

Verbondenheid

Verbinding producent en consument

Wijnand Sukkel en Arjan Dekking



Inhoud presentatie

- Waarom verbondenheid
- Theoretische achtergronden
- Kwantitatieve informatie
- Initiatieven vanuit secties BSO/PI
- Toekomstige ontwikkelingen

Waarom verbondenheid

- Landbouw
 - Transparantie van de keten
 - Opheffen negatief imago
 - Inkomensbron
- Burgers
 - Behoefte aan rust, ruimte en ritme
 - Willen weten waar hun eten vandaan komt (b.v. slow food)
- Overheid
 - Bijdrage aan oplossing maatschappelijke problemen
 - Zorgbehoefte, zorgkwaliteit, obesitas (voedselbewustzijn),
 - Gebrek aan recreatieruimte etc. Meerdere functies landelijk gebied

Voorbeeld 1

- **EU** “Een platteland dat leeft is onmisbaar voor de landbouw, zoals ook de landbouw onmisbaar is voor een platteland dat leeft”.[..] Het behoud van de verscheidenheid van het Europese platteland en de bevordering van het dienstenaanbod van een multifunctionele landbouw wordt steeds belangrijker”.

Voorbeeld 2

- **LNV.** “Het gaat om een vitale landbouwsector, een duurzaam beheer van agrarische cultuurlandschappen, het realiseren van bepaalde maatschappelijke doelen en diensten door grootgrondbezitters, en een vitalisering van de plattelandseconomie”.

Voorbeeld 3

- **Innovatienetwerk** “Dit vraagt om nieuwe combinaties en relaties tussen producent en consument/burger c.q. platteland en stad, waarbij de vraag (behoeften) naar en het aanbod van ruimte, behoud van (cultuur)historie, bedrijfs perspectief, kennis, goed voedsel op elkaar worden afgestemd”.

Intenties bio landbouw

- Een nauwe relatie c.q. contact tussen producent/handelaar/keten en de uiteindelijke consument;
- Het samenbrengen van mensen;
- De consument als onderdeel van het gehele (re-cycling) systeem;
- Leerprocessen over o.a. voedselproductie, naast de kennis over de producten zelf;
- Fysieke en/of geografische en/of emotionele nabijheid;
- Direct contact/ communicatie.

Voorbeeld 4

- **IFOAM** *“The nearness principle: transparency and co-operation in food production can be improved by nearness. For example, using experience-based knowledge and local interests concerning the development of cultural and social values”*.

Theoretische achtergronden

- Wat voor verbinding maakt de (MF) landbouw
 - Type verbinding
- Hoe wordt dat ervaren
 - Ervaringswerelden
- Wat zijn de motieven van de consument
 - Motievatiedomeinen

Type verbinding (Pine en Gilmore)

