsstandaard kan dus voorschriften en normen bevatten voor zowel procedures (hoe doe je iets?) als producten/diensten (wat moet je hebben en/of waar moet het aan voldoen?). In een

belangrijk weidevogelgebied kunnen bijvoorbeeld voorschriften worden opgesteld voor maaitijdstippen en maatregelen om nesten te beschermen. Vast te stellen eisen kunnen betrekking hebben op producten zoals het aantal beschermde nesten van bepaalde soorten weidevogels, of een informatiebord, of een wandelroute met bewegwijzering en een folder.

Een belangrijk aspect van de standaard is dat deze meetbaar en/of toetsbaar moet zijn: Het moet mogelijk zijn om te bepalen of een bedrijf voldoet aan de standaard of niet, in de eerste plaats door de onderneming zelf en vervolgens ook door derden.

Certificering kan zowel interne als externe redenen hebben. Interne redenen komen voort uit het bedrijf of een groep bedrijven die bepaalde kwaliteitsaspecten willen borgen of verbeteren, bijvoorbeeld omdat er risico's zijn dat dingen mis gaan die het bedrijf geld kosten. Het kan dus zijn dat deze vorm van certificering niet aan de buitenkant zichtbaar is. Een ander voorbeeld van een interne motivatie zijn de branche-keurmerken, zoals de NVM-makelaar of de BOVAG-garage. De branche heeft dan zelf een kwaliteitsstandaard ontwikkeld, waar aangesloten bedrijven aan voldoen. Deze certificeringssystemen hebben ook een duidelijk marketingaspect: het biedt bepaalde (kwaliteits-) garanties voor klanten.

Externe redenen voor certificering zijn vrij gangbaar: De markt of de overheid stelt bepaalde eisen, bijvoorbeeld aan voedselveiligheid van producten. Supermarkten willen producten verkopen die aan deze eisen voldoen en organiseren daarvoor een certificeringssysteem voor leveranciers. Global-GAP is daar een mooi voorbeeld van: agrarische ondernemers kunnen hun producten alleen afzetten bij supermarkten of retailers als ze Global-GAP gecertificeerd zijn.

De grote vraag bij certificering is: Wat levert het op? Certificering kan een vrij complex en kostbaar instrument worden en bij onvoldoende rendement is de kans groot dat de invoering ervan mislukt. Het rendement kan zowel positief (beloning) als negatief (sancties) zijn en hoeft ook niet altijd direct financieel te zijn. Belangrijk is wel dat kosten en baten in balans zijn.

Gebiedscertificering is extra complex omdat het een generiek instrument is met een algemene standaard die voor een reeks van heel uiteenlopende bedrijven geschikt moet zijn. In Het Groene Woud gaat het om veehouderijen, akkerbouwers en groententelers, maar ook kwekerijen, grote en kleine boerencampings, restaurants, een bierbrouwer, een cateraar, bedrijven met een galerie, en met een boerderijwinkel. Bedrijven in het groene buitengebied, maar ook niet-grondgebonden bedrijven in dorpen en zelfs op industrieterreinen. Het spanningsveld is dat we met gebiedscertificering enerzijds rekening willen houden met heel verschillende bedrijven, waarvan sommigen door hun ligging, historie en andere omstandigheden (vaak buiten hun invloedssfeer) veel meer of juist veel minder bijdragen aan de gewenste kwaliteiten van het gebied als totaal. Anderzijds willen we juist wel onderscheid maken tussen bedrijven die zich zeer inspannen om een bijdrage te leveren aan de kwaliteiten van het gebied en bedrijven die op deze punten veel minder inspanning en kwaliteit leveren. Dat spanningsveld wordt nog groter omdat we een instrument ontwerpen dat voor verschillende gebieden in Nederland uitgangspunt zou moeten kunnen zijn.

2 Vraagstelling

2.1 Vraagstelling vanuit de Taskforce Multifunctionele Landbouw

Mede geïnspireerd door het traject in Het Groene Woud en door vragen vanuit andere regio's heeft de Taskforce Multifunctionele Landbouw opdracht gegeven aan Bureau Preadium te Veghel en PPO-AGV tot "het ontwikkelen van een instrument voor gebiedscertificering dat niet alleen in Het Groene Woud maar ook in andere regio's in Nederland gebruikt kan worden". Bij die opdracht is meteen meegegeven dat als praktijkcase gebruik gemaakt diende te worden van het traject rond gebiedscertificering zoals dat in Het Groene Woud reeds liep. Zo hebben de kernwaarden van het gebied Het Groene Woud, zoals verzameld in enkele workshops met diverse gebiedsactoren, als inspiratie gediend voor de thema's die in de certificering centraal staan. Concept vragenlijsten zijn op een tiental bedrijven in Het Groene Woud getest, om deze vragenlijsten te verbeteren. In het vervolgetraject zal het ontwikkelde instrumentarium in een workshop op bruikbaarheid getoetst worden onder vertegenwoordigers uit andere regio's van Nederland.

2.2 Vraagstelling vanuit Het Groene Woud

Voor de vraagstelling vanuit Het Groene Woud citeren we (met enige weglatingen) uitvoerig uit het Ambitiestatement van Het Groene Woud:

"Aanleiding:

Het platteland in Nederland ontwikkelt zich razendsnel. Er dienen zich nieuwe marktkansen aan zoals bijvoorbeeld regionalisering, recreatie en duurzaamheid. Veel ondernemers spelen hierop in waardoor de functie van het platteland verschuift van zuiver productie naar diensten (recreatie), landschap en productie met meerwaarde. Echter, veel ondernemers hebben te weinig kennis, ervaring of mogelijkheden om volwaardige bedrijven te ontwikkelen die op deze nieuwe kansen kunnen inspelen. Zij blijven op een bepaald niveau hangen, en het lukt hen niet de stap te maken naar een hoger niveau waardoor zij onvoldoende inkomsten genereren om verantwoord te investeren in verdere ontwikkeling van de nieuwe bedrijfstak.

De bovenstaande ontwikkeling is erg herkenbaar voor de ondernemers binnen nationaal Landschap "Het Groene Woud". Vanwege de beperkingen m.b.t. de bedrijfsontwikkeling (accent ligt op behoud van de unieke natuur en landschap) zijn zij al geruime tijd op zoek naar mogelijkheden om in te spelen op de nieuwe marktkansen.

In samenwerking met een groot aantal partijen (Provincie, Gemeenten, ondernemers, TaskForce Multifunctionele landbouw, Adviesorganisaties, etc.) is daarom het initiatief "Branding Het Groene Woud" gerealiseerd. Branding "Het Groene Woud" wil het totale gebied met al haar kenmerken, producten en diensten onder één merk in de markt zetten en zo een duurzame ontwikkeling van "Het Groene Woud" bereiken. Binnen branding wordt natuur en landschap versterkt, wonen mensen tevreden in Het Groene Woud en kunnen ondernemers in het gebied de kost verdienen.

Branding is gebaseerd op een aantal belangrijke uitgangspunten. Deze uitgangspunten worden hier kort besproken.

A: Duurzame ontwikkeling met de drie P's

De overtuiging van "Branding Het Groene Woud" is dat er alleen een duurzame (blijvende) ontwikkeling gerealiseerd kan worden als de drie P's People, Planet en Profit in evenwicht zijn.

Sterker, de overtuiging bestaat dat als natuur en landschap kan worden versterkt, mensen tevreden zijn over hun woon- en leefomgeving en binnen het gebied voldoende mogelijkheden bestaan om een goede boterham te verdienen dan zullen de drie P's elkaar binnen Branding zelfs gaan versterken.

Bij de organisatie van deze duurzame ontwikkeling is het scheiden van belangen belangrijk. Binnen Branding Het Groene Woud bestaat daarom een maatschappelijke partij (streekraad Het Groene Woud) die controleert en de maatschappelijke belangen (People, Planet) behartigd en een commerciële partij (Coöperatie Het Groene Woud) die economische meerwaarde (Profit) realiseert. Leidend in dit evenwicht is, volgens de coöperatie Het Groene Woud de P van Profit. Alleen als er vanuit de markt voldoende middelen kunnen worden gegenereerd om een boterham te kunnen verdienen zullen ondernemers bereid zijn om ook te investeren in Natuur, Landschap, Leefbaarheid en Sociale voorzieningen.

B: Merkdenken

Het merkdenken is binnen "Banding" van groot belang. Door een sterk merk in de markt te zetten is de eigenaar in staat om consumenten bij het merk te betrekken en een meerwaarde op zijn product en of dienst te verkrijgen.

Om dit te bereiken moet de eigenaar eerst goed formuleren waar zijn merk voor staat (merkbeloofte). Zijn producten en diensten moeten naadloos passen binnen deze merkbeloofte en aansluitend zal hij al zijn activiteiten bij deze merkbeloofte moeten laten aansluiten. Alleen op deze manier zal de consument het betreffende merk ook zo ervaren, zichzelf ermee willen associëren en het merk willen kopen.

Echter, in het geval van Branding betekent dit dat alle partijen die bij het merk betrokken zijn, dus ook de partijen die het merk niet commercieel in de markt zetten, zijn zich moeten conformeren naar de merkbeloofte. Indien gemeenten, provincie of andere partijen activiteiten onder "Het Groene Woud" organiseren dan moeten ook deze activiteiten passen binnen de merkbeloofte van "Het Groene Woud" De consument krijgt anders totaal andere dan de gewenste associaties, waardoor geen sterk merk gerealiseerd wordt.

C: Onderscheidend Gebied "Het Groene Woud" / gebiedscertificering

Bij Branding is het van belang dat voor een herkenbaar en onderscheidend gebied wordt gekozen. Dit gebied is immers de basis voor het merk. De consument moet zich bij het gebied iets kunnen voorstellen. Hij moet het gebied kunnen associëren met bepaalde kernwaarden zoals bijvoorbeeld mooie natuur, cultuur en of recreatieve activiteiten.

In het kader van het merkdenken is het ook belangrijk dat aangetoond kan worden dat het product en/of dienst de merkbeloofte garandeert. Hiertoe is een gebiedscertificering ontwikkeld. Het grote verschil met alle andere certificeringssystemen is dat deze zich in eerste instantie richt op het bedrijf en niet op het product. Aangetoond moet worden dat het gehele bedrijf op een positieve manier bijdraagt aan een duurzame ontwikkeling van het gebied. Hoe onderscheid men zich op en investeert het bedrijf in People, Planet en Profit.

Pas als het bedrijf voldoet aan de, door streekraad Het Groene Woud, gestelde criteria kan deze producten of diensten (onder aanvullende criteria) onder het merk brengen."

[Uit het Ambitiestatement van Het Groene Woud].

3 Verkenning certificeringsinstrumenten in andere gebieden

In dit project wordt een certificeringssysteem ontwikkeld waardoor bedrijven kunnen aantonen dat zij een positieve bijdrage leveren op het gebied van people, planet en profit in de regio waar deze bedrijven gevestigd zijn. Deze gebiedscertificering moet breed toepasbaar zijn in verschillende gebieden in Nederland met in elk gebied een streekeigen invulling. In een pilotgebied (Het Groene Woud, het gebied tussen 's Hertogenbosch, Tilburg en Eindhoven) zal het certificeringssysteem worden getest. Voorafgaand aan de ontwikkeling van het certificeringssysteem is er een inventarisatie uitgevoerd m.b.t. de belangrijkste initiatieven op dit terrein in Nederland en een tweetal in het buitenland. Voor de inventarisatie is gebruik gemaakt van bestaande literatuur, informatie op het internet maar vooral is veel informatie verkregen uit gespreken met de contactpersonen van de verschillende initiatieven en onderzoekers van de WUR (leerstoelgroep Rurale Sociologie). Naast een inventarisatie van certificeringssystemen voor regionale producten en diensten is er een quick scan uitgevoerd naar instrumenten voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en wat deze instrumenten voor de ontwikkeling van een systeem voor gebiedscertificering kunnen betekenen

De keurmerken en regio-initiatieven die zijn bekeken waren de volgende: Waddengoud, Gegarandeerd Groningen, Groene Hart Keurmerk, Vechtdal Convenant, Kempen Goed, Het Tuinpad, Mijn Boer en in het buitenland Regio West Cork (Fuchsia; Ierland) en Regio Eifel (Duitsland).

Voor een uitgebreidere beschrijving van deze keurmerken en de quick scan naar instrumenten voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) verwijzen we naar Bijlage 1. Hier vatten we de belangrijkste conclusies en discussiepunten samen.

De instrumenten om MVO-prestaties te meten, lijken minder geschikt voor een systeem voor gebiedscertificering. Het zijn geen certificeringssystemen met criteria en het gebied waar het bedrijf gevestigd is, is geen onderwerp van het instrument.

Van de bestaande certificeringssystemen voor regionale producten en diensten kunnen het Vechtdal Convenant en Kempen Goed als waardevol worden bestempeld voor de ontwikkeling van een systeem voor gebiedscertificering. Het Vechtdal Convenant beschikt over een robuust certificeringssysteem waarbij veel onderwerpen die van belang zijn voor gebiedscertificering worden meegenomen. De waarde van het certificeringssysteem van Kempen Goed is nu moeilijk te beoordelen omdat de criteria nog niet zijn gepubliceerd. Uit mondelinge mededelingen van de ontwikkelaars van het certificeringssysteem en de inbreng van externe deskundigheid (Agro&Co) komt dit systeem over als een goed ontwikkeld certificeringssysteem met veel aandacht voor people, planet en profit in De Kempen.

Bij de twee buitenlandse initiatieven (Regio West Cork (Fuchsia) en Regio Eifel) is de gerichtheid op continue verbetering en innovatie een interessant onderdeel van hun certificeringssystemen. Dit kan ook ingebouwd worden in het te ontwikkelen systeem voor gebiedscertificering.

Genoemde initiatieven zijn certificeringssystemen voor de verkoop van regionale producten en diensten. Het doel van gebiedscertificering is dat een bedrijf aantoonbaar en meetbaar kan laten zien dat het positieve bijdrage levert aan people, planet en profit in het gebied. Vervolgens kan de certificering gebruikt worden bij de verkoop van regionale producten en diensten. Concreet betekent dit dat een aantal thema's bij de bestaande certificeringssystemen ontbreken of van ondergeschikt belang zijn terwijl die voor gebiedscertificering waardevol zijn. Het gaat dan om thema's als cultuurhistorie, economie en arbeid (b.v. de eis dat er eerst gezocht wordt naar personeel binnen het gebied en dat er mensen die elders moeilijk plaatsbaar zijn, worden aangenomen).

In de geïnventariseerde certificeringssystemen wordt de eis gesteld dat de producten en diensten in het gebied worden geproduceerd en dat (een groot deel van) de ingrediënten voor die producten uit de streek komen. Er worden geen eisen gesteld aan het streekeigen karakter van de producten, diensten en ingrediënten. Ook wordt het streekeigene, de kernwaarden van het gebied niet of nauwelijks gedefinieerd. Dit is voor gebiedscertificering wel van belang omdat anders de positieve bijdrage van bedrijven op het gebied van people, planet en profit nauwelijks te beschrijven valt.

Bij de geïnventariseerde certificeringssystemen worden controle en controleerbaarheid niet altijd erg belangrijk gevonden. Het is soms onduidelijk of er een controlesysteem is en of er ook daadwerkelijk gecontroleerd wordt. Vaak wordt er uit gegaan van 'vertrouwen' i.p.v. 'wantrouwen'. Geen van de initiatieven heeft de controle uitbesteed aan een externe, gecertificeerde controle-organisatie. Voor gebiedscertificering zal de (mate van) controleerbaarheid nog nader bekeken moeten worden.

Resumerend:

- Het is waardevol zowel het Vechtdal Convenant als Kempen Goed te betrekken bij de ontwikkeling van een systeem voor gebiedscertificering door gebruik te maken van (onderdelen van) het certificeringssysteem dat zij reeds ontwikkeld hebben en de ervaringen die ze daar mee op hebben gedaan;
- Van Regio West Cork (Fuchsia) en Regio Eifel kan de gerichtheid op continue verbetering en innovatie als onderdeel van het te ontwikkelen systeem voor gebiedscertificering worden meegenomen;
- Voor het te ontwikkelen systeem van gebiedscertificering zal gekeken moeten worden naar thema's die bij bestaande certificeringssystemen ontbreken of van ondergeschikt belang zijn;
- Voor het te ontwikkelen systeem van gebiedscertificering zal gekeken moeten worden naar het streekeigene, de kernwaarden van het gebied;
- Voor gebiedscertificering zal de (mate van) controleerbaarheid nog nader bekeken moeten worden.

Voor het volledige verslag zie bijlage 1.

4 De mogelijkheden van gebiedscertificering

Gebiedscertificering kan verschillende doelen dienen.

Enkele belangrijke vragen bij de modellen voor gebiedscertificering zijn:

- Is de motivatie intern (vanuit de deelnemende ondernemers) of komt die vanuit externe partijen?
- Is het doel om als deelnemer zelf beter inzicht te krijgen op de eigen bijdrage aan de gebiedskwaliteit en om ideeën voor verbeteracties op te doen, of is het doel om de kwaliteiten van het gebied (c.q. de bijdrage van het eigen bedrijf daaraan) onder de aandacht te brengen van andere partijen?
- Toetst de ondernemer/deelnemer zelf zijn prestatie aan een norm, of wordt hij/zij door een externe partij beoordeeld op de prestaties?
- Wat zijn de consequenties van een toetsing? Is dat inzicht, zijn dat suggesties voor verbeteracties, of is dat erkenning, bijvoorbeeld in de vorm van een label of certificaat, of financiële voordelen, of zijn er sancties (financieel, of uitsluiting van deelname of faciliteiten)?

Het gaat erom dat betrokken partijen in beeld krijgen wat het doel in hun situatie is. Hieronder worden een zestal modellen beschreven met de achterliggende keuzes.

De beschreven modellen zijn:

1. Intern – Leren en borgen

2. Intern – Profileren

3. Intern/Extern – Leren en borgen

4. Intern/Extern - Profileren

5. Extern - Leren

6. Extern - Borgen

1. Intern – Leren en borgen

Motivatie: In dit model komt de motivatie van binnenuit, bijvoorbeeld vanuit de zorg van ondernemers dat de kwaliteit van het gebied verloren gaat door de ontwikkeling van agrarische bedrijven.

Eigenaars (bepalen ook de standaard): Ondernemers, eventueel ook andere gebiedspartijen (bewoners, natuur- en landschapsorganisaties)

Doel(en): Borging en eventueel ook verbetering van de gebiedskwaliteit

Hoe: Toetsing aan de standaard geeft ondernemers inzicht in de prestaties van hun bedrijf. Op basis van dit inzicht kan een ondernemer verbeteracties inzetten.

Toetsing: Directe toetsing van procedures, producten of diensten aan normen.

Wie toetst: In principe door de ondernemer zelf, objectiviteit is niet vereist. Kan wel uitbesteed worden aan externe partij, hoeft geen erkende auditor te zijn.

Consequenties: Worden door ondernemers bepaald. Waarschijnlijk worden hier geen consequenties verbonden aan wel of niet voldoen. De motivatie komt van binnenuit en de groepsdruk kan ondernemers extra stimuleren.

Risico's: 1. Als maar weinig ondernemers meedoen, is het effect beperkt. 2. Het is ook niet mogelijk om sancties op te leggen aan ondernemers die niet meedoen. 3. Het gaat mis als de motivatie niet langer van binnenuit komt.

Opties: Profileren naar buiten is goed mogelijk op basis van deze aanpak. Dit kan de interne motivatie versterken, maar ook andere ondernemers stimuleren om mee te gaan doen.

2. Intern – Profileren

Motivatie: In dit model komt de motivatie van binnenuit, bijvoorbeeld omdat ondernemers willen laten zien aan de buitenwereld wat zij bijdragen aan de gebiedskwaliteit.

Eigenaars (bepalen ook de standaard): Ondernemers, eventueel ook andere gebiedspartijen (bewoners, natuur- en landschapsorganisaties)

Doel(en): Om het eigen imago te versterken en/of om goodwill te genereren bij de buitenwereld (burgers, overheden etc.)

Hoe: Ondernemers die voldoen aan de standaard, kunnen dat zichtbaar maken aan de buitenwereld, bijvoorbeeld met een eigen label.

Toetsing: Directe toetsing of in combinatie met indirecte toetsing

- Directe toetsing: wel of niet voldoen van procedures, producten of diensten aan de standaard. De resultaten van de toetsing zijn voor de ondernemer zelf als er een combinatie wordt gemaakt met indirecte toetsing, of worden extern gecommuniceerd als er alleen voor directe toetsing wordt gekozen.
- Indirecte toetsing aan de standaard. Voor dit model kan het voldoende zijn dat een ondernemer laat zien dat hij bepaalde verbeteracties uitvoert, op basis van de directe toetsing.

Wie toetst: Afhankelijk van de wenselijkheid van objectiviteit (dit bepaalt de buitenwereld).

Consequenties: Worden door ondernemers zelf bepaald. Het wel of niet mogen voeren van een label is de meest waarschijnlijke consequentie, die een behoorlijke sociale druk vanuit de omgeving kan creëren. Ondernemers die niet meedoen of niet voldoen aan de standaard, worden hierdoor mogelijk op een negatieve manier zichtbaar.

Risico's: 1. Als weinig ondernemers meedoen. 2. Het is moeilijk om elkaar concrete sancties op te leggen of te belonen.

Opties: 1. Dit model biedt kansen om eigen producten onder het streeklabel aan te bieden. 2. Dit model kan ertoe leiden dat de buitenwereld consequenties gaat verbinden aan het al dan niet voldoen aan de standaard, wat het model versterkt.

3. Intern/Extern – Leren en borgen

Motivatie: De motivatie komt hier zowel van binnen als van buiten. Ondernemers en hun omgeving slaan de handen in elkaar om de kwaliteit van het gebied te borgen.

Eigenaars (bepalen ook de standaard): Ondernemers en andere gebiedspartijen, zoals burgers, overheden, natuur- en landschapsbeheer, toeristische organisaties etc. Deze partijen bepalen samen de normen waaraan bedrijven getoetst gaan worden.

Doel(en): Borgen en eventueel verbeteren van de gebiedskwaliteit.

Hoe: Individuele bedrijven worden getoetst aan de kwaliteitsstandaard. Deze toetsing geeft alle betrokkenen inzicht in de gebiedskwaliteit en kan leiden tot maatregelen om deze te verbeteren of tenminste te consolideren.

Toetsing: Directe toetsing van procedures, producten of diensten aan normen.

Wie toetst: Een partij die het vertrouwen heeft van alle betrokkenen. Dat kunnen de ondernemers zelf zijn, één van de andere 'eigenaars' van het certificeringsschema of een externe auditor.

Consequenties: Deze vorm van certificering hoeft geen consequenties te hebben, maar het ligt wel voor de hand. Er wordt iets geconstateerd via toetsing, wat zou kunnen leiden tot gezamenlijke maatregelen om iets in stand te houden of iets te verbeteren. Deze consequenties worden wel gezamenlijk gedragen door alle partijen, dus niet opgelegd aan ondernemers door hun omgeving. Het ligt hier voor de hand om hier positieve consequenties te verbinden aan de toetsing, bijvoorbeeld materiële of financiële steun om iets in stand te houden of te verbeteren of het toekennen van een prijs of een keurmerk aan bedrijven die voldoen. Sancties zullen snel leiden tot verlies van draagvlak bij ondernemers.

