
Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

“Biologisch meer gangbaar”

Evaluatie-onderzoek Nota Biologische Landbouw 2001-2004

Onderdeel extern onderzoek

Eindrapport
31 juli 2004
drs. R.J.M. Taen
drs. L.H. van Dalen
drs. P.P.M. de Ruijter

Inhoudsopgave

0	Samenvatting.....	6
0.1	Doelbereiking	7
0.2	Ketenprofessionalisering en vraagstimulering (€14,7 mln).....	8
0.2.1	Algemeen.....	8
0.2.2	De beleidsinstrumenten rond ketenontwikkeling	10
0.3	Toelating GNO's (€0,5 mln).....	11
0.4	Onderzoek (€38,1 mln).....	11
0.5	Voorlichting en onderwijs (€3,4 mln)	12
0.6	Stimuleren productie (€19,1 mln)	13
0.7	Fiscale maatregelen	14
0.8	Arbeidsmaatregelen	14
0.9	Biologica (€1,8 mln).....	15
0.10	Algemene conclusies	15
1	Inleiding	17
1.1	Aanleiding en achtergrond.....	17
1.2	Onderzoeksvragen en uitgangspunten.....	18
1.3	Aanpak van het onderzoek.....	20
1.3.1	Methodische uitgangspunten	20
1.3.2	Fasering van de evaluatie	21
1.3.3	Organisatie en planning	22
1.4	Leeswijzer	22
2	Korte beschrijving van het beleid.....	25
2.1	Beoogde effecten	25
2.2	Speerpunten en instrumenten	25
2.2.1	Professionaliseren ketens cq ketenontwikkeling	25
2.2.2	GNO's	26
2.2.3	Onderzoek	26
2.2.4	Voorlichting en onderwijs	26
2.2.5	Stimuleren productie	26
2.2.6	Fiscale maatregelen.....	27
2.2.7	Arbeidsmaatregelen.....	27
2.3	Financiële middelen	27
3	De mate van doelbereiking.....	30
3.1	Groei areaal.....	30
3.2	Groei consumptie	34
3.3	Concurrentiepositie	37
4	Het beleid als geheel	39
4.1	Doeltreffendheid	39
4.2	Andere effecten van het beleid.....	40
4.3	Het beleidsontwerp en organisatie	41
4.4	Conclusies.....	42
5	Professionaliseren ketens cq ketenontwikkeling.....	43
5.1	Oorspronkelijke opzet van het beleid	43
5.2	Effecten aanpak ketenontwikkeling	44
5.2.1	Meer samenwerking.....	44
5.2.2	Verbeterd aanbod	46
5.2.3	Efficiency en prijseffecten	47

5.2.4	Professionelere biologische ketens.....	48
5.2.5	Verhoging van biologische consumentenbestedingen en invloed externe factoren.....	48
5.2.6	Marktperspectief.....	49
5.2.7	Invloed marktactiviteiten TF en consumentenbestedingen op marktperspectief.....	49
5.2.8	Omschakeling	50
5.2.9	Ongewenste neveneffecten van het instrumentarium	50
5.3	Interventiestrategie	50
5.4	Aanpak	53
5.5	Observaties en leerpunten	54
5.6	Conclusies.....	56
6	Instrumenten ten behoeve van ketenontwikkeling	58
6.1	Taskforce en Convenant Marktontwikkeling BL.....	58
6.2	Ketenmanagers succesformule	61
6.3	Ketenplannen en -activiteiten	63
6.3.1	Ketenbusinessplannen en -programma's.....	63
6.3.2	CBL-regeling voor supermarkten	64
6.3.3	PBS-regeling voor speciaalzaken	65
6.3.4	Package deals cq MOP's	66
6.4	Co-innovatieprogramma.....	69
6.5	Mediacampagne.....	72
6.5.1	Beschrijving van de publiekscampagne	72
6.5.2	Bevindingen	74
6.5.3	Effectiviteit belemmerd.....	77
6.5.4	Efficiency van de (uitvoering van de) campagne.....	77
6.5.5	Conclusies publiekscampagne.....	78
6.6	Conclusies.....	79
7	Gewasbeschermingsmiddelen van natuurlijke oorsprong.....	80
7.1	Het project GENOEG	80
7.2	Resultaten	81
7.3	Conclusies.....	82
8	Onderzoek.....	84
8.1	Feitelijke gegevens.....	84
8.1.1	De onderzoekprogramma's.....	84
8.1.2	BIO-projecten en praktijknetwerken	86
8.1.3	Financiële aspecten onderzoek	86
8.2	Vraagarticulatie	87
8.2.1	Commissie Onderzoek Biologisch Landbouw (Commissie Beckers)	87
8.2.2	Keuze LNV en focus van het onderzoek.....	88
8.3	Onderzoek en resultaten	91
8.3.1	Formuleren onderzoeksvragen per programma.....	91
8.3.2	Onderzoeksmethode en aanpak	92
8.3.3	Resultaten	93
8.4	Verspreiding van kennis	93
8.4.1	Verspreiding van de onderzoeksresultaten	93
8.4.2	Invloedsfactoren op kennistoename en feitelijk toepassing	94
8.4.3	Gebruik van resultaten door gangbare producenten	95
8.5	Effecten	95
8.5.1	Verbetering bedrijfsvoering	95
8.5.2	Omschakeling	96
8.6	Analyse.....	96
8.7	Conclusies.....	98
9	Voorlichting en onderwijs.....	100
9.1	Demoregeling	100
9.2	Via-regeling	101

9.3	Kaderbrief 2002, Inhoudelijke vernieuwing Groen Onderwijs	102
9.4	Groen cursorisch onderwijs	103
9.5	Conclusies Voorlichting en onderwijs	104
10	Stimuleren productie	105
10.1	RSBP	105
10.2	Garantstelling en IBV-regeling	107
10.3	Kaderregeling kennis & advies	111
10.4	Uitvoering	112
10.5	Conclusies	114
11	Fiscale maatregelen	115
11.1	DOA en BTW-tarief	115
11.2	Groenregeling, VAMIL, EIA, MIA, KIA	116
11.2.1	Investeringsaftrek-instrumenten	116
11.2.2	Groenregeling	117
11.2.3	Conclusies	118
12	Arbeidsmaatregelen	119
12.1	Onderzoek arbeidspools	119
12.2	Onderzoek arbeidsbesparende middelen	119
13	Biologica	121
13.1	Effectiviteit bijdrage LNV	121
13.1.1	Activiteiten met LNV ondersteuning	122
13.1.2	Bijdrage aan LNV doelstellingen	124
13.1.3	Conclusie	126
13.2	Gevolgen aanpassingen subsidie	127
13.2.1	Aanbeveling	129
	Bijlage Voetnoten	130

0 Samenvatting

In 2000 is de nota van het ministerie van LNV getiteld 'Een biologische markt te winnen, Beleidsnota Biologische Landbouw 2001-2004' verschenen. De ambitie die in de Beleidsnota is geformuleerd is dat "het Nederland zou sieren als in 2010 10 procent van het landbouwareaal biologisch is". De Beleidsnota bevatte de volgende beleidsspeerpunten:

- het professionaliseren van vraaggerichte ketens (ketenontwikkeling)
- optimaliseren van de transparantie en het sluiten van de ketens
- kennisontwikkeling en – verspreiding
- het stimuleren van de biologische primaire productie
- overige maatregelen (o.a. fiscale maatregelen)

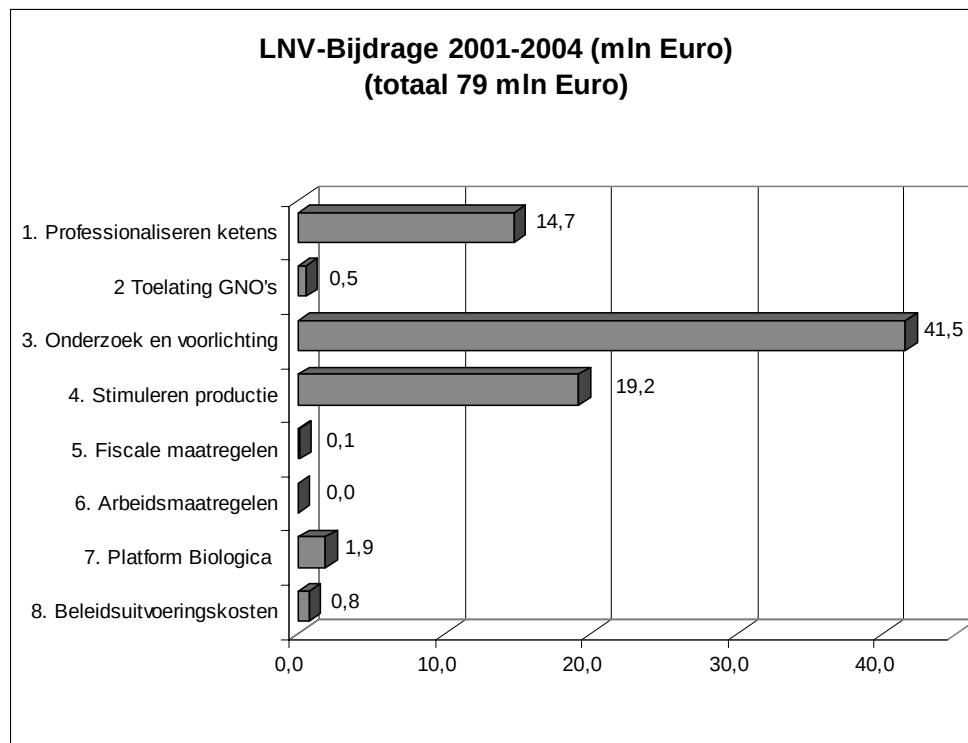
Een belangrijke ommezwaai in het tot dan toe gevoerde beleid was dat men zich meer ging richten op het ontwikkelen van de vraagkant, namelijk de afzetketens van biologische producten, in plaats van op de aanbodzijde (het stimuleren van de primaire productie).

Bij het beleid was een aantal beleidsmaatregelen geformuleerd. Met name wat betreft het professionaliseren van de ketens dienden deze beleidsmaatregelen voor een deel nog te worden ingevuld. Uiteindelijk zijn de volgende beleidsmaatregelen uitgevoerd en als zodanig ook in dit onderzoek geëvalueerd.

Speerpunten en beleidsinstrumenten

1. Ketenontwikkeling en vraagstimulering:
 - instelling van een Task Force MBL (marktontwikkeling biologische landbouw) en covenant MBL
 - financiële ondersteuning ketenactiviteiten en ketenmanagement
 - co-innovatie projecten
 - mediacampagne
2. Sluiten van de keten:
 - stimuleren toelating van GNO's (gewasbeschermingsmiddelen van natuurlijke oorsprong)
3. Kennisontwikkeling en verspreiding:
 - onderzoek
 - voorlichting en onderwijs (DLV, Demoregeling, VIA-regeling, Kaderbrief 2002, Regeling Groen Cursusonderwijs)
4. Stimuleren productie
 - RSBP (Regeling Stimulering Biologische Productiemethode)
 - IBV (Investeringsregeling voor biologische varkenshouderijen)
 - Kaderregeling kennis& advies
5. Fiscale maatregelen
 - Duurzame ondernemingsaftrek, BTW-aftrek (beide niet doorgegaan)
 - Groenregeling, VAMIL, EIA, MIA,
6. Arbeidsmaatregelen (AM)
 - Onderzoek arbeidspools en arbeidsbesparende middelen
7. Platform Biologica

In de volgende tabel wordt een overzicht gegeven van financiële bijdrage van LNV ten behoeve van het beleid.



0.1 Doelbereiking

De ambitie van het beleid was dat in 2010 10 procent van het areaal biologisch is. Verder is door de Task Force in het Convenant marktontwikkeling biologische landbouw (MBL) als doelstelling geformuleerd dat biologische producten in Nederland in 2004 een marktaandeel van gemiddeld 5% van de consumentenbestedingen aan voedingsmiddelen hebben.

Groei biologische landbouw

Het biologische areaal is van 2000-2004 gegroeid met gemiddeld 6,5% per jaar. Hierbij is uitgegaan van een nulgroei in 2004. De groei is elk jaar afgenomen. Op dit moment blijft het aandeel biologisch hangen op 2,2% van het totale landbouwareaal. Dit is te weinig om de doelstelling van 10% in 2010 te halen.

Het aantal biologische bedrijven is tussen 2000 en 2003 gestegen met gemiddeld 3,1% per jaar, terwijl het aantal gangbare bedrijven met ruim 4% per jaar is gedaald. Hierdoor is het aandeel biologische bedrijven gestegen van 1,4% in 2000 naar 1,8% in 2003. De veestapel laat tussen 2000 en 2002 aanzienlijke stijgingen zien van 10-15% per jaar.

Door stagnatie in de groei van de afzet, stagneert thans ook de omschakeling. De doelstelling van 10% in 2010 is als target niet meer realistisch, omdat het een groei van 30% vanaf 2004 zou inhouden. De doelstelling blijkt echter een goede symboolfunctie te hebben en dient daarom als ambitie behouden te blijven, gekoppeld aan een later tijdstip.

Consumentenbestedingen

Het aandeel biologische consumentenbestedingen is van 2001-2003 gemiddeld met circa 10% per jaar gegroeid. Het laatste jaar is er een zeer geringe groei geweest. Voor 2004 wordt weer een lichte stijging van de groei verwacht.

Op dit moment is het aandeel biologische consumentenbestedingen circa 1,6% van de totale omzet. Dit was 1,2% in 2000. Het percentage verschilt sterk per productgroep. AGF heeft momenteel een aandeel van 3,8%.

Concurrentiepositie

Biologische landbouw is, zoals uit bovenstaande cijfers blijkt, de laatste jaren gegroeid ten opzichte van gangbare landbouw. Voor de komende jaren is er nog steeds een potentiële groei aanwezig. De biologische landbouw is erg afhankelijk van de export naar het buitenland. De concurrentiepositie ten opzichte van het buitenland staat over het algemeen onder druk. Gezien de verslechterende exportpositie is het dan ook noodzakelijk dat de Nederlandse consumptie omhoog gaat.

Conclusie

Het biologische areaal en de consumentenbestedingen zijn de laatste jaren gegroeid, hoewel in 2003 een stagnatie van de groei is opgetreden. Dit laatste wordt onder andere toegeschreven aan de economisch ongunstige omstandigheden. De groei over de hele periode is verre van voldoende om de (te) hoge, ambities waar te maken.

0.2 Ketenprofessionalisering en vraagstimulering (€14,7 mln)

Het speerpunt professionalisering van de keten vormt het belangrijkste onderdeel van het beleid van de afgelopen jaren. Het betrof in zekere zin een uniek experiment, waarin samen met de verschillende marktpartijen, op grond van een convenant en op basis van consensus, activiteiten werden ontwikkeld om een concrete doelstelling, namelijk 5% biologische consumentenbestedingen te bereiken.

0.2.1 Algemeen

Focus verschoven naar stimuleren van de vraag

In het begin werd ervan uitgegaan dat de potentiële consumentenvraag wel latent aanwezig is, en dat er vooral een betere afstemming binnen de keten diende plaats te vinden. Men was van mening dat vooral professionalisering van de keten nodig was. De focus van de activiteiten is echter verschoven van professionalisering van de keten naar het direct stimuleren van de vraag. Het bleek namelijk dat het achterblijven van de vraag, zeker door de economisch ongunstige omstandigheden, nog steeds het belangrijkste knelpunt was. Daarom richtten uiteindelijk de meeste projecten, die gestart zijn met ondersteuning van de Task Force, zich vooral op vraagstimulering.

Instrumentarium gaandeweg ontwikkeld

De huidige interventiestrategie is pas gaandeweg concreet ingevuld. Nadat een convenant was ondertekend met relevante ketenpartijen, is de Task Force begonnen met het opstellen van ketenbusinessplannen en –programma's. Dit bleek echter onvoldoende stimulans en aanknopingspunten te bieden voor ketenpartijen om projectactiviteiten te ontwikkelen. Later is men zich meer gaan richten op specifieke ketens door ketenmanagers in te zetten en zogenaamde meerjarige opschalingsplannen (MOP's) voor een specifieke keten te ontwikkelen. Dit is een zoekproces geweest, dat wellicht sneller had gekund. Aan de andere kant wordt de flexibiliteit van de aanpak erg gewaardeerd door de betrokken partijen. Er is veel geleerd over wat wel en niet werkt als het gaat om professionaliseren van de keten respectievelijk het stimuleren van de consumentenbestedingen. De sleutel blijkt uiteindelijk: vraaggestuurd maatwerk, gericht op vraagstimulering.

De ketengerichte activiteiten hebben een aantal effecten gehad.

Op de eerste plaats is er meer biologisch bewustzijn ontstaan bij zowel consument als bij retailer. Of met andere woorden: biologisch is meer gangbaar geworden. Bij een aantal partijen heeft biologisch meer reguliere aandacht gekregen (CBL, supermarkten, LTO). Er heeft, op enkele uitzonderingen na, bij de supermarkten nog weinig structurele verandering plaatsgevonden van biologisch in het commercieel beleid. Dit is een proces waar de supermarkten nog middenin zitten.

Er is meer samenhang, samenwerking en afstemming tussen en binnen de verschillende ketenpartijen. Hiermee is een belangrijke randvoorwaarde gecreëerd voor verdere opschaling. Ook is het aanbod van biologisch verbeterd (zowel qua assortiment als afzetpunten) als gevolg van het beleid. Het marktperspectief voor de primaire producent is de laatste jaren in zijn algemeenheid niet verbeterd. Wel worden binnen de specifieke MOP's betere marktperspectieven voor primaire producenten gecreëerd.

De uiteindelijke aanpak (Task Force + convenant + ketenmanagement + MOP's) kan succesvol worden genoemd, zeker binnen een context waarin directe prijsinterventies door bijvoorbeeld fiscale maatregelen niet mogelijk lijken. Zonder het beleid was er in plaats van de huidige stagnatie in de groei wellicht een terugval geweest in biologische consumentenbestedingen en marktperspectief en was de infrastructuur rond het biologisch product zwakker geweest.

Meerdere brillen voor beoordeling van het traject Ketenontwikkeling

Met kan het beleid met betrekking tot ketenontwikkeling op verschillende manieren beoordelen. Afhankelijk van de bril die wordt opgezet, komen andere perspectieven naar voren:

<i>Gehanteerde perspectief voor het beleid rond ketenontwikkeling</i>	<i>Beoordeling van het beleid</i>
Experiment om te kijken welke interventies in een dergelijk complex beleidsveld goed werken	Zeer geslaagd
Instrument om biologisch een normaler product te maken	Geslaagd: biologisch is voor 'gangbare' marktpartijen (supermarkten en consument) een normaler product geworden.
Proeftuin om te kijken hoe maakbaar de wereld van biologisch is	Enigszins geslaagd: met veel inspanning kan wel degelijk invloed worden uitgeoefend. Invloed van externe economische omstandigheden is duidelijk zichtbaar geworden;
Creëren van gunstige randvoorwaarden voor een overigens autonoom proces	Enigszins geslaagd: de infrastructuur rond biologisch is duidelijk versterkt
Middel om <i>alle</i> potentiële afnemers biologisch bewuster te maken	Niet geslaagd: grootverbruikers, catering en horeca zijn niet echt in beeld gekomen
Middel om consumptiedoelstellingen te bereiken	Niet geslaagd: finale doelstellingen verre van bereikt

0.2.2 De beleidsinstrumenten rond ketenontwikkeling

Het instrumentarium dat uiteindelijk ontwikkeld is, is redelijk effectief: "Het Convenant was de stok, de mediacampagne was de wortel, en de ketenmanagers met MOP-geld de katalysator".

Taskforce en Convenant MBL

De Convenant-aanpak heeft goed gewerkt. Het creëert een context om verdere activiteiten te ondernemen. Wel is gebleken dat het onvoldoende is om de uitwerking van het Convenant aan de koepelpartijen over te laten. Direct en intensief contact met de werkvloer, in dit geval vooral de supermarkten, door het kernteam (voorzitter, ketenmanagers en secretariaat) was noodzakelijk, omdat de ontwikkelactiviteiten anders veel moeizamer van de grond waren komen.

Het is niet gelukt om de Horeca en de Catering bij de Task Force te betrekken. Hierdoor zijn belangrijke potentiële afzetmarkten voor biologische producten vooralsnog onderbelicht gebleven.

Ketenmanagers

Ketenmanagers zijn een nuttig instrument gebleken om ketenpartners bij elkaar te brengen, of om verkoopkanalen, met name de supermarkten, te stimuleren om meer aan biologisch te gaan doen. De ketenmanagers hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan de toename van de samenwerking in de keten. De effectiviteit is wel persoonsgebonden.

Promotieregelingen

De zogenaamde CBL-regeling (financiële ondersteuning van promotie-activiteiten van supermarkten) heeft weliswaar stimulerend gewerkt maar had ook een ad-hoc-karakter, zowel binnen het beleid van de Task Force als bij de supermarktbedrijven. Het heeft een beweging in gang gezet, maar deze beweging was nog niet gekoppeld aan een structurele aanpak bij de supermarkten. Voor de PBS-regeling (ondersteuning van promotie en opleiding bij de biologische speciaalzaken) geldt dit in mindere mate. Vooral het onderdeel 'structurele afzetbevordering' (ondernemersopleiding, winkelcertificering en ontwikkeling winkelmodules) van het masterplan wordt als effectief beoordeeld.

Meerjarige opschalingsplannen (MOP's)

Er zijn inmiddels circa 30 MOP-projecten. Ze zijn vooral gericht op opschalingsactiviteiten (meer aanbod en verkoop van biologische producten) en gekoppeld aan specifieke ketenpartijen. Dit leidt tot maatwerk. De meeste van deze plannen zijn pas het afgelopen half jaar gestart of moeten nog starten. Met de meerjarige opschalingsplannen is, voor zover nu kan worden nagegaan, een effectief instrument ontwikkeld voor opschaling. De feitelijke effectiviteit zal in een later stadium blijken.

Mediacampagne

De campagne is procesmatig gezien nuttig geweest en wordt gewaardeerd. Het heeft een context gecreëerd waarbij supermarkten op hun beurt konden aanhaken. Sommige partijen vinden de campagne echter te weinig informatief of missen een heldere boodschap over biologisch. Dit laatste werd ook bemoeilijkt door het feit dat er veel partijen, inclusief LNV, bij betrokken waren die ook andere belangen in het oog dienden te houden.

Co-innovatieprojecten

De co-innovatieprojecten zijn bedoeld voor kennisvragen vanuit het bedrijfsleven. Door co-financiering door het bedrijfsleven is een zeker commitment gewaarborgd. Er zijn 25 co-innovatieprojecten gestart, waarvan er inmiddels 5 zijn afgerond. De randvoorwaarden (verplichte deelname van kennisinstellingen en de projectprocedures) worden nog wel eens als belemmerend ervaren. Het programma komt nu in een fase dat er meer aandacht besteed zal moeten gaan worden aan kennisverspreiding.

Multiplier-effect

In de meeste gevallen heeft de inzet van financiële middelen van LNV een multiplier-effect gehad, in de orde van grootte van een factor 1,5-2 vanwege de co-financiering door het bedrijfsleven.

0.3 Toelating GNO's (€0,5 mln)

Doel van dit beleidsonderdeel (bijdrage € 0,5 mln) is het bevorderen van het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen van natuurlijke oorsprong (GNO's). Nagegaan is of de toelatingseisen voor GNO's kunnen worden vereenvoudigd. Gebleken is dat de toelatingseisen niet kunnen worden vereenvoudigd, wel de manier om aan de toelatingseisen te voldoen: door gebruik te maken van zogenaamde argumentaties op grond van reeds beschikbare kennis, in plaats van nieuw onderzoek, kunnen dossiervragen beantwoord worden. Hiermee worden de kosten verlaagd.

Verder is via het project GENOEG (Gewasbeschermingsmiddelen van Natuurlijke Oorsprong Effectief Gebruiken) getracht de toelating van GNO's te stimuleren door bij te dragen in de onderzoekskosten. Het gevolg is dat vier GNO's naar verwachting in 2005 regulier zullen worden toegelaten. Daarnaast zijn 4 stoffen akkoord bevonden voor plaatsing op de RUB-lijst (Regeling uitzondering bestrijdingsmiddelen).

Vanwege het feit dat de markt van GNO's klein is zullen producenten financieel ondersteund dienen te worden meer GNO's regulier toegelaten te krijgen.

0.4 Onderzoek (€38,1 mln)

Onderzoek is in termen van financiële middelen het belangrijkste onderdeel van het beleid geweest: € 38,1 mln. Het gaat hierbij overigens om een herallocatie van middelen van gangbaar onderzoek naar biologische onderzoek overeenkomstig de Motie Waalkens. Inmiddels wordt circa 9% van het totale onderzoeksbudget van DLO (van Wageningen UR) aan biologische landbouw besteed.

Algemeen

Zowel de onderzoekscoördinatie, de begeleiding van onderzoek, en de kennisontsluiting is de afgelopen jaren verbeterd. Het biologisch onderzoek lijkt hierin voorop te lopen op gangbaar onderzoek. Actieve kennisverspreiding is echter nog een zwakke schakel.

Wat nog ontbreekt is een centrale regiefunctie voor het hele kennisdomein, die ervoor kan zorgen dat *specifieke* kennisvragen van de stakeholders (marktpartijen, ketenpartijen, primaire producenten) worden geïnventariseerd, uitgezet en begeleid vanuit de stakeholders. Nu vindt de specifieke vraagformulering nog teveel op ad hoc basis plaats.