■ Producten

- Streekproduct, info op verpakking, keurmerk

■ Diensten

- Huisverkoop, verkoop via internet, boerenmarkt, boerderijwinkel, abonnement

■ Belevissen

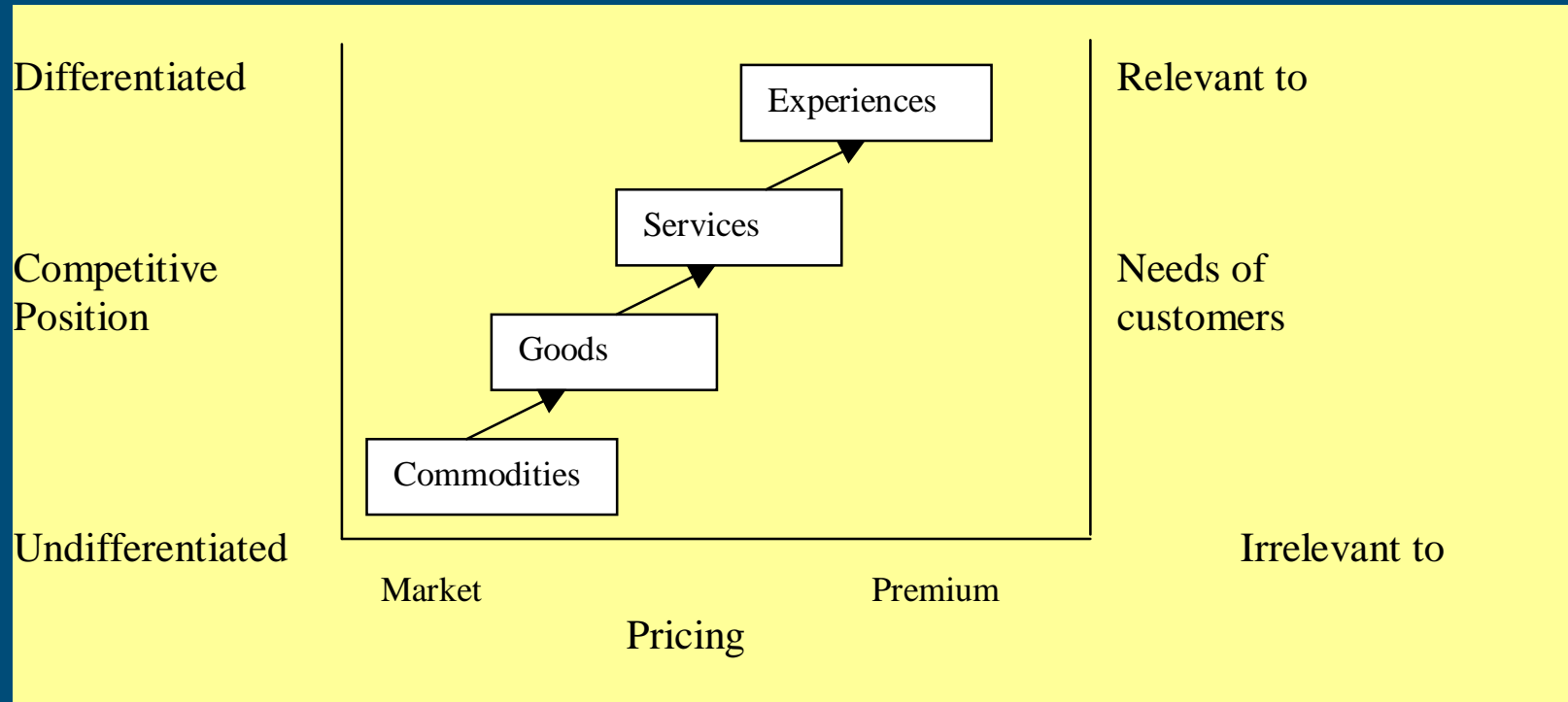
- Recreatie, educatie, kinderopvang, zorg, meewerken, meebeslissen



Ervaringswerelden (Elands en Lengbeek)

1. Amusement
2. Afleiding
3. Interesse
4. Vervoering
5. Toewijding

(Economische) waarde



The progression of economic value' (Pine en Gilmore, 1999)

Ervaringswerelden (Elands en Lengbeek)

Categorie	Kenmerken
1. Amusement	Vermaak en gezelligheid. Gemakkelijk Cultuur en gebruiken niet anders dan thuis
2. Afleiding	Even weg van de stress en het dagelijkse leven. Bijkomen, accu opladen Omgeving als decor (om tot rust te kunnen komen)
3. Interesse	Prikkeling van de verbeelding: verhalen hoeven niet authentiek te zijn. Informatie over de geschiedenis, cultuur, natuur enz. Streekspecifiek; anders dan andere plekken (maar ook weer niet te anders).
4. Vervoering	Unieke ervaring Onverwachts Eén op één relatie met de omgeving
5. Toewijding	Uniciteit van de plek Echtheid (authenticiteit) van de plek Opgebouwde relatie met de omgeving (durée)



Motivatiedomeinen volgens Schwartz

Openess to change (Ontwikkeling)

- 1. *Self-direction* : vrijheid, onafhankelijkheid, nieuwsgierigheid en creativiteit
- 2. *Stimulation* : spanning, noviteiten, uitdaging

Self-enhancement (Zelf-versterking/Ego)

- 3. *Hedonism* : plezier, plezier in het leven
- 4. *Achievement* : competentie, ambitie, succes
- 5. *Power* : status, autoriteit, rijkdom

Conservation (Behoud)

- 6. *Security* : veiligheid, sociale harmonie, gevoel erbij te horen
- 7. *Conformity* : beleefdheid, gehoorzaamheid, eren van ouderen
- 8. *Tradition* : bescheidenheid, acceptatie, religieuze toewijding