Risico's: 1. Als maar weinig ondernemers meedoen. 2. Als essentiële gebiedspartijen zich niet verbinden aan het schema; 3. Als er onvoldoende onderling vertrouwen is tussen partijen.

Opties: Het model biedt kansen om door te ontwikkelen tot een streeklabel voor producten of diensten (zie 4).

4. Intern/Extern - Profileren

Motivatie: De motivatie komt hier zowel van binnen als van buiten. Ondernemers en hun omgeving slaan de handen in elkaar om de kwaliteit van het gebied uit te dragen naar buiten.

Eigenaars (bepalen ook de standaard): Ondernemers en andere gebiedspartijen, zoals burgers, overheden, natuur- en landschapsbeheer, toeristische organisaties etc. Deze partijen bepalen

samen de normen waaraan bedrijven getoetst gaan worden.

Doel(en): Profileren van de gebiedskwaliteit naar de buitenwereld, bijvoorbeeld om het imago van het gebied bij consumenten of toeristen mee te versterken, om een bepaalde status bij overheden of maatschappelijke organisaties te verwerven etc.

Hoe: Individuele bedrijven worden getoetst aan een vastgestelde standaard.

Toetsing: Directe toetsing of in combinatie met indirecte toetsing

- Directe toetsing: wel of niet voldoen van procedures, producten of diensten aan de standaard. De resultaten van de toetsing zijn voor de ondernemer zelf als er een combinatie wordt gemaakt met indirecte toetsing, of worden extern gecommuniceerd als er alleen voor directe toetsing wordt gekozen.
- Indirecte toetsing aan de standaard. Voor dit model kan het voldoende zijn dat een ondernemer laat zien dat hij bepaalde verbeteracties uitvoert, op basis van de directe toetsing.

Wie toetst: Afhankelijk van de wenselijkheid van objectiviteit (dit bepaalt de buitenwereld).

Consequenties: In dit model is het belangrijk dat er consequenties verbonden worden aan de toetsing, omdat de geloofwaardigheid van de certificering anders in het geding komt. Bij niet voldoen zal er een prikkel moeten zijn om verbeteringen door te voeren. Wanneer het model duidelijke voordelen oplevert, bijvoorbeeld een meerprijs voor producten, is het eenvoudiger om consequenties aan de toetsing te verbinden. In de situatie dat deze voordelen er niet zijn of niet duidelijk toe te rekenen aan individuele bedrijven, is het lastiger om consequenties te verbinden.

Risico's: 1. Een aanzienlijk deel van de ondernemers doet niet mee; 2. De certificering leidt niet tot duidelijke voordelen.

Opties: 1. Het model kan overgenomen worden door de buitenwereld (zie 6). Daarmee wordt de prikkel groter om te voldoen. Als de buitenwereld de standaard ook invoert voor andere gebieden kan het onderscheidend vermogen wel onder druk komen te staan, waardoor het voordeel kleiner wordt of zelfs vervalst.

5. Extern - Leren

Motivatie: Een externe partij wil ondernemers bewuster maken van de kwaliteiten van het gebied, zodat ondernemers hier zorgvuldig(er) mee omgaan en deze zelfs bevorderen.

Eigenaars (bepalen ook de standaard): Externe partij, zoals een overheid of een maatschappelijke organisatie (NGO).

Doel(en): Bewustzijn vergroten bij ondernemers van gebiedskwaliteiten en hun bijdrage daaraan.

Hoe: De standaard geeft ondernemers inzicht in de beoogde gebiedskwaliteiten, terwijl toetsing laat zien in hoeverre zij daar zelf aan voldoen. Het ligt voor de hand om bij de toetsing ook suggesties te doen om eventuele verbeterpunten aan te pakken.

Toetsing: Directe toetsing

Wie toetst: Zelfbeoordeling door de ondernemer. Het kan wenselijk zijn om dit met behulp van een adviseur/deskundige te doen.

Consequenties: In principe zijn er geen consequenties verbonden aan deze vorm van certificering. Het is wel mogelijk om stimulerende maatregelen te verbinden aan het model, bijvoorbeeld het uitreiken van een certificaat of het materieel of financieel ondersteunen van verbeteracties.

Risico's: 1. Ondernemers doen niet mee (het is nauwelijks te verplichten); 2. Het leidt niet tot het gewenste resultaat vanwege het vrijblijvende karakter.

Opties: 1. Er worden consequenties verbonden aan het model (zie 6). 2. Resultaten worden benut om bepaalde prestaties te communiceren (zie 4) of te gebruiken als beleidsinput. Hierbij is het risico dat de ondernemers dan niet meer bereid zijn om mee te doen vanwege de mogelijke consequenties.

6. Extern - Borgen

Motivatie: Een externe partij wil gebiedskwaliteiten borgen en mogelijk ook versterken.

Eigenaars (bepalen ook de standaard): Externe partij(en)

Doel(en): In stand houden en versterken van gebiedskwaliteiten.

Hoe: Door ondernemers te toetsen aan een vastgestelde norm wordt inzichtelijk of de bedrijven voldoen of niet en kan eventueel een verbeteractie worden ingezet.

Toetsing: Directe toetsing of in combinatie met indirecte toetsing

- Directe toetsing: wel of niet voldoen van procedures, producten of diensten aan de standaard. De resultaten van de toetsing zijn voor de ondernemer zelf als er een combinatie wordt gemaakt met indirecte toetsing, of worden extern gecommuniceerd als er alleen voor directe toetsing wordt gekozen.
- Indirecte toetsing aan de standaard. Voor dit model kan het voldoende zijn dat een ondernemer laat zien dat hij bepaalde verbeteracties uitvoert, op basis van de directe toetsing.

Wie toetst: De eigenaar van het certificeringsschema of een onafhankelijke auditor. Het is belangrijk dat zowel de eigenaar als de ondernemers vertrouwen hebben in de toetsende instantie.

Consequenties: Bij dit model zijn consequenties essentieel, omdat het model anders vrijblijvend blijft voor de ondernemers. Beloning is mogelijk door ondernemers die voldoen bepaalde privileges te verlenen. Sancties zijn ook mogelijk, door boetes op te leggen of bepaalde privileges te ontnemen. Het ligt hier ook voor de hand om gewenste verbeteracties te stimuleren door een materiële of financiële tegemoetkoming.

Risico's: 1. De externe partij heeft niet de bevoegdheden om ondernemers te verplichten mee te doen; 2. De externe partij heeft niet de mogelijkheden om consequenties te verbinden aan uitkomst van de toetsing; 3. Er ontstaat weerstand bij ondernemers die negatieve gevolgen heeft voor de externe partij of voor het gebied.

Opties: 1. Dit model kan ook benut worden om het gebied te profileren bij burgers, consumenten, overheden of maatschappelijke organisaties. Dit kan leiden tot een (economisch) voordeel, wat omgezet kan worden in een positieve prikkel voor ondernemers om te voldoen aan de standaard.

Op de volgende pagina wordt deze beschrijving van verschillende vormen nog een samengevat in een schema (tabel 4.1).

Tot slot

Gebiedscertificering is dus op verschillende manieren in te richten. Het gaat erom dat een vorm gevonden wordt die past bij de situatie. Gebiedscertificering begint daarom bij het verkrijgen van een goed beeld van de situatie, waarbij externe partijen wellicht een goede en objectieve bijdrage kunnen hebben. In sommige gevallen kan deze analyse ertoe leiden dat afgezien wordt van gebiedscertificering of voor een andere vorm wordt gekozen dan men in gedachten had. Dat is niet erg, want het gaat om het vinden van een effectieve en efficiënte manier om een doel te realiseren.

De manier waarop samen met Bureau Praedium invulling is gegeven aan het instrument voor gebiedscertificering voor Het Groene Woud komt het dichtst bij model 3: intern / extern – leren en borgen. Het instrument is in belangrijke mate voor de deelnemers zelf bedoeld om voor een keurmerk in aanmerking te komen en eventueel tot verbeteringen te komen.

Echter, gebiedscertificering voor Het Groene Woud is nadrukkelijk ook onderdeel van een traject rond branding Het Groene Woud (zie hoofdstuk 2, vraagstelling), gericht op het uitdragen van de kwaliteiten van het gebied. Dat betekent dat de doelstelling extern – profileren ook belangrijk is (en naar mate het gebiedskeurmerk meer op orde raakt, zal die externe profilering vermoedelijk belangrijker gaan worden). Motivatie en doelen van een keurmerk kunnen dus verschuiven en zich ontwikkelen, waarmee ook de inrichting en vormgeving van het keurmerk van karakter kunnen verschuiven. Zo lang alle betrokkenen daarbij goed geïnformeerd en gehoord worden, hoeft dat geen probleem te zijn.

Tabel 4.1: Zes modellen voor gebiedscertificering met hun belangrijkste kenmerken samengevat

Motivatie	Eigenaars	Doelen	Hoe	Toetsing	Wie toetst	Consequenties	Risico's	Opties
1 intern – leren en borgen	Ondernemers, eventueel ook gebiedspartijen	Borging en verbetering gebiedskwaliteit	Toetsing van prestaties aan standaard geeft inzicht voor verbeteracties	Directe toetsing van procedures, producten en diensten aan normen	Ondernemers zelf, maar mag ook uitbesteed	Door de ondernemer zelf te bepalen (motivatie)	1. weinig deelnemers 2. geen sancties voor niet-deelnemen 3. motivatie verdwijnt	Profilering naar buiten toe versterkt de aanpak
2 intern - profileren	Ondernemers, eventueel ook gebiedspartijen	Profileren, verbeteren van imago	Ondernemers die aan standaard voldoen dragen een label voor de buitenwereld	Direct, voor externe communicatie en/of indirect, voor ondernemer die verbeteracties inzet	Dat bepaalt de buitenwereld (objectiviteit)	Door de ondernemer zelf te bepalen; het wel of niet mogen voeren van een label geeft externe druk	1. weinig deelnemers 2. moeilijk om elkaar sancties op te leggen	Kansen voor een streeklabel. Externe erkenning van het label versterkt het model
3 intern / extern – leren en borgen	Samenwerking van ondernemers en gebiedspartijen	Borging en verbetering	Toetsing van bedrijven aan standaard geeft inzicht voor verbeteracties	Directe toetsing van procedures, producten en diensten aan normen	Iemand die door alle partijen vertrouwd wordt (intern of extern)	Gezamenlijk gedragen systeem van beloning (sancties ondermijnen)	1. weinig bedrijven 2. essentiële gebiedspartijen doen niet mee 3. onderling vertrouwen gering	Kansen voor een streeklabel. Externe erkenning van het label versterkt het model
4 intern / extern - profileren	Samenwerking van ondernemers en gebiedspartijen	Profileren, verbeteren van imago	Toetsing van bedrijven aan standaard	Direct, voor externe communicatie en/of indirect, voor ondernemer die verbeteracties inzet	Dat bepaalt de buitenwereld (objectiviteit)	Consequenties van toetsing en voordelen van meedoen zijn voorwaarde voor succes	1. te weinig deelnemers 2. niet voldoende voordelen	Overname van standaard door buitenwereld versterkt
5 extern - leren	Externe partij, b.v. een overheid	Vergroten bewustzijn ondernemers over bijdrage aan gebiedskwaliteit	Toetsing van bedrijven aan standaard geeft inzicht, met suggesties voor verbeteracties	Directe toetsing van procedures, producten en diensten aan normen	Ondernemers zelf, evt met adviseur erbij	Geen, maar stimulansen (erkenning, financieel) zijn wenselijk	1. te weinig deelnemers 2. te vrijblijvend	Consequenties verbinden aan toetsing, of resultaten extern communiceren (riskant voor draagvlak)
6 extern - borgen	Externe partij, b.v. een overheid	Borging en verbetering gebiedskwaliteit	Toetsing van bedrijven aan standaard geeft inzicht voor verbeteracties	Direct, voor externe communicatie en/of indirect, voor ondernemer die verbeteracties inzet	Iemand die door alle partijen vertrouwd wordt (intern of extern)	Consequenties van toetsing zijn voorwaarde voor succes, stimulansen (erkenning, financieel) zijn wenselijk	1. opleggen van sancties niet mogelijk 2. weerstand tegen sancties	Kansen voor een streeklabel, dat meer klanten aantrekt

De methodiek in algemene zin, die door ons is ontwikkeld en hier wordt beschreven, is echter ook interessant voor andere gebieden. In de huidige vorm past deze het beste bij model 3, maar toepassing laat zich, indien gewenst, vrij gemakkelijk modelleren voor een van de andere modellen. Kenmerken van het huidige instrument zijn:

- Primair gericht op ondernemers die intern zijn gemotiveerd om de kwaliteit van hun gebied te waarborgen en te verbeteren;
- Doel is om ondernemers inzicht te geven in de eigen prestaties en ideeën aan te reiken voor mogelijke verbeteringen;
- Het is voor ondernemers gemakkelijk om zichzelf met dit instrument te toetsen (de methodiek is transparant), maar uiteindelijk zal een externe organisatie beoordelen of de deelnemer in aanmerking komt voor het certificaat of niet;
- Resultaat van de toetsing is het al of niet in aanmerking komen voor het gebiedscertificaat, plus suggesties voor een verbeterplan.

5 Kernwaarden van Het Groene Woud en hun vertaling naar thema's

In 2008 zijn in de regio van Het Groene Woud een viertal workshops georganiseerd met ondernemers, overheden en andere actoren in het gebied. Doel was om kernwaarden voor het gebied te formuleren. Er zijn een honderdtal waarden verzameld, onder verschillende kopjes en categorieën gerangschikt. Zie Bijlage 2 voor een volledig overzicht

Vervolgens is gekeken of er een zinvolle en bruikbare rangschikken van waarden in categorieën kon worden gemaakt onder de indeling van People, Planet & Profit. Hierbij heeft het traject van MAER als inspiratie gediend (zie hoofdstuk 6) en is ook gebruik gemaakt van voorbeelden in andere projecten. In eerste instantie heeft dit geresulteerd in een indeling in 17 categorieën (Tabel 5.1).

Tabel 5.1: **Vertaling van de gebieds-kernwaarden naar de drie domeinen (PPP) en naar thema's voor het certificeringsinstrument**

People	Planet	Profit
beeldkwaliteit bedrijf	natuur & landschap	Economie & ondernemerschap
cultuurhistorie	milieu	Gastvrijheid* & klanttevredenheid*
gemeenschap	waterberging	arbeid
omwonenden	verkeer	
dierenwelzijn	energie	
recreatie		
zorg & kinderopvang		
educatie		
gezondheid		
	* Gastvrijheid & klanttevredenheid zijn oorspronkelijk onder People gerangschikt, maar later en bij nader inzien onder Profit geplaatst.	

Bij elk van deze categorieën is vervolgens gepoogd om een beknopt doel te formuleren, mogelijke, meetbare indicatoren te benoemen, en om voorbeelden van te nemen maatregelen te beschrijven. In principe zou elke categorie een plek kunnen krijgen in een certificeringinstrument.

Bij nadere beschouwing blijken sommige categorieën uit Tabel 5.1 moeilijk uit te werken naar concrete, objectieve en verifieerbare maatregelen. Andere categorieën worden al voor een groot deel via wet- en regelgeving ondervangen (b.v. milieu en dierenwelzijn). Belangrijke vraag daarbij is of die wettelijke eisen en niveau's voor het betrokken gebied als afdoende worden ervaren, of dat men daar een bovenwettelijke norm overheen wil leggen. Wet- en regelgeving is in de meeste gevallen niet-streekeigen en valt daarom (meestal) buiten het gezichtsveld van een streekcertificering. En sommige categorieën zijn naar onze inschatting juist heel moeilijk op verschillende gebieden en bedrijven van toepassing te maken.

Na discussie met de Stuurgroep is besloten om een beperkte set van kernwaarden als kern te nemen voor de ontwikkeling en uitwerking van het instrumentarium (Tabel 5.2)

Tabel 5.2: **De belangrijkste thema's onder de drie domeinen (PPP) die verder zijn uitgewerkt in het certificeringsinstrument**

People	Planet	Profit
Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie	Natuur & Landschap	Economie & ondernemerschap
Gemeenschap		Gastvrijheid & klanttevredenheid

Deze thema's omvatten veel van de kernwaarden die genoemd zijn in de workshops in Het Groene Woud, laten zich redelijk uitwerken in meetbare criteria en zijn nadrukkelijk aanvullend op wet- & regelgeving.

Er is dus tevens voor gekozen om in dit project een groot deel van de 17 categorieën niet nader uit te werken. Omdat ze moeilijk meetbaar en objectief te maken zijn, of omdat ze al in wet- en regelgeving worden gevangen. Een overzicht van die categorieën staat in Tabel 5.3. Overigens is een deel van deze kernwaarden wel opgenomen in de gedragscode die toegevoegd is aan het certificeringinstrument (zie hoofdstuk 10 en bijlage 3).

Tabel 5.3.: **Onderwerpen die zich minder gemakkelijk laten uitwerken in vragenlijst voor een gebiedscertificering (toelichting in de tekst), met voorbeelden van meetbare indicatoren en mogelijke te nemen maatregelen. Een deel van deze onderwerpen heeft wel een plaats gekregen in de (concept) gedragscode voor certificaathouders.**

	Thema	doel	meetbare indicatoren	mogelijke maatregelen
people	omwonenden	zo weinig mogelijk hinder vanuit bedrijf	geluidsoverlast, stankoverlast, parkeerproblemen	geluidsproductie beperken 's avonds en in het weekend, stankbronnen minimaliseren
	dierenwelzijn	dierenwelzijn verbeteren	bewegingsruimte in m2	aantal m2 per dier vergroten
	recreatie	recreatie stimuleren	aantal recreanten, gastheerschap	recreanten ontvangen, samenwerking met horeca, cursus gastheerschap
	zorg & kinderopvang	bijdrage leveren aan zorg voor kinderen, ouderen, gehandicapten e.a.	aantal zorgbehoevenden x aantal dagdelen	zorgplaatsen creëren
	educatie	meer educatie over natuur, leefomgeving, voeding	aantal (school)kinderen en volwassenen bereikt	educatieprogramma, open dagen, excursies, folders
	gezondheid	geestelijke en lichamelijke gezondheid vergroten	rust, vrijwilligerswerk, bewegen, gezond voedsel	wandelroute over of langs bedrijf, verkoop voedsel op bedrijf of in de regio
planet	milieu	zo weinig mogelijk belasting vanuit bedrijf	belasting richting bodem, water en lucht	minder gewasbeschermingsmiddelen, biologisch, helofytenfilter
	waterberging	zo min mogelijk water afvoeren (via verharde oppervlakten en riolering), water van elders bergen	m2 verhard oppervlakte, aansluiting regenwater op riolering, bergingsruimte	bestrating aanpassen
	verkeer	minder autobewegingen, meer fietsen en wandelen	aantal autobewegingen	fietsroute maken
	energie	bijdrage aan de energievoorziening	kJ geleverde duurzame energie	mestvergisting, windmolens, zonnepanelen
profit	arbeid*	meer (moeilijk plaatsbare) mensen aan werk opleiding personeel	aantal fte (met indicatie 'moeilijk plaatsbaar'), medewerkers-tevredenheid	eerst mensen binnen de regio zoeken, arbeidsplaatsen aanpassen, arbeidsvoorwaarden aanpassen

* Een deel van het thema arbeid is meegenomen in het thema Economie & Ondernemerschap.

6 MAER aanpak als inspiratie en voorbeeld

Voor de uitwerking van het certificeringinstrument hebben we dankbaar gebruik gemaakt van een systematiek die ontwikkeld is een project van het Beleidsondersteunend Onderzoeksprogramma 'Multifunctionele Landbouw' van LNV, nl. het project "Maatschappelijke effecten van multifunctionele landbouw (MAER)" (De Buck et al., 2009).

Ondernemers in de multifunctionele landbouw hebben vaak een uitgebreider verhaal over de prestaties, de diensten en de waarde van hun bedrijf. Dat deze diensten een maatschappelijke meerwaarde hebben, wordt breed erkend. Maar het goed beschrijven en uitleggen van die maatschappelijke meerwaarde wordt door veel ondernemers als lastig ervaren. Wageningen UR (PPO Lelystad en ASG) heeft in samenwerking met deelnemers aan het netwerk WaardeWerken de MAatschappelijke Effect Rapportage (MAER) ontwikkeld. Deze bedrijfsscan neemt de ondernemer bij de hand in het beschrijven van de maatschappelijke meerwaarde van het bedrijf. De MAER kan ondernemers daarmee helpen bij het geaccepteerd krijgen van hun plannen. Dit kan bijvoorbeeld de buurman zijn die meer wil weten over plannen met het erf, of de afnemer die vragen heeft over het productieproces, de gemeente die niet overtuigd is van de wenselijkheid van nieuwbouwplannen en tenslotte de bank die een bedrijfsplan onderbouwd wil zien. Onlangs is een publicatie verschenen, waarin een versie voor de gemeente als 'stakeholder' is uitgewerkt (De Buck et al., 2009).

Multifunctionele of verbrede landbouw is een tamelijk onbekende bedrijfstak bij veel gemeenten; verbrede ondernemers vallen vaak tussen de wal en het schip van de bestaande regels en procedures. De verbrede tak wordt bijvoorbeeld gezien als strijdig met het bestemmingsplan landbouw. De nieuwe tak zal vaak leiden tot meer bezoekers van het bedrijf. De plannen worden dan door het 'loket verkeer en vervoer' afgerekend op de extra verkeersstroom, terwijl de meerwaarde om dit bedrijf bij de loketten zorg, onderwijs, werk en inkomen onderbelicht blijft. Om de bruikbaarheid van de MAER te toetsen zijn beleidsverantwoordelijken van de gemeente Hoogeveen geïnterviewd. "Wij stimuleren de ontwikkeling van multifunctionele landbouw in ons buitengebied en stellen ons welwillend en creatief op als het gaat om toepassing van regels en procedures. De MAER kan ons helpen om een goed overzicht te krijgen in wat het bedrijf de gemeente te bieden heeft".

Op basis van gesprekken met ondernemers en ambtenaren en analyses van het werkveld is de MAER opgebouwd rond 8 maatschappelijke thema's die goed aansluiten bij de beleidsterreinen van Provincies en Gemeentes. Niet toevallig herkennen we in deze 8 thema's veel van dezelfde thema's die ook in Hoofdstuk 5 rondom de kernwaarden van het gebied al naar voren kwamen.