Vraagarticulatie

Door de commissie Beckers is de vraagarticulatie ten aanzien van onderzoeksthema's verbeterd. Verder heeft de commissie Beckers de vertegenwoordiging vanuit de primaire sector middels de sectorwerkgroepen beter georganiseerd. Het merendeel van de adviezen van de commissie Beckers is overgenomen door LNV, met name de adviezen gericht op de primaire productie.

Focus van het onderzoek

Het onderzoeksbudget wordt voor 95% ingezet ten behoeve van de primaire productie en voor 5% voor overig onderzoek. Hoewel dit aansluit bij de keuze die in de beleidsnota is gemaakt, wordt deze verdeling door een aantal partijen als onwenselijk ervaren. Er is behoefte aan meer onderzoek naar bijvoorbeeld de toegevoegde waarde van biologisch, gezondheidsaspecten, voedselkwaliteit- en veiligheid en ketengericht onderzoek (al of

niet gekoppeld aan onderzoek in de primaire sector). De vraagformulering voor deze andere onderwerpen vormen echter een knelpunt. Er is een veel minder duidelijke doelgroep of probleemeigenaar. Bovendien vraagt het van onderzoekers een meer ketengerichte en bedrijfsmatige oriëntatie.

Door het ontbreken van een lange termijn visie op de rol die biologisch landbouw in de toekomst zou moeten spelen, mede in relatie tot duurzame landbouw, en op de wijze waarop het biologische concept gepositioneerd dient te worden, ontbreekt een helder referentiekader om onderzoeksthema's tegen elkaar af te wegen en prioriteiten vast te stellen.

Uitgevoerd onderzoek

Omdat een groot deel van de circa tien onderzoeksprogramma's nog één tot twee jaar loopt zijn er nog weinig eindresultaten. Deelprojecten zijn wel al afgerond met bruikbare tussenresultaten. Vanuit het veld wordt een deel van het onderzoek ervaren als nog te beschrijvend en inventariserend en te weinig praktijk- en probleemgericht.

Het onderzoek zelf dient nog meer vraaggestuurd georganiseerd te worden: dit betekent meer betrokkenheid van de gebruikers bij het formuleren en begeleiden van het onderzoek op projectniveau. De BIO-projecten, waarbij van het begin af aan nauw wordt samengewerkt met de primaire producenten, worden in dit verband als zeer effectief ervaren.

Door de snelle toename van biologisch onderzoek is er deels nog een tekort aan meer 'biologisch georiënteerde' onderzoekers. Dit belemmert de effectiviteit van het biologisch onderzoek. De onderzoekers van het LBI (en het Praktijkonderzoek) lopen hierin voorop.

Fundamenteel onderzoek blijft nodig, maar er zou meer onderzoek moeten worden gedaan conform de aanpak in de BIO-projecten (praktijknetwerken). Er is bovendien behoefte aan meer korte termijn onderzoek, gericht op direct bruikbaar resultaat.

Verspreiding van kennis

Onderzoekscoördinatie en ontsluiting van kennis is aanzienlijk verbeterd met IBL en het koepelprogramma. Als een boer kennis nodig heeft is die altijd wel te vinden. Er dient echter meer aandacht besteed te worden aan actieve communicatie van beschikbare kennis naar de primaire producenten en andere ketenpartijen én aan directe begeleiding bij de implementatie in plaats van meer onderzoek.

Primaire producenten leren het meest van contact met elkaar, bijvoorbeeld via de bedrijfsnetwerken en/of studiebijeenkomsten. Het concept dat door de BIO-projecten wordt gebruikt voor kennisontwikkeling en –verspreiding is succesvol.

Effecten

De kennisresultaten hebben een bijdrage geleverd aan het verbeteren van de bedrijfsvoering bij biologische primaire producenten. Resultaten vanuit biologisch landbouwonderzoek zijn in een aantal gevallen ook overgenomen door de gangbare landbouw. Kennis is op dit moment echter geen factor meer die een belangrijke rol speelt bij de omschakeling. Primaire producenten kijken voornamelijk naar afzetmogelijkheden, rendement, etc.

0.5 Voorlichting en onderwijs (€3,4 mln)

DLV (€2,7 mln)

De DLV Adviesgroep (voormalige Directie Landbouwvoorlichting) heeft gedurende de beleidsperiode een vaste bijdrage ontvangen voor voorlichting ten behoeve van de biologische landbouw. Zij participeren onder andere in de BIO-projecten.

Demoregeling (€0,3 mln)

De demoregeling ondersteunt het stimuleren van aanpassingen en vernieuwingen op land- en bosbouwbedrijven die uit het oogpunt van milieu- en natuurbeleid, maar ook met het oog op de verbetering van de concurrentiekracht noodzakelijk worden geacht. Het thema Biologisch was in de periode 2002-2003 onderdeel van de demo-regeling. Dit jaar komt er nog een nieuwe openstelling. Van de 22 ingediende projectplannen op het gebied van de biologische landbouw zijn uiteindelijk 7 projecten goedgekeurd met een totale bijdrage van € 324.000. De Demo-projecten zijn nog niet afgerond. Vier van de zeven projecten beogen toegenomen kennis als resultante.

Onderwijs-regelingen (€0,4 mln)

In het kader van onderwijs is de regeling Versterking en Innovatie Agrarisch onderwijs (VIA-regeling) relevant. De regeling is overigens niet alleen voor biologisch onderwijs. In 2002 is de regeling opengesteld voor het thema biologisch landbouw. In totaal zijn voor het thema Biologische Landbouw vijf aanvragen ingediend. Uiteindelijk is aan één aanvraag daadwerkelijk subsidie verleend.

De Regeling Groen Cursusonderwijs (GCO) dient voor voorlichting en nascholingscursussen. De regeling kende twee openstellingen, waarbij het thema 'biologische landbouw' alleen in 2002 is opgenomen. Bij de Regeling Groen Cursusonderwijs is geen enkele cursus gestart. De VIA-regeling en de Regeling Groen Cursusonderwijs hebben derhalve niet bijgedragen aan de toename van de feitelijke kennis bij de (toekomstige) biologische ondernemers.

De onderwijsregelingen VIA en GCO zijn aanbodgestuurd en houden geen rekening met de behoeften uit het veld. Ze zijn als zodanig niet effectief.

0.6 Stimuleren productie (€19,1 mln)

RSBP-regeling (€16,0 mln)

De Regeling Stimuleren Biologische Productiemethode (RSBP) heeft tot doel de omschakeling van gangbare naar biologische landbouw in Nederland te stimuleren. Hiertoe wordt aan primaire producenten een financiële bijdrage gegeven voor de eerste 5 jaar na de omschakeling. De regeling voorziet ook in een geringere premie voor voortzetting van biologische teelt. In 2003 is de regeling niet opengesteld en in 2004 zal de huidige RSBP voor de laatste maal opengesteld worden.

Al in eerder onderzoek is vastgesteld dat de RSBP geen reden is voor omschakelen. De laatste jaren is er bovendien sprake van een aanzienlijke onderbesteding. Wel heeft de regeling een symbolische functie. Het bedrijfs-economische of markt-perspectief op langere termijn zijn thans de hoofdmotieven voor omschakeling. De RSBP is niet efficiënt qua uitvoering.

IBV-regeling (€3,0 mln)

De Investeringsregeling Biologische Varkenshouderij is eind 2001 ingesteld ter ondersteuning van het door Albert Heijn, De Groene Weg/Dumeco (slachterij) en de Vereniging Biologische Varkenshouders gesloten convenant voor de opschaling van de biologische varkenshouderij. De investeringsregeling beoogt de omschakeling in de varkenshouderij te bevorderen door de risico's van de hoge investeringen in de aanpassing van de huisvesting te verminderen.

De IBV-regeling is intensief gebruikt. De regeling is gebruikt door doorgaans gangbare boeren omdat boeren van scharrelvarkensvlees veel minder investeringen hoeven te doen om om te schakelen. Uiteindelijk heeft circa 30% van de 'convenant-boeren' met een afzetcontract van de IBV-regeling gebruik gemaakt.

De IBV heeft niet rechtstreeks bijgedragen aan de omschakeling naar biologische varkenshouderijen. De IBV-bijdrage van de overheid is daarmee achteraf gezien niet direct effectief geweest.

Wel is het zo dat er een belangrijke signaalfunctie van uitging richting ketenpartijen: zonder een IBV-regeling waren de marktpartijen waarschijnlijk niet bereid geweest afzetcontracten aan te bieden. En juist de afzetcontracten waren voor de varkenshouders een belangrijke reden om om te schakelen.

Door het eenmalig karakter van de regeling is de uitvoering niet efficiënt.

Kaderregeling Kennis & advies (€ 0,1 mln)

De Kaderregeling voor Kennis en Advies heeft als doel ondernemers in de agrarische sector te stimuleren en te ondersteunen bij het ontwikkelen van activiteiten die plaatsvinden in het ontwikkelingsproces van hun onderneming. De regeling is voor het eerst begin 2003 opengesteld, onder andere voor biologische landbouw. Het marktperspectief is thans voor de omschakelaar over het algemeen niet gunstig, waardoor men minder snel op eigen kosten een bedrijfsplan zou laten opstellen. Daarom vervult de regeling een nuttige functie voor wat betreft het biologische landbouw gedeelte.

Algemeen

De stimuleringsregelingen IBV en RSBP hebben niet of nauwelijks bijgedragen tot extra omschakeling. Deze regelingen worden wel gezien als een extra, symbolische steun in de rug.

0.7 Fiscale maatregelen

In de Beleidsnota was tevens een Duurzame ondernemingsaftrek (DOA) aangekondigd. De middelen die hiervoor waren gereserveerd bedroegen bijna 40% van het totale beschikbare budget van circa € 125 mln. Deze maatregel is uiteindelijk niet doorgegaan omdat zij in strijd bleek met de Europese wet- en regelgeving. Ook het voorstel om het BTW-tarief voor biologische producten te verlagen van 6% naar een nultarief is niet doorgegaan, omdat hiervoor geen steun werd verkregen bij de anderen EU-lidstaten. Het niet doorgaan van deze fiscale maatregelen wordt over het algemeen gezien als een belangrijk gemis in stimuleren van biologische productie.

De investeringsaftrekinstrumenten VAMIL (Willekeurige afschrijving Milieu-investeringen), KIA (KleinschaligheidsInvesteringsAftrek), EIA (Energie investeringsaftrek) en MIA (Milieu-investeringsaftrek) zijn geen extra impuls voor omschakeling. Dit komt doordat deze regelingen gelden voor alle primaire producenten.

De Groenregeling biedt een meerwaarde en kan gezien worden als extra steun voor biologische primaire producenten. Maar ook voor deze regeling geldt dat het geen extra impuls heeft gegeven aan de omschakeling van boeren.

De regelingen dragen wel bij aan een gunstigere rentabiliteit, doordat de kosten lager uitvallen. Voor de investeringsregelingen is er in dit opzicht geen verschil tussen gangbaar en biologisch.

0.8 Arbeidsmaatregelen

Er heeft een inventariserend onderzoek plaatsgevonden naar de haalbaarheid van arbeidspools. De resultaten wezen uit dat het concept arbeidspools niet levensvatbaar zou zijn. Daarnaast valt op te merken dat het probleem ook wat minder speelt in economisch slechte tijden.

Een van de onderzoeksprogramma's van DLO richt zich op vermindering van handmatig wieden in de biologische landbouw. Arbeidsbesparende middelen dragen zeker bij aan de versterking van de biologische bedrijfsvoering, maar leiden niet tot meer omschakeling.

0.9 Biologica (€1,8 mln)

De middelen die door LNV zijn ingezet voor inkoop (beleidsadvisering) of ondersteuning van activiteiten van Biologica zijn effectief en doelmatig besteed in licht van de doelstellingen van de nota. Dit geldt zeker wanneer de kosten-baten-verhouding worden vergeleken met de kosten-batenverhouding van de andere instrumenten die zijn ingezet. Bovendien geldt dat de output niet snel op een andere manier bereikt hadden kunnen worden.

Aanbevolen wordt door te gaan met en de inkoop en ondersteuning van activiteiten van Biologica, maar de vaste jaarlijkse bijdrage te vervangen door programmafinanciering gekoppeld aan heldere targets en doelstellingen.

0.10 Algemene conclusies

Geconcludeerd kan worden dat het verleggen van de focus van het beleid van de aanbodzijde, dat wil zeggen de primaire productie naar de vraagzijde een terechte beleidswijziging is gebleken. Het beleidsinstrumentarium dat daarbij is ingezet, namelijk een convenant, gebaseerd op consensus met relevante partijen, ondersteund door een Task Force met financiële middelen voor het stimuleren van activiteiten, is zowel vernieuwend als effectief gebleken, ook al zijn de finale doelstellingen niet gehaald.

Door de aanpak is veel in beweging gezet. Het vraagkant-gerichte beleid heeft bijgedragen aan het creëren van de noodzakelijke randvoorwaarden voor opschaling. Zonder het ketengerichte beleid had de biologische sector er slechter voorgestaan qua potentie en organisatiegraad.

Bovendien moet geconstateerd worden dat slechts 20% van de beschikbare financiële middelen besteed is aan het vraagkant-gerichte beleid. Hier is door co-financiering vanuit het bedrijfsleven nog eens een vergelijkbaar bedrag aan toegevoegd. Daarmee is het tevens een efficiënte aanpak in verhouding met de kosten van het andere instrumentarium (voornamelijk onderzoek en voorlichting, 50%, en stimuleringsregelingen als de RS-BP, 25%).

De hoge ambitie van 10% areaal in 2010 is nog nauwelijks dichterbij is gekomen. De laatste jaren heeft de economische teruggang hierin een rol gespeeld. De belangrijkste reden echter dat de groei achterbleef bij de ambitie, is het feit dat de ambitie, die een structurele groei van het areaal van 20-25% per jaar vereiste, te hoog was. Gebleken is dat een geleidelijke, meer structurele ontwikkeling meer voor de hand ligt. Dit heeft (meer) tijd nodig, hetgeen wellicht nog de belangrijkste les van de afgelopen 4 jaar is geweest.

Zowel in de aansturing als in de uitvoering van het beleid is fragmentatie geconstateerd, zeker als ook het beleid van provincies en gemeenten in ogenschouw wordt genomen. Met name op het gebied van coördinatie van de kennisvragen, de samenwerking tussen de traditionele sector en nieuwe intreders en de afstemming tussen landelijk, provinciaal en gemeentelijk beleid is sprake van versnippering. Een meer vraaggeoriënteerde organisatie rond het beschikbare instrumentarium is dan ook wenselijk.

Vooruitkijkend worden de volgende uitgangspunten aanbevolen voor het nieuwe beleid. Het sleutelwoord hierbij is *integratie*:

- voortzetting van de huidige focus op vraagstimulering;
- verbreding naar andere doelgroepen aan gebruikerszijde (horeca, catering of grootverbruikers);
- verbreding en coördinatie van PR-activiteiten;
- meer integratie van de beleidsuitvoering (één-loket-gedachte);
- verschuiving van de focus van het onderzoek richting keten, gezondheid, voedselkwaliteit en afnemersgedrag;
- ontwikkeling van een centrale regiefunctie voor het kennisdomein;
- strategische verdieping rond het biologisch concept, de positionering daarvan en de maatschappelijke rol die van de biologische landbouw wordt verwacht.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding en achtergrond

In 2000 is de nota van het ministerie van LNV getiteld 'Een biologische markt te winnen, Beleidsnota Biologische Landbouw 2001-2004' verschenen (voortaan kortweg beleidsnota genoemd). Met deze nota heeft het ministerie inhoud willen geven aan de rol die de rijksoverheid, en in het bijzonder het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij (LNV), in de periode 2001 tot en met 2004 voor de biologische keten wilde vervullen.

De ambitie die in de beleidsnota is geformuleerd is dat "het Nederland zou sieren als in 2010 10 procent van het landbouwareaal biologisch is". Dit betekende in de praktijk dat vanaf 2001 het areaal elk jaar met zo'n 25% zou moeten toenemen. Omdat de groei in 2000 maar 16% bedroeg wordt in de beleidsnota aangegeven dat er een versnelling op gang moet komen, een versnelling die niet alleen door de overheid moet worden gerealiseerd, maar door alle betrokken marktpartijen tezamen. Als belangrijke knelpunten die deze versnelling in de weg staan worden genoemd:

- de niet optimaal functionerende ketens binnen de biologische landbouw
- het (niet) waarmaken van het vertrouwen van de consument
- het gebrek aan nieuwe kennis en onvoldoende kennisverspreiding

Om haar eigen taak als aanjager vorm te geven is in de beleidsnota door het ministerie een aantal beleidsspeerpunten geformuleerd:

- het professionaliseren van vraaggerichte ketens
- optimaliseren van de transparantie en het sluiten van de ketens
- kennisontwikkeling en – verspreiding
- het stimuleren van de biologische primaire productie
- overige maatregelen (o.a. fiscale maatregelen)

Dit betekende een belangrijke ommezwaai in het tot dan toe gevoerde beleid. In plaats van op de aanbodzijde, het stimuleren van de primaire productie, heeft men in het beleid meer gericht op het ontwikkelen van de vraagkant, namelijk de afzetketens van biologische producten. Bij de beleidsspeerpunten is een groot aantal beleidsmaatregelen en -instrumenten ingezet. Een beschrijving van deze beleidsmaatregelen is te vinden in hoofdstuk 2.

De afgelopen jaren hebben gestaan in het teken van de uitvoering van het beleid. In 2002 is een tussenevaluatie gehouden, die zich met name richtte op de proceskant van de activiteiten rond professionalisering van de ketens en op de effecten van één van de beleidsmaatregelen, namelijk de Regeling Stimulering Biologische Productiemethode (RSBP).

Formeel loopt de beleidsuitvoering door tot eind 2004. Omdat thans de nieuwe beleidsnota voor de periode 2005-2009 wordt voorbereid, is besloten nu ook al de eindevaluatie van de Beleidsnota Biologische Landbouw 2001-2004 uit te voeren. Het gaat daarbij niet alleen om het afleggen van verantwoording ('hoe goed is het geld besteed') maar ook om ervan te leren: wat is goed gegaan, waar moet mee worden doorgegaan, wat moet er anders?

Dit rapport bevat de resultaten van het evaluatie-onderzoek. Het onderzoek is door een onafhankelijk extern adviesbureau uitgevoerd. De evaluatie is opgezet conform de wettelijke richtlijnen zoals omschreven in de Regeling Prestatiegegevens en Evaluatieonderzoek van het ministerie van LNV (RPE, 2000).

1.2 Onderzoeksvragen en uitgangspunten

Doel van de evaluatie

Het doel van de evaluatie is door de projectgroep van LNV als volgt geformuleerd:

- Vaststellen of de maatschappelijke doelen uit de nota 'Een biologische markt te winnen' zijn gerealiseerd en de bijdrage van het gevoerde beleid daaraan. Voor zover deze doelen voor latere jaren dan 2004 zijn vastgesteld, wordt een onderbouwde verwachting geformuleerd.
- Verantwoording afleggen aan het parlement. Overeenkomstig het project "Van Beleidsbegroting Tot Beleidsverantwoording" (VBTB), dient de rijksoverheid aan het parlement verantwoording af te leggen over het gevoerde beleid.
- Leren van ervaringen. In het regeerakkoord 2003 is de ambitie gehandhaafd dat in 2010 van het totale land- en tuinbouwareaal 10% biologisch is. Mede op basis van de uitkomsten van de evaluatie van het gevoerde beleid, zal het vervolgsbeleid voor biologische landbouw na 2004 worden bepaald.

Onderzoeksonderwerpen en -vragen

Voor het formuleren van de onderzoeksvragen is door de projectgroep van LNV gebruik gemaakt van causaliteitschema's. Per beleidsspeerpunt zijn twee causaliteitschema's opgesteld: één overeenkomstig de beleidsnota en één overeenkomstig de feitelijke beleidsuitvoering. Aan de hand van deze schema's zijn door de projectgroep de evaluatievragen geformuleerd. Hieronder worden per onderwerp de hoofdvragen aangegeven waarop deze evaluatie een antwoord geeft.

1. *De mate van doelbereiking.*

Groei areaal. Wordt het gewenste aandeel van het areaal biologisch in 2010 (10%) naar verwachting gerealiseerd? Is de gewenste groei van het areaal biologisch gerealiseerd? Consumentenbestedingen. Behoort de Nederlandse consument eind 2010 tot de topgebruikers van biologische producten in Europa? Concurrentiekracht. Concurrereet de sector eind 2010 internationaal op eigen kracht?

2. *De mate van doeltreffendheid van het beleid.*

Heeft het gevoerde beleid voldoende bijgedragen aan de groei van het biologisch areaal en de groei van de consumentenbestedingen aan biologische producten? Deze hoofdvraag is verder geoperationaliseerd aan de hand van de volgende onderzoeksvragen per deelonderwerp:

2a. Professionaliseren ketens

Hebben de maatregelen/instrumenten in het kader van het professionaliseren van de keten voldoende bijgedragen aan:

- professionalisering biologische keten;
- verhoging van het aandeel consumentenbestedingen aan biologisch voedsel;
- verbetering van het marktperspectief van de Nederlandse biologische boeren en tuinders;
- groei van het biologisch areaal/aantal biologische bedrijven;
- de concurrentiekracht van de sector?

2b. Transparantie en sluiten van de keten

Hebben de activiteiten in het kader van GNO bijgedragen aan een verbeterde bedrijfsvoering op het primaire bedrijf?

2c. Kennisontwikkeling en -verspreiding

Hebben de activiteiten in het kader KO bijgedragen aan meer omschakeling door gangbare bedrijven naar biologisch?

2e. Stimuleren productie

Hebben de activiteiten om de productie te stimuleren geleid tot meer omschakeling van bedrijven naar biologische productie?

2f. Fiscale maatregelen

Hebben de bestaande en nieuwe fiscale instrumenten een extra impuls gegeven aan de ontwikkeling van biologische landbouw (door gunstiger rentabiliteit en daardoor meer omschakeling)?

2g. Arbeidsmaatregelen

Hebben de maatregelen gericht op het verbeteren van de arbeidsvoorziening en op arbeidsbesparing geleid tot meer omschakeling?

3. *Doelmatigheid van de uitvoering.*

Hadden de beleidsprestaties (producten en diensten) die het rijk op basis van de beleidsnota heeft geleverd ook met minder middelen tot stand kunnen worden gebracht, zonder dat er daardoor te veel afbreuk zou worden gedaan aan de kwaliteit?

4. *Platform Biologica.*

In welke mate heeft Biologica met haar door LNV gefinancierde activiteiten bijgedragen aan de doelstellingen van de beleidsnota (ex post)? Wat gaat Biologica doen als de jaarlijkse vaste subsidiebijdrage van LNV aan Biologica wegvalt?

Elke onderzoeksvraag heeft weer geleid tot een aantal subvragen. Voor deze specifieke onderzoeksvragen per onderwerp wordt verwezen naar de bijlagen.

Gehanteerde uitgangspunten

Aandacht voor de grote verschillen tussen ketens

Dé ketenaanpak of dé effectiviteit van een beleidsmaatregel bestaat niet. Deze is sterk contextgebonden. Zo zal in een relatief eenvoudige keten, zoals brood en zuivel, de (relatieve) effectiviteit van een maatregel al snel groter zijn dan in sectoren als AGF (aardappel, groente, fruit) of de catering, waarbij het veld gefragmenteerd is en veel verschillende partijen betrokken zijn. In dit laatste geval zal meer op micro-niveau moeten worden gewerkt, met als gevolg een lagere (relatieve) effectiviteit.

In deze evaluatie is zoveel mogelijk ketengerichte informatie verzameld en worden op basis daarvan uitspraken gedaan over de evaluatie-onderwerpen.

Leerperspectief

Het onderzoek heeft primair een verantwoordingsdoel gehad, maar heeft daarnaast ook een leerperspectief, met name wat betreft de ketenaanpak. Hier is gedurende het proces specifieke aandacht aan besteed. De onderzoekers hebben daarbij wel steeds een expertmatige rol hebben en zijn niet bezig geweest met het faciliteren van specifieke leerprocessen bij de betrokken actoren.

Gebruik van bestaand onderzoek

Er is zoveel mogelijk gebruik gemaakt van reeds bestaand onderzoek. Daarnaast is aanvullende informatie verzameld, zowel via een groot aantal interviews als via schriftelijke informatie, aangeleverd door de verschillende projectleiders en –coördinatoren.

Te benaderen personen

Als uitgangspunt bij te benaderen personen is ervoor gekozen om ook zoveel mogelijk niet direct belanghebbenden en vertegenwoordigers van de uiteindelijke doelgroep te benaderen, met als doel een scherper beeld te krijgen van de uiteindelijke effecten van het beleid.

1.3 Aanpak van het onderzoek

1.3.1 Methodische uitgangspunten

Onderzoeksniveaus

Er is op twee niveaus gewerkt aan het verzamelen van informatie:

- De meer kwantitatieve lijn: concreet verzamelen van informatie op projectniveau
- De meer kwalitatieve lijn: door middel van interviews onderzoeken op maatregelniveau van knelpunten, kritische factoren, grote lijnen, visies, relatieve effectiviteit, waarderings, etc.