Self-transcendence (Zelf-overstijgend/Ander)

- 9. *Benevolence* : behulpzaam, verantwoordelijk, vriendschap, liefde
- 10. *Universalism* : gelijkheid, rechtvaardigheid, tolerantie, behoud van natuur

Verbinding, ervaringen en waarden

Type verbinding	Type ervaringswereld	Schwartz's Waarden
Product		
Streek-/merkproduct	Interesse	Noviteiten en nieuwsgierigheid
Keurmerk	Vervoering	Gelijkheid en verantwoordelijkheid
Dienst		
Huisverkoop	Afleiding	Noviteiten en plezier
Boerenmarkt	Interesse	Nieuwsgierigheid en sociale harmonie
Boerderijwinkel	Vervoering	Veiligheid en sociale harmonie
Abonnement	Toewijding	Gevoel erbij te horen en gehoorzaamheid
Belevenis		
Dagrecreatie	Amusement	Nieuwsgierigheid en plezier
Verblijfsrecreatie	Afleiding	Vrijheid en nieuwsgierigheid
Educatie	Interesse	Nieuwsgierigheid en rechtvaardigheid
Zorgboerderij	Vervoering	Veiligheid en gevoel erbij te horen
Meedenken/meewerken	Vervoering	Behulpzaam en gelijkheid
Meebeslissen	Toewijding	Verantwoordelijkheid en tolerantie

Projecten over verbindingen

- Programma Multifunctionele landbouw
 - Waardewerken; “Burgers van Waardewerken”
 - Agromere
 - EcoLaNa
- Programma Biologische landbouw
 - Thema MF in bio
 - Studie verbindingen bio en gangbaar
- Programma Geïntegreerde open teelten
 - Smaak van morgen
-

Aantallen bedrijven met verbredingsactiviteiten

Activiteit	Jaar	GA	BIO	% GA	% BIO
Natuurbeheer	2003	9.580	334	11,3	41,9
	2005	9.311	325	11,5	38,5
Verkoop	2003	5.380	216	6,4	27,1
	2005	4.532	260	5,6	30,4
Recreatie	2003	2.463	136	2,9	17,1
	2005	2.857	173	3,5	20,2
Zorg	2003	372	62	0,4	7,9
	2005	542	100	0,7	11,7

bron: Landbouwtelling, bewerking LEI, 2003-2005

	Aantal bedrijven	
	2003	2005
Gangbaar	83.907	80.120
Biologisch	797	855

Recreatie activiteiten

Activiteit	Aantal gangbare bedrijven	Aantal biologisch bedrijven
Fietsen	510	36
Theetuin, boerenterras	288	23
Kinderpartijtje	225	16
Boerengolf	136	2
Plattelandsmuseum	67	5
Skeelers / skaten	66	4
Plattelandskunst	50	3
Kookworkshop	48	6
Pluktuin / boomgaard	35	7
Kinderfietsroute	19	0
Atelier / galerie	12	0
Maïsdoolhof	14	0
Speelboerderijen	5	0

Gebaseerd op registratie VVHP 339 bio en 2156 gangbaar

Conclusies LEI-data

- BIO doet 3 keer zoveel aan verbinding dan GA
- BIO biedt 60% meer activiteiten aan dan GA

- BIO doet 3 keer zoveel aan natuurbeheer dan GA
- BIO doet 5 keer zoveel aan verkoop dan GA
- BIO doet 6 keer zoveel aan recreatie dan GA
- BIO doet 17 keer zoveel aan zorglandbouw dan GA

Waarden en type verbindingen

- De biologische landbouw zoekt vooral die verbindingen met waarden als gelijkheid, verantwoordelijkheid, veiligheid, sociale harmonie, behulpzaamheid en tolerantie
- De gangbare landbouw zoekt naar meer vrijblijvende verbindingen. met waarden als noviteit, plezier, vrijheid en nieuwsgierigheid bij horen.