Tabel 6.1: **De belangrijkste thema's van de MAER zoals die gekoppeld zijn aan Provinciale en Gemeentelijke beleidsterreinen (uit: De Buck et al., 2009).**

Provinciale beleidsvelden	Gemeentelijke beleidsvelden	Thema's in de MAER
Natuur & Landschap		1. Natuur en landschap
Milieu & water	Milieu & veiligheid	2. Milieu & water
Verkeer & vervoer	Verkeer & vervoer	3. Verkeer
Wonen, zorg & welzijn	Welzijn, onderwijs & zorg	4. Zorg- en kinderopvang-taak van de gemeente 5. Educatie
Toerisme & recreatie	Cultuur & recreatie	6. Archeologie, Cultuurhistorie & Architectuur 7. Recreatie
Ondernemen en werken	Werk & inkomen	8. Regionale economie en arbeidsvoorziening

Vervolgens zijn bij elk thema trefwoorden gegeven en vragen gesteld, waarmee een ondernemer zijn of haar eigen plannen en doelstellingen kan beschrijven vanuit dat specifieke thema.

Tactisch hulpmiddel voor ondernemers

De MAER is uitgewerkt om de ondernemer te helpen in een traject met de gemeente. Het bestaat uit twee onderdelen: 1) een stappenplan om de eisen en wensen van de omwonenden en de gemeente helder te krijgen en om draagvlak te organiseren en 2) een invulschema om systematisch de maatschappelijke meerwaarde te omschrijven. Het doorlopen van de MAER resulteert in een tekst, die kan worden toegevoegd als hoofdstuk 'Maatschappelijke meerwaarde' aan het gebruikelijke ondernemersplan. In de scan worden 'rapportcijfers' toegekend aan de effecten (positief en negatief) en de compenserende maatregelen die per thema zijn genomen. Dit resulteert in een samenvattende diagram van de maatschappelijke meerwaarde van het bedrijf. Dit diagram blijkt een aansprekend hulpmiddel te zijn in de discussie over het bedrijf (zie voor meer details: De Buck et al., 2009).

Uit gesprekken met ondernemers en bedrijfsadviseurs bleek dat de MAER een prima aanvulling is op ondernemersplannen. De MAER gaat niet uit van de prestaties en de capaciteiten van de ondernemer en zijn bedrijf, maar redeneert vanuit de wensen en eisen vanuit de omgeving. Van buiten naar binnen dus in plaats van andersom. Dit maakt de MAER een krachtig hulpmiddel om de gemeente te overtuigen. "Wij krijgen steeds meer klanten met plannen in de multifunctionele landbouw. Onze adviseurs participeren in een landelijke werkgroep om bij te blijven met expertise en de ontwikkelingen. De MAER kan een goede aanvulling zijn bij het maken van bedrijfsplannen". De bestaande versie van de MAER is in de toekomst uit te werken voor ketenpartijen (afnemers van producten of diensten) of voor financiers (bijvoorbeeld banken met maatschappelijke doelstellingen).



Voor het huidige project is uit de MAER vooral de systematiek overgenomen om thema's te rangschikken en die thema's verder uit te werken in vragen aan de ondernemer. In de MAER zijn de antwoorden op die vragen kwalitatieve beschrijvingen, die helpen om de maatschappelijke bijdrage van de ondernemer op dat thema zichtbaar te maken. In ons traject voor gebiedscertificering zijn de vragen onder thema's gesteld als concreet waarneembare zaken, waarop een simpel ja/nee antwoord mogelijk is. Positieve antwoorden worden met puntenscores beloond, en zo wordt een kwantitatieve maat gegeven voor de inspanning van een ondernemer om op dat thema bij te dragen aan de gebiedskwaliteit.

7 Ontwerpkeuzes en uitgangspunten

Bij het ontwerp van een instrument voor gebiedscertificering hebben we een aantal uitgangspunten gehanteerd en dienen keuzes te worden gemaakt. Deze keuzes hoeven niet noodzakelijkerwijs voor elke gebiedscertificering dezelfde te zijn. Door ze hier expliciet te benoemen, kan men afwegen of men in een gegeven gebiedsconcept ook met deze of andere uitgangspunten wil werken.

Enkele belangrijke keuzes zijn:

1. Hoe discriminerend moet het certificeringssysteem zijn, d.w.z. hoeveel bedrijven mogen afvallen? Alleen knoeiers en opportunisten of moet een gecertificeerd bedrijf beter zijn dan een gemiddeld bedrijf? (En wat is dan een gemiddeld bedrijf?)
2. Hoe houden we de certificering betaalbaar, hoeveel mag deze methode een bedrijf maximaal kosten?
Consequentie van een keuze voor een beperkt budget is dat het systeem eenvoudig moet zijn, voor een groot deel door ondernemers zelf kan worden ingevuld en in één adviesgesprek kan worden afgehandeld (zie ook punt 3).
3. Hoe gebruiksvriendelijk moet het certificeringssysteem worden? Dient het traject door een extern bureau te worden verzorgd of kunnen ondernemers ook zelf aan de slag (b.v. via een interactieve vragenlijst op internet)?
4. Moeten ondernemers alleen vragen beantwoorden of ook (meet)gegevens overhandigen? Als dat laatste het geval is: Kan aan ondernemers gevraagd worden om kosten te maken voor het verkrijgen van de (meet)gegevens?
5. Hoe lang geldt de certificering? Een jaar of langer?
6. Moet het certificeringssysteem ondernemers enthousiasmeren aan de slag te gaan met allerlei verbeteringen op het bedrijf of wordt het een (lange) lijst met geboden en verboden?
7. In welke mate moet het certificeringssysteem communiceerbaar zijn richting afnemers/consumenten/burgers? Is het vooral intern gericht of wordt er uitdrukkelijk mee gecommuniceerd?
8. Hoe belangrijk wordt controle in het certificeringssysteem? Moet er nu al nagedacht worden over de controleerbaarheid van het certificeringssysteem en het opzetten van een controlesysteem?
9. In hoeverre moet het certificeringssysteem maatwerk per gebied zijn; of is het mogelijk een generiek systeem te ontwerpen dat wel degelijk de gebiedsspecifieke waarden kan benoemen en waarderen?
10. In welke mate moet het certificeringssysteem bijdragen aan vergemakkelijken van de contacten met overheids- en controlerende instanties, met name de gemeente op het gebied van ruimtelijke ordening?
11. Moeten er ook algemene kwaliteitseisen opgenomen worden?

Bij het door ons ontwikkelde instrument hebben we bij elk van deze vragen keuzes gemaakt. Daarbij hebben we ons laten leiden door eigen ervaringen in eerdere trajecten (zoals bijv. de MAER, zie hoofdstuk 6). Ook heeft het overleg met de partijen in het Groene Woud bijgedragen aan de ontwerpkeuzes. En last but not least hebben leden uit de begeleidingsgroep van de Taskforce Multifunctionele Landbouw aangegeven hoe zij tegen de ontwikkeling van het instrument aankeken (bijv. een breed inzetbaar instrument voor verschillende gebieden en typen bedrijven).

In het ontwerp van het hier gepresenteerde instrument hebben wij de volgende keuzes gemaakt:

- Bij de opzet van het instrumentarium is het streven geweest dat een meerderheid (circa 75 procent) van de bedrijven die mee wil doen ook aan de criteria voor certificering moet kunnen voldoen.
- Als uitgangspunt is ervoor gekozen dat de certificering een bedrijf maximaal 500 – 1.000 euro mag kosten.
- In vervolg op het vorige punt is het instrumentarium zodanig ontworpen dat naar onze inschatting een adviseur met een laptop het bedrijf eenmalig bezoekt. Na het invoeren van een aantal vragen

komt er automatisch antwoord op de vraag of de ondernemer in aanmerking komt voor certificering. De vragenlijst is zodanig opgesteld dat de adviseur nauwelijks geïnstrueerd hoeft te worden (wellicht 1 instructiebijeenkomst).

- Ons uitgangspunt is dat er door de ondernemer geen meetgegevens hoeven te worden verzameld.
- Het heeft onze voorkeur dat een certificaat voor een jaar geldt. Dat hangt samen met de keuze dat het instrument een verbetertraject tot doel heeft (zie volgende punt). De termijn van een jaar geeft de ondernemer een prikkel om concreet te werken aan verbeterpunten. Bij grote tekortkomingen kan een eerdere evaluatie worden afgesproken.
- Ons uitgangspunt is verder dat het instrument ondernemers moet prikkelen om aan de slag te gaan met verbeteringen. Ook als bedrijven gecertificeerd zijn is het wenselijk dat zij blijven werken aan verbeteringen. Dat kan b.v. door een bedrijf een aantal punten toe te kennen en af te spreken dat na een jaar een bedrijf alleen opnieuw gecertificeerd wordt als het meer punten behaalt.
- Het certificeringssysteem heeft in onze ogen ook tot doel om te communiceren naar stakeholders. Dit betekent dat het certificeringssysteem ook duidelijk en transparant voor stakeholders moet zijn.
- Als de certificering een jaar geldig is, gaan wij er van uit dat de controle plaatsvindt bij hercertificering. Als er duidelijke tussentijdse signalen zijn dat een bedrijf niet meer aan de criteria voldoet, kan er versneld een adviseur langskomen om aan de hand van de vragenlijst vast te stellen of een bedrijf nog wel voldoet voor het gebiedscertificaat in aanmerking komt.
- De opdracht vanuit de Taskforce Multifunctionele Landbouw is expliciet geweest om een certificeringssysteem te ontwikkelen dat in meerdere gebieden/regio's toepasbaar is. Tegelijk is het onvermijdelijk om gebiedsspecifieke onderdelen op te nemen. Deze gebiedsspecifieke onderdelen worden expliciet vermeld, met aanwijzingen hoe die aangepast moeten worden voor elke regio. Ook benoemen we de mogelijkheid voor het inbouwen van wegingsfactoren (voor vragen en thema's) die kunnen variëren per gebied. Die wegingsfactoren zouden bepaald kunnen worden in overleg met de stakeholders in dat gebied.
- Een ander uitgangspunt is geweest dat het certificeringssysteem een positieve bijdrage moet leveren aan de contacten met de gemeente op het gebied van ruimtelijke ordening.
- Tenslotte hebben we ervoor gekozen dat er zoveel mogelijk verwezen wordt naar andere, bestaande kwaliteitsborgende systemen. Zie ook de gedragscode bij het certificeringinstrument (Hoofdstuk 10)

Naast deze keuzes voor het ontwerp zijn ook de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Materiaal en input uit het Groene Woud heeft gediend als voorbeeld en testcase, maar het instrument dient generiek te zijn en moet ook elders toepassing kunnen vinden
- Het doel is certificering van bedrijven, en nadrukkelijk niet voor productcertificering. Kernvraag daarbij is: Wat voegt u met uw bedrijf toe aan de waarden van dit gebied?
- Consequentie van de vorige keuze is dat (bijna) alle bestaande voorbeelden van productcertificeringssystemen, inclusief hun onderbouwing, niet bruikbaar zijn. Deze systemen zijn bijna steeds voor 100% te kopiëren naar een andere streek, zonder dat dat enige consequentie heeft voor de inhoud. Dat willen wij nadrukkelijk niet. We bevinden ons dus op nieuw terrein, waardoor onderbouwing en verantwoording nog lastig is.
- We hebben overwogen om een instrumentenpakket en een stappenplan te ontwikkelen, waarmee organisaties in hun specifieke situatie en gebied zelf invulling kunnen geven aan hun eigen gebiedskeurmerk (dus geen blauwdruk). Zo zou men zelf (voor elk gebied apart) thema's en vragen kunnen toevoegen of schrappen, zou men zelf de weging van verschillende onderdelen kunnen aanpassen en zelf de minimale eisen kunnen stellen.
- Zowel vanuit de Taskforce als vanuit Het Groene Woud is kritiek op die benadering gekomen. De voorgestelde vrijheid kan namelijk ook een valkuil worden; hoe onderscheidend of uitsluitend wordt het keurmerk? Hoe moeten consumenten verschillende gebiedskeurmerken vergelijken, en hoe voorkom je dat partijen met minimale eisen de waarde van een gebiedsmerk onderuit halen?
- Uiteindelijk is ervoor gekozen om toch een vast voorbeeld uit te werken, dat als model moet dienen voor verschillende gebieden. Doel is om een minimale kwaliteit te waarborgen en om een vergelijking tussen gebiedskeurmerken mogelijk te maken. Dit neemt niet weg dat er nog steeds gebiedsspecifieke vragen in het model zitten, die aangepast dienen te worden voor verschillende regio's in Nederland. Ook is er in de rekenmodule om de resultaten van de vragenlijst te vertalen

naar een grafiek een expliciete mogelijkheid ingebouwd om –als certificerend orgaan- de minimaal te behalen score aan te passen.

- Niet alle onderwerpen lenen zich voor een controleerbare vragenlijst. Een deel van de algemeen geldige waarden kan worden vastgelegd in een gedragscode bij het gebiedscertificaat, die door de deelnemers wordt ondertekend (zie hoofdstuk 10)
- In de begeleidingscommissie is een sterke voorkeur uitgesproken voor een systeem met een minimale score voor toekenning, een middenscore met verbeterplan, en een goede score waarbij verbeteringen vrijwillig zijn. Dit impliceert dan tevens dat de certificering jaarlijks of tweejaarlijks hernieuwd wordt.
- Bij het schema hoort dus tevens een verbeterplan, met concrete maatregelen om op specifieke thema's een hogere score te bereiken. Voor dit verbeterplan dient nog een sjabloon of format te worden uitgewerkt dat bij het instrument kan worden meegeleverd.
- Tevens was uitgangspunt dat de systematiek eenvoudig moest zijn en geringe kosten met zich mee moest brengen om een brede toepasbaarheid te garanderen.
- In theorie kunnen verschillende organisaties de certificering aanvragen, nl. ondernemingen (agrariërs, verwerkers, horecaondernemers, adviseurs, toeleveranciers), overheden (gemeenten) en overigen (stichtingen, heemkundeverenigingen, natuur- en milieu-organisaties, ...). Dat is met name een wens vanuit Het Groene Woud (zie vraagstelling in Hoofdstuk 2).
- De (beperkte) reeks testen met ons instrument laten echter zien dat de vragenlijst nu vooral gericht is op agrarische bedrijven met grondgebonden activiteiten. Geschiktheid voor andere typen groepen zal om aangepaste vragenlijsten vragen. Binnen de kaders van de huidige opdracht is alleen een tweede variant van de vragenlijst uitgewerkt die meer geschikt is voor niet-grondgebonden bedrijven met een horeca (en/of recreatie) functie.

Voor de 5 hoofdthema's hebben we gestreefd naar een redelijk aantal (deel-) vragen per thema. Via ja/nee vragen wordt getoetst hoe een bedrijf nu bijdraagt aan deze kernwaarde voor het gebied. In de vragenlijst is vaak een maximum score en een waardering per deelvraag toegevoegd. Er rolt een score uit (aantal keren ja op dit thema x het aantal te behalen punten per vraag).

Uit deze score kan een grafiek worden gevuld om de resultaten te visualiseren. In de huidige versie hebben wij ervoor gekozen om elk domein (People, Planet en Profit) een even zware weging te geven (ongeveer hetzelfde aantal maximaal te behalen punten) en om de minimaal te behalen score voor alle thema's gelijk te stellen op minimaal 50% van de in totaal te behalen punten. Deze keuzes zijn uiteraard open voor aanpassingen aan specifieke situaties of wensen.

Er is een hulpmiddel in Excel ontwikkeld om de scores snel om te zetten in een grafiek met resultaten. Via een wachtwoord is het mogelijk voor de certificerende instelling om de weging en minimaal te behalen score in de rekenmodule naar eigen wens aan te passen.

8 Vragenlijsten balanceren & verbeteren

8.1 Ontwikkelen van vragenlijsten

Bij elk van de 7 geselecteerde thema's is steeds een beknopt doel geformuleerd, zijn als trefwoorden zoveel mogelijk de kernwaarden van het gebied weergegeven die onder dit thema relevant zijn, zijn voorbeelden van meetbare indicatoren genoemd en zijn voorbeelden van te nemen maatregelen geformuleerd. Vervolgens is per thema een begin gemaakt van een lijst met vragen om de bijdrage van een bedrijf aan dat thema zichtbaar te maken. Van het begin af aan is aangestuurd op vragen die met een eenvoudig ja of nee konden worden beantwoord (dus zonder dat er veel meet- of rekenwerk of uitleg noodzakelijk is). Zie figuur 8.1. voor een voorbeeld van de eerste opzet.

Figuur 8.1.: Voorbeeld van een eerste, ruwe opzet van de vragenlijsten, in dit geval over Beeldkwaliteit. Sommige punten in deze eerste opzet (b.v. "een net erf") zijn bij nader inzien lastig objectief te maken en uit de latere versies verdwenen.

Beeldkwaliteit bedrijf		
Doel	aantrekkelijk aangezicht	
Trefwoorden	Agrarisch Erfgoed, bouwstijlen, traditie, buurtgebruiken, authentiek, streekeigen, identiteit, diversiteit	
Meetbare indicatoren	<ul style="list-style-type: none"> • gebruik van streekspecifieke materialen • gebruik van streekspecifieke erfbeplanting, • maximaal aantal m³, • net erf 	
Mogelijke maatregelen	niet streekspecifieke erfbeplanting (coniferen) vervangen erf opruimen	
Vragenlijst om te scoren		
1	Is er rondom bijgebouwen (schuren, silo's, etc.) beplanting aangebracht om ze in het landschap in te passen?	j / n
2	Zijn er bomenrijen, houtwallen en/of hagen op het eigen bedrijf die aansluiten bij het netwerk in het omringende landschap?	j / n
3	Is er bij beplantingen op het eigen erf en bedrijf gebruik gemaakt van kenmerkende, streekeigen soorten bomen en struiken?	j / n
4	Sluiten de stijkenmerken van de boerderij aan bij de streekeigen historie en kenmerken (in kleur, vorm, type steen, dakbedekking, enz)?	j / n
5	Is bij de bouw van overige opstallen waar mogelijk gebruik gemaakt van kenmerkende, streekeigen materialen en vormen?	j / n
6	Is storende opslag van materialen en machines vanaf de weg zoveel mogelijk aan het zicht onttrokken?	j / n
7	Is het erf opgeruimd, schoon en gemakkelijk toegankelijk voor bezoekers?	j / n
8	Is er een naambord van het bedrijf zichtbaar en kan daarbij tevens de hoofdactiviteit van het bedrijf worden herkend?	j / n
9	Is er bij de boerderij een verzorgde en aantrekkelijke (bloemrijke, streekeigen) boeren tuin aanwezig?	j / n
10	j / n
Uw score (= het aantal keren ja)	Totaal aantal keren ja:	

In een proces van regelmatige discussie, aanvullingen, op- en aanmerkingen door PPO en Bureau Praedium zijn de 7 thema's ondergebracht in 5 vragenlijsten steeds verder geëvalueerd en verbeterd. Vragen zijn geschraapt, verduidelijkt, aangevuld en specifieker gemaakt.

Een apart traject was weggelegd voor het onderwerp natuur & landschap, omdat PPO-AGV en Bureau Praedium in een eerder project hebben samengewerkt aan het opstellen van Bedrijfsnatuurplannen voor bedrijven in 'Het Groene Woud',. Daarbij is de uitvoerige 'Natuur Breed' systematiek van WUR (Reijers et al., 2005) als leidraad gebruikt. Om het aantal vragen onder dit thema in een redelijke verhouding tot de andere thema's te krijgen, en om een gelijkwaardige mate van detaillering en diepgang voor verschillende thema's na te streven, was het noodzakelijk om de benadering uit dat 'Natuur Breed' traject aanzienlijk te vereenvoudigen.

Het is een nadrukkelijk aandachtspunt geweest om de aantallen (deel)vragen zoveel mogelijk vergelijkbaar te krijgen voor verschillende thema's, hoewel dat lang niet altijd gemakkelijk was.

Uiteindelijk is een vragenlijst zover ontwikkeld dat hij in april 2009 op een achttal verschillende praktijkbedrijven in 'Het Groene Woud' kon worden getest. Deze test gaf veel feedback van ondernemers (die de lijst samen met een onderzoeker hadden ingevuld) op de vragen, onduidelijkheden en beleving van de vragenlijst. Dat was aanleiding tot een reeks van aanpassingen en verbeteringen in de vragenlijst (zie hoofdstuk 10). Tevens werd duidelijk dat de vragenlijst toegesneden was op agrarische bedrijven met eigen grond en een eigen erf. Niet-grondgebonden bedrijven zonder eigen (agrarische) productietak konden slechts op zeer weinig thema's en vragen een (positief) antwoord geven. Daarom is er een 2^e versie van de vragenlijst ontwikkeld voor niet-grondgebonden bedrijven (met name met een horeca functie voor ogen). Deze twee vragenlijsten zijn in juni 2009 nogmaals in een 2^e test op een tiental verschillende praktijkbedrijven in 'Het Groene Woud' getest (zie hoofdstuk 10 voor de resultaten).

De beide vragenlijsten staan volledig in Bijlage 4 en 5 weergegeven. In figuur 8.2 (zie volgende pagina) staat een kort voorbeeld van de laatste versie.

8.2 Puntentelling en weging

Tegelijk met het formuleren en verbeteren van de vragenlijsten is er voortdurend gewerkt en geschaafd aan een toekenning van punten per (deel)vraag. Doel was om vragen op een redelijke manier onderling te wegen (binnen een thema), om thema's redelijk met elkaar in evenwicht te houden, en om de drie domeinen People, Planet en Profit met elkaar in balans te houden.

Daardoor hebben (deel)vragen steeds verschillende puntenwaarderingen gekregen, afhankelijk van het domein, thema, hoeveel vragen er in dat thema opgenomen werden en hoeveel punten daarbij al toegekend waren. Het is niet in alle opzichten gelukt om vragen evenredig over de thema's te verdelen. Met name op het thema Economie en Ondernemerschap zou een uitbreiding van het aantal geschikte vragen wenselijk zijn (zie Tabel 8.1).

Tabel 8.1.: **Het aantal (deel)vragen per thema in de meest recente vragenlijst (voor grondgebonden bedrijven) met het maximaal te behalen aantal punten.**

Domein	Thema	Aantal deelvragen per thema	Maximale puntscore per thema	Maximale puntscore per domein
People	Beeldkwaliteit en Cultuurhistorie	27	43	
	Gemeenschap	16	27	70
Planet	Natuur en landschap	25	70	70
Profit	Gastvrijheid & Klanttevredenheid	27	37	70
	Economie & Ondernemerschap	8	33	

Figuur 8.2.: Fragment van de meest recente versie van de vragenlijst Beeldkwaliteit en Cultuurhistorie, als een voorbeeld van de huidige uitwerking

	Bedrijfsinventarisatie Beeldkwaliteit en Cultuurhistorie		
--	--	--	--

- Doel:** Aantrekkelijk aangezicht en behoud en zichtbaarheid van cultuur
- Trefwoorden:** Authenticiteit, geschiedenis, families, verhalen, huisvuil, gebruiken, verenigingsleven, buurtschappen, gemeenschap, diversiteit, agrarisch en religieus erfgoed, bouwstijlen, tradities, identiteit, streekproducten, geloof, gastvrijheid, families.
- Meetbare indicatoren:** Aantal cultuurhistorische elementen, traditie(s).
- Mogelijke maatregelen:** Opruimen, onderhoud, restauratie, traditionele werkwijze, vergeten groenten, oude rassen.