(Sub)maatregelniveau

Op maatregelniveau is nagegaan wat de overall effecten zijn geweest, wat er was gebeurd als er geen maatregel was geweest, of er een betere (effectievere) aanpak mogelijk was geweest, etc.

Projectniveau

Bij elke maatregel zijn projecten/activiteiten of clusters van projecten/activiteiten benoemd. Van elke projectgroep is de volgende informatie verzameld:

- concrete waarneembare output, resultaten
- effecten van die output
- causaliteit (was dit ook gebeurt als er geen beleidsmaatregel was geweest?)

Trechteren bij de aanpak

Vanwege de hoeveelheid onderwerpen die moest worden behandeld bleek het wenselijk om bij het verzamelen van gegevens te trechteren. Er is daartoe een tweetrapsbenadering gehanteerd. Dit hield in dat er één fase is ingelast (fase 4) om op bepaalde onderwerpen dieper in te gaan. Deze fase werd vooraf gegaan door een *go/no go beslismoment*. Tijdens een bijeenkomst met de begeleidingsgroep en andere betrokkenen is besproken in hoeverre het wenselijk was om voor bepaalde onderwerpen meer specifieke gegevens te verzamelen. Deze afweging vond plaats op basis van de gegevens die tot dan toe beschikbaar waren.

Werkvormen

Er is tijdens het onderzoek met verschillende werkvormen gewerkt. De belangrijkste werkvorm heeft bestaan uit bureaustudie van reeds beschikbaar materiaal en interviews.

- *Interviews*

De interviews hebben bestaan uit individuele interviews (in principe mondeling, maar voor onderdelen telefonisch). In totaal zijn met 47 personen persoonlijke interviews gehouden en met 54 personen telefonische interviews. Met verschillende van de geïnterviewde personen is meer dan één keer gesproken.

- *Documentstudie*

Voor een overzicht van de documenten die tijdens het onderzoek zijn verzameld en bestudeerd wordt verwezen naar de bijlagen.

- *Schriftelijke vragen, per email,*

In een aantal gevallen is om redenen van efficiency gebruik gemaakt van email om respondenten vragen te stellen.

- *Factsheets projecten*

Om gegevens van vergelijkbare projecten ook daadwerkelijk te kunnen vergelijken is aan betrokkenen gevraagd om een standaardformat in te vullen. Deze factsheets zijn in een aparte bijlage voor intern gebruik gebundeld.

-
- *Klankbordbijeenkomst*
Gedurende het onderzoek is er één bijeenkomst gehouden met de klankbordgroep. (Voor overzicht leden klankbordgroep zie bijlagen).

Geen enquête

Het onderzoek leende zich niet voor een uitgebreide enquête, omdat daarvoor de onderzoeksvragen en de betrokken actoren per onderzoeksvraag veel te gevarieerd waren. Wel is een kleine telefonische enquête gehouden waarin iets meer kwantitatieve gegevens verzameld zijn met betrekking tot specifieke vragen. Dit is bijvoorbeeld gedaan om de mening te verkrijgen van meerdere (potentiële) omschakelaars en omgeschakelden over de relatie tussen kennis en omschakeling respectievelijk verbetering van de bedrijfsvoering en over stimuleringsmaatregelen.

Overleg met de begeleidingscommissie

Gedurende het onderzoek is tussen de verschillende fasen (zie hieronder) steeds een go/no go overleg moment ingelast. Dit betrof een bespreking met de begeleidingscommissie over voortgang en eventuele bijsturing van het onderzoek.

Inhoudelijke uitgangspunten

Focus op effecten

De focus van de evaluatie heeft gelegen op feitelijk bereikte effecten. Hier is steeds expliciet naar gevraagd. De effecten zijn zowel op projectniveau als op maatregelniveau onderscheiden. Voor een totaaloverzicht van mogelijke effecten wordt verwezen naar de bijlagen.

Onderscheid interpretatie/visievragen

Er is onderscheid gemaakt tussen interpretatie/visievragen enerzijds en feitenvragen anderzijds. Bij interpretatie/visievragen is uitdrukkelijk het perspectief van de betreffende actor-respondent betrokken. Interviews zijn hierbij de onderzoeksmethode. Voor feitenvragen zijn voorgestructureerde vragen of tabellen gebruikt.

Extrapolatie

Uitkomsten op vragen die de revenuen van het beleid betreffen zijn zo veel mogelijk geëxtrapolerd naar volgend jaar. In interviews is steeds gevraagd naar een inschatting inclusief het komende jaar.

Werkelijk gevoerde beleid

Evaluatieonderwerpen op een terrein waar wijzigingen in beleid hebben plaatsgevonden, zijn geëvalueerd op basis van het werkelijk uitgevoerde beleid. In de rapportage is onderbouwd waarom afwijkingen met de oorspronkelijke beleidsnota hebben plaatsgevonden.

1.3.2 Fasering van de evaluatie

Het onderzoek is gefaseerd uitgevoerd. De voorbereidingsfase is door een interne projectgroep van LNV uitgevoerd. Fase 1 tot en met 5 zijn uitgevoerd door het externe onderzoeksbureau.

Fase 0. Voorbereidingsfase

Oktober 2003 is door de interne projectgroep van de evaluatie het projectplan voor deze evaluatie vastgesteld. Medio november 2003 is aan de hand van causaliteitschema's en een beschrijving van de instrumenten vastgesteld welke evaluatievragen moeten worden beantwoord en welke indicatoren en streefwaarden daarbij zullen worden gehanteerd. Mede op basis van dit vraagstellingsdocument heeft de projectgroep een 'Programma van eisen' opgesteld, waarin werd beschreven aan welke voorwaarden het evaluatieonderzoek moest voldoen. Op basis van dit document is aan een aantal externe bureaus gevraagd offerte uit te brengen om de daadwerkelijke evaluatie uit te voeren. Het organisatie-adviesbureau IMEconsult heeft het onderzoek uitgevoerd.

Fase 1. Uitwerken onderzoeksopzet

Na het gunnen van de opdracht heeft in de eerste fase de uitwerking van de onderzoeksopzet plaatsgevonden. Het betrof met name het bereiken van overeenstemming over de onderzoeksaanpak. Er is een intake-ronde gehouden met een aantal mensen van de belangrijkste partijen. Het doel van de gesprekken was enerzijds een inhoudelijke oriëntering en een aanscherping van het onderzoek en anderzijds het boven tafel krijgen van beschikbare documenten.

Fase 2. Verzamelen van gegevens

Fase 2 betrof de verzameling van de gegevens door middel van bureaustudie, interviews en verzamelen van aanvullende feitelijke gegevens.

Fase 3. Analyse en eerste terugkoppeling

In Fase 3 is op basis van de eerste bevindingen met betrekking tot de onderzoeksvragen een analyse gemaakt. Deze analyse is doorgesproken met een klankbordgroep (zie projectorganisatie). Aan het eind van deze fase is tevens vastgesteld, mede naar aanleiding van hetgeen in de klankbordgroep naar voren is gekomen, waar verdieping nodig is.

Fase 4. Verdiepingsslag

In Fase 4 zijn bepaalde onderdelen nader uitgewerkt.

Fase 5. Rapportage en presentatie

De resultaten van het evaluatieonderzoek zijn verwerkt in een conceptrapportage, die is doorgesproken met de Begeleidingscommissie. Tevens heeft een aantal direct betrokkenen opmerkingen gemaakt. De opmerkingen zijn verwerkt en meegenomen in de eindrapportage. De belangrijkste bevindingen en conclusies zijn gepresenteerd tijdens een bijeenkomst met externe betrokkenen bij biologische Landbouw. Deze bijeenkomst is georganiseerd door de directie Landbouw van LNV.

1.3.3

Organisatie en planning

Begeleiding van het onderzoek

Voor het onderzoek is een Stuurgroep ingesteld door het Ministerie van LNV. Het onderzoek is verder begeleid door een Begeleidingscommissie. Binnen de begeleidingscommissie is een persoon aangewezen als direct aanspreekpunt voor de onderzoekers voor tussentijds overleg en voor het maken van logistieke afspraken.

Naast de begeleidingscommissie is (eenmalig) gebruik gemaakt van een Klankbordgroep met vertegenwoordigers van LNV, EC-LNV en andere betrokken actoren om de resultaten te bespreken. Voor de samenstelling van de verschillende gremia wordt verwezen naar de bijlagen.

Doorlooptijd

Het evaluatie-onderzoek heeft plaatsgevonden van 15 februari tot eind mei 2004.

1.4

Leeswijzer

De opbouw van dit rapport is als volgt:

- In hoofdstuk 1 en 2 staan de achtergrond, doelstellingen en onderzoeksmethodiek beschreven en wordt een korte beschrijving gegeven van het gevoerde beleid en de beleidsmaatregelen die in de beleidsnota staan beschreven.
- Hoofdstuk 3 en 4 beschrijven de mate waarin de hoofddoelstellingen zijn bereikt (doelbereiking) en de effecten van het beleid als geheel (doeltreffendheid).
- In hoofdstuk 5 en 6 wordt ingegaan op één van de belangrijkste speerpunten van het beleid, namelijk het professionaliseren van de ketens en de ketenontwikkeling.

Nadat eerst het hele speerpunt is belicht, worden In hoofdstuk 6 de afzonderlijke instrumenten van dit speerpunt besproken.

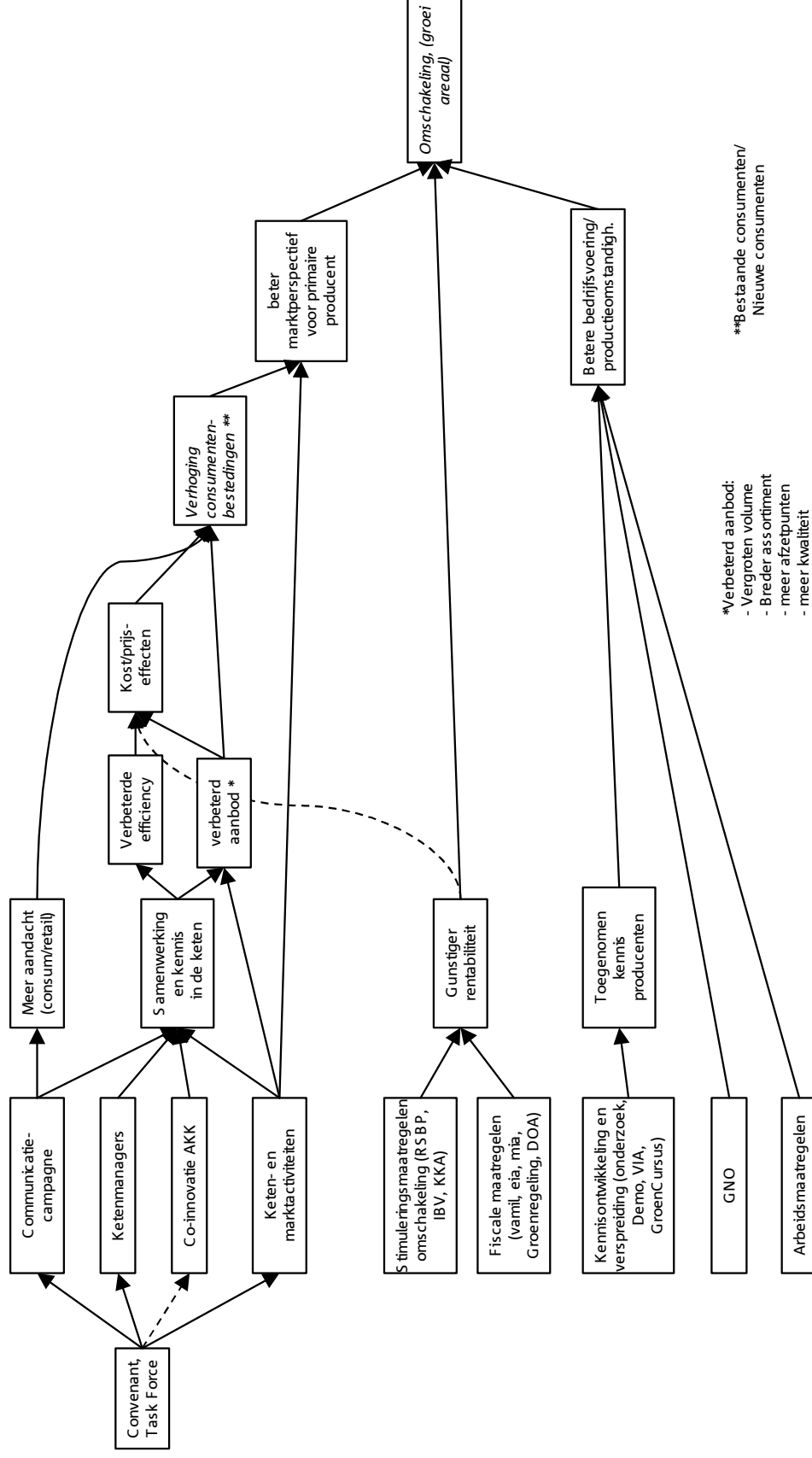
- Hoofdstuk 7 gaat in op gewasbeschermingsmiddelen van natuurlijke oorsprong.
- In hoofdstuk 8 staat onderzoek op het gebied van biologische landbouw centraal en de wijze waarop de resultaten van onderzoek worden verspreid onder de doelgroepen.
- Hoofdstuk 9 gaat in op de maatregelen in het kader van voorlichting en onderwijs.
- Hoofdstuk 10, 11 en 12 gaan in op stimuleringsmaatregelen met betrekking tot de primaire productie, op de fiscale maatregelen en op de arbeidsmaatregelen die zijn genomen.
- In hoofdstuk 13 tenslotte wordt ingegaan op de bijdrage van Biologica.

Bij dit rapport hoort een apart bijlagenrapport. Daarnaast is een aparte bijlage gemaakt met factsheets van projecten. Deze bijlage is alleen voor intern gebruik bedoeld.

Tot slot

Wij willen graag alle betrokkenen en geïnterviewden danken voor hun, soms intensieve, medewerking aan dit onderzoek. De interviews waren zonder uitzondering openhartig en informatief. Verder is met name door een aantal projectcoördinatoren veel tijd gestopt in het verzamelen van informatie op projectniveau. Zonder al deze medewerking was dit evaluatie-onderzoek uiteraard niet mogelijk geweest.

Overzicht maatregelen en effecten Nota Biola



2 Korte beschrijving van het beleid

2.1 Beoogde effecten

In de nota 'Een biologische markt te winnen' zijn geen concrete doelen opgenomen die binnen de looptijd van de beleidsnota (2001-2004) moeten worden gerealiseerd. De enige doelstelling met een streefwaarde is "groei van de biologische sector", met als ambitie dat in 2010 10% van het areaal biologisch is. Omgerekend betekent dit een jaarlijkse groei van 20-25%. Daarnaast wordt in kwalitatieve termen beschreven hoe de sector er idealiter aan het eind van dit decennium uit zou moeten zien, in de vorm van een soort "wensbeeld".

Omdat er geen streefwaarden geformuleerd zijn voor de doelen die binnen de looptijd van de beleidsnota gerealiseerd zouden moeten zijn, is de enige vraag die gesteld kan worden: zitten we op koers? Voor het wensbeeld zijn überhaupt geen concrete doelen geformuleerd. Als streefwaarde kan hier worden gekozen dat er voor ieder onderdeel van het wensbeeld ten minste sprake moet zijn van enige mate van vooruitgang.

In het convenant Marktkontwikkeling Biologische landbouw, dat na de beleidsnota tot stand is gekomen, hebben de marktpartijen en LNV wel een afrekenbare doelstelling opgenomen: in 2004 dient 5% van de consumentenbestedingen binnen het segment voeding biologisch te zijn. Deze doelstelling vormt een nadere invulling van een van de wensbeelden uit de beleidsnota en wordt daarom ook meegenomen in deze evaluatie.

In bijgevoegd causaliteitsschema is een totaaloverzicht gegeven van de verschillende beleidsmaatregelen en beoogde effecten per maatregel. Bij de indeling van het schema is uitgegaan van de speerpunten uit de nota:

- professionaliseren van vraaggerichte ketens (Task Force activiteiten)
- GNO's
- kennisontwikkeling en –verspreiding
- stimuleren biologische productie
- fiscale maatregelen
- arbeidsmaatregelen

2.2 Speerpunten en instrumenten

2.2.1 Professionaliseren ketens cq ketenontwikkeling

Een goed marktperspectief is voorwaarde voor een duurzame omschakeling naar biologische landbouw. Met de vraaggerichte aanpak is gepoogd om de vraag te stimuleren én om vraag en aanbod beter op elkaar af te stemmen. Dit alles moest leiden tot een vergroting van het aandeel consumentenbestedingen aan biologische producten, hetgeen de marktperspectieven voor de Nederlandse biologische boeren en tuinders moet verbeteren. Dit verbeterd marktperspectief draagt vervolgens bij tot meer omschakeling, terwijl reeds omgeschakelde boeren biologisch blijven produceren. Hierdoor neemt het biologische areaal en/of het aantal biologische agrarische bedrijven toe. De instrumenten die zijn ingezet zijn:

- de Task Force Marktkontwikkeling Biologische Landbouw;
- het convenant;

-
- keten- en marktactiviteiten (ketenplannen en –programma's, meerjarige opschappingsplannen);
 - ketenmanagers;
 - co-innovatieprogramma;
 - mediacampagne.

2.2.2 GNO's

Volgens de beleidsnota zijn transparantie en betrouwbaarheid van de biologische keten van belang om het vertrouwen van de consument in de keten waar te maken. Dit vertrouwen is een randvoorwaarde voor een groeiend marktaandeel. Hierbij horen een zoveel mogelijk gesloten biologische keten, transparantie van het productieproces en een betrouwbaar controle- en certificeringsstelsel.

Het beleidsonderdeel dat in het kader van dit speerpunt is geëvalueerd is betreft Gewasbeschermingsmiddelen van natuurlijke oorsprong (GNO's). Hierbij gaat het om het beschikbaar komen van GNO's voor de primaire producent, opdat de primaire bedrijfsvoering verbeterd wordt. De ondernomen beleidsactiviteiten vloeien voort uit de Nota "Zicht op gezonde teelt", waarin het overheidsbeleid van 2001 - 2005 op het gebied van gewasbescherming is omschreven.

2.2.3 Onderzoek

In de beleidsnota wordt kennis gezien als oplossing voor knelpunten in de biologische bedrijfsvoering. De ontwikkeling en verspreiding van kennis kunnen leiden tot een verbeterde bedrijfsvoering of tot betere productieomstandigheden voor de primaire producenten. Hierdoor kan de drempel om biologisch te gaan produceren worden verlaagd. De inzet van kennis voor dit doel gebeurt op advies van de commissie Beckers (thans Commissie Kennis). Deze commissie verzorgt de vraagarticulatie door de sector, die in de beleidsnota als knelpunt is gesignaleerd. Het secretariaat van de commissie wordt gefinancierd door LNV. Mede op basis van de adviezen van de commissie Beckers bepaalt LNV de inzet van middelen voor de uitvoering van onderzoek door WUR en andere kennisinstellingen.

2.2.4 Voorlichting en onderwijs

Een tweede meer algemeen doel voor kennis is het beïnvloeden van de houding van (toekomstige) agrarische ondernemers ten opzichte van biologische landbouw. Daarbij gaat het om voorlichting aan agrariërs, cursussen en het agrarisch onderwijs. Dagscholing is vaak algemeen van karakter en niet specifiek gericht op biologische landbouw. Wel heeft de dagscholing grote invloed op de houding van toekomstige werkers en ondernemers in de agrarische sector ten opzichte van biologische landbouw. Voor onderwijsvernieuwing binnen het agrarisch onderwijs zijn middelen beschikbaar (VIA-regeling) waar individuele scholen op eigen initiatief een beroep op kunnen doen. In de beleidsnota staat dat deze regeling zal worden ingezet voor biologische landbouw. Voor voorlichting en nascholingscursussen is eveneens een budget beschikbaar gesteld (demoregeling en regeling groen cursusonderwijs).

2.2.5 Stimuleren productie

Behalve op activiteiten om de randvoorwaarden voor de ondernemer (bedrijfsvoering, marktperspectief) gunstig te beïnvloeden, is het beleid ook gericht op het direct ondersteunen van ondernemers die besluiten om te schakelen. Zowel met het instrument dat ook al in de periode voor de beleidsnota werd toegepast, de RSBP die steun verleent zonder een directe verbinding te leggen met de markt, als met het nieuwe instrument de IBV (in de beleidsnota nog 'garantstelling') waarbij wel expliciet een verbinding met de markt wordt gelegd. Daarnaast kunnen boeren en tuinders die in omschakeling zijn geïn-

teresseerd, hun bedrijf laten doorlichten met subsidie. Hierdoor worden de risico's bij omschakeling voor hen inzichtelijk gemaakt.

Hiervoor wordt als instrument de Kaderregeling Kennis en Advies genoemd. Agrariërs kunnen met subsidie een bedrijfsdoorlichtingplan op laten stellen, waardoor hun inzicht in de eigen bedrijfssituatie en de mogelijkheden voor omschakeling naar biologische bedrijfsvoering wordt vergroot.

2.2.6 Fiscale maatregelen

Behalve de vier speerpunten zijn er in de beleidsnota nog enkele maatregelen aangekondigd om biologische landbouw te stimuleren, en wel op het gebied van fiscaliteit en arbeid. Momenteel vormt de meerprijs van biologisch ten opzichte van gangbare producten een belangrijk knelpunt voor verdere groei. Door middel van fiscale maatregelen kan het rijk de meerprijs beïnvloeden. In de beleidsnota wordt een duurzame ondernemingsaftrek voorgesteld (DOA) en onderzoek naar de mogelijkheid van BTW-aftrek. Verder gaat het hier om instrumenten als de regeling groenfinanciering en investeringsaftrekregelingen (VAMIL, EIA, MIA, KIA).

2.2.7 Arbeidsmaatregelen

De beschikbaarheid van arbeidskrachten voor de biologische landbouw is sterk afhankelijk van de macro-economische situatie en daardoor maar in beperkte mate beïnvloedbaar door rijksbeleid. De mogelijkheid van arbeidspools zal volgens de beleidsnota worden onderzocht. Verder wordt onderzoek ten aanzien van arbeidsbesparing in de bedrijfsvoering, onder meer via ontwikkeling van arbeidsbesparende technieken aangekondigd.

2.3 Financiële middelen

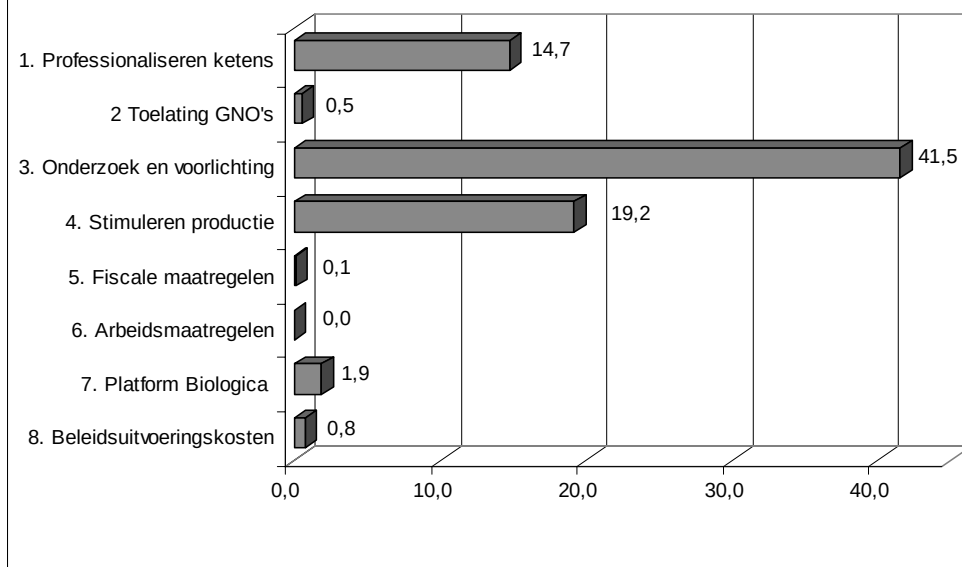
In de volgende tabel wordt een overzicht gegeven van de financiële bijdrage van LNV per beleidsonderdeel. In de laatste kolom wordt deze bijdrage vergeleken met het budget dat in de beleidsnota is vastgelegd. Tevens wordt een indicatie gegeven van de bijdrage vanuit het bedrijfsleven als gevolg van het principe van co-financiering dat bij veel projecten is gehanteerd. Overigens hadden waarschijnlijk sommige van deze activiteiten ook zonder bijdrage van LNV plaatsgevonden, zij het op kleinere schaal. Voor een volledig overzicht wordt verwezen naar de bijlagen.

Toelichting:

- De bedragen betreffen de feitelijke uitgaven(kasuitgaven) in een bepaald jaar.
- De bedragen zijn inclusief de EU-bijdragen. Dit geldt voor de Demo-regeling (onder voorlichting en onderwijs) en voor de RSBP.
- De bijdrage voor regelingen zijn inclusief de uitvoeringskosten van bijvoorbeeld Laser.
- De kosten van onderzoek naar arbeidsbesparende middelen zijn opgenomen in begrotingspost 3a: onderzoek.
- De helft van de financiële middelen, namelijk de bijdrage voor onderzoek, betreft een verschuiving van onderzoeksgelden voor Stichting DLO van WUR van gangbaar onderzoek naar biologisch onderzoek. Dit zijn dus niet extra beschikbare middelen. Biologisch onderzoek betreft thans circa 9% van alle onderzoeksgelden voor DLO.