Verbinding Burger en stad

2 enquetes in Almere



WAGENINGENUR

For quality of life

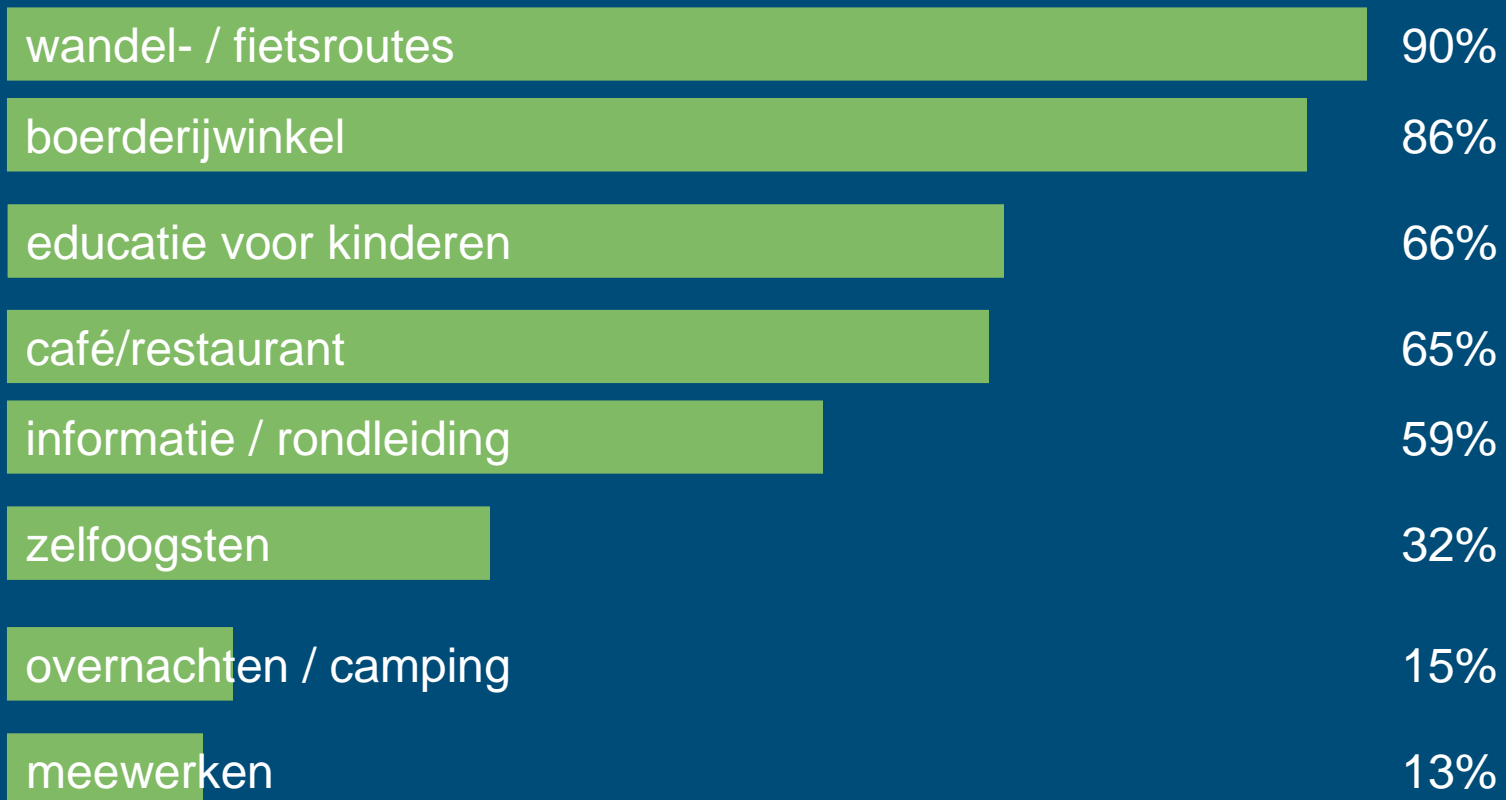
Enquete bewoners Almere 2005

- Centrale vraag: voorwaarden voor landbouw gelet op wensen van de stadsbewoners
 - Functies landbouw
 - Wensen & betrokkenheid bewoners
 - Welke vorm kan bijdragen aan positieve beleving