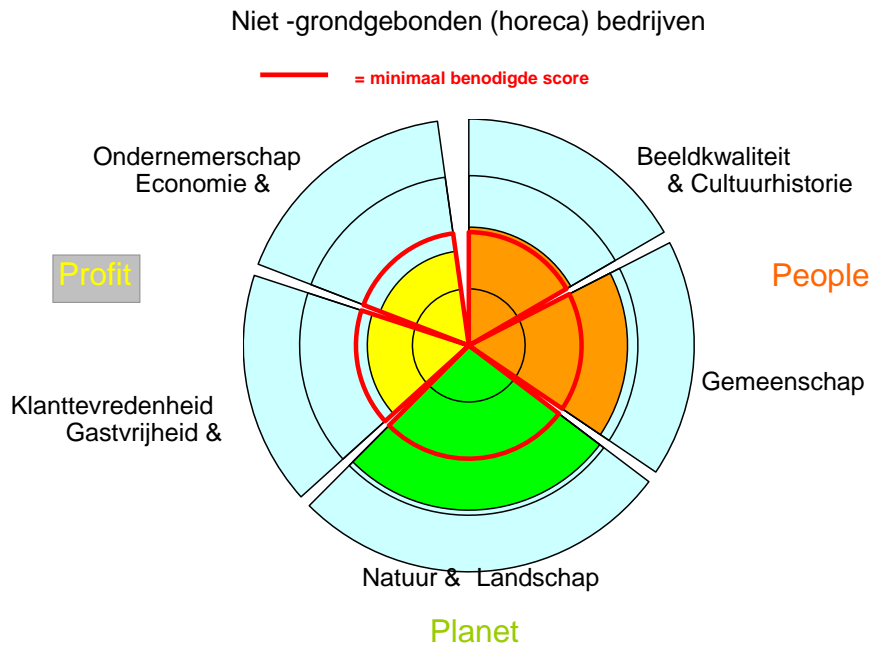
Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Heeft uw bedrijfsgebouw cultuurhistorische waarde?		Max score	11
			Punten
1 ^A	Staat het gebouw op de rijksmonumentenlijst?	j/n	4
1 ^B	Is het cultuurhistorisch erfgoed?	j/n	2
1 ^C	Staat het op de gemeentelijke lijst van beeldbepalende gebouwen?	j/n	2
1 ^D	Betreft het een langgevelboerderij?	j/n	1
1 ^E	Voor recente gebouwen (laatste 10 jaar): sluit de stijl van die nieuwbouw aan op de streekeigen kenmerken van omringende boerderijen? (graag 1-2 foto's bijvoegen)	j/n	2
		Score	

2. Enkele aspecten van een aantrekkelijk bedrijf:		Max score	8
			Punten
2 ^A	Is er bij de toegang een duidelijk naambord aanwezig met daarop de hoofdactiviteit van het bedrijf?	j/n	2
2 ^B	Is er rondom bijgebouwen (schuren, silo's, etc.) beplanting aangebracht om ze in het landschap in te passen?	j/n	2
2 ^C	Zijn er bomenrijen, houtwallen en/of hagen op het eigen bedrijf die aansluiten bij het netwerk in het omringende landschap?	j/n	2
2 ^D	Is storende opslag van materialen en machines vanaf de weg zoveel mogelijk aan het zicht onttrokken?	j/n	2
		Score	

De scores maken het mogelijk om resultaten op een visuele manier in een cirkeldiagram (een zgn. amoebe grafiek) weer te geven. Daarvoor is een Excell hulpmiddel ontworpen, waarmee deze grafieken snel gemaakt kunnen worden om in een rapportje of verslag op te nemen.

Met behulp van de maximale score per thema kan ook de relatieve prestatie van een bedrijf op dat thema worden uitgedrukt (behaalde score gedeeld door het maximaal haalbare). Deze relatieve score kan in de amoebe grafiek worden uitgezet (zie figuur 8.3).



Figuur 8.3.: Voorbeeld van een cirkeldiagram of amoebe grafiek waarmee de score van een ondernemer op de verschillende thema's zichtbaar wordt gemaakt.

8.3 Streefwaarde en minimum eis

Als streefwaarde is de maximale score per thema genomen, dat is de buitenrand van de cirkel. De werkelijke score van een bedrijf op een thema zal zelden 100% zijn maar ergens daaronder, en wordt in het cirkeldiagram met een gekleurde 'taartpunt' aangegeven.

In overleg met de Stuurgroep is ervoor gekozen een minimaal te behalen score als ondergrens te hanteren. Scoort een bedrijf onder deze grens, dan zou het – nog – niet in aanmerking komen voor het gebiedscertificaat. Een dergelijke ondergrens is bedoeld om een zekere basiskwaliteit van het gebiedskeurmerk te garanderen. In de huidige versie is die ondergrens op 50% gesteld (de rode lijnen in het cirkeldiagram van Figuur 8.1).

Met de meest recente versies van de vragenlijsten (september 2009) heeft slechts 1 van de 18 bedrijven in de twee testen een score boven de 50% gehaald op het thema Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie! Dat betekent dat het huidige instrument alleen al door dit thema slechts 5% van de onderzochte bedrijven zou toelaten voor certificering! Hier zal nog een verbeterslag in het instrumentarium nodig zijn.

De Excel rekenmodule is beveiligd met een wachtwoord. Dit maakt het mogelijk voor de certificerende instelling om wijzigingen in de module aan te brengen. Met name biedt dit dus de mogelijkheid om voor specifieke situaties c.q. doelgroepen de minimaal te behalen score aan te passen, als de huidige eisen te streng lijken voor een grote groep potentiële leden.

9 Aanvulling: een gedragscode

Bij de doordenking van thema's om op te nemen in het certificeringinstrument zijn aspecten naar voren gekomen die zich niet gemakkelijk laten vangen in objectieve en meetbare criteria. Zo is een 'opgeruimd en aantrekkelijk' erf belangrijk voor de uitstraling van een bedrijf, maar is het erg lastig in vragen of criteria vast te leggen wat wel of niet netjes is.

Ook heeft het weinig zin om in de vragenlijst zaken op te nemen, waaraan ondernemers gewoon onder wettelijke verplichtingen moeten voldoen. Het wordt als vanzelfsprekend aangenomen dat een ondernemer aan wet- en regelgeving voldoet

Maar tegelijk wil een certificerende instantie op kunnen treden wanneer een ondernemer ernstig tekort schiet in het voldoen aan de wettelijke eisen of op een andere manier in gebreke blijft en daarmee schade zou kunnen doen aan de kwaliteit en het imago van het gebiedscertificaat. Dat laat zich niet vangen in een vragenlijst met ja/nee antwoorden

Om aan die situaties tegemoet te komen is een voorstel gemaakt voor een gedragscode. Daarvoor is gekeken naar voorbeelden uit andere projecten rond certificering. Een aantal thema's uit hoofdstuk 5 die niet in de vragenlijst pasten, zijn in de gedragscode verwerkt.

Het voorstel voor de Gedragscode wordt op de volgende pagina gegeven.

Gedragcode Gebiedscertificaat

Een voorstel

Houders van het Certificaat “-gebied-” stellen zich in woord en daad op als ambassadeurs van het gebied en willen als een goede gastheer/gastvrouw het hun gasten naar de zin maken.

De Certificaathouder van “-gebied-” heeft een gastvrij en gemakkelijk toegankelijk bedrijf. Het bedrijf is in de omgeving door middel van bewegwijzering duidelijk aangegeven. De toegangsweg is goed begaanbaar. Er zijn parkeerplaatsen en ruimte om fietsen te stallen. Het erf en de bedrijfsgebouwen zijn schoon, opgeruimd en in goede staat van onderhoud.

De openingstijden (en –dagen) van het bedrijf zijn op een geschikte plaats duidelijk aangegeven. Er is duidelijk aangegeven waar men zich moet melden. Tijdens de aangegeven openingstijden is er steeds iemand beschikbaar om bezoekers te woord te staan. Prijzen van de aangeboden diensten en producten zijn duidelijk zichtbaar aangegeven. Er zijn schone, goed onderhouden sanitaire voorzieningen voor gasten aanwezig.

Het bedrijf zorgt voor een veilige omgeving voor jong en oud. Dat betekent dat bezoekers niet in de buurt kunnen komen van gewasbeschermingsmiddelen, gereedschappen, installaties en machines, putten, vallen, mogelijk agressieve (huis)dieren of andere situaties waar risico's aan kleven. Er zijn EHBO voorzieningen op het bedrijf aanwezig.

Houders van het certificaat houden zich aan alle wettelijke regels betreffende veiligheid, hygiëne, dierenwelzijn, aansprakelijkheid, werkgeverschap, milieuzorg e.d. en beschikken over alle benodigde, relevante vergunningen.

De Certificaathouder van “-gebied-” neemt maatregelen om overlast voor bezoekers en de omgeving, zoals lawaai, stankoverlast, losslingerend afval, parkeerproblemen zoveel mogelijk te voorkomen.

Houders doen jaarlijks een zelfonderzoek met behulp van de vragenlijst behorende bij het Certificaat van “-gebied-” en stellen naar aanleiding daarvan een verbeterplan op voor het volgende jaar. Houders werken actief mee aan controles en evaluaties van het Certificaat en nemen de daaruit voortvloeiende aanbevelingen op in een verbeterplan.

Plaats

Datum

Bedrijfsnaam

Handtekening Certificaathouder

10 Praktijktest bij 17 ondernemers in Het Groene Woud

In april 2009 is de 4^e versie van de vragenlijst naar een achttal ondernemers in de Groene Woud regio toegestuurd om door hen in te laten vullen. Er zijn 8 verschillende typen bedrijven met uiteenlopende productie- en multifunctionele takken geselecteerd:

Bedrijf 1:	boerencamping
Bedrijf 2:	fruitteelt + boerderijwinkel
Bedrijf 3:	grootschalige camping
Bedrijf 4:	kleinschalige camping
Bedrijf 5:	aardbeien & asperges
Bedrijf 6:	asperges + boerderijverkoop
Bedrijf 7:	restaurant
Bedrijf 8:	kwekerij

Vervolgens zijn de vragenlijsten persoonlijk met hen doorgesproken, wat tot veel nuttig commentaar en bijstellingen van vragen heeft geleid. Vragen zijn geschrapt, anderen zijn toegevoegd, en onduidelijkheden zijn beter uitgelegd.

De scores van deze 8 testbedrijven zijn weergegeven in onderstaande tabel. Bij deze eerste test valt Gastvrijheid & Klanttevredenheid nog onder People, later is dat thema onder Profit geschaard.

De verdeling van vragen en punten in versie 4 van de vragenlijst voor de test in april 2009 staan in Tabel 10.1 en de resultaten van de test op 8 bedrijven staan samengevat in Tabel 10.2.

Tabel 10.1: **Het aantal (deel)vragen per thema in de geteste vragenlijst (april 2009) met het bijbehorende maximaal te behalen aantal punten.**

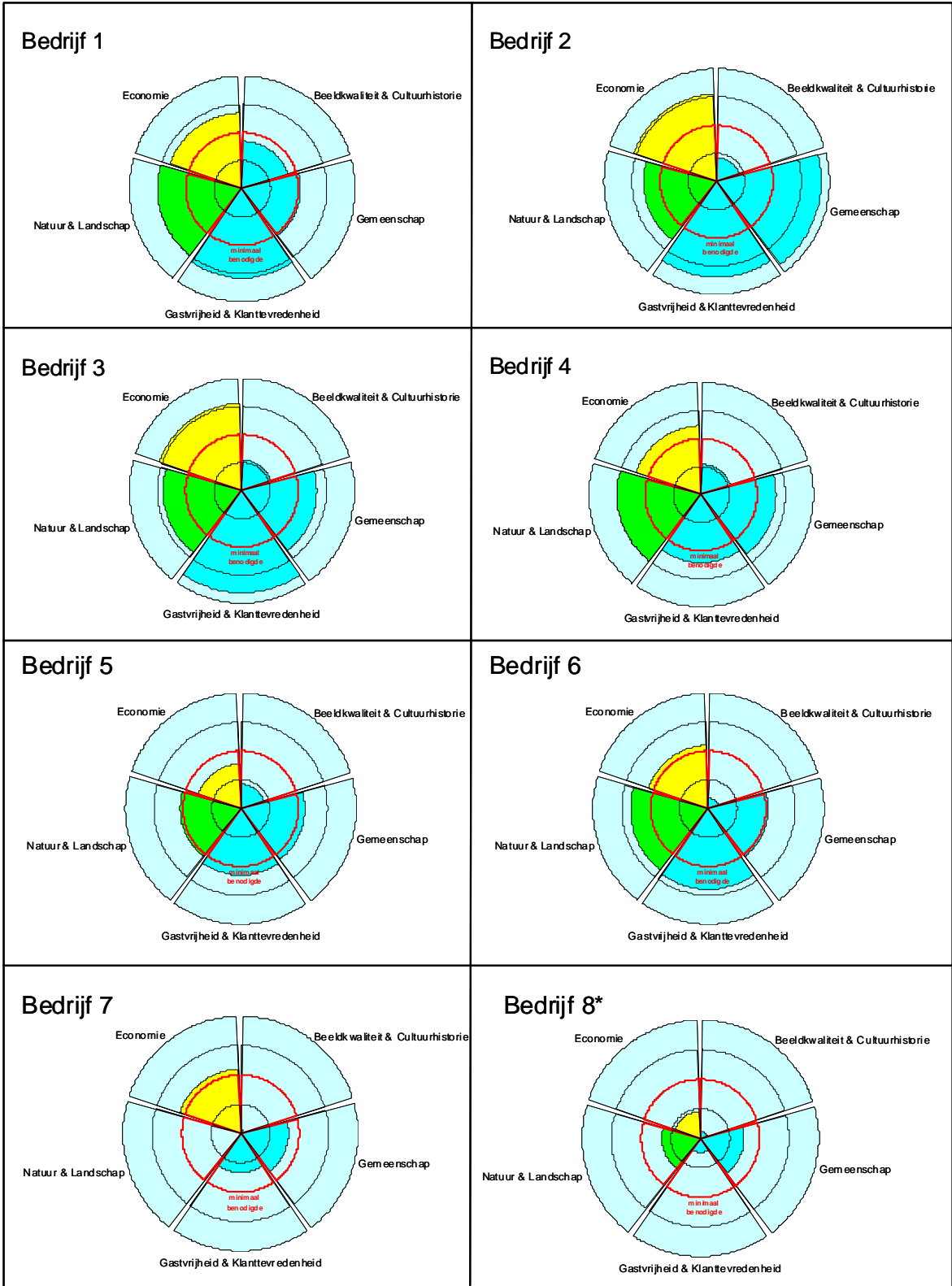
Domein	Thema	Aantal deelvragen	Maximale puntenscore
People	Cultuurhistorie	28	33
	Gemeenschap	15	27
	Gastvrijheid & Klanttevredenheid	23	33
Planet	Natuur en landschap	24	40
Profit	Economie & Ondernemerschap	21	31

Tabel 10.2: **Resultaten van de test van de vragenlijst in april 2009 op 8 praktijkbedrijven, puntenscore per thema per bedrijf.**

Thema:	bedrijf 1	bedrijf 2	bedrijf 3	bedrijf 4	bedrijf 5	bedrijf 6	bedrijf 7	bedrijf 8
Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie	14	7	9	9	7	3	1	2
Gemeenschap	14	25	18	18	15	14	11	10
Gastvrijheid	26	28	30	20	19	23	11	4
Natuur & landschap	30	26	28	30	21	27	0	13
Economie & Ondernemerschap	21	24	24	19	12	17	17	7

Allereerst valt op dat alle bedrijven op het thema Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie zeer slecht scoren. Tot nu toe waren de vragen bij dat thema sterk op de aanwezigheid van oude gebouwen, ambachten, veerassen en gewassen gericht. Na deze test is de vragenlijst op dit onderdeel uitgebreid met enkele vragen over de beeldkwaliteit van het bedrijf, waardoor meer bedrijven een betere score kunnen behalen.

De scores uit de test zijn omgerekend naar relatieve scores en in cirkeldiagramman uitgezet. Zie Figuur 10.1 op de volgende pagina.



Figuur 10.1.: Resultaten van de test van de vragenlijst met 8 bedrijven uit de regio Het Groene Woud, uitgezet als relatieve scores per thema in cirkeldiagrammen.

Indien we als eis stellen dat tenminste een relatieve score van 0,5 per thema moet worden behaald, dan blijkt dat 5 van de 8 bedrijven in de test op alle thema's (behalve bovengenoemde beeldkwaliteit en cultuurhistorie) boven die grens te scoren. Zij zouden dus in aanmerking komen voor certificering. Bedrijf nr. 5 scoort over de hele linie rond de 0,50 en op het onderdeel economie daar onder. Dit bedrijf zou tenminste op dit laatste onderdeel verbeteringen moeten doorvoeren om (met de hakken over de sloot) voor certificering in aanmerking te komen.

Bedrijf nr. 7 is een restaurant dat producten uit de regio verwerkt maar geen grondgebonden activiteiten heeft. Duidelijk blijkt uit het diagram dat onze vragenlijst voor dit type bedrijf nog niet geschikt is; veel vragen zijn niet van toepassing. Het ziet er naar uit dat ook voor andere typen organisaties en bedrijven (afnemers, toeleveranciers, overheden, natuur- en milieuorganisaties) specifieke vragenlijsten moeten worden opgesteld. Dat valt buiten het kader van de projectopdracht.

Bedrijf nr. 8 is een bewust gekozen voorbeeld van een grondgebonden, agrarisch bedrijf, dat door ons vooraf is beoordeeld als niet-passend binnen de filosofie en sfeer van de coöperatie het Groene Woud. Uit de test blijkt dat dat bedrijf dan ook glansrijk zakt voor de toelating en op alle thema's ruim beneden de 0,50 scoort. In die zin is de vragenlijst dus onderscheidend genoeg om niet-geschikte bedrijven uit te sluiten voor certificering.

In juni 2009 heeft Bureau Preadium een 2^e test verzorgd bij 9 bedrijven in Het Groene Woud, Daarbij is gebruik gemaakt van 2 verbeterde vragenlijsten: één voor grondgebonden en één voor niet grondgebonden bedrijven. Opnieuw zijn verschillende typen bedrijven genomen om de vragenlijsten te testen (Tabel 10.3).

Tabel 10.3: **Beknpte kenmerken van de 10 praktijkbedrijven in de 2^e test met 2 typen vragenlijsten (juni 2009).**

	SOORT BEDRIJF	GEBIED	TOELICHTING
1e ronde vragenlijst			
1	Gallery	Kempen	Gallery gelegen in het buitengebied, als nevenactiviteit van een varkensbedrijf
2	Geitenboerderij met boerderijwinkel	Kempen	Gangbare geitenhouderij met als nevenactiviteit een boerderijwinkel
3	Aarbeidenkwekerij	Het Groene Woud	Gangbare aardbeienkwekerij, voorzien van een aardbeienautomaat
4	Melkveebedrijf	Het Groene Woud	Gangbaar melkveebedrijf, geen nevenactiviteiten
5	Bierbrouwerij	Het Groene Woud	Bierbrouwerij voor streekbieren en excursies
2e ronde vragenlijst 'niet grondgebonden			
6	Catering	Het Groene Woud	Cateringbedrijf dat werkt met veel regionale producten
7	Meubelmakerij	Het Groene Woud	Meubelmakerij die een klein gedeelte produceert met hout uit het gebied
8	Restaurant 1	Het Groene Woud	Restaurant in dorpscentrum met een gangbaar aanbod voor breed publiek
9	Restaurant 2	Het Groene Woud	Restaurant in dorpscentrum met een exclusieve kaart met enkel streekproducten
10	Bierbrouwerij (nogmaals)	Het Groene Woud	Nogmaals de bierbrouwer om te kijken of hij via deze lijst beter scoort

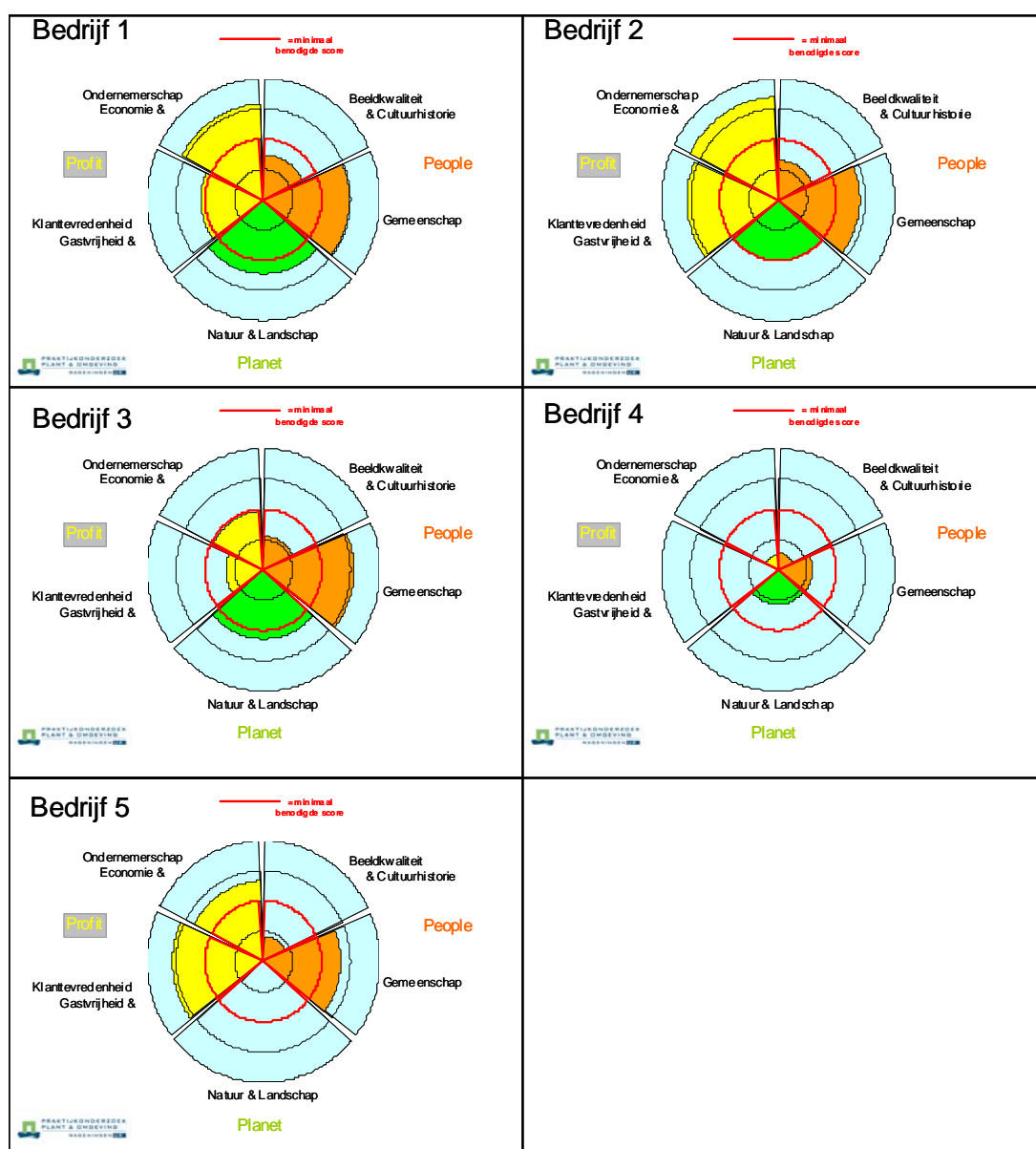
Bedrijf 5 (Bierbrouwerij) is tweemaal getetst, met beide vragenlijsten om te zien of de toegevoegde niet-grondgebonden vragenlijst tot een daadwerkelijk beter aanpassing en score leidt.