Voor detailgegevens over de bijdrage per jaar en uitsplitsing per beleidsonderdeel wordt verwezen naar Bijlage 2.

LNV-Bijdrage 2001-2004 (mIn Euro)
(totaal 79 mIn Euro)



	Totaal bijdrage LNV 00 tm 04	Investerings- Bedrijfsleven	Totaal	budget volgens Nota
1. Professionaliseren ketens	14.739	19%	13.227	27.966
1a. Taskforce en TF-ondersteuning	1.837	2%	1.837	
1b. Ketenplannen en activiteiten:	5.380	7%	7.990	13.370
Opstellen Ketenbusinessplannen, andere startactiviteiten	774	1%	460	1.234
Ketenmanagers	622	1%		622
Packagedeal/Meerjarige opschalingsplannen	2.183	3%	4.480	6.663
CBL- Communicatieregeling Biologisch	900	1%	1.800	2.700
Promotiecampagne Biologische Speciaalzaak (PBS)	900	1%	1.250	2.150
1c. Co-innovatie-programma	1.922	2%	5.237	7.159
1d. Mediacampagne	5.600	7%		5.600
2. Transparantie/sluiten ketens (GNO)	542	1%		542
3. Kennisontwikkeling en verspreiding (KO)	41.515	53%		41.515
3a. Onderzoek	38.114	48%		38.114
3b. Voorlichting en onderwijs	3.402	4%		3.402
4. Stimuleren productie (SP)	19.189	24%		19.189
4a. RSBP	16.024	20%		16.024
4b. IBV	3.044	4%		3.044
4c. Kaderregeling kennis& advies	120	0%		120
5. Fiscale maatregelen (FM)	116	0%		116
5a. DOA, btw-tarief	nvt			nvt
5b. Groenregeling, VAMIL, EIA, MIA	116	0%		116
6. Arbeidsmaatregelen (AM)	pm			
6a. Onderzoek arbeidspools	nvt			nvt
6b. Onderzoek arb.besparende middelen	pm			pm
7. Platform Biologica	1.856	2%		1.856
8. Beleidsuitvoeringskosten	754	1%		754
Totaal Programmakosten	78.711	100%	13.227	91.938
				125.697

Uit de financiële overzichten kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De gerealiseerde bijdrage van LNV van € 78,7 mln is nagenoeg exact gelijk aan totale beschikbare budget zoals in de beleidsnota aangegeven, namelijk € 77,6 mln, exclusief de reservering van € 48 mln voor de geplande, maar niet gerealiseerde Duurzame ondernemingsaftrek DOA. Dit betekent feitelijk een besparing van € 48 mln.
- De uitgaven zijn jaarlijks toegenomen. Dit heeft te maken met het feit dat veel projectactiviteiten, met name in het kader van de ketenontwikkeling, pas in 2003 respectievelijk 2004 zijn gestart.
- Onderzoek (inclusief voorlichting) is met 53% van het totale budget verreweg de grootste kostenpost, gevolgd door de post 'stimuleren van de productie' (24%) en 'professionaliseren van ketens' met 19%.

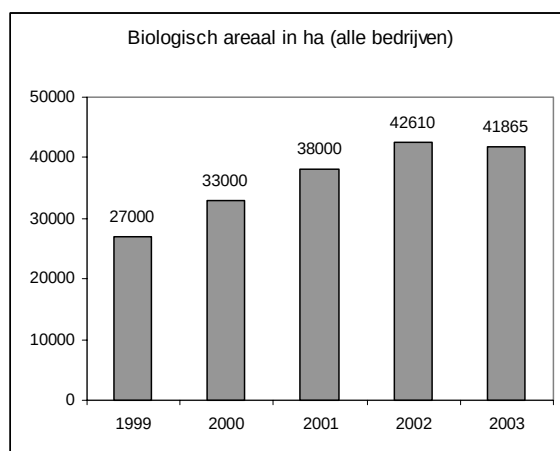
3 De mate van doelbereiking

3.1 Groei areaal

- ☐ Wordt het gewenste aandeel van het areaal biologisch in 2010 naar verwachting gerealiseerd?
- ☐ Is de gewenste groei van het areaal biologisch gerealiseerd?

In de Beleidsnota staat onder het kopje 'Ambitie' geschreven: "Het zou Nederland sieren als in 2010 10% van het areaal biologisch is". Om dit te verwezenlijken had het areaal vanaf 2001 met zo'n 20% per jaar moeten toenemen, uitgaande van een lineaire groei. Tussen 1993 en 1998 is het areaal met 16% per jaar toegenomen.

Groei landbouwareaal



Bron: EKO-monitor

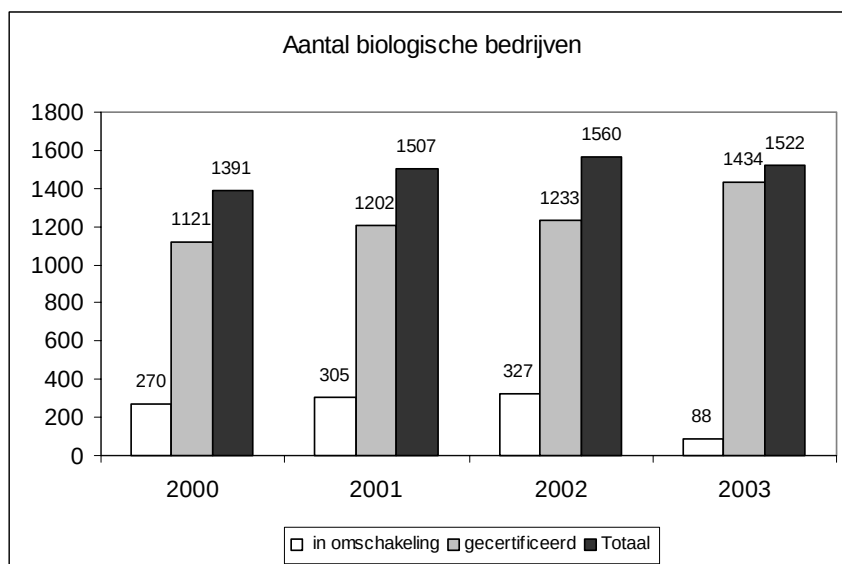
AREAAL	1999	2000	2001	2002	2003
biologische land- en tuinbouw					
biologisch areaal in ha (alle bedrijven)	27000	33000	38000	42610	41865
toename per jaar		22%	15%	12%	-2%
% van totaal areaal	1,34%	1,70%	1,95%	2,19%	2,18%
toename per jaar		27%	14%	12%	0%
gem. per bedrijf (ha)	22,2	23,7	25,2	27,3	27,5
Land- en tuinbouw totaal					
Totaal areaal (ha)	2.020.000	1.940.000	1.953.000	1.949.000	1.924.000
toename per jaar		-4,0%	0,7%	-0,2%	-1,3%
Gemiddeld areaal per bedrijfs (ha)	20,0	20,0	21,0	21,8	22,5

Uit bovenstaande gegevens kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

- Het biologisch areaal is in de beleidsperiode tot nu toe (2001-2003) in totaal gestegen met 27% wat overeenkomt met gemiddeld 8,5% per jaar. Het totale landbouw areaal is in dezelfde periode gedaald met een bijna 1% of wel 0,3% per jaar.

- De stijging heeft vooral in de eerste twee jaren van de beleidsperiode plaatsgevonden. Omdat er toen nog nauwelijks effecten waren opgetreden in het kader van de ketenontwikkeling, heeft de stijging naar we mogen aannemen vooral te maken met de gunstige economische ontwikkelingen van de jaren daarvoor.
- Het percentage biologisch areaal (doelstelling 10% in 2010) is gestegen van 1,7% in 2000 naar 2,2% in 2003. Dit komt neer op een gemiddelde stijging van 8,8% per jaar.
- Wanneer we aannemen (wat niet onaannemelijk is) dat in 2004 het aandeel biologisch areaal gelijk blijft, dan betekent dat een gemiddelde jaarlijkse stijging van 6,5% in de beleidsperiode 2001-2004. Zoals hierboven aangegeven was de (ambitieuze) doelstelling 20% per jaar. Daarmee lopen de resultaten weliswaar ver achter bij de beoogde resultaten, maar kan niettemin worden vastgesteld dat biologisch een groeimarkt is geweest ten koste van gangbaar, ook al is erop dit moment een stagnatie in de groei van het areaal.

Aantal biologische bedrijven



Bron: EKO-monitor

AANTAL BEDRIJVEN	1999	2000	2001	2002	2003
biologische land- en tuinbouw					
Totaal aantal biologische bedrijven		1391	1507	1560	1522
- waarvan gecertificeerd		1121	1202	1233	1434
(toename)			7,2%	2,6%	16,3%
- waarvan in omschakeling		270	305	327	88
(toename)			13,0%	7,2%	-73,1%
% van totaal aantal bedrijven		1,4%	1,6%	1,7%	1,8%
toename per jaar			8,3%	3,5%	-2,4%
Land- en tuinbouw totaal					
Totaal aantal bedrijven	101.000	97.000	93.000	89.580	85.500
Toename/afname		-4,0%	-4,1%	-3,7%	-4,6%

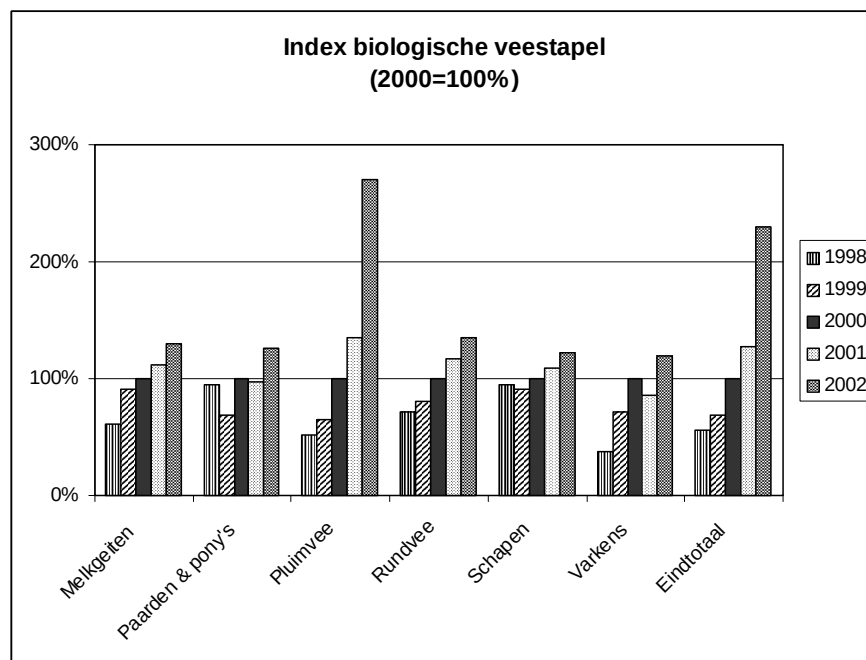
Toelichting:

- Het aantal biologische bedrijven is gemiddeld met 3,1% per jaar gegroeid vanaf 2001, terwijl het aantal gangbare bedrijven met ruim 4% per jaar is gedaald.
- Bij het aantal biologische bedrijven zien we dat het aantal als percentage van het totaal aantal bedrijven tot nu toe ieder jaar gestegen is. Dit geldt ook voor het aantal gecertificeerde bedrijven.
- De aanvankelijk groei van het totaal aantal biologische bedrijven is het laatste jaar gestagneerd.

Groei biologische veestapel

In de volgende tabellen wordt een overzicht gegeven van de ontwikkelingen in de groei van de veestapel. Voor een uitgebreid overzicht wordt verwezen naar de bijlagen.

- Elke sector laat aanzienlijke stijgingen zien tussen de 10-15% per jaar. Het aantal biologisch gehouden kippen is in 2002 ten opzichte van een jaar eerder verdubbeld tot ruim 600 duizend. Zowel het aantal vleeskuikens als leghennen verdubbelde.
- De biologische rundveestapel is tussen 2000 en 2002 gestegen met 35%.
- In de biologische varkenshouderij nam het aantal varkens met 20% toe.
- Het aantal melkgeiten is met een kwart toegenomen tot ruim 12 duizend.



Bron: Statline CBS

Biologische Veestapel (aantal dieren)	1998	1999	2000	2001	2002
Melkgeiten	8.619	12.970	14.220	15.973	18.380
Paarden & pony's	819	593	864	836	1.085
Pluimvee	120.654	150.530	232.945	315.754	629.676
Rundvee	22.162	25.113	31.089	36.383	41.824
Schapen	18.004	17.199	18.882	20.604	23.088
Varkens	9.129	17.602	24.449	20.965	29.158
Eindtotaal	179.387	224.007	322.449	410.515	743.211

Verwachting

Verwachting 2004 qua groei areaal

In 2004 wordt de RSBP opnieuw opengesteld (de laatste openstelling was in 2002). Omdat het marktperspectief voor de producenten thans niet gunstig is, vanwege enige stagnatie in de groeicijfers van consumentenbestedingen wordt in 2004 geringe belangstelling voor omschakeling verwacht. LASER gaat uit van circa 50 aanvragen.

Haalbaarheid doelstelling.

Om de 10% areaaldoelstelling alsnog in 2010 te halen zal vanaf 2005 het areaal jaarlijks met 30% moeten groeien tegen 6,5% afgelopen 4 jaar (inclusief een ingeschatte nulgroei in 2004). Dit is niet realistisch, tenzij de Nederlandse consument massaal overstapt op biologisch en de export evenredig groeit. Immers sommige sectoren zijn voor 70% afhankelijk van de export.

Behoud ambitie

Uit de gesprekken blijkt dat de ambitie een goede symboolfunctie heeft en een krachtige boodschap uitstraalt. Tegelijkertijd moet geconstateerd worden dat 10% in het jaar 2010 niet haalbaar is. Daarom wordt aanbevolen om de ambitie te handhaven en het jaartal aan te passen of geen jaartal te noemen. Daarnaast wordt aanbevolen om voor elke beleidsperiode haalbare doelstellingen te formuleren.

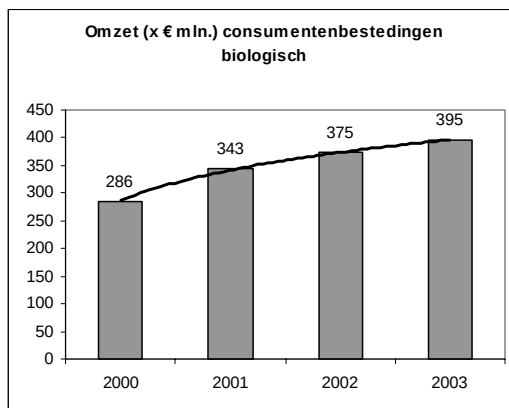
Conclusies

- Het biologische areaal is van 2000-2004 gegroeid met gemiddeld 6,5% per jaar. Hierbij wordt uitgegaan van een nulgroei in 2004.
- De groei is elk jaar afgenomen. Op dit moment blijft het aandeel biologisch hangen op 2,2% van het totale landbouwareaal. Dit is te weinig om de doelstelling van 10% in 2010 te halen, omdat 30% groei per jaar onwaarschijnlijk is.
- Het aantal biologische bedrijven is tussen 2000 en 2003 gestegen met gemiddeld 3,1% per jaar.
- De veestapel laat tussen 2000 en 2002 aanzienlijke stijgingen zien van 10-15% per jaar.
- Door stagnatie in de groei van de afzet, stagneert thans ook de omschakeling.
- De ambitie van 10% in 2010 is als target niet realistisch, maar heeft een goede symboolfunctie en dient daarom als ambitie behouden te blijven zonder jaartal te noemen, gecombineerd met haalbare doelstellingen voor elke beleidsperiode.

3.2 Groei consumptie

- ☐ Behoort de Nederlandse consument eind 2010 tot de topgebruikers van biologische producten in Europa? Wat is (de groei) van het aandeel consumentenbestedingen biologisch?

Huidige marktomvang¹



Omzet (x € mln.)	2000	2001	2002	2003
Supermarkten		160	180	183
Natuurvoedingskanaal*		138	145	160
Overige kanalen**		45	50	53
Totaal biologisch	286	343	375	395
Totale omzet levensmiddelen			23600	24000
Aandeel biologisch	ca 1,20%	ca 1,45%	1,59%	1,65%

Groei omzet	2000	2001	2002	2003
Supermarkten			13%	1%
Natuurvoedingskanaal*			5%	10%
Overige kanalen**			11%	5%
Totaal		20%	9%	5%

Marktaandeel	2000	2001	2002	2003
Supermarkten		47%	48%	46%
Natuurvoedingskanaal*		40%	39%	41%
Overige kanalen**		13%	13%	13%
Totaal		100%	100%	100%

* natuurvoedingswinkels, reformwinkels en biologische slagerijen

** boerderijverkoop, markten, overige speciaalzaken, horeca, catering, etc.

Toelichting

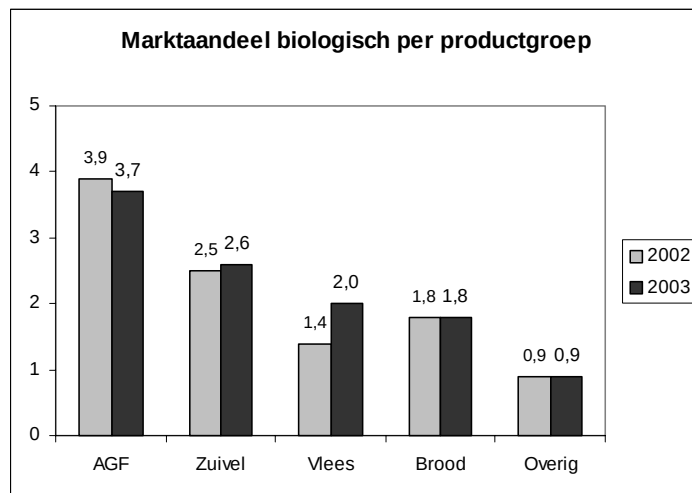
- De gegevens zijn afkomstig van de EKO-monitor. Deze is gebaseerd op meerdere bronnen. Het gaat deels om inschattingen. Daarom dient de beperking van het cijfermateriaal te worden onderkend².

- Een goede vergelijking tussen 2002 en de voorgaande jaren is niet mogelijk omdat in 2003 is overgegaan op een nieuwe methode van gegevensverzameling. Voor deze jaren zijn schattingen gemaakt op basis van de geschatte groei cijfers voor de totale biologische omzet.

Conclusies

- Het aandeel biologische consumentenbestedingen is van 2001-2003 gemiddeld met circa 10% per jaar gegroeid van circa 1,2% in 2000 naar 1,6% in 2003. De groeipercentages hebben zich vooral voorgedaan in 2001 en – in mindere mate – in 2002. Ze zijn lager dan de meeste andere Europese landen³.
- De groei van het aandeel biologisch is in 2003 enigszins gestagneerd. Dit is voor een deel toe te schrijven aan de economische situatie en de prijzenoorlog: de consument is weer veel meer prijsbewust gaan inkopen.

Marktaandeel per productgroep



Toelichting

- Bron: EKO-monitor 2003. De cijfers zijn alleen voor het jaar 2002 en 2003 weergegeven omdat de cijfers over 2001 deels niet beschikbaar zijn en deels via een nieuwe methode verzameld zijn.
- Ook hier dienen de cijfers beschouwd te worden als indicatie. Hoewel AGF in 2003 een daling laat zien, melden de twee belangrijkste leveranciers aan supermarkten juist een binnenlandse groei van het AGF aandeel⁴.

Conclusies

- Met name het marktaandeel van vlees is in 2003 fors gestegen. Dit is mede te danken aan de gezamenlijke inspanning van de supermarkten, fabrikanten en de Task Force op dit gebied vanwege het varkensconvenant.
- Ook zuivel en eieren (binnen 'overig') is licht gestegen in 2003.
- Uit meer kwalitatieve gegevens kan worden afgeleid dat het marktaandeel van AGF gestegen is tussen 2001 en 2002⁵, evenals vlees, terwijl het marktaandeel voor zuivel, brood en overig stabiel is gebleven.

Verwachting 2004

De Taskforce en direct betrokkenen zijn optimistisch en verwachten een jaar van 'oogsten' omdat veel van de projecten (MOP's) eigenlijk pas net begonnen zijn of nog moeten beginnen. Sommige van deze MOP's bevatten ambitieuze plannen. Een enkeling verwacht dat in 2004 de prijzenslag nog zal doorwerken in het beleid van de supermarkten. Wellicht zal 2004 worden afgesloten met een stijging van biologische consumentenbestedingen voor bepaalde productgroepen (met name AGF). De zuivel sector verwacht een stijging van 10% in 2004. De stijging over het geheel zal naar verwachting bescheiden zijn, omdat andere productgroepen brood en overig (totaal 40% van de biologische consumptie) niet veel zullen stijgen.

Haalbaarheid doelstelling

De doelstelling van 5% consumentenbestedingen zal in 2004 niet worden gehaald. Dit ligt niet zozeer aan het beleid maar aan de ambitie van de doelstelling. Om de doelstelling te realiseren hadden de biologische consumentenbestedingen vanaf 2001 met gemiddeld 43% per jaar moeten groeien. Voor een enkele productgroep zoals AGF, vlees of zuivel was dit groeipercentage tijdelijk haalbaar geweest maar niet over de hele linie.

Om in 2010 een 10% marktaandeel te realiseren, zal vanaf 2004 een jaarlijks groeipercentage van 30% per jaar nodig zijn. Met dit groeipercentage zal een marktaandeel van 5% gerealiseerd worden in 2007-2008. Ook dit is erg ambitieus. Het is daarom wellicht wenselijk om de doelstelling te variëren per productgroep zodat aan haalbare plannen gewerkt kan worden.

De verwachtingen voor de komende jaren zijn per productgroep verschillend. Voor AGF noemen sommige marktpartijen een marktaandeel van op termijn 7% haalbaar. Zuivel verwacht over 4-5 jaar een marktaandeel van 5% te hebben gehaald. Op langere termijn is de verwachting dat maximaal 7% haalbaar is.

Conclusies

- Het aandeel biologische consumentenbestedingen is van 2001-2003 gemiddeld met circa 10% per jaar gegroeid.
- Het laatste jaar is er een zeer geringe groei geweest. Voor 2004 wordt weer een lichte stijging van de groei verwacht.
- Op dit moment is het aandeel biologische consumentenbestedingen circa 1,6% van de totale omzet. Daarmee is de 5%-doelstelling van het convenant MBL verre van bereikt.
- Het percentage verschilt sterk per productgroep. AGF heeft momenteel een aandeel van 3,8%.

3.3 Concurrentiepositie

☐ Concurrereet de sector eind 2010 internationaal op eigen kracht?

Veranderingen in de concurrentiepositie met gangbare landbouw

Marktaandeel

De positie van biologische landbouw ten opzichte van de gangbare landbouw is al jaren aan het verbeteren, wanneer gekeken wordt naar het marktaandeel

- Het biologisch areaal is in de beleidsperiode tot nu toe (2001-2003) in totaal gestegen met 27% wat overeenkomt met gemiddeld 8,5% per jaar. Het totale landbouw areaal is in dezelfde periode gedaald met bijna 1% of wel 0,3% per jaar
- Het aantal biologische bedrijven is gemiddeld met 3,1% per jaar gegroeid vanaf 2001, terwijl het aantal gangbare bedrijven met ruim 4% is gedaald.
- De biologische veestapel laat stijgingen zien tussen de 10-15% per jaar.
- De biologische consumptie is van 2001-2003 gestegen met gemiddeld 10% per jaar ten koste gangbare landbouw.
- De sector is de laatste jaren verder geprofessionaliseerd met de komst van nieuwe intreders en de versterking van de infrastructuur op samenwerkings- en kennisgebied⁶.

De groeiperspectieven voor biologische consumptie worden nog steeds als positief ingeschat door de marktpartijen, ook al is er het laatste jaar een stagnatie in de groei geweest. Uit vergelijkend onderzoek tussen EU-landen blijkt dat er een positieve correlatie is tussen het marktaandeel van biologisch en de binnenlandse biologische productie⁷. Dit houdt in dat een stijging van de biologische consumptie ook zal leiden tot meer binnenlandse vraag.

Omdat de biologische keten nog erg klein is, zal elke volumestijging met een efficiencyslag gepaard kunnen gaan. Dit zal de concurrentiepositie ten opzichte van gangbaar versterken.

Wat nadelig is voor de biologische landbouw is dat de Nederlandse consument in tegenstelling tot zijn buitenlandse 'collega's' niet bereid is veel geld aan eten uit te geven.

Op eigen kracht in 2010?

Uit deze evaluatie en uit een interne evaluatie van de Task Force komt naar voren dat het nu nog te vroeg is om te stoppen met stimulering vanuit de overheid. De basis is steviger geworden de afgelopen beleidsperiode, maar nog te zwak om zelfstandig te kunnen groeien. Ter vergelijking: ook in Denemarken neemt de overheid nog steeds een regiserende en stimulerende rol in met actieprogramma's gericht op vergroting van de marktvraag en ontwikkeling van de productie, terwijl Denemarken één van de koplopers is binnen de EU wat betreft productie en consumptie (naast Oostenrijk, Finland, Italië en Zwitserland). Verder heeft stimulering door de overheid een belangrijke signaalfunctie.