- Enquete Almere
 - WUR sociologie (Warnaar & Stobbelaar)
 - Telefonisch benaderd: 481, respons 342 (71%)
 - Almere Hout (Vogelhorst 204), Almere –stad (Dans en park wijk 138)
 - Resultaten, vrijwel ongeacht, inkomen en opleiding respondenten (wel verschil tussen geslacht respondenten)

Enquête resultaat, 2005 Almere

Boerderijactiviteiten



% van respondenten dat *waarschijnlijk wel tot vrijwel zeker* van een activiteit gebruik wil maken

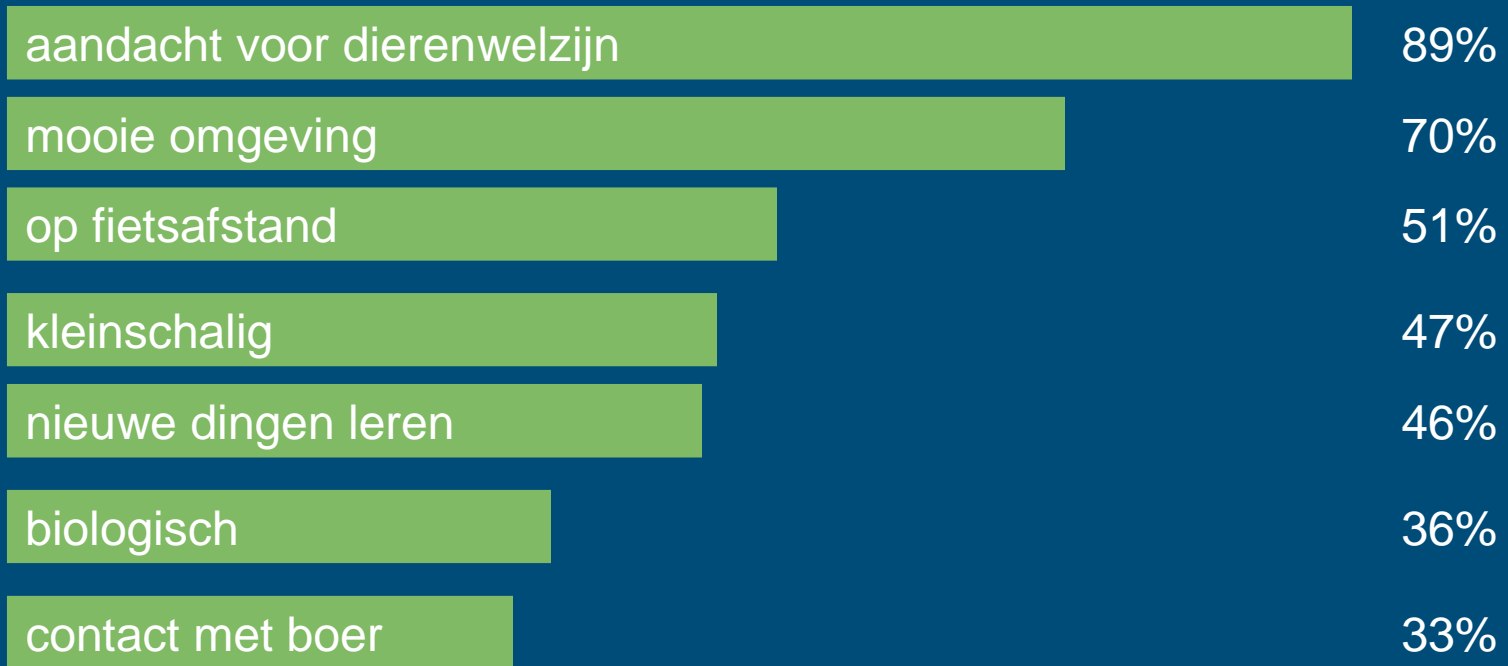


WAGENINGEN UR

For quality of life

Enquête resultaat, 2005 Almere

Boerderijeigenschappen



% van respondenten dat de betreffende eigenschap
belangrijk tot erg belangrijk vindt