De resultaten van de puntenscores voor de grondgebonden bedrijven staan in tabel 10.4 en figuur 10.2:

Tabel 10.4: Resultaten van de 2^e test van de vragenlijst in juni 2009 op 5 grondgebonden praktijkbedrijven, puntenscore per thema per bedrijf.

Domein	Thema:	Max score	Bedrijf 1 score	Bedrijf 1 %	Bedrijf 2 score	Bedrijf 2 %	Bedrijf 3 score	Bedrijf 3 %	Bedrijf 4 score	Bedrijf 4 %	Bedrijf 5* score	Bedrijf 5* %
People	Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie	43	16		14		12		6		9	
	Gemeenschap	27	20	51%	19	47%	21	47%	8	20%	18	39%
Planet	Natuur & landschap	70	43	61%	35	50%	40	57%	20	29%	0	0%
Profit	Economie & Ondernemerschap	37	20	66%	29	81%	12	40%	0	6%	29	73%
	Gastvrijheid & Klanttevredenheid	33	25		28		16		4		22	

* bedrijf 5 is met beide vragenlijsten getest



Figuur 10.2: Resultaten van de 2^e test bij 5 grondgebonden bedrijven

Uit de evaluatie van de 2^e test blijkt dat de vragenlijst voor grondgebonden bedrijven voor het thema 'Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie' tot lage scores leidt. Wanneer je in een boerderij gevestigd bent (zie bedrijven 1, 2 en 3) is het nog enigszins mogelijk om in deze vragenlijst punten te scoren, maar anders wordt dat moeilijk. Wanneer het een gangbaar bedrijf betreft zonder nevenactiviteiten of als een bedrijf gevestigd is op een industrieterrein, dan is het buitengewoon moeilijk om op dit thema punten te scoren (zie bedrijf 4 en 5) en dus om de minimale streefwaarde te behalen.

Op het thema 'Gemeenschap' is het goed mogelijk om punten te scoren wanneer er een vorm van verbreding is. Wanneer het enkel een gangbaar bedrijf zonder nevenactiviteiten betreft is het maximaal mogelijk om de helft van het puntenaantal te behalen (zie bedrijf 4).

Op het thema 'Natuur & Landschap' scoren bedrijf 4 en 5 zeer laag. Bedrijf 5 is gevestigd op een industrieterrein en bedrijf 4 is een agrarisch bedrijf dat aan verschillende kanten tegen natuurgebieden grenst. Op een industrieterrein zijn niet of nauwelijks mogelijkheden voor natuur & landschap. Voor bedrijf 4 geldt dat het in een hele groene omgeving is gelegen, maar dat de 'groene' elementen niet tot het eigen bedrijf behoren en dus niet mee kunnen tellen in de prestatie (bovendien ook niet in eigen beheer zijn).

Op de thema's 'Economie & Ondernemerschap' en 'Gastvrijheid & Klanttevredenheid' kunnen bedrijven die gericht zijn op het ontvangen van klanten en/of gasten (bedrijf 1,2 en 5) goed scoren. Bedrijven die geen of een zeer beperkte neventak hebben kunnen hier veel minder punten scoren. Zij verwerken geen grondstoffen uit de eigen regio en hebben geen aanbod van arrangementen. Hierdoor lopen ze bij 'Economie & Ondernemerschap' veel punten mis. Bij 'Gastvrijheid & Klanttevredenheid' kunnen ze nog minder punten scoren, omdat het bedrijf niet gericht is op het ontvangen van (vele) gasten, geen recreatievoorzieningen heeft en geen/weinig producten om te vermarkten.

Alle thema's eindigen met de vraag: 'Draagt u uw bijdrage aan dit thema uit....' Voor veel ondernemers is niet duidelijk wat er nu daadwerkelijk wordt gevraagd. Bij het thema 'Gemeenschap' vinden ondernemers de vraag erg raar; 'natuurlijk draag je zelf niet uit wat je allemaal voor de gemeenschap doet'.... Is een veel gehoord antwoord.

De resultaten van de puntenscores voor de niet-grondgebonden bedrijven staan in tabel 10.5 en Figuur 10.3 (op de volgende bladzijde):

Tabel 10.5: **Resultaten van de 2^e test van de vragenlijst in juni 2009 op 5 niet-grondgebonden praktijkbedrijven, puntenscore per thema per bedrijf.**

Domein	Thema:	Max	Bedrijf 6		Bedrijf 7		Bedrijf 8		Bedrijf 9		Bedrijf 10*	
		score	score	%	score	%	score	%	score	%	score	%
People	Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie	43	20		9		15		22		21	
	Gemeenschap	27	13	47%	18	39%	15	43%	13	50%	20	59%
Planet	Natuur & landschap	50	26	56%	27	54%	5	10%	36	72%	4	8%
Profit	Economie & Ondernemerschap	33	23	63%	15	47%	26	77%	29	80%	29	74%
	Gastvrijheid & Klanttevredenheid	37	21		18		28		27		23	

* bedrijf 10 is hetzelfde bedrijf als 5 in de vorige test en is met beide vragenlijsten getest

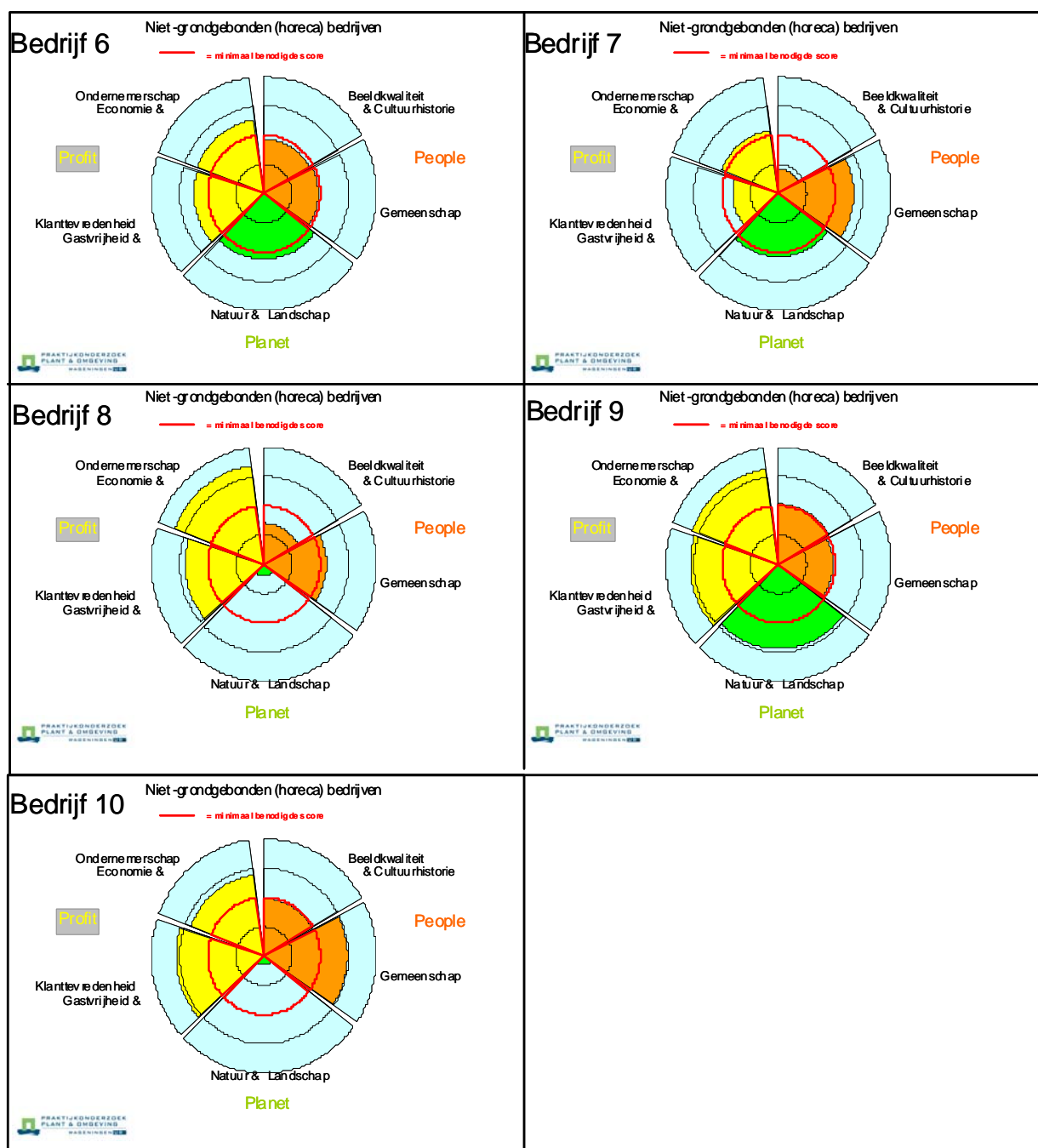
In de vragenlijst voor niet-grondgebonden bedrijven blijkt het eveneens moeilijk om op de thema's 'Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie' en 'Gemeenschap' de minimale streefwaarden te scoren. Bij de vragenlijst 'Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie' is het nog enigszins mogelijk om punten te scoren wanneer je in een historisch pand gevestigd bent (zie bedrijf 6 en 9), maar anders wordt dat erg moeilijk. Wanneer je als MKB bedrijf (zie bedrijf 7) jezelf richt op één product en er alleen enkele klanten op je bedrijf komen, ben je niet ingericht om te scoren op deze vragenlijst.

De vragen onder het thema 'Gemeenschap' richten zich vooral op het uitdragen van informatie over bedrijven waar je producten afneemt. Sommige ondernemers zijn van mening dat iedere ondernemer zijn eigen producten in de markt moeten zetten. Wanneer dit je mening is, scoor je hier al snel laag (bedrijf 6).

Natuurlijk is het afnemen en uitdragen van elkaars producten een must, maar misschien is dit ook een bewustwordingsproces dat bij ondernemers moet groeien.

Op het thema 'Natuur & Landschap' scoren bedrijf 10 en 8 bijna geen punten. Bedrijf 10 (= bedrijf 5) is gevestigd op een industrieterrein en bedrijf 8 midden in het centrum van een groot dorp. Beide hebben een zeer beperkt perceel, waarop geen mogelijkheden zijn voor beplanting. Op het gebied van 'Natuur & Landschap' kunnen zij op geen enkele wijze de streefwaarde behalen.

De overige bedrijven zijn allen gevestigd in de directe nabijheid van een woonhuis met een tuin. Ieder op hun eigen manier wordt er aandacht gegeven aan beplanting, vogelkasten, natuurontwikkeling enz.



Figuur 10.3.: Resultaten van de 2^e test met de vragenlijst voor niet-grondgebonden bedrijven (juni 2009)

Voor bijna alle bedrijven is 'Profit' met daaronder de thema's 'Economie & Ondernemerschap' en 'Gastvrijheid & Klanttevredenheid' het domein waarop ze ruimschoots punten kunnen scoren om hun gemiddelde op te halen. Dit ligt zeker ook aan de categorie die is getest. Horecabedrijven zijn gericht op gastvrijheid en klanttevredenheid is een must! Verder is economie & ondernemerschap een vragenlijst die het bij alle (ook agrarische) bedrijven van toepassing kan zijn. Deze beide vragenlijsten zijn erg goed toepasbaar op horeca, MKB en agrarische bedrijven met een neventak. Voor bedrijven met enkel een agrarische bedrijfsvoering zal 'gastvrijheid & klanttevredenheid' niet of veel minder goed toepasbaar zijn.

Als knelpunt is nog gesignaleerd dat diverse vragen meerdere keren in vragenlijsten terug komen. Wanneer je hieraan als bedrijf niet kunt voldoen, wordt je dubbel gestraft of als je wel voldoet dubbel beloond.

De test met de 2 verschillende vragenlijsten op hetzelfde bedrijf 5 (= bedrijf 10) levert weinig onderscheidend vermogen op. Met beide vragenlijsten blijft dit bedrijf (op een industrieterrein) zeer laag scoren op 'Natuur & Landschap'. Voor 'Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie' wordt net de minimale 50% score bereikt.

Restaurants (bedrijven 8 en 9) scoren in de 2^e test met de vragenlijst voor niet-grondgebonden bedrijven duidelijk beter dan in de eerste test (bedrijf 7) met de toenmalige versie van de (grondgebonden) vragenlijst.

De eerste test heeft veel verduidelijking gegeven over hoe ondernemers de vragenlijst lezen en gebruiken. Er zijn veel onduidelijkheden weggenomen.

De tweede test laat zien dat het erg lastig is om een generiek instrument te ontwikkelen dat voor heel uiteenlopende bedrijven geschikt is. Het spanningsveld is dat we met de vragenlijst rekening willen houden met de "natuurlijke" handicaps en verschillen tussen de zeer uiteenlopende bedrijven, maar tegelijk juist wel onderscheid willen maken tussen bedrijven die zich zeer inspannen om een grote bijdrage te geven aan de kwaliteiten van het gebied en bedrijven die op deze punten veel minder inspanning en kwaliteit leveren.

De 2e test laat duidelijk zien dat er in dit spanningsveld nog behoefte is aan verbeterlagen en aanscherping (zie ook het volgende hoofdstuk).

11 Het Vervolg

Het project heeft eind 2009 vier concept producten opgeleverd:

- Een gedragscode
- Een vragenlijst voor grondgebonden bedrijven
- Een vragenlijst voor niet-grondgebonden (horeca) bedrijven
- Een Excel rekenhulp bestand

Daarmee is het werk beslist nog niet ten einde. Het instrumentarium is nog niet af, zoals duidelijk uit de 2 praktijktesten is gebleken. Er zijn nog een aantal verbeterpunten en aanvullingen te doen:

Met de huidige vragenlijsten slaagt slechts 1 van de 18 bedrijven er in om op het thema 'Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie' de minimaal vereiste 50% te scoren. Dat onderdeel zal in elk geval nog verbeterd moeten worden. Voor alle overige thema's slagen 9 van de 18 testbedrijven.

Een ander duidelijk knelpunt uit de test is dat bedrijven zonder eigen grond en erf nauwelijks kunnen scoren op het thema 'Natuur & landschap' en door ook geen verbeteringen in aan kunnen brengen.

Enkele vragen zijn nadrukkelijk gebiedspecifiek (Tabel 11.1). Deze dienen voor elke nieuwe regio te worden aangepast aan de streekeigen kenmerken. In Bijlage 6 worden daarvoor aanwijzingen gegeven.

Tabel 11.1: . **Vragen die gebiedsspecifiek zijn en daarom dienen te worden aangepast aan de regio:**

Bij het thema Beeldkwaliteit & Cultuurhistorie:																							
3. Heeft u op uw bedrijf cultuurhistorische elementen?	Max score	6																					
		Punten																					
3 ^A Heeft u een bolle akker?	j/n	1																					
3 ^B Heeft u religieus erfgoed (bv kapelletjes)?	j/n	1																					
3 ^C Heeft u een bakhuisje?	j/n	1																					
3 ^D Heeft u een vlaamse schuur?	j/n	1																					
3 ^E Heeft u een hooiberg?	j/n	1																					
3 ^F Heeft u een kerkpad over uw bedrijf lopen?	j/n	1																					
	Score																						
Bij het thema Natuur & Landschap:																							
4. Is er bij beplantingen op het bedrijf gebruik gemaakt van kenmerkende, streekeigen soorten?	Max score	8																					
<p><i>Onderstaande lijst is kenmerkend voor het Vogelkers – Essenbos op de hogere zandgronden, hier ingeschat als kenmerkend voor het Groene Woud. Voor andere regio's een nieuwe lijst maken.</i></p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Zomereik</td> <td>Gelderse roos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lijsterbes</td> <td>Boswilg</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Zoete kers</td> <td>Kardinaalsmuts</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Vogelkers</td> <td>Hondsroos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Zwarte els</td> <td>Rode kornoelje</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hazelaar</td> <td>Rode bes</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Eenstijlige meidoorn</td> <td>Zwarte bes</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Zomereik	Gelderse roos		Lijsterbes	Boswilg		Zoete kers	Kardinaalsmuts		Vogelkers	Hondsroos		Zwarte els	Rode kornoelje		Hazelaar	Rode bes		Eenstijlige meidoorn	Zwarte bes	
Zomereik	Gelderse roos																						
Lijsterbes	Boswilg																						
Zoete kers	Kardinaalsmuts																						
Vogelkers	Hondsroos																						
Zwarte els	Rode kornoelje																						
Hazelaar	Rode bes																						
Eenstijlige meidoorn	Zwarte bes																						
Minder dan 5 van de genoemde soorten?	j/n	0																					
5 - 10 van de genoemde soorten?	j/n	4																					
Meer dan 10 van de genoemde soorten?	j/n	8																					
	Score																						

Bij het vaststellen van de resultaten van een bedrijf, met de eindscores per thema en de figuur in het cirkeldiagram, is het de bedoeling dat er ook een verbeterplan wordt opgesteld voor de onderdelen die slecht of matig scoren. De ondernemer en adviseur zouden een concreet plan moeten opstellen van maatregelen en acties die moeten leiden tot een betere prestatie op dit thema bij de volgende evaluatie (1 jaar later). Een format en voorbeeld van een dergelijk verbeterplan is in dit project nog niet uitgewerkt. Ook dient er een beknopte instructie en handleiding voor de adviseur te worden opgesteld, plus een beknopte instructie voor de ondernemer bij het invullen van de vragenlijsten.

We achten het concept instrumentarium echter voldoende ontwikkeld om het voor te leggen aan gebiedspartijen in andere regio's van Nederland. Vragen daarbij zijn dan hoe men in die regio's aankijkt tegen gebiedscertificering, en of zij de voorliggende concepten van het instrumentarium daarvoor een bruikbare handreiking vinden. Uitkomst van zo'n consultatie zou in het ideale geval een aantal nieuwe samenwerkingspartijen opleveren om het instrumentarium verder door te ontwikkelen en te optimaliseren.

In een eventueel vervolg kunnen de volgende suggesties worden meegenomen als mogelijkheden voor verbeteringen en/of voor verdere overdenking:

- Nu is de minimaal te behalen score voor alle thema's op 50% gezet. Het is technisch eenvoudig om dat systeem los te laten en (desgewenst) per thema een (eigen) minimale score vast te stellen. Is dat wenselijk?
- Is het wenselijk om ondernemers de mogelijkheid te bieden om met hoge scores op één thema te compenseren voor lage scores op een ander thema? Ook als die compensatie tussen verschillende domeinen (people, planet, profit) zou plaatsvinden? Het voordeel daarvan kan zijn dat ondernemers op die manier 'beloond' worden om meer te doen dan het minimaal noodzakelijke. Maar als nadeel geldt dan dat ondernemers minder geprikkeld worden om een tekort op een zwak thema weg te nemen (als ze dat op een ander thema als sterk punt mogen compenseren).
- Tot nu toe zijn de thema's, vragen en waardering tot stand gekomen in samenspraak tussen onderzoekers, met op- en aanmerkingen vanuit de ondernemers. Maar men kan overwegen om nadrukkelijk ook burgers van een gebied, c.q. klanten en cliënten van de deelnemende bedrijven in dit proces te betrekken. Door burgers mee te laten besluiten over welke thema's zij belangrijk vinden en hoe zij de bijdragen daaraan willen waarderen, krijgt het certificeringssysteem een groter draagvlak en een grotere 'legitimiteit' in het gebied.
- Met de puntenwaardering kan eindeloos gesleuteld en gespeeld worden. Dat draagt een risico in zich dat men zich daarop gaat focussen, waardoor er verstarings- en 'verbureaucratisering' van het instrument zou kunnen optreden. Het instrument is bedoeld als hulpmiddel, en moet geen doel op zichzelf worden. Het proces waarmee men samen met de verschillende gebiedspartijen gaat nadenken over de kernwaarden van een gebied, en hoe men die waarden kan behouden en versterken, is misschien nog wel belangrijker dan de uiteindelijke vormgeving daarvan in een of ander certificeringssysteem.

Op 27 November 2009 is in opdracht van de Taskforce Multifunctionele Landbouw een workshop georganiseerd als onderdeel van de werkconferentie "Streken met Smaak" op Landgoed Rhederoord in De Steeg, georganiseerd door Streekproducten Nederland (SPN). Tijdens deze workshop is het instrument aan de deelnemers voorgelegd en toegelicht. Frans van Berendonk en Geert van der Veer hebben namens Het Groene Woud toegelicht hoe zij gebiedscertificering vinden passen in het traject van Branding Het Groene Woud en hebben hun visie op het gebruik van dit instrument toegelicht. Het Groene Woud heeft samen de Kempen eind 2009 een handboek uitgegeven waarin de trajecten voor productcertificering (van Kempen Goed) en gebiedscertificering (namens Het Groene Woud, het in dit rapport beschreven instrument) zijn gebundeld.

Tijdens deze workshop was een beperkt aantal van 8 deelnemers aanwezig, uit verschillende delen van het land. De reactie van de aanwezigen op het instrument was kritisch positief tot uitgesproken positief. Een van de kritische opmerkingen was dat men de beleving van de streek door de burger / consument nog niet erg terugziet in het instrument. Een andere kritische noot was dat het instrument tot nu toe vooral samen met ondernemers is vorm gegeven (de 'aanbod' zijde). Door ook consumenten en burgers te betrekken bij het vaststellen van de waarden van het gebied en de te behalen normeringen ontstaat ook een groter

draagvlak en wordt het instrument ook een communicatiemiddel met de omgeving. Men tekent daar bij aan dat het proces van gezamenlijk vaststellen van kernwaarden van een gebied en het samen vertalen van die kernwaarden naar normen en streefniveaus wel eens veel belangrijker kan zijn dan de feitelijke uitkomst en puntenwaardering in het instrument. Dat proces zorgt voor zeer veel interactie in het gebied en draagt bij aan een groter netwerk en draagvlak voor de waardering van het gebied en het streven om dat te behouden.

Men vond het verder interessant dat deze methodiek zowel zichtbaar maakte de waarde die een bedrijf heeft voor zijn omgeving (o.a. landschap) als dat de omgeving waarde geeft aan het bedrijf die dat kan vermarkten. Dat is dus veel gelijkwaardiger dan productcertificering waarbij een bedrijf alleen gebruik maakt van de waarde van zijn omgeving maar daar niets voor terug hoeft te geven. Daar schiet een gebied weinig mee op.