Conclusie:

De concurrentiepositie ten opzichte van gangbaar, afgemeten aan het marktaandeel, is de afgelopen jaren verbeterd en zal de komende jaren naar verwachting blijven verbeteren. Voorlopig is overheidsstimulering van met name de vraagkant nog gewenst.

Veranderingen in de exportpositie⁸

De invloed van de buitenlandse markt en andere buitenlandse factoren verschilt per productgroep.

AGF.

- AGF is voor 70% afhankelijk van de export. De exportmarkten zijn behoorlijk teruggelopen. In heel Europa heeft de laatste jaren een sterke stijging plaatsgevonden van het aanbod hetgeen de export onder druk heeft gezet.
- Dit wordt versterkt doordat in Engeland een 'Buy British' beleid wordt gevoerd. Ook in Duitsland is er een trend om meer Duitse producten te kopen.
- De komende tijd komt er wel weer wat meer (export)perspectief richting de VS en Canada vanwege de gentechdiscussie die daar speelt.

Glastuinbouw

- Ook glastuinbouw is voor meer dan 70% op de export georiënteerd. De toenemende tendens van het buitenland om biologisch primair van eigen grond te willen kopen, speelt derhalve ook hier een rol.

Rund- en varkensvlees

- Vanaf 2002 vindt geen noemenswaardige import van varkensvlees meer plaats.
- Biologisch rundvlees komt voor circa 35% uit het buitenland, voornamelijk Duitsland en Oostenrijk. De concurrentie is hardnekkig omdat andere rassen (dubbeldoelrassen) gebruikt worden en de prijs door gunstiger omstandigheden lager is. Import uit Zuid-Amerika is relatief goedkoop omdat de meerprijs voor biologisch produceren in deze landen vrijwel nihil is. Bovendien is het voordeel dat men uitsluitend de delen kan importeren die men nodig heeft.
- De export van biologisch vlees is beperkt (15-20% voornamelijk naar Engeland en Duitsland).

Pluimveevlees

- De biologische vleespluimveesector heeft enorm geleden onder de vogelpest. Hoewel men in eerste instantie niet in het gebied van de vogelpest zat, heeft men wel geleden onder het importverbod van levende opfok, die veelal in Frankrijk plaatsvindt. Doordat deze niet ingevoerd konden worden, was productie niet mogelijk. De afnemers konden hierdoor geen vlees krijgen en zijn daarom elders in Europa gaan inkopen. Doordat er sprake was van een groot overschot was dit erg gemakkelijk. Probleem voor de Nederlandse sector is dat veel afnemers nu bij de buitenlandse leveranciers blijven kopen.

Zuivel.

- De export van zuivel betreft een relatief klein deel van de afzet, met name kaas en boter. Hiervan staan de prijzen onder druk.

Regelgeving en overheidsbeleid

Alhoewel de basisregeling geharmoniseerd is, bestaan in de verschillende EU-lidstaten op deelgebieden nog verschillende regelgevingen ten aanzien van biologische landbouw en voedingsmiddelen. Dit heeft tot gevolg dat producten van buiten de EU geïmporteerd kunnen worden via het EU-land met de meest soepele regelgeving op een bepaald onderwerp. Een competitief nadeel voor de Nederlandse producenten is dat de Nederlandse overheid de regels soms strenger interpreteert dan andere landen. In Frankrijk wordt bijvoorbeeld gecoat zaad toegestaan en bepaalde bestrijdingsmiddelen, hetgeen hier verboden is. De regels zullen uniformer moeten en er zal Europees gezien één lijn getrokken moeten worden.

Wat betreft stimuleringsbeleid is Nederland, samen met Luxemburg, Denemarken en Groot-Brittannië, één van de landen waar geen structurele areaalsubsidie wordt gegeven.

De **conclusie** is dat de biologische landbouw erg afhankelijk is van het buitenland en de concurrentiepositie ten opzichte van het buitenland over het algemeen onder druk staat. Gezien de verslechterende exportpositie is het dan ook noodzakelijk dat de Nederlandse consumptie omhoog gaat.

4 Het beleid als geheel

Bij de bespreking van elk beleidsinstrument zal apart worden ingegaan op de doeltreffendheid van elke beleidsmaatregel: namelijk de beoogde effecten per instrument en de mate waarin het beleid daarin heeft bijgedragen. In dit hoofdstuk zal alleen worden ingegaan op de doeltreffendheid met betrekking tot de finale doelstellingen en neven-effecten van het gehele beleid. De conclusies zijn voor een deel gebaseerd op de bevindingen over de doeltreffendheid per beleidsmaatregel, die in de hoofdstukken hierna aan de orde komen.

4.1 Doeltreffendheid

Hoofdvraag: Bij doeltreffendheid gaat het om de vraag in hoeverre het gevoerde beleid voldoende heeft bijgedragen aan de groei van het biologisch areaal en de consumentenbestedingen aan biologische producten.

De doeltreffendheid is een lastig te beantwoorden vraag omdat de doelstellingen van het beleid (groei van het areaal en van de consumentenbestedingen van biologische producten) zodanig geformuleerd zijn dat ook allerlei andere factoren van invloed zijn op deze doelstellingen.

Doeltreffendheid gemeten aan de doelstellingen

Zoals uit het vorige hoofdstuk blijkt is de groei van het biologisch areaal op een te laag niveau (2,2%) gestagneerd. Alleen in 2001 en 2002 heeft een groei van 14% respectievelijk 12% plaatsgevonden. De biologische consumentenbestedingen zijn in de afgelopen jaren weliswaar toegenomen, maar stagneren thans ook op 1,6%. Ook voor de consumentenbestedingen geldt dat de groei vooral in eerste twee jaar van het beleid heeft plaatsgevonden.

De groei die heeft plaatsgevonden lijkt niet direct beïnvloed te zijn geweest door het beleid gericht op het vergroten van consumentenbestedingen en daarmee het marktperspectief, omdat dit beleid toen nog niet effectief was. Het was juist een periode waarin de beleidsmaatregelen nog niet liepen.

In absolute zin, enkel kijkend naar de cijfers, kan daarom gesteld worden dat het beleid nog onvoldoende heeft bijgedragen (of: kunnen bijdragen) aan de groei van areaal en consumentenbestedingen, wanneer de resultaten gerelateerd worden aan de geformuleerde doelstellingen (5% consumentenbestedingen in 2004 respectievelijk 10% areaal in 2010).

Toegevoegde waarde van het beleid

De toegevoegde waarde van het beleid is in deze context echter minstens zo relevant. Hierbij gaat het om de vraag wat de situatie zou zijn geweest als de beleidsmaatregelen *niet* hadden plaatsgevonden. Bijna alle betrokkenen zijn van mening dat zonder het beleid de situatie er slechter voor had gestaan en dat er dan, door de economisch ongunstige omstandigheden, waarschijnlijk een achteruitgang te zien was geweest in termen van consumentenbestedingen in plaats van de huidige stagnatie.

De invloed van het beleid op het areaalomvang is waarschijnlijk gering, omdat bij omschakeling primair het marktperspectief van belang is. Bovendien wordt over het algemeen weinig teruggeschakeld, ook al is het marktperspectief tijdelijk wat slechter.

Verschillen per productgroep

Bovenstaande observaties gelden voor het areaal en de bestedingen als geheel. Wanneer naar afzonderlijke productgroepen wordt gekeken, ontstaat een gedifferentieerder beeld. Het blijkt dat bij AGF en bij varkensvleesproducten het beleid effectiever is geweest.⁹ Met name bij biologisch varkensvlees is een aanzienlijke groei gerealiseerd van 2003 ten opzichte van 2001 van circa 60% in twee jaar. Het beleid lijkt hierin een belangrijke bijdrage geleverd te hebben. Ook met betrekking tot AGF zijn veel inspanningen geleverd, die langzamerhand vruchten beginnen af te werpen. Bij zuivel, brood en overige producten heeft het beleid geen verandering in consumentenbestedingen kunnen bewerkstelligen.

Analyse

Doeltreffendheid in 2004

Betrokkenen bij het beleid stellen dat het beleid in 2004 meer doeltreffend zal zijn, omdat de ingezette instrumenten nu pas effect zullen hebben op de feitelijke consumentenbestedingen. Het gaat hierbij met name om de MOP's en de campagne die in de tweede fase meer gericht is op het feitelijk aankoopgedrag van de consument. Al eerder is aangegeven dat aan de andere kant de gevolgen van de prijzenslag en de economische situatie de supermarkten nog steeds doorwerken. Al met al zal waarschijnlijk de doeltreffendheid van het beleid in 2004 enigszins zal toenemen, zij het in geringe mate.

Doelstellingen realistisch?

Bij de toetsing van het beleid aan de mate van doelbereiking, moet rekening worden gehouden met het feit dat er erg ambitieuze doelstellingen zijn geformuleerd, zowel qua areaal als qua consumentenbestedingen. Voor het behalen van de areaaldoelstelling was een jaarlijkse groei van 20-25% nodig. Dit percentage is erg hoog en is alleen in het jaar 2000 gerealiseerd (27% groei ten opzichte van 1999), dus nog buiten de beleidsperiode. De gemiddelde feitelijke groei van het areaal vanaf 2001 is 6,5% geweest.

Voor de consumentenbestedingen geldt een soortgelijke redenering. De gemiddelde groei van consumentenbestedingen vanaf 2000 is circa 10%¹⁰. Wanneer men de doelstelling van 5% van de consumentenbestedingen in 2004 had willen halen dan was een groei van 40-45% per jaar nodig geweest: een te ambitieuze doelstelling voor een dergelijke markt.

Relatieve effectiviteit van het beleid

Uit de groei van biologische consumentenbestedingen ten tijde van hoogconjunctuur (2000) en de afname van de groei tijdens de recente economische terugslag en de prijzenslag, en het feit dat het prijsverschil tussen biologische en niet-biologische producten nog steeds een belangrijke belemmering is voor hogere omzet, kan worden afgeleid dat de economische context een belangrijke invloedsfactor is op de biologische consumentenbestedingen. Het beleid kan de noodzakelijke randvoorwaarden scheppen, maar uiteindelijk is de economische of sociale context (varkenscrisis, gentechnologie) zeker op korte termijn een belangrijke invloedsfactor wat betreft de groei of stagnatie van biologische consumentenbestedingen.

4.2 Andere effecten van het beleid

Behalve de hierboven besproken finale doelstellingen van het beleid zijn er natuurlijk andere beleidseffecten die niet altijd expliciet in de doelstellingen naar voor komen maar die wel relevant zijn voor de beoordeling van het beleid. Het gaat hierbij om tusseneffecten of neveneffecten.

Verreweg de meeste van deze effecten komen aan de orde bij onderwerp ketenontwikkeling (volgend hoofdstuk). Daar wordt hier korthedshalve naar verwezen. De belangrijkste effecten die een meer *overall* karakter hebben, kunnen als volgt worden samengevat:

- Biologisch is gewoner geworden en wordt minder in de alternatieve hoek geplaatst, zowel bij consumenten, ketenpartijen, onderzoekers en beleidsmakers.
- Gelijk gestemde partijen qua visie over 'biologisch' hebben elkaar meer gevonden, met name de partijen die vertegenwoordigd zijn in de Taskforce. Maar er blijft een duidelijke scheiding tussen ideologische bloedgroepen.
- De vraagarticulatie en de aanpak rond biologisch onderzoek is verbeterd.

Effecten die tot nu toe niet of in geringe mate zijn opgetreden en die wel beoogd waren zijn:

- een structurele daling van de prijzen van biologisch
- verhoging van de consumentenbestedingen
- een beter marktperspectief voor de producent.
- verbeterde efficiency in de keten
- meer omschakeling.

4.3 Het beleidsontwerp en organisatie

In deze paragraaf zullen we een aantal observaties over aspecten behandelen die het gehele beleid betreffen. In de volgende hoofdstukken wordt uitgebreid ingegaan op de bevindingen per instrument.

Vraagkantgerichte benadering blijkt terecht

Het biologische beleidsveld kan onderverdeeld worden in een vijftal sectoren:

Sector	Bijdrage LNV 2001-2004
Eindvraag: consumenten	€ 5 mln
Eindaanbod: supermarkten, speciaalzaken, horeca, catering, grootverbruikers Tussenproductie: verwerking, fabrikanten, handel	€ 11 mln
Primaire productie	€ 19 mln
Kennisontwikkeling en verspreiding	€ 44 mln
Totaal	€ 79 mln

De focus van het beleid is ten opzichte van de voorgaande perioden aanzienlijk gewijzigd in de richting van ketenproductie en eindaanbod (met name de supermarkten). De financiële middelen voor consumenten, eindaanbod en tussenproductie (€ 16 mln) zijn relatief bescheiden in verhouding met de middelen voor de primaire productie en kennisontwikkeling.

De effectiviteit (met betrekking tot de 10% areaaldoelstelling in 2010) van de instrumenten gericht op ketenprofessionalisering en vraagstimulering is groter dan de effectiviteit van de instrumenten voor kennisontwikkeling en primaire productie, zoals blijkt uit de conclusies in de hiernavolgende hoofdstukken. Dit betekent dat de ingezette beleidswijziging richting vraagzijde gerechtvaardigd is en gecontinueerd dient te worden.

Vraagsturing vooral bij de vraagkant

De afgelopen jaren is men bij de instrumenten gericht op ketenprofessionalisering en vraagstimulering steeds meer vraaggericht gaan werken. Dat wil zeggen dat goed geluisterd is naar de wensen vanuit de markt en dat het instrumentarium daar gaandeweg op is aangepast.

Bij kennisontwikkeling en verspreiding dient de vraaggestuurde aanpak echter nog verder vorm te worden gegeven, zoals in hoofdstuk 8 zal worden betoogd. Wel is hierin met de opzet van de onderzoeksprogramma's al een belangrijke stap gezet¹¹.

Geen fiscale ondersteuning

Voor fiscale ondersteuning, met name DOA, was in de Beleidsnota biologisch landbouw een aanzienlijk bedrag gereserveerd. Dat er uiteindelijk geen fiscale ondersteuning (zowel DOA als Btw-af trek) mogelijk bleek, wordt door alle partijen als een grote tegenvaller en gemis ervaren. Men is over het algemeen van mening dat juist fiscale maatregelen, in welke vorm ook, een belangrijk en efficiënt instrument kunnen zijn in het stimuleren van biologische consumptie en productie. Het feit dat de prijs nog steeds één van de belangrijkste redenen is voor het merendeel van de potentiële consumenten (light users)¹² om geen biologische producten te kopen ondersteunt deze visie.

Fragmentatie qua organisatie en inzet van instrumentarium

De organisatie rond de beleidsuitvoering is opgezet vanuit de verschillende instrumenten. Hierdoor zijn er meerdere loketten voor de doelgroep (retail, tussenhandel en – fabrikanten, primaire producenten): de Task Force, Biologica, AKK, Laser, provincies, IBL, Commissie Beckers, etc. dit leidt tot fragmentatie en efficiencyverlies.

Een overall coördinatiecentrum dat werkt vanuit een integrale visie op de ontwikkeling van biologisch, dat de inzet van instrumenten op elkaar kan afstemmen en dat kan fungeren als hét loket voor de doelgroep ontbreekt. In die zin zijn de instrumenten nog aanbodgestuurd georganiseerd.

Waardering voor het beleid afhankelijk van visie

Er zijn meerdere visies of bloedgroepen te onderscheiden binnen de biologische wereld¹³ (hedonisten - altruïsten, rationalisten versus idealisten, believers versus nieuwe intreders). Partijen binnen dezelfde 'bloedgroep' zijn meer gaan samenwerken. De 'bloedgroepen' zijn niet dicht bij elkaar gekomen. Het blijkt dat de beoordeling van het beleid afhankelijk van de bloedgroep waar iemand zich thuis voelt. De 'believers' en voortrekkers hebben over het algemeen wat minder waardering voor de aanpak dan de 'rationalisten'.

Uit de gesprekken die de onderzoekers met verschillende partijen gevoerd hebben, blijkt dat de discussie over welk instrument wel of niet werkt soms een sterk óf/óf-karakter heeft in plaats van én/én: dat wil zeggen dat de discussie vooral gaat over de vraag wie de beste aanpak heeft, in plaats van over de vraag hoe de verschillende benaderingen elkaar kunnen versterken.

4.4 Conclusies

Doeltreffendheid van het beleid

- Het beleid heeft bijgedragen aan het creëren van de randvoorwaarden om de doelstelling van 10% te halen.
- Het verleggen van de focus van de aanbodzijde naar de vraagzijde is terecht gebleken.
- Zonder het beleid had de biologische sector er slechter voorgestaan qua potentie en organisatiegraad. Waarschijnlijk was er meer stagnatie opgetreden.
- De bijdrage is niet voldoende gebleken om de (tussen)doelstellingen te bereiken. De economische context heeft hierin een (bescheiden) rol gespeeld. Gebleken is dat een geleidelijke, meer structurele ontwikkeling tijd nodig heeft.

Instrumentarium

- De organisatie van de beleidsuitvoering mist een centrale regiefunctie waardoor fragmentatie ontstaat. Een meer gecoördineerde vraaggeoriënteerde inzet van alle beschikbare instrumenten is wenselijk.

5 Professionaliseren ketens cq ketenontwikkeling

5.1 Oorspronkelijke opzet van het beleid

Zoals eerder aangegeven was en is de ambitie van het beleid dat in 2010 op 10% van het areaal biologisch wordt geteeld. Eén van de belangrijkste beleidsspeerpunten om dit te bereiken was volgens de beleidsnota het traject 'professionalisering van vraaggerichte ketens'. Dit traject was gericht op het door samenwerking tussen marktpartijen optimaal benutten van de (veronderstelde) marktperspectieven. Het traject zou moeten bestaan uit twee onderdelen:

- een raamconvenant, uitgewerkt in businessplannen
- een voorlichtings- en communicatieplan.

Deze onderdelen waren nog niet uitgewerkt toen de beleidsnota verscheen. Om te komen tot het convenant is door het ministerie van LNV een Task Force Marktonwikkeling Biologische Landbouw ingesteld, bestaande uit vertegenwoordigers van verschillende schakels van de keten. Deze Task Force had als opdracht om de knelpunten in kaart te brengen en oplossingen en doelstellingen in de verschillende ketens te benoemen. Daartoe diende zij eerst een raamconvenant te ondertekenen. De samenwerking tussen de verschillende marktpartijen diende vervolgens uit te monden in businessplannen voor de diverse ketens, met concrete doelstellingen en bindende afspraken over de stimulering van de biologische ketens.

Naast het raamconvenant met businessplannen, diende er een voorlichtingsplan te worden uitgewerkt, gericht op het creëren van begrip bij de consument voor de werkelijke waarde van het biologische product via bijvoorbeeld het Voedingscentrum Nederland. Tevens diende er een communicatieplan te komen gekoppeld aan het raamconvenant, gericht op de (nieuwe) consument en retail, horeca en grootverbruik, met als doel promotie van biologische producten.

Hoewel de voorbereidingen al begin 2000 gestart waren, hebben de leden van de Stuurgroep van de Task Force uiteindelijk op 22 mei 2001 het Convenant Marktonwikkeling Biologische Landbouw ondertekend. De doelstelling van het convenant is als volgt geformuleerd:

In 2004 hebben biologische producten, voor een acceptabele prijs voor alle partijen, dus van consument tot en met de boer/voortbrenger in de keten, in Nederland een marktaandeel van gemiddeld 5% van de consumentenbestedingen aan voedingsmiddelen¹⁴.

Aan het convenant was een Actieprogramma 2001-2004 gekoppeld met als kern de gezamenlijke ontwikkeling van ketenbusinessplannen. Bovendien was de doelstelling uitgewerkt in een overzicht van doelstellingen/activiteiten per convenantpartij.

Zoals hieronder beschreven, zijn er verschuivingen geweest ten opzichte van de oorspronkelijke aanpak. Alvorens in het volgende hoofdstuk in te gaan op de afzonderlijke beleidsmaatregelen, wordt eerst ingegaan op beoogde effecten, waarna de interventiestrategie en de ontwikkeling van het instrumentarium aan de orde komt.

5.2 Effecten aanpak ketenontwikkeling

In de volgende tabel wordt een overzicht gegeven van de onderzoeksvragen over effecten van de instrumenten die gericht zijn op ketenontwikkeling. Alvorens hier op in te gaan, is het goed om aan te geven dat in feite het doel van inzet van instrumenten gaandeweg verschoven is. In de beleidsnota ging men er nog vanuit dat er voldoende vraag is, maar dat het gebrek aan professionalisering van de keten het belangrijkste knelpunt is. Gaandeweg, door voortschrijdend inzicht en in het kader van de verslechterende economische context, is men zich (terecht) meer gaan focussen op het daadwerkelijk vergroten van de afzet. We komen hier later nog op terug.

Tusseneffecten

- ☐ Hebben de integrale ketenplannen/marktactiviteiten geleid tot meer samenwerking in de keten?
- ☐ Heeft de aanstelling van ketenmanagers geleid tot meer samenwerking in de keten?
- ☐ Hebben de integrale ketenplannen/marktactiviteiten geleid tot een verbeterd aanbod?
- ☐ Heeft verbeterde samenwerking geleid tot een verbeterd aanbod?
- ☐ Heeft verbeterde samenwerking geleid tot meer efficiency?
- ☐ Hebben resp. het verbeterde aanbod en efficiency geleid tot verlaging van:
 - de kostprijs in de keten
 - de consumentenprijs, de meerprijs voor biologisch?
- ☐ In welke mate hebben activiteiten in het kader van de taskforce/convenant geleid tot een professionelere biologische keten?
- ☐ Heeft een verbeterd aanbod geleid tot verhoging van de consumentenbestedingen aan biologisch voedsel in Nederland?
- ☐ Heeft een verlaging van de meerprijs voor consumenten (door verbeterd aanbod en verbeterde efficiency) geleid tot verhoging van het aandeel consumentenbestedingen in Nederland?
- ☐ In hoeverre hebben externe factoren (o.a. koopkracht) de consumentenbestedingen in Nederland beïnvloed?

Finale effecten

- ☐ Hoofdvraag: Hebben de maatregelen/instrumenten in het kader van het professionaliseren van de keten voldoende bijgedragen aan:
 - Professionalisering biologische keten?
 - Verhoging van het aandeel consumentenbestedingen aan biologisch voedsel?
 - Verbetering van het marktperspectief van de Nederlandse biologische boeren en tuinders?
 - Groei van het biologisch areaal/aantal biologische bedrijven?
 - De concurrentiekracht van de sector?
- ☐ Hebben integrale ketenplannen/marktactiviteiten geleid tot een beter marktperspectief voor de Nederlandse primaire producent en de rest van de keten? Of is hierdoor een verdere verslechtering voorkomen?
- ☐ Heeft vergroting van de consumentenbestedingen geleid tot een beter marktperspectief voor de Nederlandse biologische boer/tuinder? Of is hierdoor een verdere verslechtering voorkomen?
- ☐ In hoeverre hebben externe factoren (EU-beleid, ontwikkelingen op biologische markt in andere (EU) landen) het marktperspectief van de Nederlandse primaire producent beïnvloed?
- ☐ Heeft een beter marktperspectief (door Nederlands beleid) geleid tot meer omschakeling naar biologische landbouw?
- ☐ In hoeverre hebben externe factoren (EU-beleid, ontwikkelingen op biologische markt in andere (EU) landen) de omschakeling van de Nederlandse primaire producent beïnvloed?
- ☐ Is sprake van ongewenste neveneffecten van de instrumenten? Wat zijn daar de consequenties van voor de doelen?

5.2.1 Meer samenwerking

Procesmatig gezien is het belangrijkste effect van beleid van de afgelopen jaren het feit dat de marktpartijen meer met elkaar zijn gaan samenwerken. Uit de interviews blijkt dat deze samenwerking zich voordoet op meerdere fronten. Vooral de ketenmanagers (en

de huidige voorzitter) hebben een rol gespeeld in het stimuleren van meer samenwerking. Maar ook de projecten en de campagne hebben tot meer samenwerking geleid.

Projecten

Binnen de verschillende projecten zijn vele nieuwe samenwerkingsverbanden ontstaan. In totaal zijn er circa 60 projecten waarbinnen ketenpartijen samenwerken (zie ook de bijlagen). Het betreft meerjarige opschalingsplannen (29 projecten inclusief de voorlopers), co-innovatieprojecten (25 projecten) en demo-projecten (7). In al deze projecten gaat het merendeels om zowel nieuwe activiteiten als nieuwe samenwerkingsverbanden, zoals blijkt uit onderstaande tabel.

Bestaande of nieuwe activiteiten	bestaand	deels bestaand / deels nieuw	nieuw	totaal projecten
MOP's	8	6	15	29
Co-innovatieprojecten	1	0	24	25
Demo-projecten	3	0	4	7

Bestaande of nieuwe samenwerking	bestaand	deels bestaand / deels nieuw	nieuw	
MOP's	5	9	15	29
Co-innovatieprojecten	11	0	14	25
Demo-projecten	3	0	4	7

Nieuwe netwerken

Binnen de koepelorganisaties van de Task Force is er in de loop van de jaren een meer gemeenschappelijke focus ontstaan: "we praten nu niet meer met elkaar via de media maar rechtstreeks". Er is nu sprake van een gemeenschappelijke infrastructuur die een goede basis vormt voor verdere samenwerking. Dit is een belangrijk verschil met 4 jaar geleden. Ook het marketingoverleg dient in dit kader genoemd te worden.