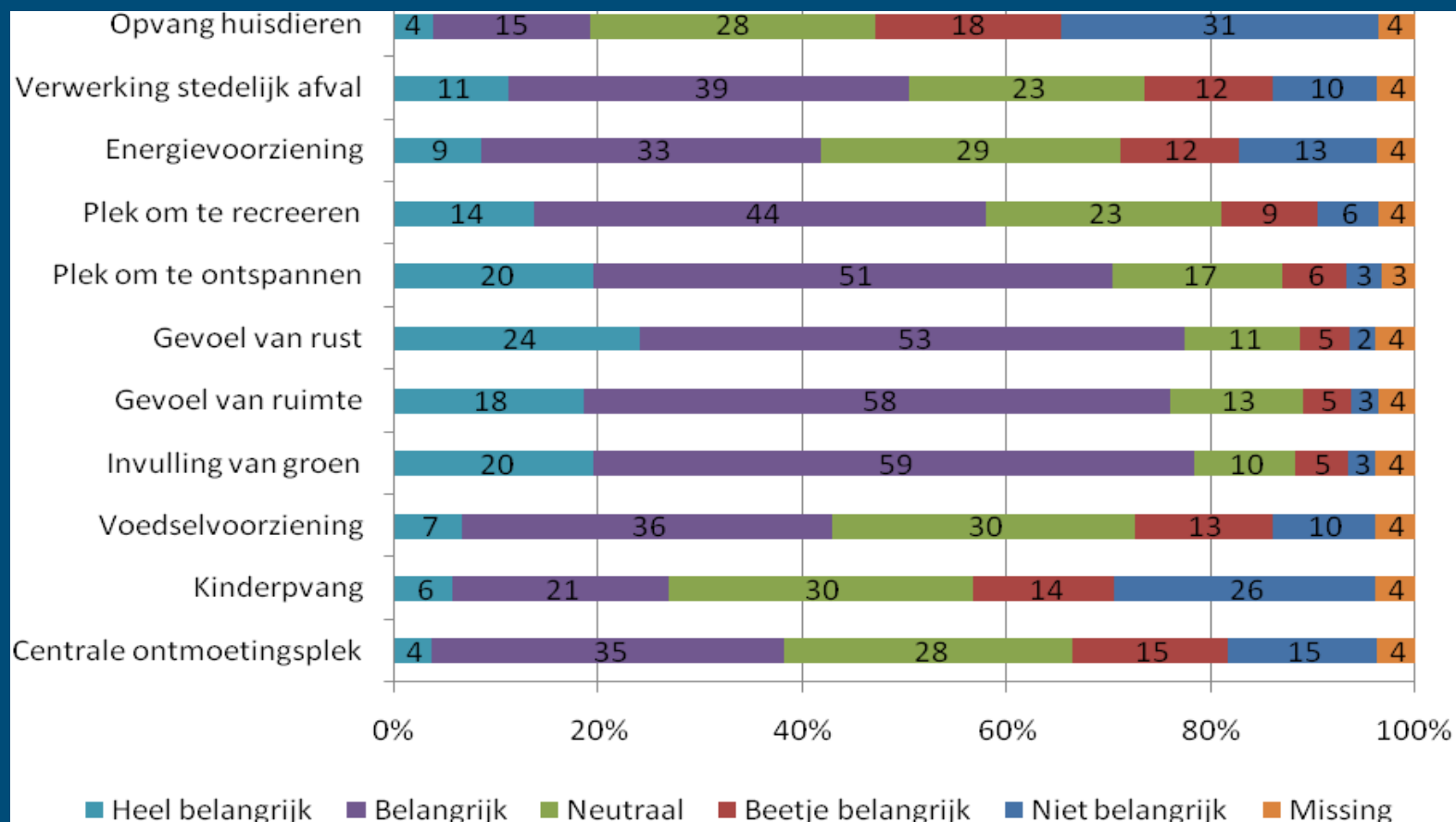


Enquete bewoners panel Almere 2007

- Centrale vraag: hoe kijkt bewoner Almere aan tegen landbouw in haar woonomgeving
 - Kan stadslandsbouw een rol vervullen
 - Kenmerken en functies landbouw
 - Wil je er in de buurt wonen
 - Wat heb je ervoor over

- Bewonerspanel Almere (voorjaar 2007)
 - Steekproef: 1425, respons 563 (39,5%)
 - Man 53,4% en vrouw 46,6%
 - >54% huishouden met kinderen
 - 81% Autochtoon
 - Gemiddeld inkomen > € 1.590/maand

Functies van stadsboerderij



Afstand woonhuis ten opzichte van boerderij