We citeren hier uit het verslag van de workshop in het verslag van de werkconferentie door Streekproducten Nederland (SPN):

“In samenwerking met de Task Force Multifunctionele Landbouw heeft de WUR-PPO een model voor gebiedcertificering voor het Groene Woud ontwikkeld. De aanpak gaat uit van bedrijfscertificering, waarbij ieder bedrijf inzichtelijk kan maken welke bijdrage geleverd wordt aan de kwaliteit van de streek. Dit kan gekoppeld worden aan productcertificering. De kracht van de aanpak ligt in het feit dat iedere ondernemer vanuit de eigen mogelijkheden een bijdrage kan leveren om het streekmerk ‘Groene Woud’ verder te laden. Dit is een vorm van ‘internal branding’ waarbij de overkoepelende kenmerken van het Nationaal Landschap richtinggevend zijn voor de verdere ontwikkeling. De uitdaging voor de nabije toekomst zal zijn om ook de burger/consument te betrekken bij het benoemen van criteria en het vaststellen van de normen. Er is een groot draagvlak voor deze aanpak bij de regionale overheden. Streekproducten kunnen hierbij zeker in de communicatie naar de consument een duidelijke meerwaarde vertegenwoordigen. Uiteindelijk zal deze benadering voor de ondernemers geld op moeten leveren, als dat lukt is het een manier om het unieke cultuurlandschap van het gebied tot waarde te brengen voor de (agrarische) ondernemer.”
[bron:<http://www.erkendstreekproduct.nl/uploads/files/verslag%20werkconferentie.pdf>]

De reacties tijdens en na deze workshop laten zien dat er interesse bestaat om het instrument dat er nu ligt te testen en door te ontwikkelen in andere regio's in Nederland.

Bronnen

- Anoniem, 2008. Ontwikkelingsstrategie Het Groene Woud / De Meierij. Concept versie 16 juni 2008.
- Buck, A. de, F. van Alebeek, A. Dekking, G. Migchels, M. Vijn & A. Visser, 2009. MAatschappelijke Effect Rapportage verbrede landbouw (MAER). Verantwoording. PPO - AGV, projectnr. 3250076909, 18 p.
- Buck, A. de, F. van Alebeek, A. Dekking, G. Migchels, M. Vijn & A. Visser, 2009. MAatschappelijke Effect Rapportage verbrede landbouw (MAER). De MAER bedrijfsscan. PPO - AGV, projectnr. 3250076909, 34 p.
- Reijers, N.; Beek, A.J.C.M. van; Hopster, G.K., 2005. Eindrapport Natuur breed deel A : stappenplan voor het opstellen van bedrijfsnatuurplannen, volgens de Natuur Breed methodiek. Lelystad : PPO, 2005 (PPO-Rapport 2005)

<http://www.eifel.de>

<http://www.erkendstreekproduct.nl>

<http://www.erkendstreekproduct.nl/uploads/files/verslag%20werkconferentie.pdf>

<http://www.fuchsiabrands.com>

<http://www.groenehartlandwinkel.nl/ghlw>

<http://www.groenehartlandwinkel.nl/ghlw/landwinkelen/kwaliteitsproducten/keurmerk.html>

http://www.hetgroenewoud.com/sto_info.php

<http://www.kempengoed.nl>

<http://www.keurmerken.info>

<http://www.mijnboer.nl/home.aspx>

<http://www.mvonderland.nl>

<http://www.regiowaarde.nl/Regionalbranding21.htm>

<http://www.streekproductengroningen.nl>

<http://www.tuinpad.nl/index2.php?tp=tp>

<http://www.vrpages.co.uk/projects/westcorkleader/fuchsia-book/index.html>

<http://www.waddengoud.nl>

<http://www.waddengoud.nl/wadden-documenten-artikelen/wadden-goud-criteria.doc>

http://en.wikipedia.org/wiki/Place_branding

Bijlage 1 Inventarisatie regionale certificeringssystemen

Inleiding

In het project Gebiedscertificering wordt een certificeringssysteem ontwikkeld waardoor bedrijven kunnen aantonen dat zij een positieve bijdrage leveren op het gebied van people, planet en profit in de regio waar deze bedrijven gevestigd zijn. Deze gebiedscertificering moet breed toepasbaar zijn in verschillende gebieden in Nederland met in elk gebied een streekeigen invulling. In een pilotgebied (Het Groene Woud, het gebied tussen 's Hertogenbosch, Tilburg en Eindhoven) zal het certificeringssysteem worden getest. Voorafgaand aan de ontwikkeling van het certificeringssysteem is er een inventarisatie uitgevoerd m.b.t. de belangrijkste initiatieven op dit gebied in Nederland en een tweetal in het buitenland. Voor de inventarisatie is gebruik gemaakt van bestaande literatuur, informatie op het internet maar vooral is veel informatie verkregen uit gespreken met de contactpersonen van de verschillende initiatieven en onderzoekers van de WUR (vakgroep Rurale Sociologie). Naast een inventarisatie van certificeringssystemen voor regionale producten en diensten is er een quick scan uitgevoerd naar instrumenten voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en wat deze instrumenten voor de ontwikkeling van een systeem voor gebiedscertificering kunnen betekenen

Doel van gebiedscertificering

Een bedrijf kan laten zien dat het een positieve bijdrage levert op het gebied van people, planet en profit in een geografisch omschreven gebied. Bij onderstaande initiatieven is bij 'Toepasbaarheid voor gebiedscertificering' deze definitie gehanteerd. Hieruit volgt dat initiatieven gericht op de certificering van producten minder toepasbaar zijn voor gebiedscertificering.

Op basis van deze inventarisatie zal bekeken worden welke (onderdelen van) bestaande certificeringsinstrumenten betrokken kunnen worden bij de ontwikkeling van een systeem voor gebiedscertificering.

Certificeringssystemen regionale producten en diensten

Naam initiatief	Waddengoud
Land	Nederland
Regio	Waddeneilanden en waddenkust, NH, Friesland, Groningen
Gericht op producten of bedrijven	Producten
Doel van certificering	Indien gecertificeerd kunnen ondernemers producten en diensten aanbieden onder het merk Waddengoud
Belangrijkste criteria	Criteria opgesteld door Streekeigen Producten Nederland (SPN). <ul style="list-style-type: none">- Alle basis- en kenmerkende grondstoffen moeten uit de streek komen- Producten moeten duurzaam geproduceerd worden. Daarbij wordt gelet op de volgende aspecten:<ul style="list-style-type: none">• Vermindering milieubelasting• Natuur en landschap• Dierenwelzijn• Agrobiodiversiteit• Transportbewegingen
Toepasbaarheid voor gebiedscertificering	- (Gericht op producten.)

Naam initiatief	Gegarandeerd Groningen
Land	Nederland
Regio	Groningen
Gericht op producten of bedrijven	Producten en diensten
Doel van certificering	Indien gecertificeerd kunnen ondernemers producten en diensten aanbieden onder het merk Gegarandeerd Groningen.
Belangrijkste criteria	Criteria hebben vooral betrekking op de herkomst van de grondstoffen (minimum percentage uit de regio) en de productie (in de regio).
Toepasbaarheid voor gebiedscertificering	- (Gericht op producten en diensten.)

Naam initiatief	Groene Hart Keurmerk
Land	Nederland
Regio	Groene Hart, Noord- en Zuid-Holland, Utrecht
Gericht op producten of bedrijven	Producten
Doel van certificering	Indien gecertificeerd kunnen ondernemers producten en diensten aanbieden onder het Groene Hart keurmerk.
Belangrijkste criteria	<ul style="list-style-type: none"> • herkomst, natuurlijkheid en kwaliteit van de grondstoffen • een ambachtelijke bereidingswijze • een uitgelezen smaak op basis van specifieke streekeigen kenmerken • een milieu- en diervriendelijke productiewijze • de bescherming en het beheer van natuur- en landschapswaarden
Toepasbaarheid voor gebiedscertificering	- (Gericht op producten.)

Naam initiatief	Vechtdal Convenant
Land	Nederland
Regio	Vechtdal, Overijssel
Gericht op producten of bedrijven	Bedrijven
Doel van certificering	Indien gecertificeerd kunnen ondernemers producten en diensten aanbieden onder het merk Vechtdal producten.
Belangrijkste criteria	<p>Er zijn aparte criteria opgesteld voor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • akkerbouwbedrijf • varkenshouderijbedrijf • melkveehouderijbedrijf • rundveehouderijbedrijf • groenteteeltbedrijf • aanbieders arrangementen • restaurants • slachterijen en slagerijen • logistieke diensverleners <p>Er zijn criteria opgesteld op het gebied van:</p> <ul style="list-style-type: none"> • voedselveiligheid • teeltwijze • houderijsysteem

	<ul style="list-style-type: none"> • traceerbaarheid • rassenkeuze • levering aan vechtdalketen • natuur (natuurbedrijfsplan) • klanttevredenheid • klachtenprocedure • bedrijfsuitstraling • bezoekersfaciliteiten
Toepasbaarheid voor gebiedscertificering	+ (Wel kunnen er nog meer eisen aan de impact van het bedrijf op het gebied worden gesteld.)

Naam initiatief	Kempen Goed
Land	Nederland
Regio	De Kempen, Noord-Brabant
Gericht op producten of bedrijven	Bedrijven
Doel van certificering	Indien gecertificeerd kunnen ondernemers producten en diensten aanbieden onder het merk Kempens Goed.
Belangrijkste criteria	Criteria opgevraagd maar nog niet ontvangen.
Toepasbaarheid voor gebiedscertificering	+ (mondelinge mededeling initiatiefnemers)

Naam initiatief	Het Tuinpad
Land	Nederland
Regio	Twente, Overijssel
Gericht op producten of bedrijven	Bedrijven
Doel van certificering	Indien gecertificeerd kunnen ondernemers producten en diensten aanbieden onder het merk Het Tuinpad.
Belangrijkste criteria	<p>Het Tuinpad heeft een aantal richtlijnen/criteria opgesteld:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Authenticiteit <ul style="list-style-type: none"> - bebouwing is typisch voor de streek - streek/cultuurhistorisch - ademt typische streek eigen sfeer uit - nieuwbouw in stijl/renovatie • Gastheerschap <ul style="list-style-type: none"> - gastvrij - tijd voor ontvangst gasten • Ligging <ul style="list-style-type: none"> - natuurlijke en landelijke omgeving - bereikbaar • Erf <ul style="list-style-type: none"> - goed onderhouden gebouwen en erf - veilig/toegankelijk • Activiteit <ul style="list-style-type: none"> - producten ambachtelijk bereid - voldoen aan wettelijke kwaliteitsnormen/-voorschriften - aansprakelijkheidsverzekering <p>Kwaliteitscriteria worden overgelaten aan anderen.</p>
Toepasbaarheid voor gebiedscertificering	+/- (Er worden weinig eisen aan de impact van het bedrijf op het gebied gesteld.)

Naam initiatief	Mijn Boer (voorheen Groene Hoed)
Land	Nederland
Regio	Amsterdam, Waterland, regio Purmerend, Noord-Holland
Gericht op producten of bedrijven	Producten
Doel van certificering	Indien gecertificeerd kunnen ondernemers producten en diensten aanbieden onder het merk Mijn boer.
Belangrijkste criteria	AFSG heeft een certificeringssysteem ontworpen maar dat wordt niet gebruikt. Nu worden de zeven belangrijkste eisen van EuroGap gehanteerd. Willen een vertrouwensmodel gaan hanteren (i.p.v. een conflictmodel).
Toepasbaarheid voor gebiedscertificering	- (Gericht op producten, er worden geen eisen aan de impact van het bedrijf op het gebied gesteld.)

Naam initiatief	Regio West Cork (Fuchsia)
Land	Ierland
Regio	West Cork
Gericht op producten of bedrijven	Voedsel: gericht op producten maar er worden ook eisen gesteld aan het bedrijf. Toerisme: gericht op bedrijven
Doel van certificering	Indien gecertificeerd kunnen ondernemers producten en diensten aanbieden onder het merk Fuchsia.
Belangrijkste criteria	Hierbij wordt veelal verwezen naar kwaliteitseisen die gelden in de betreffende sector. Ook moeten bedrijven voldoen aan een ethiekrichtlijn (Code of Ethics). Hierin staan globale voorwaarden m.b.t. milieu, dierenwelzijn en arbeid. Daarnaast moeten deelnemende bedrijven continue werken aan innovatie. Hierbij worden de volgende activiteiten genoemd: <ul style="list-style-type: none"> - Eigenaren/bedrijfsleiders zijn lid van relevante bedrijfsnetwerken; - Feedback van consumenten en marktinformatie wordt gebruikt om bestaande producten en diensten te verbeteren; - Er worden nieuwe producten ontwikkeld; - Elk jaar wordt gekeken naar behoefte aan training van het personeel, dit resulteert in een trainingsplan; - Informatie voortkomend uit interne audits of audits van Fuchsia en informatie van controlerende instanties wordt gebruikt om de kwaliteit te verbeteren; - Deelnemende bedrijven werken actief mee aan het behalen van gemeenschappelijke doelen van Fuchsia door het bijwonen van vergaderingen, het uitwisselen van informatie, groepstraining en gezamenlijke marketing.
Toepasbaarheid voor gebiedscertificering	+/- (Volgens Ed Hendriks van Agro & Co is de certificering van Fuchsia vrij marginaal.)

Naam initiatief	Regio Eifel
Land	Duitsland
Regio	Eifel
Gericht op producten of bedrijven	Voedsel: gericht op producten Toerisme: gericht op bedrijven
Doel van certificering	Indien gecertificeerd kunnen ondernemers producten en diensten aanbieden onder het merk Regio Eifel.
Belangrijkste criteria	Er zijn vier algemene criteria zijn opgesteld: <ul style="list-style-type: none"> - Herkomst uit de Eifel; - Eerste kwaliteit dat duidelijk hoger is dan standaard; - Transparantie voor de consument m.b.t. de hele keten; - Productie is gerelateerd aan natuurlijke omstandigheden en draagt bij aan het verder ontwikkelen van het traditionele culturele landschap. Criteria voor toeristische activiteiten zijn gericht op continue verbetering. Zo moeten hotels en restaurant het eerste jaar 15% streekproducten gebruiken, het tweede jaar 25% en het derde jaar 30%. Ook moet er jaarlijks een actieplan worden opgesteld met minstens acht maatregelen die leiden tot verbeteringen. Om mee te mogen doen moeten hotels minstens drie sterren hebben.
Toepasbaarheid voor gebiedscertificering	+/- (Bij voedsel zijn de criteria gericht op producten.)

Instrumenten maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)

Tijdens een korte inventarisatie kwamen de volgende instrumenten op het gebied van Duurzaam ondernemen of Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) naar voren:

1. Duurzaamheidstoets/Toets Duurzaam Ondernemen (KvK)
 - Onderwerpen:
 - medewerkers
 - leveranciers
 - klanten
 - maatschappij en omgeving
 - milieu
 - facilitair proces
 - bedrijfsstrategie
2. Sustainability Scorecard 2.0 (DHV)
 - Belangrijke stakeholders van een bedrijf worden gevraagd naar MVO-onderwerpen.
3. Sensibiliseringsvragenlijst (EU)
4. SME Key (CSR Europe)
5. MVO Scan (Borger en Burghouts)
6. DOP-systeem (Duurzame Ondernemers Punten) (LTO)
 - Onderwerpen:
 - natuur
 - milieu
 - dierenwelzijn
 - water
 - energie
 - recreatie

Dit zijn allemaal instrumenten die er op gericht zijn de MVO-prestaties van een bedrijf te verbeteren. Het zijn geen certificeringssystemen. Het gebied waar het bedrijf gevestigd is, speelt geen rol m.u.v. milieu-overlast (geur, geluid) voor de directe omgeving.

Een initiatief dat wel gericht is op certificering is Milieukeur. Echter Milieukeur richt zich op producten en de criteria zijn voornamelijk gericht op milieu (planet).

Conclusies en Discussie

De instrumenten om MVO-prestaties te meten, lijken minder geschikt voor een systeem voor gebiedscertificering. Het zijn geen certificeringssystemen met criteria en het gebied waar het bedrijf gevestigd is, is geen onderwerp van het instrument.

Van de bestaande certificeringssystemen voor regionale producten en diensten kunnen het Vechtdal Convenant en Kempen Goed als waardevol worden bestempeld voor de ontwikkeling van een systeem voor gebiedscertificering. Het Vechtdal Convenant beschikt over een robuust certificeringssysteem waarbij veel onderwerpen die van belang zijn voor gebiedscertificering worden meegenomen. De waarde van het certificeringssysteem van Kempen Goed is nu moeilijk te beoordelen omdat de criteria nog niet beschikbaar zijn gesteld. Uit mondelinge mededelingen van de ontwikkelaars van het certificeringssysteem en de inbreng van externe deskundigheid (Agro&Co) komt dit systeem over als een goed ontwikkeld certificeringssysteem met veel aandacht voor people, planet en profit in De Kempen.

Bij de twee buitenlandse initiatieven (Regio West Cork (Fuchsia) en Regio Eifel) is de gerichtheid op continue verbetering en innovatie een interessant onderdeel van hun certificeringssystemen. Dit kan ook ingebouwd worden in het te ontwikkelen systeem voor gebiedscertificering.

Genoemde initiatieven zijn certificeringssystemen voor de verkoop van regionale producten en diensten. Het doel van gebiedscertificering is dat een bedrijf aantoonbaar en meetbaar kan laten zien dat het positieve bijdrage levert aan people, planet en profit in het gebied. Vervolgens kan de certificering gebruikt worden bij de verkoop van regionale producten en diensten. Concreet betekent dit dat een aantal thema's bij de bestaande certificeringssystemen ontbreken of van ondergeschikt belang zijn terwijl die voor gebiedscertificering waardevol zijn. Het gaat dan om thema's als cultuurhistorie, economie en arbeid (b.v. de eis dat er eerst gezocht wordt naar personeel binnen het gebied en dat er mensen die elders moeilijk plaatsbaar zijn, worden aangenomen).

In de geïnventariseerde certificeringssystemen wordt de eis gesteld dat de producten en diensten in het gebied worden geproduceerd en dat (een groot deel van) de ingrediënten voor die producten uit de streek komen. Er worden geen eisen gesteld aan het streekeigen karakter van de producten, diensten en ingrediënten. Ook wordt het streekeigene, de kernwaarden van het gebied niet of nauwelijks gedefinieerd. Dit is voor gebiedscertificering wel van belang omdat anders de positieve bijdrage van bedrijven op het gebied van people, planet en profit nauwelijks te beschrijven valt.

Bij de geïnventariseerde certificeringssystemen worden controle en controleerbaarheid niet altijd erg belangrijk gevonden. Het is soms onduidelijk of er een controlesysteem is en of er ook daadwerkelijk gecontroleerd wordt. Vaak wordt er uit gegaan van 'vertrouwen' i.p.v. 'wantrouwen'. Geen van de initiatieven heeft de controle uitbesteed aan een externe, gecertificeerde controle-organisatie. Voor gebiedscertificering zal de (mate van) controleerbaarheid nog nader bekeken moeten worden.

Resumerend:

- Het is waardevol zowel het Vechtdal Convenant als Kempen Goed te betrekken bij de ontwikkeling van een systeem voor gebiedscertificering door gebruik te maken van (onderdelen van) het certificeringssysteem dat zij reeds ontwikkeld hebben en de ervaringen die ze daar mee op hebben gedaan;
- Van Regio West Cork (Fuchsia) en Regio Eifel kan de gerichtheid op continue verbetering en innovatie als onderdeel van het te ontwikkelen systeem voor gebiedscertificering worden meegenomen;
- Voor het te ontwikkelen systeem van gebiedscertificering zal gekeken moeten worden naar thema's die bij bestaande certificeringssystemen ontbreken of van ondergeschikt belang zijn;
- Voor het te ontwikkelen systeem van gebiedscertificering zal gekeken moeten worden naar het streekeigene, de kernwaarden van het gebied;
- Voor gebiedscertificering zal de (mate van) controleerbaarheid nog nader bekeken moeten worden.

Bijlage 2 Kernwaarden van Het Groene Woud

In 2008 zijn in de regio van Het Groene Woud een viertal workshops georganiseerd met ondernemers, overheden en andere actoren in het gebied. Doel was om kernwaarden voor het gebied te formuleren.

Hieronder staat een overzicht van de kernwaarden die in deze workshops zijn verzameld.

Doen/ondernemend	Gemeenschap	Dichtbij	Cultuur/tradities/gewoontes
Korte lijnen*	Behulpzaamheid*	Kleinschaligheid	Authenticiteit
Aanpakkers	Gezelligheid	Ligging	Onbevangen
Ondernemers	Elkaar iets gunnen*	Afwisseling	Geschiedenis
Mogelijkheid complete ketens	Schutterij	Gebruik maken van omgeving	Veranderingsgezindheid
Makkelijk polderen	Verenigingen*	Veel terrasjes	Families
Ondernemerszin*	Buurtschappen	Uitloopgebied	Gemoedelijkheid
Aanpassingsvermogen	Ons kent Ons*	Kort bij de pretparken	Verhalen*
Industrie		Veel belevingsmomenten	Huisvljijt
Innovatief		Bereikbaarheid mensen	Loyaal
Kennis delen*		Safaripark / elkaar promoten	Gebruiken
Kennis centra*		Veel fiets- en wandelroutes*	Verenigingsleven
		Vrijwilligerswerk*	Beleving
		Ontspanning	Openheid*
		Fantastisch recreatiegebied	Open staan*
?	Cultuurhistorie		
Inventief	Diversiteit	Afstapmogelijkheid	
Bezieling	Medelevendheid	Dierentuin	
Creativiteit	Buurtgebruiken		
Bourgondisch	Bezinning		
Echte gastvrijheid*	Kerken paden		
Verbondenheid*	Religieus erfgoed		
Begrip voor elkaar	Agrarisch erfgoed		
	Geloof / religie		
	Bouwstijlen*		
	Traditie		
	Aanspreekbaarheid		
	Makkelijk contact		
	Heemkunde		
	Zelfredzaamheid*		

Verbondenheid stimuleren	Investeren	Gastvrijheid	Te benutten gebiedskenmerken
Tradities en gewoonten	Bereid te investeren	Horeca	Historie
Identiteit	Ondernemersschap	Ontmoeten	Maken geschiedenis
Geborgenheid	(willen) samenwerken	Ontmoetingspunten	Jong in HGW
Deelname verenigingen	organiserend vermogen	Recreatie	Oog voor oorsprong van producten/dingen
Doen / handen uit de mouwen	innovatie	Gastvrijheid	Zelfvoorzienend
Onafhankelijkheid t.o.v.	Bedrijven: werk- leefklimaat / vestigingsklimaat		Diversiteit
Groene Wouder Identificeren, trots			Meteen buiten
Toegankelijke mensen, gemeenschap			Wonen capital
Non conformistisch			Duurzaam

Criteria verbondenheid stimuleren	Criteria investeren	Criteria gastvrijheid	Te benutten gebiedskenmerken (vervolg)
Eenduidende communicatie	in geld	Openstelling	Spreiding van alles, schaalspreiding
Samenwerkingsverplichting	in omgeving	Deelname festival	Voorzieningen zoals onderwijs, opleiding, gezondheidszorg, ouderenzorg, cultuur
Vestigingslocatie HGW	onderwijs tijd	Goeie digitale ontsluiting	Maatschappelijk middenveld
	innovatief	Klanttevredenheidsonderzoek	Maatschappelijke participatie
		Deelname cursus	Vrijwilligerswerk mantelzorg niet: openbaar vervoer oost-west
		gastheerschap	Ontsluiting recreatief vanuit Eindhoven naar gebied kan beter
<i>Bij twijfel commissie starten deze hakt knopen door</i>			Alles dichtbij

Bourgondier	Ruimte voor ondernemers	Het goede leven	Ongecompliceerde gastvrijheid
Vestigingsklimaat (wonen, werken en leven)	Streekproducten	Quality of life	Gastvrijheid
	Bereikbaarheid	Gezond	Gezellig
	Hoogwaardige technologie	Ruimte	Brabants
	Dichtbij	Rust	Ons
			Bekend
			Lekker eten
Groene Woud mens	Ondernemerschapskansen	Overige termen	
Puur	Combinatie steden en buitengebied	PSV (5x) Essche boys	
Authentiek	Regionale economie / inkoop	Overorganisatie	
Oorspronkelijkheid	Korte keten	Zorg	
Verhalen	Veelzijdige diversiteit	Zingeving	
	kleine afstand	Groen	
	kleinschaligheid (bedrijven)		
	Agrarisch industrie		
	Onderwijs		

Bijlage 3 Gedragscode Gebiedscertificaat

Houders van het Certificaat “-gebied-” stellen zich in woord en daad op als ambassadeurs van het gebied en willen als een goede gastheer/gastvrouw het hun gasten naar de zin maken.