Natuurlijk zijn er nog witte vlekken qua samenwerking. Zo vormen de Horeca, de catering en de grootverbruikers nog geen onderdeel van het gemeenschappelijk netwerk rond biologisch. Wat verder opvalt uit de gesprekken is dat de samenwerking tussen de natuurvoedingskanalen enerzijds en de supermarkten en gewone fabrikanten/handel anderzijds niet veel veranderd is. Het blijven twee werelden. Ook hebben de natuurvoedingswinkels nog een lage organisatiegraad, hetgeen de communicatie en het uitzetten van een gemeenschappelijke strategie belemmert. De branche-organisatie NWO vertegenwoordigt maar 90 van 280 speciaalzaken.

Varkensconvenant

De toegenomen samenwerking is voor een deel structureel, met name bij de meerjarige opschalingsplannen. Het bekendste voorbeeld in dit verband is natuurlijk het varkensconvenant, waarbij de samenwerking bovendien niet vrijblijvend is georganiseerd. Het varkensconvenant heeft geleid tot een gedeelde verantwoordelijkheid van de betrokken marktpartijen. De samenwerking heeft ertoe geleid dat de afzet van biologisch varkensvlees sterk gegroeid is de laatste jaren. Bovendien is uiteindelijk het probleem van overproductie ook door dezelfde marktpartijen, zonder overheidsbemoeienis, opgelost.

Overigens geldt voor het varkensconvenant dat de activiteiten al voor het ontstaan van de Task Force waren gestart op initiatief van Stichting Natuur en Milieu en Biologica. Wel zijn de activiteiten in kader van het varkensconvenant ondersteund met verschillende projecten, gefinancierd vanuit de Task Force. In paragraaf 10.2 wordt nader ingegaan op

het varkensconvenant in het kader van de Investeringsregeling Biologische Varkenshouderij (IBV-regeling).

5.2.2 Verbeterd aanbod

Een tweede effect is het verbeterd aanbod. In het onderzoek is verbeterd aanbod gedefinieerd als:

- meer volume, cq minder volume van gangbaar (bij algehele vervanging)
- breder assortiment (kan ook door vervanging ontstaan)
- meer afzetpunten en/of
- betere kwaliteit.

Verbeterd aanbod pas erg laat op gang gekomen

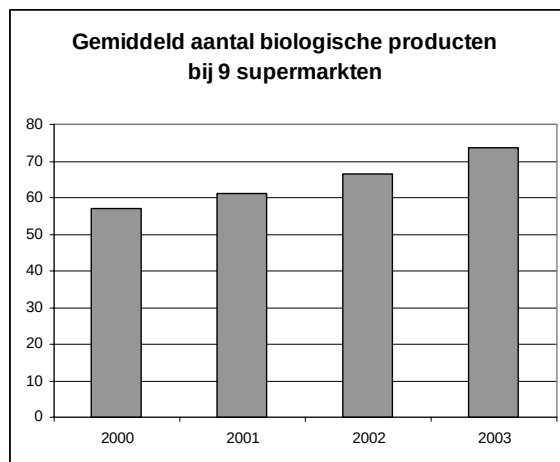
In feite zijn alle MOP's, naast promotie, gericht op het creëren van een verbeterd aanbod en daarmee uiteindelijk hogere consumentenbestedingen. Omdat de MOP's zo laat gestart zijn, beginnen de effecten hiervan nu pas enigszins zichtbaar te worden. Zoals eerder aangegeven is er op dit gebied de eerste twee jaar van het beleid weinig gebeurd. Sinds midden 2003 is de Task Force (voorzitter en ketenmanagers) actiever geworden in het benaderen van de supermarkten. Dit heeft zijn vruchten afgeworpen. Concrete voorbeelden zijn:

- meer supermarkten die biologische producten hebben in vergelijking met 4 jaar geleden¹⁵.
- jaarlijkse stijging van het assortiment in supermarktketens met biologische producten sinds 2000 (zie hieronder)
- integrale vervanging¹⁶ van een aantal groenten; Laurus is daarmee eind 2003 begonnen en andere supermarkten overwegen nu hetzelfde;
- groei in het aanbod van varkensvlees;
- tijdelijk verbeterd aanbod door acties, winkeldemonstraties en proeverijen in het kader van promotie-activiteiten.

Ook in de tussenketens is wellicht sprake van een verbeterd aanbod. Dit kan worden afgeleid uit het feit dat er minder aandacht gevraagd wordt vanuit de markt voor knelpunten als beschikbaarheid, betrouwbaarheid of kwaliteit.

Gemiddeld aantal biologische producten per supermarktketen gestegen

Een andere benadering om de verbetering van het aanbod in beeld te brengen is om te kijken naar het aantal biologische producten in de schappen van de supermarkt. Uit de EKO-tellingen, die de Vereniging Milieudefensie sinds 1998 elk jaar houdt, blijkt een gemiddelde stijging van 6% tussen 2000 en 2003. Dit cijfer is echter gebaseerd op verschillende populaties. Kijken we alleen naar de (9) supermarktketens waarover zowel in 2000 als in 2003 gegevens zijn gepubliceerd, dan blijkt dat er tussen 2000 en 2003 een gemiddelde stijging van 36% heeft plaatsgevonden van het aantal biologische producten ofwel bijna 9% per jaar (zie de bijlagen). Dit is een aanzienlijke stijging, op basis waar-



van geconcludeerd kan worden dat het aanbod qua assortiment wel degelijk jaarlijks verbreed is (zie ook bijlage 6).

Vervanging

Door de Task Force is recent de inschatting gemaakt dat zeven supermarktketens met een gezamenlijk marktaandeel van bijna 60% concrete plannen hebben gemaakt om ofwel gangbare producten AGF te vervangen door biologisch, ofwel het biologisch assortiment naast gangbaar uit te breiden¹⁷.

Natuurvoedingswinkels

Bij de natuurvoedingswinkels zijn 5 nieuwe of vernieuwde winkels geopend met ondersteuning van LNV-middelen (zie de PBS-regeling), hetgeen jaarlijks extra omzet van € 5 mln heeft gegenereerd¹⁸. Dit komt neer op circa 3,5% van de totale omzet van de natuurvoedingskanalen.

5.2.3 Efficiency en prijseffecten

Meer efficiency

Bij efficiency in de keten gaat het om:

- kortere doorlooptijden,
- betere afstemming,
- efficiënter gebruik middelen
- integratie van het biologisch en gangbaar segment bij de retailer en/of verwerkers.

Slechts bij één co-innovatieproject¹⁹ is de primaire focus efficiency in de keten. Bij de overige projecten zijn efficiency-effecten meer een afgeleide van andere beoogde effecten, met name het verhogen van de afzet²⁰. Uiteraard leidt verbeterde samenwerking ook tot hogere efficiency, met name betere afstemming in de keten. Uit de interviews blijkt dat een substantiële verbetering van de efficiency alleen bereikt kan worden door hogere volumes en zover is het nog niet.

Prijseffecten

Bij prijseffecten kan men denken aan:

- verlaging consumentenprijs;
- verlaging meerprijs;
- verlaging kostprijs in de keten.

De consumentenprijs en daarmee de meerprijs ten opzichte van gangbare producten, wordt, naast de kostprijs voor de supermarkt, voor een belangrijk deel bepaald door de prijsstrategie die door de supermarkten wordt gehanteerd²¹. Deze prijsstrategie verschilt per product, per periode (seizoensinvloeden), per supermarktketen en zelfs (soms aanzienlijk) per vestiging van dezelfde keten. Qua prijzen is er dan ook een aantal (deels tegenstrijdige) bewegingen te zien:

- De afgelopen jaren zijn er, mede door de publiekscampagne en de bijgaande promotie-activiteiten, veel aanbiedingen (price-offs) geweest. Zoals één geïnterviewde zei: "Weliswaar is de omzet van biologisch het afgelopen jaar gelijk gebleven, maar het aantal colli is wel degelijk gestegen. Dat heeft met de prijs te maken."
- Bij vervangingsstrategie hebben een aantal supermarkten aangegeven de prijs gelijk te willen houden aan gangbaar.
- Bij intern onderzoek²² in het kader van de EKO-monitor wordt een stijgende trend qua meerprijs gesignaleerd.
- Er wordt door bij supermarkten soms gestreefd naar een gelijke marge 'in centen' in plaats van een (hogere) marge in procenten²³. Dit beleid wordt vanuit de Task Force ook gestimuleerd.

De kostprijs in de keten is vooral afhankelijk van volume. Gezien de geringe stijging van volume de afgelopen jaren, kan worden aangenomen dat hier geen substantiële veranderingen in hebben plaatsgevonden.

5.2.4 Professionelere biologische ketens

In de beleidsnota wordt het convenant en communicatietraject formeel het traject 'Professionaliseren van vraaggerichte ketens' genoemd. Men definieert dit als 'het optimaal benutten van marktperspectieven door samenwerking tussen marktpartijen. Dit moet resulteren in:

- sterkere ketens
- met een groter aanbod van en
- een breder assortiment aan biologische producten
- tegen lagere kosten.'

Op grond van bovenstaande bevindingen kan geconcludeerd worden dat er zeker een (eerste) stap is gemaakt in de richting van professionelere biologische ketens. De activiteiten in het kader van het convenant hebben hierin duidelijk een rol gespeeld. Het meest duidelijk doet zich dit voor bij de varkensketen. Daarnaast zijn er bij AGF allerlei initiatieven ontplooit. Zuivel loopt achter, maar is bezig met een inhaalslag²⁴. Ook bij de kleine sector sierteelt wordt voortgang geboekt. Brood en overige producten stagneren qua ontwikkeling.

De echte effecten worden echter pas dit jaar en de komende jaren verwacht. Effecten op het gebied van lagere kosten zijn nog niet geconstateerd. Bovendien kunnen de kosten van de primaire productie maar tot op zekere hoogte verlaagd worden, gezien de meerkosten die gekoppeld zijn aan biologische productie. Volgens veel respondenten in de keten is de belangrijkste factor in het reduceren van de kostprijs voor de supermarkten het verhogen van volumes.

5.2.5 Verhoging van biologische consumentenbestedingen en invloed externe factoren

Zoals in hoofdstuk 3 aangegeven, groeien de totale feitelijke consumentenbestedingen maar zeer geleidelijk. Per productgroepen zijn er wel grote verschillen. Zo heeft de vleessector, met name varkensvlees een zeer sterke groei laten zien²⁵.

Een deel van de (groei in) consumentenbestedingen is bereikt via de (tijdelijke) price-offs en de promotie hieromheen, en niet door een structureel lagere meerprijs (vanwege een structurele verbetering van het aanbod of van de efficiency in de keten). Ook is er bij veel supermarkten nog geen structurele inbedding van biologisch in het beleid. Hier zal de komende jaren meer aandacht aan besteed moeten worden bij voortzetting van het beleid.

Invloed van externe factoren op de consumentenbestedingen

De teruglopende economie is volgens veel respondenten van grote invloed geweest op de afnemende groei van biologisch. Consumenten worden weer veel prijsbewuster, wat natuurlijk direct merkbaar is bij biologisch producten vanwege de soms grote prijsverschillen.

Bovendien heeft de prijzenoorlog van de supermarkten hier nog eens een schepje bovenop gedaan²⁶. Door de prijzenoorlog zijn ondernemers minder bereid om de marge te verlagen. De echte klap moet volgens sommigen nog komen. Eigenlijk beginnen de effecten van prijzenoorlog nu pas door te dringen, aldus iemand van de supermarkten. "Het enige waar het nu om draait is prijs, prijs en nog eens prijs." Het verder ontwikkelen van een niche-markt, hetgeen biologisch nog steeds is voor de supermarkten, komt daardoor onder druk te staan.

De prijzenoorlog heeft ook geleid tot forse vertraging in activiteiten vanwege de aandacht die dat van de supermarkten opeist. Supermarkten hebben alle aandacht nodig voor het efficiënt reageren op ontwikkelingen. Zo worden afspraken die gaan over opschalen van biologisch AGF uitgesteld²⁷ en prioriteiten bijgesteld.

5.2.6 Marktperspectief

Beter marktperspectief kan worden gedefinieerd als:

- meer afzetmogelijkheden/consumentenbestedingen in NL/buitenland;
- betere leveringsvoorwaarden voor primaire sector;
- vertrouwen primaire sector in de vraag consument;
- evenwichtiger prijsverdeling in de keten.

Het marktperspectief voor de primaire producent is de afgelopen jaren over het algemeen gelijk gebleven of slechter geworden. Immers hoewel er nog steeds een (lichte) groei van de vraag is geweest in de afgelopen jaren is het aanbod ook gegroeid, soms harder dan de vraag. Hierdoor is het aanvankelijk soms goed ogende marktperspectief per saldo verslechterd. Een gelijk gebleven of slechter geworden marktperspectief geldt onder andere voor de volgende sectoren²⁸:

- AGF. Het marktperspectief voor AGF, met name van de vollegrondsgroenten is de laatste jaren afgenomen. Dit heeft vooral te maken met een toename van het aanbod, zowel van de binnenlandse markt als vanuit het buitenland. Zo is het aanbod een jaar geleden nog gestegen als gevolg van de snelle stijging van omschakelaars van de jaren daarvoor. De (binnenlandse) vraag is niet in gelijk tempo toegenomen.
- Varkensvlees. Bij varkensvlees is, zoals bekend, het aanbod veel sterker gestegen dan de vraag. Dit heeft geleid tot een bijstelling van het marktperspectief en een gedwongen regulering (sanering) door de marktpartijen.
- Zuivel. De zuivel kent al enkele jaren een melkoverschot, mede vanwege het faillissement van één van de verwerkers. Dit overschot wordt langzaam weggewerkt, waardoor relatief gezien het marktperspectief langzaam verbetert. Vorig jaar was er stagnatie omdat mensen naar discounts gingen, waardoor private labels (AH) minder verkocht werden en het eigen merk meer. Het laatste half jaar stijgt de omzet weer met 5-10%.

5.2.7 Invloed marktactiviteiten TF en consumentenbestedingen op marktperspectief

Omdat de marktactiviteiten van de Task Force vooral gericht zijn op het verhogen van de consumentenbestedingen kunnen deze twee aspecten samen worden genomen, als het gaat om hun invloed op het marktperspectief van producenten.

Door specifieke afspraken naar aanleiding van een MOP, is in een aantal gevallen het marktperspectief voor individuele boeren verbeterd. Zo leidt de volledige vervanging van producten als rode biet, koolraap, rode en witte kool, venkel, winterpeen en pompoen tot een beter marktperspectief voor de telers van deze producten. Hetzelfde geldt natuurlijk voor het varkensconvenant, waarbij voor een aantal individuele boeren het marktperspectief verbeterd is, ook al is in eerste instantie de toename van het marktperspectief veel te hoog ingeschat.

Omdat het laatste half jaar nogal wat MOP's van kracht zijn geworden of de komende tijd starten, zal het marktperspectief voor de bij de MOP betrokken partijen in ieder geval verbeteren.

Veel geïnterviewden geven aan dat het in zijn algemeenheid geen twijfel leidt dat zonder het beleid van LNV biologisch er slechter voor had gestaan. In die zin is het beleid effectief geweest, en heeft het voorkomen dat het marktperspectief er slechter had uitgezien.

Invloed externe marktfactoren

Voor de invloed van buitenlandse factoren op het marktperspectief wordt verwezen naar paragraaf 3.3.

5.2.8 Omschakeling

Voor een producent is het marktperspectief uiteindelijk altijd leidend in de beslissing om om te schakelen. Omdat over het algemeen het marktperspectief niet verbeterd is, heeft dit ook niet geleid tot meer omschakeling. Of door het gevoerde beleid terugschakeling naar gangbaar is voorkomen, is de vraag. Uit interviews met betrokkenen blijkt dat biologische boeren niet snel geneigd zijn terug te schakelen, ook al gaat het bedrijfs-economisch gezien tijdelijk wat minder. Dit zou kunnen betekenen dat er ook zonder beleid relatief weinig terugschakelaars waren geweest.

5.2.9 Ongewenste neveneffecten van het instrumentarium

Uit het onderzoek zijn enkele ongewenste neveneffecten naar voren gekomen van het instrumentarium en de manier waarop dit is ingezet.

- De doelstellingen zijn dermate ambitieus en wellicht onrealistisch geformuleerd dat er al snel een sfeer kan ontstaan van: "zie je wel, het beleid is mislukt". De uitdaging is dan ook om een ambitieuze visie te combineren met haalbare tussentargets en concrete commitments.
- Veel van het instrumentarium was nieuw, waarbij het juiste wiel nog moest worden uitgevonden. Dit heeft geleid tot een uiterst trage start, waardoor veel goodwill verloren is gegaan.
- De manier waarop het instrumentarium en de financiële stromen werden georganiseerd, leidde ertoe dat er steeds wellicht sprake was van staatssteun aan individuele bedrijven en daarom afstemming met Brussel noodzakelijk was bleek. Dit heeft de voortgang, geloofwaardigheid, efficiency en effectiviteit van het beleid ernstig belemmerd²⁹.
- De procesmatige benadering waarmee het instrumentarium ontwikkeld is (in de beleidsnota was alleen aangegeven dat er een Task Force komt die een convenant zal opstellen) heeft als nadeel dat betrokken partijen soms lang op zekerheid moeten wachten omdat zaken nog onduidelijk zijn. Hierdoor kunnen ze uiteindelijk afhaken.
- Het overheidsinstrumentarium en alle controlmechanismen waarmee dit gepaard gaat, gaan sterk uit van een ontwerpmatige benadering. Dit sluit niet aan bij de manier van denken en werken van de marktpartijen, die veel meer een ontwikkelmatig karakter hebben. Of anders gezegd: de procedures van LNV botsen met de processen van het bedrijfsleven. Hierdoor komt de efficiency soms sterk onder druk te staan.

5.3 Interventiestrategie

Interventiestrategie pas gaandeweg ontwikkeld

Bij het ontwikkelen van het nieuwe beleid 2001-2004 is eigenlijk pas op het laatste moment de keuze gemaakt voor een vraaggerichte aanpak omdat de minister daar de voorkeur aangaf. De beleidsnota is toen in zeer korte tijd geschreven. Men heeft bovendien voor een meer procesmatige aanpak gekozen. In de beleidsnota stond alleen dat een Task Force gevormd zal worden met de opdracht knelpunten in kaart te brengen en oplossingen en doelstellingen in de verschillende ketens te benoemen. Het gevolg was dat er op het moment van beleidsuitvoering voor het onderdeel 'professionaliseren van de ketens' het instrumentarium nog ontwikkeld diende te worden.

Bovendien bleek de oorspronkelijk in de beleidsnota en in het convenant voorgestelde strategie van businessplannen voor een keten als geheel niet te werken. Dit heeft geleid tot een zoekproces dat veel tijd heeft gekost en bovendien nog eens belemmerd werd door Europese regelgeving omdat deze staatssteun aan individuele bedrijven niet toestaat.

Focus op supermarkten

Van het begin af aan is gekozen voor een focus op de supermarktkanalen. Deze focus kwam om te beginnen terug in de samenstelling van de Task Force, waar alleen Biologica het natuurvoedingskanaal (producenten, fabrikanten, handel en speciaalzaken) vertegenwoordigde, en de Horeca en catering (Veneca) niet vertegenwoordigd waren. Men heeft getracht de Horeca en catering bij de Task Force te betrekken maar deze partijen hadden geen belangstelling.

Focus aanpak gewijzigd: van 'professionaliseren van de keten' naar vraagstimulering

Het oorspronkelijke beleid ging onder het kopje 'professionaliseren van vraaggerichte ketens' uit van een vraaggerichte aanpak. Dit hield volgens de Beleidsnota biologische landbouw in dat: "de markt leidend is voor een ondernemer; de verschillende ketenpartijen moeten de marktperspectieven voor biologische producten benutten. En goede marktperspectieven zijn er: er is een biologische markt te winnen!" (aldus de beleidsnota). Deze vraaggerichte aanpak (in feite een vraagzijde-gerichte aanpak) paste in het nieuwe beleid van de Nota "Voedsel en Groen" en was een reactie op het aanbodkant-gerichte beleid van de periode daarvoor, namelijk stimuleren van de primaire productie. De vraagkant- of ketengerichte aanpak leidde ertoe dat men zich wilde richten op het professionaliseren van de keten, omdat dát toentertijd als een zwakke schakel gezien werd. Men ging er in de Beleidsnota biologische landbouw nog geheel vanuit dat "de belangrijkste trekker voor de groei, de marktvraag, aanwezig is". De nadruk lag in de Beleidsnota op het in gang zetten van samenwerking tussen marktpartijen.

Deze focus is in feite gedurende de beleidsperiode sterk veranderd. Het bleek dat de marktpartijen het gebrek aan professionalisering van de ketens niet (meer) als het kernprobleem ervoeren. Met name de supermarkten waren ervan overtuigd dat als de vraag zelf gestimuleerd wordt, de rest van de eventuele problemen in de keten gewoon kunnen worden opgelost. Met andere woorden: in de cultuur van de retail staat de marketing voorop, de rest wordt beschouwd als een kwestie van logistiek. De meeste Task Force activiteiten richtten zich thans op het stimuleren van de consumentenvraag in plaats van het professionaliseren van de keten. Dit laatste is hoogstens een afgeleide daarvan.

Daarmee is ook meteen duidelijk geworden dat een ander uitgangspunt van de Beleidsnota, namelijk dat de marktvraag geen probleem is, achteraf niet juist is gebleken. Het is juist de achterblijvende vraag die op dit moment een punt van zorg is en waar alle aandacht op gericht is.

Verschuiving in instrumentarium

Er is de eerste 2,5 jaar een verschuiving geweest in instrumentarium voor de ketenaanpak. Deze verschuiving laat zich als volgt samenvatten³⁰:

- van een ketengerichte focus naar stimulering van de consumentenvraag (zie boven);
- van ketenbusinessplannen, via ketenbusinessprogramma's en package deals naar meerjarige opschalingsplannen (mop's);
- van probleem naar kansen;
- van macro- naar micro-niveau.

Van ketenbusinessplannen naar ketenbusinessprogramma's

De oorspronkelijke gedachte was dat er een blauwdruk per productgroep te maken was die op alle specifieke ketens binnen die productgroep gelegd kon worden. Inmiddels is

helder dat specifieke ketens binnen een productgroep sterk verschillen in aard en omvang.

Een andere gedachte vooraf was dat er ketenbusinessplannen opgesteld konden worden. De plannen veronderstelden meer eenvoud dan in de praktijk aangetroffen werd. Daarom is vervolgens overgegaan tot de meer strategische ketenbusinessprogramma's. Er zijn vier ketenbusinessplannen gemaakt: voor zuivel, AGF, brood en sierteelt. Hierin werden belangrijke knelpunten per keten beschreven. Vervolgens werden deze van oplossingsrichtingen voorzien en werd het betrokken bedrijfsleven uitgenodigd om met voorstellen te komen ter concretisering van de oplossingsrichtingen. Het bleek echter dat de ketenbusinessprogramma's voor veel bedrijven nog te abstract waren en te weinig uitdagend en geen handvatten boden voor concreet handelen op businessniveau.

Van ketenbusinessprogramma's naar ketenmanagers en package deals

In de biologische varkensvleessector werkte men reeds met het fenomeen ketenmanager. Een ketenmanager fungeert als verbindende schakel tussen de verschillende partijen van een keten. Hij werkt als katalysator in het ontwikkelingsproces. Deze aanpak was aanleiding om te kijken of zij ook elders kon worden toegepast.

Vervolgens is het instrument package deal geïntroduceerd. Terwijl de ketenbusinessprogramma's zich richtten op het oplossen van knelpunten, richtte het instrument package deal zich op het creëren van kansen. Deze aanpak leek veel meer aan te sluiten bij het denken en handelen van ondernemingen.

Van package deals naar MOP's

Toen verschillende bedrijven een voorstel voor een package deal hadden ingeleverd bleek dat deze vorm van steun aangemeld diende te worden bij Brussel. Dit zou lang gaan duren en veel onzekerheid geven. Omdat verreweg alle packagedeals promotieactiviteiten betroffen, heeft men toen het concept meerjarige opschalingsplannen (MOP's) geïntroduceerd. Deze MOP's, die een vervanging zijn van de package deals, worden door de Task Force gezien als een uitbreiding van de mediacampagne en hoeven daarom niet apart bij Brussel aangemeld te worden. Inmiddels zijn er 20 MOP's die deels gestart zijn en deels nog in de formuleringsfase zitten.

Van probleem naar kansen

Binnen de Task Force is er een verschuiving geweest in oriëntatie: van denken in termen van beperkingen/problemen/knelpunten naar denken in termen van kansen. In de ketenbusinessprogramma's is dit terug te zien in de verschuiving van knelpuntenanalyses naar package deals (later mop's geheten). Een gevolg van het meer kans- en marktgericht denken is onder meer dat er veel meer capaciteit, energie en geld is gaan zitten in de publiekscampagne dan oorspronkelijk voorzien (van € 3 mln naar € 5,6 mln)

Van macro- naar microniveau

Tenslotte is de oriëntatie in de ketenaanpak geheel verschoven van macro-denken (plannen voor een productgroep als geheel) naar micro-niveau: een opschalingsplan voor een specifieke keten of zelfs ketenpartij gericht op concreet resultaat.

Nu de juiste weg gevonden

Met de uiteindelijke interventiestrategie lijkt de juiste aanpak te zijn gevonden. Deze wordt gekenmerkt door:

- een aanpak op het niveau van een specifieke keten, waarbij maatwerk voorop staat;
- primaire focus op directe opschaling van biologische consumptiebestedingen door middel van promotie;
- participatie van de verantwoordelijken op de winkelvloer (inkopers, categoriemanagers);
- ondersteuning door afspraken op koepel- en managementniveau via een convenant;
- ondersteuning van het proces via ketenmanagement;
- kansgestuurd;

-
- inbedding in het reguliere beleid van de supermarkten. Dit laatste is overigens bij veel supermarkten nog niet het geval.

De convenantpartijen staan achter de aanpak en pleiten voor voortzetting van de ingeslagen weg.

Toch blijft de uiteindelijk gekozen interventiestrategie, met name de promotiestrategie, ook een punt van discussie: "Het is meer een schot hagel geweest"³¹, aldus één van de geïnterviewden. De verschillen in benadering lijken samen te hangen met de 'bloedgroep' en bijbehorende waarden waar men zich het meest bij thuis voelt. Aan de ene kant is er de groep van nieuwe intreders of 'rationalisten' (CBL, supermarkten, groot-schalige boeren, 'gemengde' fabrikanten, etc) die zich thuis voelen bij de huidige aanpak: grote mediacampagne, traditionele promotie via reclame, positionering van biologisch als één van de mogelijke productsoorten. Aan de andere kant zijn er de 'believers'. Zij zijn voorstander van een meer focus: het gericht benaderen van voortrekkers en specifieke doelgroepen door middel van specifieke acties, heldere informatie over de meerwaarde van biologisch, opvallende media-aandacht, etc. De actie 'Adopteer een kip' van Biologica is hier een voorbeeld van.

De onderzoekers zijn van mening dat beide benaderingen effectief kunnen zijn. Het voordeel van de gekozen benadering is dat de nieuwe intredende partijen zich hiermee meer vertrouwd voelen.

5.4 Aanpak

Langzame start, maar ook leerproces

Door het hierboven beschreven zoekproces zijn er uiteindelijk de eerste 2 jaar van het beleid weinig concrete resultaten gerealiseerd op het gebied van professionalisering of vraagstimulering. Wel ging in september 2002 de campagne van start.

Het gevolg was dat bij de Task Force leden frustratie ontstond over het gebrek aan voortgang. Men vond dat er teveel papier geproduceerd werd zonder resultaat: 'oeverloos gezwam' aldus één van de respondenten. Uiteindelijk brachten de activiteiten in het kader van de mediacampagne weer wat energie terug in het proces.

Sommige betrokkenen geven aan dat bovenstaande voorkomen had kunnen worden door beter van tevoren na te denken over aanpak en beleidsmaatregelen en meer te ra- de te gaan bij reeds lopende initiatieven (varkensconvenant) of ervaring vanuit de biologische sector. Ook geven sommigen aan dat er soms sprake was van een ad hoc strategie³².

Anderen benadrukken echter dat dit soort ontwikkelingen nu eenmaal tijd vragen en moeilijk versneld kunnen worden. De eerste fase wordt als een noodzakelijke fase ervaren, die ook voordelen heeft gehad: partijen konden aan elkaar wennen, en er ontstond langzamerhand meer vertrouwen en waardering. Of zoals iemand het uitdrukte: "Ieder- een heeft recht op zijn eigen omschakelingsproces."

Allen zijn het erover eens dat het in ieder geval een belangrijk leerproces is geweest. In een klankbordbijeenkomst werd door een deelnemer het proces beschreven als 'één groot praktijkonderzoek: wat werkt wel en wat werkt niet'.

Communicatie onvoldoende

Er is in het begin niet goed gecommuniceerd naar de ketenpartijen dat in feite alles nog ontwikkeld diende te worden. Er waren hoge verwachtingen geschapen die niet konden worden waargemaakt. Hierdoor ging veel goodwill en draagvlak verloren, met name bij het bedrijfsleven respectievelijk de bedrijven die niet rechtstreeks bij de convenantpartijen waren aangesloten.

Ook zijn de primaire producenten, achteraf gezien, door hun branche-organisaties onvoldoende geïnformeerd en bij het proces betrokken. Hierdoor ontstond bij de boeren een negatief imago rond de Task Force. Later is extra inspanning gepleegd door het kernteam van de Task Force om de beeldvorming alsnog bij te stellen.

Flexibiliteit gewaardeerd

Er is veel flexibiliteit gehanteerd bij de uitvoering van het beleid. LNV heeft hierin een belangrijke en constructieve rol gespeeld, die door de convenantpartijen gewaardeerd wordt. Dit is een succesfactor geweest, omdat de oorspronkelijk geplande aanpak niet bleek te werken. De flexibiliteit kwam tot uitdrukking in

- het flexibel hanteren van de allocatie van financiële middelen
- het aanpassen van het instrumentarium (inzet ketenmanagers, voorlichtingsplan combineren met communicatieplan, van ketenplannen naar MOP's).

Kritiek op ontwikkeling instrumentarium

Er is veel kritiek op de wijze waarop het instrumentarium ontwikkeld is en de inefficiency waarmee dat gepaard ging. Men kijkt in dit verband niet alleen naar Brussel, maar met name ook naar de vaak langdurige (juridische en inhoudelijke) onduidelijkheid van de kant van LNV: instrumenten zijn voortijdig gelanceerd voordat daar over is nagedacht (garantiefonds, DOA), toezeggingen moesten weer worden ingetrokken omdat de juristen het alsmaar niet eens konden worden (package deal), en procedures duurden lang (aanbesteding campagne). Men is van mening dat dit in enkele gevallen de voortgang en geloofwaardigheid sterk belemmerd heeft waardoor een deel van de effectiviteit of het momentum verloren is gegaan.

Een leerpunt is geweest dat een instrument pas naar buiten zou moeten worden gebracht wanneer men zeker weet dat het haalbaar is en voldoet aan Nederlandse en Europese regelgeving. Het dilemma in dit geval was echter dat men zonder instrumentarium niet verder kon en iedereen zat te wachten tot er actie kwam. Men heeft er daarom voor gekozen om, onder voorbehoud van goedkeuring door Brussel, toch door te gaan met het voorbereiden van package deals.

Meer gebruik van beschikbare kennis en ervaring

Een deel van de geïnterviewden is van mening dat er in het begin meer geleerd had kunnen worden van de reeds opgedane ervaringen binnen de biologische sector. Voor een deel is het wiel weer opnieuw uitgevonden of pas later overgenomen (ketenmanagement, principe van ketenspecifieke activiteiten) terwijl succesvolle voorbeelden van toepassing voor handen waren (bijvoorbeeld de varkenssector). Aan de andere kant wordt gesteld dat sommige leerprocessen nodig zijn om betrokkenheid te creëren, om het verschijnsel '*not invented here*' te vermijden.

2004 belangrijk jaar?

De activiteiten van de Task Force die daadwerkelijk de consumentenbestedingen zouden moeten beïnvloeden (de MOP's en de tweede fase van de mediacampagne gericht op beïnvloeding van het koopgedrag), zijn pas het afgelopen half jaar gestart. Daarmee wordt 2004 een belangrijk jaar voor het beleid. Zoals eerder aangegeven zal de doelstelling verre van gehaald worden. Wel zal dit jaar meer duidelijk worden in welke mate de MOP's effectief zijn.

5.5 Observaties en leerpunten

Meer realisme over mogelijkheden van marktbeïnvloeding

Gebleken is dat het aanvankelijke optimisme over de mogelijkheden om de markt of afzet sterk te beïnvloeden niet realistisch is. In feite is een belangrijk leerpunt van de afgelopen jaren het besef dat economische invloeden nog steeds de dominante factor zijn die groei of stagnatie bepalen.

Ook sommige marktpartijen zijn te optimistisch geweest over de mogelijkheden om de vraag te stimuleren. Een goed voorbeeld hiervan is het aanvankelijke optimisme over de consumptie van varkensvlees: men zag mogelijkheden om te groeien van 0% naar 15% in een paar jaar tijd. Ook bij de zuivel is door één van de marktpartijen een te optimistische inschatting gemaakt, met als uiteindelijk gevolg een faillissement. Dit optimisme heeft ongetwijfeld te maken gehad met de hoogconjunctuur van een aantal jaren geleden en de crises in de gangbare landbouw. Thans is men hier voorzichtiger in geworden. In die zin heeft het economisch slechte tij gezorgd voor een stuk realisme en dat is een nuttige bijkomstigheid.

Dit noopt tot enige bescheidenheid als het gaat om het stimuleren van marktontwikkelingen. Door te accepteren dat ontwikkelingsprocessen nu eenmaal tijd kosten en dat is zeker het geval bij de ontwikkeling van biologisch, ontstaan minder hoge verwachtingen en daarmee minder grote teleurstellingen. Vanuit die optiek bekeken is er heel wat bereikt de afgelopen jaren, zij het soms met vallen en opstaan. Biologisch is tegen de stroom in blijven groeien en dat is op zich een prestatie.

Structurele verankering marketingbeleid bij supermarkten essentieel

Veel is in gang gezet bij de supermarkten, maar er is nog een weg te gaan als het gaat om structurele inbedding in het commerciële beleid. Er zijn bij de supermarkten nogal wat ad hoc acties geweest, zoals eenvoudige price offs, die op het laatste moment werden geregeld, zonder verankering in een lange termijn visie. De MOP's zijn wel bedoeld om tot een meer structurele aanpak te komen. Of dit lukt zal de komende jaren moeten blijken.

Structurele verankering houdt in dat er een biologische visie is die is opgenomen in het commerciële beleid, dat er een concept rond biologisch is ontwikkeld dat is doorvertaald naar de winkelvloer, dat category managers en inkopers worden aangesproken en afge-rekend op hun biologisch marktaandeel, dat het management de ontwikkelingen actief ondersteunt en er een plan ligt op productgroepniveau (bv AGF). Wat een belangrijke succesfactor is, is het aanstellen van een coördinator op formulereniveau (een interne brandmanager of beheerder van het bio-beleid)³³. Structurele verankering dient een focus te zijn van het beleid voor de komende jaren.

Aanpak via groothandel en fabrikanten

Waar tot nu toe weinig aandacht naar uit is gegaan, is de rol van de groothandels, leveranciers en fabrikanten. Zij kunnen een zeer belangrijk rol spelen bij de promotie van producten: zij hebben er belang bij en hebben bovendien veel kennis op dit gebied omdat het lanceren van nieuwe producten veelvuldig voorkomt. Er zijn reeds zeer succesvolle voorbeelden van promotie vanuit de fabrikanten³⁴. Dit zou een punt van aandacht kunnen zijn voor de komende beleidsperiode.

Monitoring en informatievoorziening zwak punt

Het is uiterst moeilijk gebleken om goede cijfers op tafel te krijgen. Ook sommige cijfers van de EKO-monitor worden vanuit het veld niet herkend. Er zijn bij het convenant geen heldere afspraken gemaakt over aan te leveren cijfers. Supermarkten hebben over het algemeen hier ook weerstand tegen. Hier zal de komende tijd meer aandacht aan besteed moeten worden.

Een tweede punt betreft de informatievoorziening over de projecten van de Task Force, met name de MOP's. Deze is erg schaars. LNV en de Task Force zijn terughoudend met het geven van informatie over MOP's en het noemen van specifieke partijen. Het argument is dat het zou gaan om marktgevoelige informatie. Uit de markt komen signalen dat meer openheid gewenst is. Nagegaan zal moeten worden hoe de informatie over de projecten beter toegankelijk kan worden gemaakt.

De consument vergeten?

Vraagsturing kan ook betekenen: de consument meer aanspreken op zijn koopgedrag. Pas onlangs is, op bescheiden schaal vanwege gebrek aan middelen, de campagne

'Nederland gaat biologisch' van start gegaan op initiatief van een groot aantal maatschappelijke organisaties.

LNV meer op afstand van

In een aantal gevallen is gebleken dat LNV, dat lid is van de Task Force, de handen niet vrij heeft om de meest effectieve weg te kiezen bij het promoten van biologisch, en omgekeerd. De campagne is hier een goed voorbeeld van³⁵. Er zou moeten worden nagegaan in hoeverre het mogelijk is de Task Force meer op afstand van de overheid te laten opereren en wat de voor- en nadelen hiervan zijn. Wellicht kan hiermee in een volgende fase geëxperimenteerd worden. Het zogenaamde Deense model³⁶, waarin een organisatie tussen de overheid en de markt is gepositioneerd met een centrale coördinatiefunctie (ook voor bijvoorbeeld onderzoek) is een voorbeeld van een mogelijk model.

Efficiencyverlies door Brussel te vermijden?

'Brussel' heeft bij de uitvoering van de beleidsmaatregelen steeds een belangrijke (bepalende) rol gespeeld. De regelingen waren zodanig opgezet dat iedere keer Brussel weer geraadpleegd diende te worden. In een aantal gevallen bleek, soms op het laatste moment, dat beleidsmaatregelen niet mogelijk waren of anders moesten worden uitgevoerd vanwege de Europese regelgeving. Dit heeft tot veel vertraging, efficiency- en effectiviteitsverlies geleid. Het gaat vooral om situaties waarbij sprake kan zijn van staatssteun aan individuele bedrijven. Voorbeelden zijn de package deals, duurzame ondernemers aftrek (DOA) en BTW-aftrek. Nagegaan zal moeten worden of dit niet teruggebracht kan worden tot één raadgeving en goedkeuring door Brussel.

Ook is er kritiek op de langdurige openbare aanbestedingsprocedures van de media-campagne. Hiervoor is echter geen alternatief.

Verkeerde vooronderstelling maakt halen 5% lastiger

De oorspronkelijke veronderstelling was dat de potentiële marktvraag er wel is. Nu blijkt dat minder het geval te zijn dan gedacht. Daarmee wordt het bereiken van het finale doel (5% consumentenbestedingen) ook moeilijker. Immers de vraag zal gestimuleerd moeten worden, in plaats van ondersteund met efficiëncymaatregelen.

Voortschrijdend 'hockeystick-effect'

De onderzoekers kregen ook in de tussenevaluatie al te horen: "Dit jaar wordt een belangrijk jaar, en gaan we de klapper maken". Achteraf bleek de package deal toch voor Brussel niet acceptabel en is 2003 door de prijzenoorlog een slecht jaar geweest. Ook nu weer komen dezelfde geluiden: "in 2004 gaan we oogsten". Optimisme blijft belangrijk maar soms kan wat meer realisme latere teleurstellingen voorkomen.

5.6 Conclusies

Aanpak

- De huidige interventiestrategie van de Task Force is gaandeweg ontwikkeld (van businessplan naar ketenmanagement en MOP). Dit had achteraf gezien sneller gekund.
- Er is tegelijkertijd veel geleerd over wat wel en niet werkt als het gaat om professionaliseren van de keten respectievelijk het stimuleren van de consumentenbestedingen. Hiermee is een goede basis gelegd voor het vervolgbeleid.
- De aandacht is terecht verschoven van professionalisering van de keten naar bevordering van de vraag: immers dat is nog steeds het belangrijkste knelpunt.

Effecten van het ketenontwikkelingsbeleid

- Er is meer biologisch bewustzijn bij zowel consument als bij retailer. Bij een aantal partijen is biologisch een vast onderdeel op de agenda geworden (CBL, supermarkten, LTO³⁷).

- Er is meer samenhang, samenwerking en afstemming tussen en binnen de verschillende ketenpartijen. Hiermee is een belangrijke randvoorwaarde gecreëerd voor verdere opschaling.
- Het aanbod van biologisch is verbeterd (zowel qua assortiment als afzetpunten) als gevolg van het beleid.
- Er heeft, op enkele uitzonderingen na, bij de supermarkten nog weinig structurele verankering plaatsgevonden van een biologische visie in het commerciële beleid. Wel is bij CBL en bij veel supermarkten biologisch een vast punt op de agenda geworden.
- Zonder het beleid was er in plaats van de huidige nulgroei wellicht een terugval geweest in consumentenbestedingen en marktperspectief en was de infrastructuur rond het biologisch product zwakker geweest.
- Het marktperspectief voor de primaire producent is de laatste jaren in zijn algemeenheid niet veel verbeterd. Wel worden binnen de specifieke MOP's betere marktperspectieven voor primaire producenten gecreëerd.
- Het optimisme bij een aantal Task Force leden over de toename in biologische consumptie in 2004 is niet terecht.

Meerdere brillen voor beoordeling van het traject Ketenontwikkeling

Met kan het beleid met betrekking tot ketenontwikkeling op verschillende manieren beoordelen. Afhankelijk van de bril die wordt opgezet, komen andere perspectieven naar voren:

<i>Gehanteerde perspectief voor het beleid rond ketenontwikkeling</i>	<i>Beoordeling van het beleid</i>
Experiment om te kijken welke interventies in een dergelijk complex beleidsveld goed werken	Zeer geslaagd
Instrument om biologisch meer gangbaar te maken	Geslaagd: biologisch is voor 'gangbare' marktpartijen (supermarkten en consument) meer gangbaar geworden.
Proeftuin om te kijken hoe maakbaar de wereld van biologisch is	Enigszins geslaagd: met veel inspanning kan wel degelijk invloed worden uitgeoefend. Invloed van externe economische omstandigheden is duidelijk zichtbaar geworden
Creëren van gunstige randvoorwaarden voor een overigens autonoom proces	Enigszins geslaagd: de infrastructuur rond biologisch is duidelijk versterkt
Middel om <i>alle</i> potentiële afnemers biologisch bewuster te maken	Niet geslaagd: grootverbruikers, catering en horeca zijn niet echt in beeld gekomen
Middel om consumptiedoelstellingen te bereiken	Mislukt: finale doelstellingen verre van bereikt

6 Instrumenten ten behoeve van ketenontwikkeling

Nadat in het vorige hoofdstuk aanpak en effecten van het traject ketenontwikkeling zijn besproken, wordt in dit hoofdstuk ingegaan op de instrumenten van ketenontwikkeling:

- de Task Force en het convenant MBL ;
- de verschillende ketenplannen en –activiteiten;
- ketenmanagers;
- co-innovatieprojecten;
- mediacampagne.

6.1 Taskforce en Convenant Marktontwikkeling BL

Uitvoering

- ☐ Is er een convenant/zijn deelconvenanten gesloten met voldoende concrete afspraken?
- ☐ Is er een Taskforce gevormd met voldoende vertegenwoordigers uit diverse schakels van de keten?
- ☐ Zijn wijzigingen in aanpak voldoende onderbouwd en afgestemd met Task Force leden³⁸?
- ☐ Welke leerervaringen kunnen worden afgeleid uit de aanpak van de Task force?

Doelmatigheid

- ☐ Had het convenant MBL op een efficiëntere wijze kunnen worden uitgevoerd?

Organisatiestructuur

Het convenant is ondertekend door de volgende partijen:

Overheid	Ministerie van LNV
Bedrijfsleven	Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) Land- en Tuinbouworganisatie (LTO) Biologica Rabobank Triodosbank Stichting Merkartikel (SMA)
Maatschappelijke organisaties	Stichting Natuur en Milieu

Deze partijen vormen tevens de Stuurgroep Marktontwikkeling Biologische Landbouw (MBL). De Stuurgroep wordt bijgestaan door een Task Force MBL. In deze Task Force zijn bovenstaande partijen eveneens vertegenwoordigd, behalve de Stichting Natuur en Milieu. De Task Force heeft verder een meewerkend voorzitter en een secretaris (via AKK). De voorzitter, secretaris, de campagnecoördinator en de ketenmanager AGF en Vlees vormen thans een soort kernteam voor de dagelijkse werkzaamheden.

Omdat bleek dat de Task Force leden, zijnde de koepelorganisaties te ver af stonden van de werkelijkheid van alledag, is na enige tijd besloten om een zogenaamd Marketing overleg in te stellen (naast ketenmanagers). Hierin zitten vertegenwoordigers van individuele ketenpartijen. Het doel is een meer praktische uitwisseling en afstemming over beleidsmaatregelen en activiteiten te realiseren. Betrokkenen vinden het Marketingoverleg zeer nuttig omdat ervaringen kunnen worden uitgewisseld en de werkvloer meer bij de Task Force activiteiten worden betrokken. Voor afstemming en overleg over de media-campagne is op een gegeven moment de Werkgroep Communicatie ingesteld.

Leerpunten zijn dat:

- koepelorganisaties te weinig directe invloed kunnen uitoefenen op hun leden. Een doorvertaling van afspraken naar individuele leden is wenselijk.

-
- er meer taken en bevoegdheden gemandateerd zouden moeten worden vanuit de Task Force naar het kernteam (faciliterend bureau). Hierdoor wordt voortgang en efficiency bevorderd. In feite is het kernteam in een latere fase meer op deze manier gaan werken.

Vertegenwoordiging

Een aantal belangrijke partijen ontbreken in de Task Force: de horeca, grootverbruikers (catering, bedrijfskantines), consumentenvertegenwoordiging, natuurvoedingskanaal, maatschappelijke organisaties. In het begin is getracht de horeca, de catering en de consumentenbond bij de Task Force te betrekken. Dit is vanwege gebrek aan belangstelling vanuit betrokken partijen en verstoorde relaties niet gelukt. De maatschappelijke organisaties waren tot voor kort alleen vertegenwoordigd in de Stuurgroep via de voorzitter van Biologica. Het feit dat zij niet deelnamen aan de Taskforce had te maken met de verstoorde relatie met een enkele andere partij. Inmiddels is hier verandering in gekomen. Biologica zit in de Task Force mede namens de speciaalzaken en het natuurvoedingskanaal. Dit is een bewuste keuze geweest.

Biologica heeft als vertegenwoordiger van het biologische gedachtegoed een belangrijke (en wellicht te zware) taak gehad binnen de Task Force. De onderzoekers zijn van mening dat het wenselijk was geweest om een bredere vertegenwoordiging te hebben vanuit het natuurvoedingskanaal, zoals natuurvoedingswinkels en/of fabrikanten, mede omdat de consumentenbestedingen via het natuurvoedingskanaal nog steeds gelijk zijn aan die via de supermarkten. Door de eenzijdige vertegenwoordiging zijn wellicht kansen blijven liggen bij de speciaalzaken. Hetzelfde geldt voor de horeca en de catering.

Convenant aantrekkelijk instrument

Inzet van het instrument 'Task Force met convenant' bij een dergelijk beleid was nieuw voor LNV. Het houdt in dat LNV het regisseurschap (en voorzitterschap) uit handen geeft en overlaat aan marktpartijen. De convenantpartijen en hun achterban zullen het werk moeten doen. Er is algemene consensus dat het instrument binnen een dergelijke complexe beleidscontext, waarin alleen op basis van vrijwilligheid gewerkt kan worden, zeer functioneel is. Het fungeert als een afspraak waarnaar gerefereerd kan worden en waar (direct betrokken) partijen zich aan gebonden voelen. Het creëert een gemeenschappelijke focus en het bevordert de mogelijkheid van sociale controle ("ik kan met veel fatsoen niet achterblijven"). Bovendien creëert het de mogelijkheid van een gelaagde infrastructuur (op koepelniveau, managementniveau en werkvloerniveau) waarmee beleid kan worden 'weggezet'.

Wel dient ervoor gewaakt te worden dat voldoende concrete afspraken gemaakt worden. Dat is bij het convenant wel het geval geweest met de convenantpartijen, maar deze zijn onvoldoende doorvertaald naar de achterban.

Partijen naar elkaar toegegroeid

Een zeer belangrijke functie van de Task Force volgens betrokkenen is geweest dat de samenwerking tussen de verschillende partijen verbeterd is. De beeldvorming over elkaar is bijgesteld, er is nu meer begrip voor elkaars standpunt en in plaats van het oorspronkelijke 'ieder-voor-zijn-eigen-toko' is er meer gemeenschappelijkheid ontstaan. Partijen hebben tijd nodig gehad (en gekregen) om elkaar te leren kennen, en vertrouwen en respect voor elkaar op te bouwen. Dit is zonder meer een verdienste geweest van het concept Task Force en convenant, maar ook van de wijze waarop individuele partijen zich hebben ingezet.

De keerzijde hiervan is dat partijen die niet (direct) bij de Task Force betrokken waren, zoals de catering, horeca, natuurvoedingswinkels en -fabrikanten en de boeren zich ook veel minder bij de Task Force activiteiten betrokken voelen, slechter geïnformeerd zijn en –wellicht daardoor– ook kritischer zijn ten aanzien van de activiteiten.

Sturingsconcept kan efficiënter

Zoals gezegd zijn in het convenant de algemene doelstellingen uitgewerkt in een overzicht van concrete doelstellingen/activiteiten per convenantpartij. Bovendien was er een

Actieprogramma 2001-2004 in het convenant opgenomen. In die zin zijn er op convenantniveau concrete afspraken gemaakt. De bedoeling was dat de businessplannen per productgroep zouden leiden tot concrete afspraken met betrokken marktpartijen. Deze afspraken zouden zelfs formeel ondertekend worden door de marktpartijen. Omdat het concept van het opstellen van businessplannen geen juiste aanpak bleek, zijn deze concrete afspraken nooit gemaakt, behalve in de varkenssector.

Het gevolg van de vrijblijvendheid die hierdoor ontstond, is dat het kernteam van de Task Force, met name de ketenmanagers en de (nieuwe) voorzitter veel energie hebben moeten steken in het stimuleren van de marktpartijen om zich aan het algemene convenant te houden, enkele uitzonderingen zoals bijvoorbeeld AH en Plus nagelaten. Tegelijkertijd werden aan de andere kant marktpartijen gefrustreerd door de belemmerende regelgeving of door het feit dat soms op het laatste moment bleek dat het gekozen instrument (bijvoorbeeld package deal) toch niet mogelijk bleek. Er is nu via de MOP's een vorm gevonden waarin de betrokken partijen zich kunnen vinden.