De Certificaathouder van “-gebied-” heeft een gastvrij en gemakkelijk toegankelijk bedrijf. Het bedrijf is in de omgeving door middel van bewegwijzering duidelijk aangegeven. De toegangsweg is goed begaanbaar. Er zijn parkeerplaatsen en ruimte om fietsen te stallen. Het erf en de bedrijfsgebouwen zijn schoon, opgeruimd en in goede staat van onderhoud.

De openingstijden (en –dagen) van het bedrijf zijn op een geschikte plaats duidelijk aangegeven. Er is duidelijk aangegeven waar men zich moet melden. Tijdens de aangegeven openingstijden is er steeds iemand beschikbaar om bezoekers te woord te staan. Prijzen van de aangeboden diensten en producten zijn duidelijk zichtbaar aangegeven. Er zijn schone, goed onderhouden sanitaire voorzieningen voor gasten aanwezig.

Het bedrijf zorgt voor een veilige omgeving voor jong en oud. Dat betekent dat bezoekers niet in de buurt kunnen komen van gewasbeschermingsmiddelen, gereedschappen, installaties en machines, putten, vallen, mogelijk agressieve (huis)dieren of andere situaties waar risico's aan kleven. Er zijn EHBO voorzieningen op het bedrijf aanwezig.

Houders van het certificaat houden zich aan alle wettelijke regels betreffende veiligheid, hygiëne, dierenwelzijn, aansprakelijkheid, werkgeverschap, milieuzorg e.d. en beschikken over alle benodigde, relevante vergunningen.

De Certificaathouder van “-gebied-” neemt maatregelen om overlast voor bezoekers en de omgeving, zoals lawaai, stankoverlast, losslingerend afval, parkeerproblemen zoveel mogelijk te voorkomen.

Houders doen jaarlijks een zelfonderzoek met behulp van de vragenlijst behorende bij het Certificaat van “-gebied-” en stellen naar aanleiding daarvan een verbeterplan op voor het volgende jaar. Houders werken actief mee aan controles en evaluaties van het Certificaat en nemen de daaruit voortvloeiende aanbevelingen op in een verbeterplan.

Plaats

Datum

Bedrijfsnaam

Handtekening Certificaathouder

Bijlage 4 Vragenlijst grondgebonden bedrijven

Bedrijfsinventarisatie

Beeldkwaliteit en Cultuurhistorie

Doel: Aantrekkelijk aangezicht en behoud en zichtbaarheid van cultuur

Trefwoorden: Authenticiteit, geschiedenis, families, verhalen, huisvlijt, gebruiken, verenigingsleven, buurtschappen, gemeenschap, diversiteit, agrarisch en religieus erfgoed, bouwstijlen, tradities, identiteit, streekproducten, geloof, gastvrijheid, families.

Meetbare indicatoren: Aantal cultuurhistorische elementen, traditie(s).

Mogelijke maatregelen: Opruimen, onderhoud, restauratie, traditionele werkwijze, vergeten groenten, oude rassen.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Heeft uw bedrijfsgebouw cultuurhistorische waarde?		Max score	11
			Punten
1 ^A	Staat het gebouw op de rijksmonumentenlijst?	j/n	4
1 ^B	Is het cultuurhistorisch erfgoed?	j/n	2
1 ^C	Staat het op de gemeentelijke lijst van beeldbepalende gebouwen?	j/n	2
1 ^D	Betreft het een langgevelboerderij?	j/n	1
1 ^E	Voor recente gebouwen (laatste 10 jaar): sluit de stijl van die nieuwbouw aan op de streekeigen kenmerken van omringende boerderijen? (graag 1-2 foto's bijvoegen)	j/n	2
		Score	

2. Enkele aspecten van een aantrekkelijk bedrijf:		Max score	8
			Punten
2 ^A	Is er bij de toegang een duidelijk naambord aanwezig met daarop de hoofdactiviteit van het bedrijf?	j/n	2
2 ^B	Is er rondom bijgebouwen (schuren, silo's, etc.) beplanting aangebracht om ze in het landschap in te passen?	j/n	2
2 ^C	Zijn er bomenrijen, houtwallen en/of hagen op het eigen bedrijf die aansluiten bij het netwerk in het omringende landschap?	j/n	2
2 ^D	Is storende opslag van materialen en machines vanaf de weg zoveel mogelijk aan het zicht onttrokken?	j/n	2
		Score	

3. Heeft u op uw bedrijf cultuurhistorische elementen?		Max score	6
			Punten
3 ^A	Heeft u een bolle akker?	j/n	1
3 ^B	Heeft u religieus erfgoed (bv kappelletjes)?	j/n	1
3 ^C	Heeft u een bakhuisje?	j/n	1
3 ^D	Heeft u een vlaamse schuur?	j/n	1
3 ^E	Heeft u een hooiberg?	j/n	1
3 ^F	Heeft u een kerkpad over uw bedrijf lopen?	j/n	1
		Score	

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i> Beeldkwaliteit en Cultuurhistorie			
--	---	--	--	--

4. Teelt u streekeigen traditionele gewassen, oude groenten of fruitrassen		Max score	2
		Punten	
Geen of totaal op minder dan 0,5 ha	j/n	0	
1-2 gewassen op 0,5 - 2 ha	j/n	1	
3 of meer gewassen of totaal oppervlakte meer dan 2 ha?	j/n	2	
		Score	

5. Heeft u oude veerassen?		Max score	4
		Punten	
Zo ja, welke?			
5 ^A Heeft u hiervan minder dan 5 dieren	j/n	0	
Heeft u 5 - 15 van dit soort dieren	j/n	1	
Heeft u meer dan 15 van dit soort dieren	j/n	2	
5 ^B Worden deze dieren gebruikt voor het begrazen van beheersgronden en/of natuurgebieden?	j/n	2	
		Score	2

6. Oefent u activiteiten uit op gebied van cultuurhistorie/ oude ambachten?		Max score	6
		Punten	
6 ^A Mandenvlechten	j/n	1	
6 ^B Meubelmaker	j/n	1	
6 ^C Bakken in bakhuisje	j/n	1	
6 ^D Klompen maken	j/n	1	
6 ^E Bier brouwen	j/n	1	
6 ^F Anders, nl.....	j/n	1	
		Score	

7. Geeft u demonstraties van cultuurhistorische elementen / gebruiken / werkzaamheden of geeft u hiervoor gelegenheid?		Max score	3
		Punten	
7 ^A Landbouwmuseum	j/n	1	
7 ^B Oude werktuigen en hun gebruik	j/n	1	
7 ^C Streekverhalen en folklore	j/n	1	
		Score	

8.		Max score	3
		Punten	
Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)		j/n	3
		Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)
Totaal score

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Gemeenschap		

- Doel:** Mensen en maatschappelijke organisaties ondersteunen.
- Trefwoorden:** Buurtschappen, verenigingen, behulpzaamheid, gezelligheid, gastvrijheid, ons kent ons, verhalen, tradities, verbondenheid, open staan, begrip voor elkaar, burenhulp, vrijwilligerswerk, families, trots, handen uit de mouwen, samenwerking, zorg voor elkaar, wonen - werken - leven, betrokkenheid.
- Meetbare indicatoren:** Sponsoring in aantal of hoeveelheid €, diensten of goederen.
- Mogelijke maatregelen:** Stimuleren verenigingsleven, vrijwilligerswerk, uitleen van materialen, ruimte beschikbaar stellen.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Draagt uw bedrijf via een structurele financiële bijdrage (dit is meer dan alleen contributie) bij aan het behoud en beheer van:		Max score	6
			Punten
1 ^A	Natuur- en landschap in dit gebied?	j/n	2
1 ^B	Cultureel erfgoed en tradities in dit gebied?	j/n	2
1 ^C	Andere verenigingen in de regio?	j/n	2
		Score	

2. Draagt uw bedrijf nog op andere wijzen bij (b.v. door vrijwilligerswerk, bestuurswerk of beschikbaar stelling van materialen) aan verenigingen die zich inzetten voor:		Max score	8
			Punten
2 ^A	Natuur- en landschap in dit gebied	j/n	2
2 ^B	Cultureel erfgoed en tradities in dit gebied?	j/n	2
2 ^C	Zorgvragers of hulpbehoevenden in de regio?	j/n	2
2 ^D	Recreatie in het gebied?	j/n	2
		Score	

3. Draagt u met uw bedrijf bij aan het voorzieningenniveau voor de bewoners in het gebied met b.v.:		Max score	6
			Punten
3 ^A	Een winkel met (streek)voedingsmiddelen?	j/n	1
3 ^B	Zaalverhuur voor vergaderingen en feesten?	j/n	1
3 ^C	Medewerking aan educatie in het (basis)onderwijs?	j/n	1
3 ^D	Medewerking aan excursies en demonstraties op en rond het bedrijf?	j/n	1
3 ^E	Toeristische informatie (folders, wandel- en fietsroutes, informatiepanelen) voor bezoekers van de regio?	j/n	1
3 ^F	Speeltoestellen, sportterreinen en -voorzieningen?	j/n	1
		Score	

4. Dagopvang		Max score	2
			Punten
4 ^A	Verzorgt u dagopvang voor zorgvragers op uw bedrijf?	j/n	2
		Score	

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i> Gemeenschap		
--	--	--	--

5. Stageplaatsen	Max score	2
5 Biedt u stageplaatsen voor leerlingen aan op uw bedrijf?	j/n	Punten 2
	Score	

6. Bijdrage	Max score	3
Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)	j/n	Punten 3
	Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)
Totaal Score

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Natuur & Landschap		

- Doel:** Behoud en ontwikkeling natuur & landschap
- Trefwoorden:** Flora, fauna, landschap, kleinschaligheid, afwisseling, fiets- en wandelroutes, kerkpaden, heemkunde, streekeigen, groen, rust, ruimte, gezond.
- Meetbare indicatoren:** * Aantallen streekeigen landschapselementen?
* Oppervlakte natuur op het bedrijf, aantal biotopen?
* Mogelijkheden voor beleving?
- Mogelijke maatregelen:** Houtwal, poel, slootkanten aanpassen, erfafscheiding, hoogstamfruit, zitbanken, wandelpaden.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Hoeveel van uw bedrijfsoppervlakte bestaat uit natuur?	Max score	8
<p>Kader: Berekenen oppervlaktes en % natuur op het bedrijf. Hulpmiddelen: bedrijfskaart (of Google Earth), centimeter en rekenmachine of excellblad.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wat is totale bedrijfsoppervlakte (alles inclusief) in hectares? 2. Maak een lijst van welke bedrijfsonderdelen geen productieoppervlakte zijn, en noteer bij elk onderdeel lengte x breedte in m (nameten op kaart op schaal, of zo nodig schatting): <ol style="list-style-type: none"> a. Sloten met taluds en bufferstroken daarlangs b. Erf met beplantingen (trek daar vanaf de oppervlaktes van gebouwen en grote stukken bestrating) c. Kavelpaden (plus berm) d. Hagen, houtwallen e. Poelen, overhoekjes, bosjes 3. Tel alle oppervlaktes van de vorige onderdelen op en reken om naar hectares. Deel dit getal door het totale bedrijfsoppervlakte? Is het resultaat 5% of meer? 		
Minder dan 3% natuur	j/n	Punten 0
Tussen 3 en 5% natuur	j/n	4
5% of meer natuur	j/n	8
Score		

2. Behoud en beheer van natuur op uw bedrijf	Max score	10
Punten		
2 ^A Heeft u een bedrijfsomgevingsplan?	j/n	4
2 ^B Is dit minder dan 3 jaar oud?	j/n	2
2 ^C Heeft u daarbij een werkplan voor jaarlijks onderhoud en beheer van biotopen en natuurelementen op uw bedrijf?	j/n	2
2 ^D Is er in de laatste 3 jaar door een natuurorganisatie of adviesbureau onderzoek gedaan naar het voorkomen van bepaalde planten- of diersoorten op uw bedrijf?	j/n	2
Score		

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Natuur & Landschap		

3. Neemt u op uw bedrijf maatregelen om planten en dieren te stimuleren?		Max score	12
			Punten
3 ^A	Heeft u nestkasten voor zwaluwen, mussen, kerkuil, steenuil, torenvalk opgehangen?	j/n	2
3 ^B	Heeft u nestblokken of een insectenhotel voor wilde bijen en insecten opgehangen?	j/n	2
3 ^C	Doet u aan weidevogel- en nestbescherming?	j/n	2
3 ^D	Heeft u faunaranden of (bloemrijke) perceelsranden?	j/n	2
3 ^E	Heeft u takkenrillen of houtstapels op het bedrijf	j/n	2
3 ^F	Laat u jaarlijks delen van rietkragen of sloottaluds ongemaaid staan?	j/n	2
		Score	

4. Is er bij beplantingen op het bedrijf gebruik gemaakt van kenmerkende, streekeigen soorten?		Max score	8														
<p><i>Onderstaande lijst is kenmerkend voor het Vogelkers – Essenbos op de hogere zandgronden, hier ingeschat als kenmerkend voor het Groene Woud. Voor andere regio's een nieuwe lijst maken.</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"><i>Zomereik</i></td> <td style="width: 50%;"><i>Gelderse roos</i></td> </tr> <tr> <td><i>Lijsterbes</i></td> <td><i>Boswilg</i></td> </tr> <tr> <td><i>Zoete kers</i></td> <td><i>Kardinaalsmuts</i></td> </tr> <tr> <td><i>Vogelkers</i></td> <td><i>Hondsroos</i></td> </tr> <tr> <td><i>Zwarte els</i></td> <td><i>Rode kornoelje</i></td> </tr> <tr> <td><i>Hazelaar</i></td> <td><i>Rode bes</i></td> </tr> <tr> <td><i>Eenstijlige meidoorn</i></td> <td><i>Zwarte bes</i></td> </tr> </table>				<i>Zomereik</i>	<i>Gelderse roos</i>	<i>Lijsterbes</i>	<i>Boswilg</i>	<i>Zoete kers</i>	<i>Kardinaalsmuts</i>	<i>Vogelkers</i>	<i>Hondsroos</i>	<i>Zwarte els</i>	<i>Rode kornoelje</i>	<i>Hazelaar</i>	<i>Rode bes</i>	<i>Eenstijlige meidoorn</i>	<i>Zwarte bes</i>
<i>Zomereik</i>	<i>Gelderse roos</i>																
<i>Lijsterbes</i>	<i>Boswilg</i>																
<i>Zoete kers</i>	<i>Kardinaalsmuts</i>																
<i>Vogelkers</i>	<i>Hondsroos</i>																
<i>Zwarte els</i>	<i>Rode kornoelje</i>																
<i>Hazelaar</i>	<i>Rode bes</i>																
<i>Eenstijlige meidoorn</i>	<i>Zwarte bes</i>																
			Punten														
	Minder dan 5 van de genoemde soorten?	j/n	0														
	5 - 10 van de genoemde soorten?	j/n	4														
	Meer dan 10 van de genoemde soorten?	j/n	8														
		Score															

5. Welke biotopen zijn op het bedrijf aanwezig?		Max score	12
			Punten
5 ^A	Watervoerende sloten? (meer dan 500m lengte)	j/n	2
5 ^B	Een poel, kolk of vijver? (meer dan 10m ²)	j/n	2
5 ^C	Een soortenrijke haag of houtsingel? (meer dan 50m lengte)	j/n	2
5 ^D	Een (oude) hoogstamboomgaard? (meer dan 8 bomen)	j/n	2
5 ^E	Overhoekjes en bosjes (meer dan 50m ²)	j/n	2
5 ^F	Is er rondom het erf en gebouwen een soortenrijke erfbeplanting aanwezig?	j/n	2
		Score	

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Natuur & Landschap		

6. Liggen er aan weerszijden van de sloten stroken van tenminste 2 mtr. breed waarop geen bemesting en onkruidbestrijding plaatsvindt?	Max score	4
		Punten
Minder dan de helft van de sloten is gebufferd?	j/n	0
De helft of meer van de sloten is gebufferd?	j/n	2
Alle sloten op het bedrijf zijn gebufferd?	j/n	4
	Score	

7. Hoe is de verkaveling van uw bedrijf, zijn percelen groot- of kleinschalig? Smalle percelen zijn gunstig voor de natuur.	Max score	4
		Punten
Het merendeel van de percelen is breder dan 150 mtr.	j/n	0
Het merendeel van de percelen is smaller dan 150 mtr.	j/n	4
	Score	

8. Werkt u samen met of ontvangt u advies van natuur- en landschapsorganisaties in het gebied of de regio?	Max score	8
		Punten
8 ^A Bent u lid van een Agrarische Natuur- en Landschapsvereniging?	j/n	2
8 ^B Werkt u samen met een Vogelwacht of Vogelwerkgroep?	j/n	2
8 ^C Krijgt u adviezen van Landschapsbeheer?	j/n	2
8 ^D Werkt u samen met een terreinbeherende organisatie	j/n	2
	Score	

9. Bijdrage	Max score	3
		Punten
Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)	j/n	3
	Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)
Totaal Score

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Gastvrijheid & Klanttevredenheid		

- Doel:** Mensen de mogelijkheid bieden een positieve ervaring op te doen op het bedrijf:
Trefwoorden Behulpzaam, gezellig, terrasjes, beleving, fiets- en wandelroutes, openheid, gemoedelijk, Bourgondisch, afstapmogelijkheden, dieren, toegankelijk, horeca, ontmoeten, recreatie, openstelling, festivals, evenementen, vermaak, internet, klanttevredenheid, alles dichtbij, ruimte, rust, quality of life, lekker eten, diversiteit, streekproducten, verhalen.
- Meetbare indicatoren:** Aantal bezoekers, aantal positieve reacties (in gastenboek), aanwezigheid van bepaalde voorzieningen.
- Mogelijke maatregelen:** Bedrijf openstellen voor publiek (open dagen), meewerken aan wandelpaden over boerenland.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Hoe stelt u uw bedrijf open voor publiek?		Max score	4
			Punten
1 ^A	Organiseert u minimaal 1x per jaar open dagen voor publiek?	j/n	2
1 ^B	Heeft u een winkel bij uw bedrijf	j/n	2
		Score	

2. Hoe groot is het aandeel terugkerende gasten op uw bedrijf		Max score	3
			Punten
	Minder dan 25% is terugkerende gast	j/n	1
	Tussen de 25 en 50% is terugkerende gast	j/n	2
	Meer dan 50% is terugkerende gast	j/n	3
		Score	

3. Biedt u recreatiemogelijkheden op uw bedrijf?		Max score	5
			Punten
3 ^A	Heeft u (kleinschalige) horeca bij uw bedrijf	j/n	1
3 ^B	Heeft u logiesmogelijkheden op uw bedrijf (B&B, pension)	j/n	1
3 ^C	Heeft u kampeergelegenheid op uw bedrijf?	j/n	1
3 ^D	Heeft u wandelpaden over uw bedrijf?	j/n	1
3 ^E	Is er toeristische informatie beschikbaar voor gasten?	j/n	1
		Score	

4. Welke voorzieningen heeft u getroffen voor bezoekers?		Max score	10
			Punten
4 ^A	Is er bij de toegangsweg een bord aanwezig met informatie over de openingstijden, activiteiten e.d.	j/n	1
4 ^B	Is de toegangsweg bestraat (klinkers) of geasfalteerd?	j/n	1
4 ^C	Zijn het erf en de voor bezoekers toegankelijke ruimtes opgeruimd, schoon en goed onderhouden?	j/n	1
4 ^D	Zijn het erf en de toegankelijke ruimtes veilig voor (jonge) kinderen (d.w.z. vrij van machines, gereedschap, gevaarlijke dieren e.d.)?	j/n	1
4 ^E	Heeft u speelvoorzieningen voor kinderen op uw bedrijf?	j/n	1
4 ^F	Heeft u een fietsenstalling bij uw bedrijf?	j/n	1
4 ^G	Heeft u tenminste 5 parkeerplaatsen bij uw bedrijf?	j/n	1
4 ^H	Heeft u vrij toegankelijke toiletten voor bezoekers?	j/n	1
4 ^I	Is uw bedrijf toegankelijk voor mindervaliden en rolstoelen?	j/n	1
4 ^J	Heeft u een paardenstalling voor gasten op uw bedrijf	j/n	1
		Score	

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Gastvrijheid & Klanttevredenheid		

5. Hoe vermarkt u uw producten en/of diensten?		Max score	6
			Punten
5 ^A	Kunnen bezoekers van uw producten proeven?	j/n	2
5 ^B	Zijn producten herkenbaar aan het gebiedslabel?	j/n	2
5 ^C	Is er op de verpakking of in het verkooppunt informatie beschikbaar over herkomsten productiewijze?	j/n	1
5 ^D	Staat u wel eens op een boerenmarkt, streekfair e.d.?	j/n	1
		Score	

6. Hoe bewaakt u de klanttevredenheid?		Max score	6
			Punten
6 ^A	Heeft u een structurele procedure en formulier om klanttevredenheid te meten?	j/n	2
6 ^B	Heeft u een jaarlijks verbeterplan voor klanttevredenheid	j/n	2
6 ^C	Heeft u een klachtenprocedure en – registratie	j/n	1
6 ^D	Heeft u een gastenboek	j/n	1
		Score	

7 Bijdrage		Max score	3
			Punten
	Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)	j/n	3
		Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)
Totaal Score

Bedrijfsinventarisatie

Economie & Ondernemerschap

Doel: Versterken van de regionale economie met behoud van de kernwaarden van het gebied.

Trefwoorden: Omzet, toegevoegde waarde, werkgelegenheid, regionale productie en verwerking. Innovatief, bereid te investeren, ketenpartijen, samenwerking.

Meetbare indicatoren: Extra toegevoegde waarde (omzet) die in het gebied blijft; multipliereffect.

Mogelijke maatregelen: Samenwerken met ketenpartners in de regio.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Verwerkt u grondstoffen of producten uit de eigen regio tot een nieuw product of nieuwe dienst voor het gebied?		Max score	5
			Punten
Nee			0
Ja			5
		Score	

2. Arrangementen		Max score	3
			Punten
Gebruikt u diensten uit het eigen gebied voor een nieuwe dienst (arrangement) met meerwaarde voor het gebied	j/n		3
		Score	

3. Waar komen u klanten overwegend vandaan?		Max score	4
			Punten
<i>dienst</i>			
Het merendeel uit de regio (tot 30 km in de omstreek)	j/n		2
Het merendeel van buiten de regio (verder dan 30 km)	j/n		4
<i>product</i>			
Het merendeel uit de regio (tot 30 km in de omstreek)	j/n		4
Het merendeel van buiten de regio (verder dan 30 km)	j/n		2
		Score	

4. Hoeveel directe werkgelegenheid levert uw bedrijf binnen het gebied (1fte = 1 volwaardige arbeidskracht)		Max score	5
			Punten
0 - 2 fte	j/n		0
2 - 5 fte	j/n		1
5 - 10 fte	j/n		3
Meer dan 10 fte	j/n		5
		Score	

5. Hoeveel personeelsleden komen uit het gebied?		Max score	5
			Punten
Minder dan 25%	j/n		1
25% - 50%	j/n		3
Meer dan 50%	j/n		5
		Score	

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i> Economie & Ondernemerschap		
--	--	--	--

6. Instructie		Max score	3
6	Instrueert u uw personeel om de waarden van het gebied uit te dragen?	j/n	Punten 3
		Score	

7. Is uw dienst of product het resultaat van samenwerking met andere partijen binnen het gebied?		Max score	5
			Punten
	Met 1-2 partijen binnen het gebied	j/n	0
	Met 2-5 partijen binnen het gebied	j/n	1
	Met 5-10 partijen binnen het gebied	j/n	3
	Meer dan 10 partijen binnen het gebied	j/n	5
		Score	

8. Bijdrage		Max score	3
			Punten
Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)		j/n	3
		Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)	Totaal Score
---	---------------------

Bijlage 5 Vragenlijst niet grondgebonden

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i> Beeldkwaliteit en Cultuurhistorie		
--	---	--	--

Doel: Aantrekkelijk aangezicht en behoud en zichtbaarheid van cultuur

Trefwoorden: Authenticiteit, geschiedenis, families, verhalen, huisvlijt, gebruiken, verenigingsleven, buurtschappen, gemeenschap, diversiteit, agrarisch en religieus erfgoed, bouwstijlen, tradities, identiteit, streekproducten, geloof, gastvrijheid, families.

Meetbare indicatoren: Aantal cultuurhistorische elementen, traditie(s).

Mogelijke maatregelen: Opruimen, onderhoud, restauratie, traditionele werkwijze, vergeten groenten, oude rassen.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Heeft uw bedrijfsgebouw cultuurhistorische waarde?		Max score	11
			Punten
1 ^A	Staat het gebouw op de rijksmonumentenlijst?	j/n	4
1 ^B	Is het cultuurhistorisch erfgoed?	j/n	2
1 ^C	Staat het op de gemeentelijke lijst van beeldbepalende gebouwen?	j/n	2
1 ^D	Betreft het een langgevelboerderij?	j/n	1
1 ^E	Voor recente gebouwen (laatste 10 jaar): sluit de stijl van die nieuwbouw aan op de streekeigen kenmerken van omringende bebouwing? (graag 1-2 foto's bijvoegen)	j/n	2
		Score	

2. Enkele aspecten van een aantrekkelijk bedrijf:		Max score	2
			Punten
	Is er bij de toegang een duidelijk naambord aanwezig met daarop de hoofdactiviteit van het bedrijf?	j/n	2
		Score	

3. Hoeveel typische streekproducten en/of gerechten biedt u aan?		Max score	6
			Punten
	1 tot 4 producten of gerechten	j/n	2
	5 tot 10 producten of gerechten	j/n	4
	Meer dan 10 producten of gerechten	j/n	6
		Score	

4. Geeft u bij uw producten informatie over		Max score	4
			Punten
4 ^A	De herkomst van producten/grondstoffen uit de streek	j/n	2
4 ^B	De bedrijven waarvan u de producten/grondstoffen betreft	j/n	2
		Score	

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i> Beeldkwaliteit en Cultuurhistorie		
--	---	--	--

5. Geeft u op uw bedrijf informatie over de geschiedenis van streekgewassen en/of oude veerassen die voorkwamen in dit gebied?		Max score	4
			Punten
5 ^A	Op foto's, kaarten en/of panelen in het bedrijfsgebouw	j/n	1
5 ^B	Op folders en/of flyers om mee te nemen	j/n	1
5 ^C	Er zijn oude gewassen of veerassen rond het bedrijf aanwezig en zichtbaar voor het publiek.	j/n	2
		Score	

6. Oefent u activiteiten uit op gebied van cultuurhistorie/ oude ambachten?		Max score	6
			Punten
6 ^A	Mandenvlechten	j/n	1
6 ^B	Meubelmaker	j/n	1
6 ^C	Bakken in bakhuisje	j/n	1
6 ^D	Klommen maken	j/n	1
6 ^E	Bier brouwen	j/n	1
6 ^F	Anders, nl.....	j/n	1
		Score	

7. Geeft u demonstraties van cultuurhistorische elementen / gebruiken / werkzaamheden of geeft u hiervoor gelegenheid?		Max score	3
			Punten
7 ^A	Landbouwmuseum	j/n	1
7 ^B	Oude werktuigen en hun gebruik	j/n	1
7 ^C	Streekverhalen en folklore	j/n	1
		Score	

8. Is er op uw bedrijf informatie beschikbaar voor klanten		Max score	4
			Punten
8 ^A	Voor streekmusea, oudheidskamers en bezoekerscentra op het gebied van cultuurhistorie	j/n	2
8 ^B	Voor fiets- en wandelroutes van de streek	j/n	2
		Score	

9.		Max score	3
			Punten
Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)		j/n	3
		Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)
Totaal score

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Gemeenschap		

Doel: Mensen en maatschappelijke organisaties ondersteunen.

Trefwoorden: Buurtschappen, verenigingen, behulpzaamheid, gezelligheid, gastvrijheid, ons kent ons, verhalen, tradities, verbondenheid, open staan, begrip voor elkaar, burenhulp, vrijwilligerswerk, families, trots, handen uit de mouwen, samenwerking, zorg voor elkaar, wonen - werken - leven, betrokkenheid.

Meetbare indicatoren: Sponsoring in aantal of hoeveelheid €, diensten of goederen.

Mogelijke maatregelen: Stimuleren verenigingsleven, vrijwilligerswerk, uitleen van materialen, ruimte beschikbaar stellen.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Draagt uw bedrijf via een structurele financiële bijdrage (dit is meer dan alleen contributie) bij aan het behoud en beheer van:		Max score	6
			Punten
1 ^A	Natuur- en landschap in dit gebied?	j/n	2
1 ^B	Cultureel erfgoed en tradities in dit gebied?	j/n	2
1 ^C	Andere verenigingen in de regio?	j/n	2
		Score	

2. Draagt uw bedrijf nog op andere wijzen bij (b.v. door vrijwilligerswerk, bestuurswerk of beschikbaar stelling van materialen) aan verenigingen die zich inzetten voor:		Max score	6
			Punten
2 ^A	Natuur- en landschap in dit gebied	j/n	2
2 ^B	Cultureel erfgoed en tradities in dit gebied?	j/n	2
2 ^C	Zorgvragers of hulpbehoevenden in de regio?	j/n	1
2 ^D	Recreatie in het gebied?	j/n	1
		Score	

3. Draagt u met uw bedrijf bij aan het voorzieningenniveau voor de bewoners in het gebied met b.v.:		Max score	6
			Punten
3 ^A	Een winkel met (streek)voedingsmiddelen?	j/n	1
3 ^B	Zaalverhuur voor vergaderingen en feesten?	j/n	1
3 ^C	Medewerking aan educatie in het (basis)onderwijs?	j/n	1
3 ^D	Medewerking aan excursies en demonstraties op en rond het bedrijf?	j/n	1
3 ^E	Toeristische informatie (folders, wandel- en fietsroutes, informatiepanelen) voor bezoekers van de regio?	j/n	1
3 ^F	Speeltoestellen, sportterreinen en -voorzieningen?	j/n	1
		Score	

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i> Gemeenschap		
--	--	--	--

4. Toeleverende bedrijven		Max score	4
4 ^A	Geeft u bij uw product en/of diensten informatie over de toeleverende bedrijven uit het gebied (korte bedrijfspportretjes, info over teelt of productie en waarom typisch voor dit gebied)?	j/n	Punten 2
4 ^B	Geeft u informatie over de mogelijkheid (indien aanwezig) om toeleverende bedrijven in het gebied te bezoeken (folders met adressen, openingstijden, activiteiten en/of wandel- en fietsroutes langs de bedrijven)?		2
		Score	

5. Stageplaatsen		Max score	2
	Biedt u stageplaatsen voor leerlingen aan op uw bedrijf?	j/n	Punten 2
		Score	

6. Bijdrage		Max score	3
	Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)	j/n	Punten 3
		Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)
Totaal Score

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Natuur & Landschap		

Doel: Behoud en ontwikkeling natuur & landschap

Trefwoorden: Flora, fauna, landschap, kleinschaligheid, afwisseling, fiets- en wandelroutes, kerkpaden, heemkunde, streekeigen, groen, rust, ruimte, gezond.

Meetbare indicatoren: * Aantallen streekeigen landschapselementen?
* Mogelijkheden voor beleving?

Mogelijke maatregelen: Houtwal, poel, slootkanten aanpassen, erf afscheiding, hoogstamfruit, zitbanken, wandelpaden.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Is er rond uw bedrijfsgebouw een soortenrijke erfbeplanting aanwezig?	Max score	6
		Punten
Nee		0
Ja		4
Ook als erf afscheiding		2
Score		

2. Is er bij de beplantingen op het bedrijf gebruik gemaakt van kenmerkende, streekeigen soorten?	Max score	10														
<p><i>Onderstaande lijst is kenmerkend voor het Vogelkers – Essenbos op de hogere zandgronden, hier ingeschat als kenmerkend voor het Groene Woud. Voor andere regio's een nieuwe lijst maken.</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"><i>Zomereik</i></td> <td style="width: 50%;"><i>Gelderse roos</i></td> </tr> <tr> <td><i>Lijsterbes</i></td> <td><i>Boswilg</i></td> </tr> <tr> <td><i>Zoete kers</i></td> <td><i>Kardinaalsmuts</i></td> </tr> <tr> <td><i>Vogelkers</i></td> <td><i>Hondsroos</i></td> </tr> <tr> <td><i>Zwarte els</i></td> <td><i>Rode kornoelje</i></td> </tr> <tr> <td><i>Hazelaar</i></td> <td><i>Rode bes</i></td> </tr> <tr> <td><i>Eenstijlige meidoorn</i></td> <td><i>Zwarte bes</i></td> </tr> </table>			<i>Zomereik</i>	<i>Gelderse roos</i>	<i>Lijsterbes</i>	<i>Boswilg</i>	<i>Zoete kers</i>	<i>Kardinaalsmuts</i>	<i>Vogelkers</i>	<i>Hondsroos</i>	<i>Zwarte els</i>	<i>Rode kornoelje</i>	<i>Hazelaar</i>	<i>Rode bes</i>	<i>Eenstijlige meidoorn</i>	<i>Zwarte bes</i>
<i>Zomereik</i>	<i>Gelderse roos</i>															
<i>Lijsterbes</i>	<i>Boswilg</i>															
<i>Zoete kers</i>	<i>Kardinaalsmuts</i>															
<i>Vogelkers</i>	<i>Hondsroos</i>															
<i>Zwarte els</i>	<i>Rode kornoelje</i>															
<i>Hazelaar</i>	<i>Rode bes</i>															
<i>Eenstijlige meidoorn</i>	<i>Zwarte bes</i>															
		Punten														
Minder dan 3 van de genoemde soorten?	j/n	0														
3 - 5 van de genoemde soorten?	j/n	5														
Meer dan 5 van de genoemde soorten?	j/n	10														
Score																

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Natuur & Landschap		

3. Neemt u op uw bedrijf maatregelen om planten en dieren te stimuleren?		Max score	10
			Punten
3 ^A	Heeft u nestkasten voor zwaluwen, mussen, kerkuil, steenuil, torenvalk opgehangen?	j/n	2
3 ^B	Heeft u nestblokken of een insectenhotel voor wilde bijen en insecten opgehangen?	j/n	2
3 ^C	Heeft u takkenrillen of houtstapels op het bedrijf	j/n	2
3 ^D	Heeft u randen of een weiland met een wild bloemenmengsel ingezaaid?	j/n	2
3 ^F	Geeft u gasten informatie over de op uw bedrijf voorkomende bloemen, planten, dieren, enz.	j/n	2
		Score	

4. Geeft u gasten/bezoekers informatie over natuur & landschap in het gebied?		Max score	8
			Punten
4 ^A	Fiets- en wandelroutes door de streek die gericht zijn op natuur & landschap	j/n	2
4 ^B	Folders over natuurgebieden in de streek	j/n	2
4 ^C	Adressen van natuur- en milieu informatiecentra in de streek	j/n	2
4 ^D	Is er een kleine boekenhoek met streekinformatie en natuurgidsen (ter inzage) aanwezig	j/n	2
		Score	

5. Werkt u samen met of ontvangt u advies van natuur- en landschapsorganisaties in het gebied of de regio?		Max score	13
			Punten
5 ^A	Bent u lid van een Agrarische Natuur- en Landschapsvereniging?	j/n	2
5 ^B	Werkt u samen met een Vogelwacht of Vogelwerkgroep?	j/n	3
5 ^C	Krijgt u adviezen van Landschapsbeheer?	j/n	4
5 ^D	Werkt u samen met een terreinbeherende organisatie	j/n	4
		Score	

6. Bijdrage		Max score	3
			Punten
Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)		j/n	3
		Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)
Totaal Score

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Gastvrijheid & Klanttevredenheid		

Doel: Mensen de mogelijkheid bieden een positieve ervaring op te doen op het bedrijf:
Trefwoorden Behulpzaam, gezellig, terrasjes, beleving, fiets- en wandelroutes, openheid, gemoedelijk, Bourgondisch, afstapmogelijkheden, dieren, toegankelijk, horeca, ontmoeten, recreatie, openstelling, festivals, evenementen, vermaak, internet, klanttevredenheid, alles dichtbij, ruimte, rust, quality of life, lekker eten, diversiteit, streekproducten, verhalen.

Meetbare indicatoren: Aantal bezoekers, aantal positieve reacties (in gastenboek), aanwezigheid van bepaalde voorzieningen.

Mogelijke maatregelen: Bedrijf openstellen voor publiek (open dagen), meewerken aan wandelpaden over boerenland.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Hoe stelt u uw bedrijf open voor publiek?		Max score	4
			Punten
1 ^A	De gelegenheid is volledig gericht op bezoekers/gasten (horeca)	j/n	2
1 ^B	Organiseert u minimaal 1x per jaar een open dag voor publiek?	j/n	2
		Score	

2. Hoe groot is het aandeel terugkerende gasten op uw bedrijf		Max score	3
			Punten
	Minder dan 25% is terugkerende gast	j/n	1
	Tussen de 25 en 50% is terugkerende gast	j/n	2
	Meer dan 50% is terugkerende gast	j/n	3
		Score	

3. Biedt u recreatiemogelijkheden op uw bedrijf?		Max score	5
			Punten
3 ^A	Heeft u (kleinschalige) horeca bij uw bedrijf	j/n	1
3 ^B	Heeft u logiesmogelijkheden op uw bedrijf (B&B, pension)	j/n	1
3 ^C	Heeft u kampeergelegenheid op uw bedrijf?	j/n	1
3 ^D	Heeft u wandelpaden over uw bedrijf?	j/n	1
3 ^E	Is er toeristische informatie beschikbaar voor gasten?	j/n	1
		Score	

4. Welke voorzieningen heeft u getroffen voor bezoekers?		Max score	10
			Punten
4 ^A	Is er een informatiebord aanwezig met informatie over de openingstijden, activiteiten e.d.	j/n	1
4 ^B	Is de toegang goed begaanbaar en netjes van uitstraling?	j/n	1
4 ^C	Heeft u speelvoorzieningen voor kinderen op uw bedrijf?	j/n	1
4 ^D	Zijn er wandel- en/of fietsroutes die op te pakken zijn vanaf uw locatie?	j/n	1
4 ^E	Heeft u een fietsenstalling bij uw bedrijf?	j/n	1
4 ^F	Heeft u een fietspomp en reparatieset voor fietsers beschikbaar?	j/n	1
4 ^G	Heeft u tenminste 5 parkeerplaatsen bij uw bedrijf?	j/n	1
4 ^H	Heeft u vrij toegankelijke toiletten voor bezoekers?	j/n	1
4 ^I	Is uw bedrijf toegankelijk voor mindervalide en rolstoelen?	j/n	1
4 ^J	Heeft u een paardenstalling voor gasten op uw bedrijf	j/n	1
		Score	

	<i>Bedrijfsinventarisatie</i>		
	Gastvrijheid & Klanttevredenheid		

5. Hoe vermarkt u uw producten en/of diensten?		Max score	6
			Punten
5 ^A	Is er een eigen website?	j/n	1
5 ^B	Zijn er folders over het bedrijf beschikbaar?	j/n	1
5 ^C	Kunnen bezoekers van uw producten proeven?	j/n	2
5 ^D	Is er op de verpakking of in het verkooppunt informatie beschikbaar over herkomst en productiewijze?	j/n	1
5 ^E	Staat u wel eens op een boerenmarkt, streekfair e.d.?	j/n	1
		Score	

6. Hoe bewaakt u de klanttevredenheid?		Max score	6
			Punten
6 ^A	Heeft u een structurele procedure en formulier om klanttevredenheid te meten?	j/n	2
6 ^B	Heeft u een jaarlijks verbeterplan voor klanttevredenheid	j/n	2
6 ^C	Heeft u een klachtenprocedure en – registratie	j/n	1
6 ^D	Heeft u een gastenboek	j/n	1
		Score	

7 Bijdrage		Max score	3
			Punten
Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)		j/n	3
		Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)
Totaal Score

Bedrijfsinventarisatie Economie & Ondernemerschap		
---	--	--

Doel: Versterken van de regionale economie met behoud van de kernwaarden van het gebied.

Trefwoorden: Omzet, toegevoegde waarde, werkgelegenheid, regionale productie en verwerking. Innovatief, bereid te investeren, ketenpartijen, samenwerking.

Meetbare indicatoren: Extra toegevoegde waarde (omzet) die in het gebied blijft; multipliereffect.

Mogelijke maatregelen: Samenwerken met ketenpartners in de regio.

Beantwoord elke vraag met ja of nee

1. Verwerkt u grondstoffen of producten uit de eigen regio tot een nieuw product of nieuwe dienst voor het gebied?	Max score	5
		Punten
Nee		0
Ja, < 10%		1
Ja, tussen de 10 en 25%		2
Ja, tussen de 25 en 50%		3
Ja, meer dan 50%		5
	Score	

2. Arrangementen	Max score	3
		Punten
Gebruikt u grondstoffen of diensten uit het eigen gebied voor een nieuw product of dienst (verwerkte producten en/of arrangement) met meerwaarde voor het gebied	j/n	3
	Score	

3. Waar komen u klanten overwegend vandaan?	Max score	4
<i>dienst</i>		Punten
Het merendeel uit de regio (tot 30 km in de omstreek)	j/n	2
Het merendeel van buiten de regio (verder dan 30 km)	j/n	4
<i>product</i>		
Het merendeel uit de regio (tot 30 km in de omstreek)	j/n	4
Het merendeel van buiten de regio (verder dan 30 km)	j/n	2
	Score	

4. Hoeveel directe werkgelegenheid levert uw bedrijf binnen het gebied (1fte = 1 volwaardige arbeidskracht)	Max score	5
		Punten
0 - 2 fte	j/n	0
2 - 5 fte	j/n	1
5 - 10 fte	j/n	3
Meer dan 10 fte	j/n	5
	Score	

<i>Bedrijfsinventarisatie</i> Economie & Ondernemerschap		
--	--	--

5. Hoeveel personeelsleden komen uit het gebied?	Max score	5
		Punten
Minder dan 25%	j/n	1
25% - 50%	j/n	3
Meer dan 50%	j/n	5
	Score	

6. Instructie	Max score	3
		Punten
6 Instrueert u uw personeel om de waarden van het gebied uit te dragen?	j/n	3
	Score	

7. Is uw dienst of product het resultaat van samenwerking met andere partijen binnen het gebied?	Max score	5
		Punten
Met 1-2 partijen binnen het gebied	j/n	0
Met 2-5 partijen binnen het gebied	j/n	1
Met 5-10 partijen binnen het gebied	j/n	3
Meer dan 10 partijen binnen het gebied	j/n	5
	Score	

8. Bijdrage	Max score	3
		Punten
Draagt u uw bijdragen aan dit thema ook uit aan het publiek en aan klanten en bezoekers van uw bedrijf (b.v. via excursies, informatieborden, folders, een website enz.)	j/n	3
	Score	

Uw score (=ja x punten per vraag opgeteld)	Totaal Score
---	---------------------

Bijlage 6 Handreiking bij het bepalen van “streekeigen” en “authentieke” kenmerken

Bij veel vragen wordt gerefereerd aan “streekeigen”, “typische” of “authentieke” kenmerken. Bijvoorbeeld voor gebouwen en bouwmaterialen, voor gewassen, of bomen- en struikensoorten, landschapselementen. Het zal nodig zijn om daarvan (in bijlages) een nadere uitleg te geven en/of een opsomming van voorbeelden die specifiek zijn voor de regio of het gebied waarin u werkt.

U kunt daarbij hulp vragen van de Provinciale stichtingen voor Landschapsbeheer, Oudheidkamers en de Archeologische Dienst of Vereniging.

Streekeigen landschapselementen zijn terug te vinden in het boekje “Leestekens van het landschap” uitgegeven door Landschapsbeheer Nederland (H. Baas, B. Mobach & H. Renes, 2005). In het boekje “Het natuurrijke erf” (T. Egberts, 2006. Tirion Uitgevers bv, Baarn) staan in een bijlage deze landschapselementen al gesorteerd op kenmerkende landschapstypen.

In bibliotheken is nog het “Ideeënboek Bepantingen” (W. van Heusden e.a., 1995. IKC Natuurbeheer & Ministerie van LNV) te vinden. Met bijlage 1 van deze uitgave is het (met enig puzzelwerk) mogelijk om voor verschillende streken en regio’s het passende, streekeigen bostype en de bijbehorende boom- en struiksoorten te vinden. Maar waarschijnlijk kan uw Provinciale Landschapsbeheer u sneller en gemakkelijker helpen.