De conclusie is dat een dergelijk convenant op koepelorganisatieniveau gecombineerd zou moeten worden met deelconvenanten op bedrijfsniveau om vrijblijvendheid te voorkomen. Met een dergelijk deelconvenant op managementniveau is het voor de ketenmanager eenvoudiger om op werkvloerniveau afspraken te maken met category managers of inkopers, of om opschalingsactiviteiten in een keten te ontwikkelen. Vervolgens is het zeer wenselijk om een zelfsturend team (mini Task Force) in te stellen voor de specifieke keten van bedrijven die opschalingsafspraken willen maken (conform de aanpak in de varkenssector). Een dergelijke mini Task Force dient (bijvoorbeeld door de ketenmanager) goed begeleid te worden omdat anders iedereen op iedereen zit te wachten.

Niveau		Afspraken cq aanspreekmechanisme	
		Huidige aanpak	Gewenst
Task Force		Convenant MBL	idem
Individuele TF leden (koepel-organisaties)		Algemene afspraken in convenant per TF-lid	idem
Individuele bedrijven	management niveau	Beoogd: deelname aan ketenbusinessplan Feitelijk: aangesproken door voorzitter TF	Deelconvenant
	inkopers, category managers	Benaderd door ketenmanagers	Benadering door ketenmanagers. Instellen van een mini Task Force.

Bijdrage van de convenantpartijen

Qua tijd en inzet hebben de convenantpartijen hun bijdrage geleverd. De partijen geven aan dat de Task Force veel meer tijd heeft gekost dan oorspronkelijk was voorzien. Qua feitelijke bijdrage zoals afgesproken in het convenant zijn lang niet alle afspraken nagekomen. CBL en Biologica hebben qua bijdrage een centrale rol gespeeld binnen de Task Force. SMA heeft een zeer beperkte bijdrage geleverd. Ook de maatschappelijke organisaties hebben tot voor kort een beperkte bijdrage geleverd aan de Task Force activiteiten³⁹. Wat hierbij wellicht heeft meegespeeld is dat Stichting Natuur en Milieu die namens de maatschappelijke organisaties het convenant heeft ondertekend, ook niet is toegelaten tot de Task Force. Er is in de loop van de tijd een constructievere houding gekomen bij de maatschappelijke organisaties.

Efficiency

Achteraf kan geconcludeerd worden dat het Convenant op onderdelen zeker efficiënter had kunnen worden uitgevoerd:

- Er is naar verhouding veel energie, tijd en geld gaan zitten in het ontwikkelen van een acceptabele aanpak.
- Er is veel tijd en daarmee geld verloren gegaan met het voldoen aan Europese richtlijnen ten aanzien van aanbesteding en staatssteun (campagne, package deals). Dit is moeilijk te voorkomen.
- Wellicht had men door het maken van meer concrete afspraken met afzonderlijke ketenpartners in plaats van, of naast de huidige afspraken met de koepelorganisaties, sneller kunnen doorschakelen naar actie.

Wellicht was een andere organisatievorm efficiënter geweest, bijvoorbeeld een stichting waarbij LNV als financierder nog meer op afstand staat, gecombineerd met een integrale goedkeuring vanuit Brussel (in plaats van de projectgebonden goedkeuring). In hoeverre dit mogelijk en efficiënt is, zal nader onderzocht moeten worden. Overigens heeft de nauwe betrokkenheid van LNV ook voordelen gehad, zoals meer flexibiliteit bij de allocatie van middelen en extra begrip voor vertragingen.

Aan de andere kant kan geconcludeerd worden dat het zogenaamde procesgeld (kosten van voorzitter, secretariaat en ketenmanagers) uiteindelijk redelijk efficiënt is besteed. Hoewel de kosten 17% bedragen van de totale Task Force bestedingen, hetgeen objectief gezien als aanzienlijk gekwalificeerd kan worden, is gebleken dat juist de inzet van een invloedrijke voorzitter van de Task Force, gecombineerd met de inzet van ketenmanagers, een noodzakelijke katalysator is geweest.

Verder heeft volgens convenantpartners de aanpak ertoe geleid dat bestaande middelen bij met name de supermarkten op een meer gecoördineerde wijze (afgestemd op overheidsbeleid) zijn ingezet. Bovendien heeft de co-financieringsstructuur van overheid en bedrijfsleven ertoe geleid dat bij bedrijven extra middelen zijn ingezet. Dit multipliereffect ligt in de orde van grootte van een factor 1,5-2⁴⁰.

Conclusies

Samenvattend kunnen de volgende conclusies worden getrokken ten aanzien van het instrument Task Force en Convenant MBL:

- Het Convenant is een succesvol instrument. Daarnaast is echter direct afstemmingsoverleg met de werkvloer is noodzakelijk.
- De samenstelling van de convenantpartners dient te worden verbreed met Horeca en Catering.
- Het niveau waarop het convenant is afgesloten is te hoog. De 'werkvloer' had eerder bij het convenant betrokken dienen te worden.
- Doorvertaling van afspraken en overleg naar de individuele leden van de koepelorganisaties, bijvoorbeeld door middel van deelconvenanten is noodzakelijk.
- Persoonsgebonden factoren (voorzitter, ketenmanagers) zijn een zeer belangrijke succesfactor bij de uitvoering van een convenant.

6.2 Ketenmanagers succesformule

☐ Heeft de Taskforce ketenmanagers in cruciale ketens aangesteld?
--

In eerste instantie was het de bedoeling dat de Task Force leden zelf elk een productgroep zouden 'adopter' als portefeuillehouder om bedrijven te ondersteunen bij het opschalen van het biologische marktaandeel. Dit bleek in de praktijk niet haalbaar, onder andere omdat de Task Force leden niet productgroep- maar keten(schakel)gewijs zijn georganiseerd⁴¹ en veel te ver afstaan van de commerciële praktijk.

Toen is het concept ketenmanager geïntroduceerd. Dit concept was reeds door Biologica met succes geïntroduceerd in de biologische varkensvleessector. De ketenmanagers worden in principe gefinancierd door de overheid en door het bedrijfsleven.

Thans zijn er de volgende ketenmanagers:

- Vlees en zuivel. Deze ketenmanager was eerst alleen voor varkensvlees en later ook voor rundvlees verantwoordelijk. Hij heeft recent tevens de productgroep zuivel als taakgebied meegekregen.
- AGF – retail georiënteerd. De ketenmanager AGF wordt sinds 2001 ondersteund door de Task Force.
- AGF – fruit georiënteerd. De ketenmanager die door de sector was aangesteld wordt sinds kort mede ondersteund door de Task Force.
- Sierteelt. In het kader van het MOP Bioflora is kort geleden een 'kwartiermaker' (ketenmanager) aangesteld.
- Catering. Via het project 'Biologische catering' van de Milieufederaties en Stichting Natuur en Milieu hebben 110 partijen een intentieverklaring ondertekend. Thans zal deze verklaring moeten worden omgezet in concrete daden. Bij de Task Force wordt nagegaan in hoeverre voortgang van dit initiatief op beperkte schaal ondersteund kan worden.

Taken

De taak van een ketenmanager is die van procesbegeleider: het bij elkaar brengen van partijen, het stimuleren en begeleiden van samenwerking, al of niet uitmondend in een MOP. Zij opereren veelal op het niveau van het operationeel management en/of category managers.

Dekking van de sectoren

De belangrijkste sectoren hebben nu een ketenmanager.

- Bij zuivel ging de Task Force er eerst vanuit dat de sector dit zelf kon regelen. Dit bleek niet het geval, zodat de ketenmanager van vlees zich nu ook met zuivel is gaan bezighouden.
- De ketenmanager van vlees was er reeds voordat de beleidsperiode inging. Hij opereerde vanuit Biologica en heeft het varkensconvenant effectief geïnitieerd en ondersteund. Later zijn zijn activiteiten uitgebreid.
- Bij AGF is met de huidige ketenmanager veel in beweging gekomen.
- De onderzoekers zijn van mening dat zowel bij Horeca als bij catering ketenmanagement noodzakelijk is om zaken in beweging te krijgen.
- De broodsector loopt erg slecht, maar het is de vraag of een ketenmanager hier uitkomst biedt. Dit is in een eerder stadium geprobeerd maar het lukte de sector niet om tot afspraken te komen met de supermarkten. De Task Force heeft besloten hierin voorlopig niet te investeren.

Essentiële rol in beleidsuitvoering

Het blijkt dat de ketenmanagers een essentiële rol vervullen als katalysator in het proces van ketenontwikkeling en opschaling. Dit komt door het feit dat er meestal niet één probleem eigenaar is, zodat soms iedereen op iedereen zit te wachten. De situatie bij biologische zuivel is daar een voorbeeld van en is mede de aanleiding geweest toch een ketenmanager aan te wijzen voor deze sector.

Ook blijkt dat er veelal een vertaalslag nodig is van het beleid naar de praktijk en vice versa: marktpartijen hebben een externe stimulans nodig om intenties om te zetten in acties en plannen van marktpartijen moeten soms aangepast worden aan de beleidskaders om voor ondersteuning in aanmerking te komen. Daarmee is ketenmanagement een relatief goedkope en noodzakelijk investering bij de meeste sectoren.

Randvoorwaarden voor goed functioneren

De ervaring heeft geleerd dat de volgende randvoorwaarden belangrijk zijn voor het goed functioneren van een ketenmanager:

- De ketenmanager moet vanuit zijn doelgroep kunnen denken, praten en handelen. De effectiviteit van een ketenmanager is daarom sterk persoonsgebonden.

- Ondersteuning van opschalingsplannen door de top van bedrijfsleven is essentieel. Ook op dat niveau is een vorm van 'ketenmanagement' gewenst (deze rol is door de tweede voorzitter van de Task Force effectief ingevuld).
- Een kader van formele afspraken, zoals een convenant of intentieverklaring, geeft een ketenmanager legitimiteit om binnen te komen.
- Voor elke keten is weer een unieke benadering nodig: maatwerk is essentieel.
- Het is belangrijk dat een ketenmanager financiële ondersteuning kan aanbieden als 'wisselgeld', anders is zijn rol veel beperkter.

Conclusies:

- Ketenmanagers blijken een noodzakelijk, succesvol en efficiënt instrument om ketenpartners bij elkaar te brengen, of om verkoopkanalen, met name de supermarkten, te stimuleren om meer aan biologisch te gaan doen.
- Ketenmanagers hebben een bijdrage geleverd aan de toename van de samenwerking in de keten⁴².

6.3 Ketenplannen en -activiteiten

Uitvoering

- ☐ Zijn voldoende concrete integrale ketenplannen* gecombineerd met marktactiviteiten opgesteld?
- ☐ Is er een evenwichtige verdeling van integrale ketenplannen/ marktactiviteiten over de verschillende ketens?

Doelmatigheid

- ☐ Hoe efficiënt zijn de ketenbusinessplannen tot stand gekomen?

De ketenplannen en -activiteiten kunnen worden onderverdeeld in vier categorieën:

- de ketenbusinessplannen en ketenbusinessprogramma's
- de ketenmanagers
- sectorregelingen (CBL en PBS)
- de package deals, later meerjarige opschalingsplannen genoemd (mop's).

De ketenactiviteiten kunnen beschouwd worden als de kern van het Task Force programma: het zijn de projecten die uiteindelijk zullen moeten leiden tot opschaling van de consumentenbestedingen.

6.3.1 Ketenbusinessplannen en -programma's

In het Convenant was afgesproken dat voor 5 productgroepen (zuivel, vlees, AGF, brood en maaltijden) concrete ketenbusinessplannen zouden worden opgesteld via ronde-tafel conferenties, bestaande uit concrete en formeel vastgelegde afspraken tussen (combinaties van) marktpartijen. Deze plannen moesten de basis zijn voor de uitvoering van resultaatgerichte en gecoördineerde activiteiten in een keten. De achterliggende aanname was dat er één blauwdruk per productgroep mogelijk was die voor alle ketens binnen die productgroep van toepassing zou zijn. Het bleek echter dat elke microketen van specifieke marktpartijen, specifieke knelpunten kent en maatwerk vereist. Na een eerste poging met AGF is men hier heel snel van afgestapt.

Vervolgens is men overgegaan tot de meer strategisch ketenbusinessprogramma's. Hierin worden belangrijke knelpunten per keten beschreven en van oplossingsrichtingen voorzien. Vervolgens zijn bedrijven via co-financiering uitgenodigd voor het indienen van concrete projecten om deze knelpunten aan te pakken. Er zijn door middel van zogenaamde Rondetafelconferenties voor 3 productgroepen ketenbusinessprogramma's met

knelpunten en oplossingsrichtingen opgesteld (AGF, zuivel en brood). Voor sierteelt is een sterkte/zwakte analyse gemaakt.

Het bleek echter dat dit instrument de bedrijven onvoldoende stimuleerde om met projectplannen te komen. Het instrument was namelijk gericht op gemeenschappelijke problemen in plaats van individuele marktkansen. Op de eerste plaats denken bedrijven niet probleemgericht maar kansgericht en bovendien hebben gemeenschappelijke problemen geen duidelijke probleemeigenaar.

Sommige geïnterviewden zijn van mening dat er bij de aanpak beter geluisterd had moeten worden naar partijen die al langer ervaring hebben met biologisch. Anderen betogen dat door deze activiteiten voor de eerste keer marktpartijen bij elkaar zijn gaan zitten, hetgeen een belangrijke stap was. Het is, zoals reeds eerder aangeven, in ieder geval een belangrijk leerproces geweest, waarmee volgens geïnterviewden helaas veel tijd en momentum verloren is gegaan.

Conclusie:

- Plannen op productgroepniveau, gericht op gemeenschappelijke problemen in plaats van individuele kansen, zijn geen geschikt instrument om concrete activiteiten te ontwikkelen.
- Door de valse start is veel momentum en goodwill verloren gegaan.
- De enige functie van deze fase is geweest dat mensen (soms voor het eerst) bij elkaar zaten en het denkproces over de meest effectieve aanpak gestart is.

6.3.2

CBL-regeling voor supermarkten

Er is € 0,9 mln beschikbaar gesteld door de Task Force aan de retailers via het CBL voor promotiedoeleinden. Het gaat hierbij om een co-financieringsregeling waarbij LNV 1/3 deel bijdraagt en het bedrijfsleven 2/3 deel. Deze zogenaamde CBL-regeling was erop gericht om (marketing)communicatieactiviteiten te stimuleren, zoals bijvoorbeeld verkoopbevorderende communicatie in het klantenmagazine, foldermateriaal, raamposters, schapkaarten, etc. Price-offs⁴³ vielen erbuiten. Het idee achter de CBL-regeling was dat supermarkten en andere winkeliers meer mogelijkheden hebben om met communicatie het aankoopgedrag van consumenten te beïnvloeden dan vanuit de Task Force met een algemene campagne mogelijk is. De mediacampagne is immers vooral imagovormend en informerend.

Het idee is vrij plotseling ontstaan tijdens een stuurgroepvergadering, waarin door de retail werd gesteld: "Geef ons maar de financiële middelen, dan regelen wij wel dat het op een goede manier besteed wordt". De regeling houdt in dat wanneer extra marketingactiviteiten worden ontwikkeld door de retailer, één derde van de marketingkosten gecofinancierd wordt door de Task Force MBL. De criteria en aanpak zijn samen met CBL ontwikkeld (zie bijlagen). Ook hier heeft 'Brussel' een vertragende rol gespeeld. De financiële middelen worden door het CBL beheerd.

De regeling is halverwege 2002 in werking getreden en de einddatum is inmiddels verlengd van 31 december 2003 naar 1 juli 2004 omdat enkele supermarkten wat later met voorstellen zijn gekomen. Retailers konden inschrijven, waarna de middelen overeenkomstig het marktaandeel werden toegewezen.

Resultaten

- Er hebben in totaal 12 retailers of retail-organisaties gebruik gemaakt van de regeling. De toegewezen bijdragen lopen uiteen van € 10.000 tot € 250.000 Euro.
- Voor de bedrijven die al biologische producten hadden, was het gevolg van de regeling dat er extra inspanningen zijn geleverd in de promotie van biologisch. Voor een aantal bedrijven is de regeling een eerste kennismaking met nieuwe biologische producten geweest.

-
- De bedrijven, die over de resultaten hebben gerapporteerd⁴⁴, melden omzetstijgingen tijdens de actieweken, variërend van 40% tot 600%. Een enkel bedrijf meldt ook een structurele stijging van de omzet.

Analyse en conclusies

De regeling was een stimulans voor de bedrijven om promotie-activiteiten te starten. De verwachting is dat er anders weinig gebeurd was. Sommigen hebben de mogelijkheid meteen opgepakt. Anderen moesten hiertoe aangezet worden door de ketenmanagers en hadden meer tijd nodig. Ook dreigden sommige supermarkten af te haken omdat het erg lang duurde voordat een en ander met 'Brussel' geregeld was.

De onderzoekers hebben de indruk dat de regeling een sterk ad-hoc-karakter had, zowel binnen het beleid van de Task Force als bij de supermarktbedrijven. Het heeft een beweging in gang gezet, maar deze beweging was niet gekoppeld aan een structurele aanpak bij de supermarkten. De regeling is gestart in een periode dat er vooral nog veel gepraat werd en iedereen het gevoel had dat er wat moest gebeuren.

Een observatie achteraf is dat de aanwezigheid van een centraal coördinatiepunt bij een retailer (bijvoorbeeld een Coördinator Biologisch of productmanager) de effectiviteit van promotie-activiteiten aanzienlijk kan verhogen. Dit voorkomt een ad hoc aanpak, waarbij de omzet via tijdelijke price-offs wordt vergroot. Bovendien dient de biologische visie verankerd te worden in het commerciële beleid. Overwogen kan worden om dit als voorwaarde te stellen voor financiële ondersteuning.

6.3.3 PBS-regeling voor speciaalzaken

Toen de CBL-regeling werd ingesteld is van de kant van Biologica meteen gesteld dat er ook een dergelijke regeling voor de biologische speciaalzaken diende te komen. Dit heeft geleid tot de zogenaamde PBS-regeling: een bijdrage van LNV van € 0,9 mln, waarbij de branche nog eens € 1,25 mln heeft toegevoegd. Vervolgens is in het kader van deze regeling het Masterplan gespecialiseerde retailkanalen biologisch opgesteld door vertegenwoordigende branche-organisaties uit het gespecialiseerde afzetkanaal in natuurvoeding. Voor de organisatie, aansturing en uitvoering van het masterplan is het Promotiebureau Biologische Speciaalzaken (PBS) opgericht door een aantal branche-organisaties⁴⁵.

In het masterplan zijn de volgende doelen geformuleerd, gericht op stimulering van de biologische afzet via speciaalzaken:

- leveren van een bijdrage aan de beoogde 5% doelstelling in 2005 van de Task Force MBL;
- werven en opleiden van nieuwe ondernemers, gericht op uitbreiding van het aantal winkels;
- verhoging van het gemiddelde m2 verkoopoppervlak in biologische speciaalzaken;
- verhoging van het gemiddelde bestedingsbedrag bij de bestaande klanten;
- bereiken van nieuwe groene en gezondheidsbewuste consumenten.

De visie achter het stimuleren van de biologische speciaalzaak is dat een professionele speciaalzaak als voortrekker kan fungeren voor de verdere uitbreiding van de biologische afzet via het retailkanaal. Het Masterplan bestaat uit twee onderdelen:

1. structurele afzetbevordering: ondernemersopleiding, winkelcertificering en ontwikkeling winkelmodules;

2. voorlichting en promotie: proeverijen, generiek ondersteuningsmateriaal, etc.

Voor meer gedetailleerde informatie over de PBS-regeling wordt verwezen naar de bijlagen.

Resultaten

De resultaten tot nu toe laten zich volgens PBS als volgt samenvatten. De resultaten van de structurele afzetbevordering zijn goed meetbaar :

-
- 18 potentiële ondernemers zijn in opleiding: door PBS wordt gesteld dat als de helft daarvan een winkel opent en een gemiddelde omzet van 750.000 gaat realiseren, dan wordt 6,75 miljoen extra omzet per jaar gerealiseerd (dit is ongeveer 5% van de totale omzet van het natuurvoedingskanaal).
 - 5 nieuwe en vernieuwde winkels, waarvan een omzetplus van ca. 5 miljoen euro per jaar wordt geschat (circa 3% van de totale omzet van het natuurvoedingskanaal).

Op promotiegebied hebben de proeverijen en de spaaractie het volgens betrokkenen goed gedaan. De spaaractie betrof 2 miljoen omzet. Echter vooral bestaande klanten zijn hierdoor gestimuleerd.

De conclusie volgens het PBS is dat structurele verbeteringen het speciaalzaak kanaal het beste vooruit helpen. Promoties hebben een tijdelijk effect, wat toeneemt naarmate de actie dichter op de winkel gevoerd wordt. Kansen zijn er voor slimme en eventueel betaalde PR, bij voorkeur via maatschappelijke organisaties.

Conclusies

De PBS-regeling heeft geleid tot een planmatige aanpak en samenwerking hetgeen de effectiviteit van de inzet van middelen bevordert heeft. Uit de interviews blijkt dat de beschikbare middelen voorlopig toereikend waren. De promotie-activiteiten leiden volgens sommige geïnterviewden niet tot structurele afzetbevordering, maar slechts tot een tijdelijke toename van de omzet van bestaande klanten. Ze zijn daarom minder effectief. Een structureel probleem is de kwaliteit, professionaliteit en uitstraling van de speciaalzaken. Daarom wordt vooral het onderdeel 'structurele afzetbevordering' van het masterplan als effectief en nuttig beoordeeld.

6.3.4

Package deals cq MOP's

Midden 2002 is de Task Force begonnen met de introductie van het instrument package deal. Het instrument was oorspronkelijk bedoeld om bedrijven die plannen hadden die bijdragen aan de convenantdoelstellingen, financiële ondersteuning te geven voor die onderdelen die relatief veel risico's met zich meebrengen. Het bleek echter dat 'Brussel' weinig ruimte laat voor ondersteuning van promotie door bedrijven omdat dit beschouwd wordt als staatssteun. Daarom is de financiële ondersteuning gekoppeld aan generieke promotie en als onderdeel van de mediacampagne gepresenteerd.

De financiële bijdrage is bedoeld voor activiteiten die het vermarkten van biologische producten promotioneel ondersteunen. Hierbij moet gedacht worden aan verkoopbevorderende promotie op of rond de winkelvloer, inclusief flankerende opleiding en scholing. Voorwaarde is onder andere dat de producten daadwerkelijk en onder aantrekkelijke condities voor de consument beschikbaar zijn en dat er meerjarige ketenafspraken zijn gemaakt om dit te ondersteunen⁴⁶. Een dergelijke samenwerking is bij uitstek geschikt voor productgroepen die nog minder bij de doorsnee-consument bekend zijn, voor productgroepen die een marktstrategische rol spelen en voor productgroepen die kunnen zorgen voor een sterke verbreding van de afzet.

De naam 'package deal' is veranderd in Meerjarig Opschalingsplan (MOP). Daarmee kan duidelijker worden aangegeven dat het gaat om activiteiten in het verlengde van de campagne, met als doel de markt verder te ontwikkelen.

Soort projecten

Er zijn inmiddels circa 20 MOP's ontwikkeld. In een eerder stadium zijn er nog eens 9 projecten uitgevoerd (marktonderzoeken, ketenmanagement, package deal varkensvlees, etc) die kunnen worden beschouwd als voorlopers van de MOP's. Voor een overzicht van alle MOP's wordt verwezen naar de bijlagen.

De 29 ketenprojecten (pre-MOP's plus MOP's) hebben de volgende kenmerken:

- Er is steeds sprake van cofinanciering. De (toegezegde) bijdrage van LNV is in totaal (dus voor voorlopers en voor de MOP's) € 3 mln. De eigen bijdrage van de bedrijven bedraagt nog eens € 5,1 mln.
- Er is een redelijke verdeling over de verschillende productgroepen. De droge kruidenierswaren blijven (traditioneel) achter. Hetzelfde geldt voor de broodsector. Zuivel bleef achter, maar daarvoor is inmiddels een masterplan opgesteld.
- Ook qua betrokken schakels van de keten is er sprake van een redelijke verdeling over de verschillende schakels. Alleen de speciaalzaken (natuurvoedingswinkels), de horeca en de catering blijven achter. Overigens zijn veel van de MOP's gekoppeld aan één retailbedrijf.
- Wat betreft het soort activiteit, gaat het meestal om nieuwe activiteiten of deels bestaande/deels nieuwe activiteiten. Ook de samenwerking is over het algemeen nieuw of deels bestaand/deels nieuw.

AANTAL MOP's PER PRODUCTGROEP	
1. AGF-producten:	8
Akkerbouw (aardappelen, suiker, granen)	2
Vollegrondsgroenten	6
Fruit	3
Bedeekte teelten (glastuinbouw, paddestoelen)	4
2. Vlees	8
Varkensvlees	8
Rundvlees	6
Pluimveevlees en eieren	1
3. Zuivel	5
4. Brood	2
5. Sierteelt	1
6. Overige producten	2
7. Alle producten	3
BETROKKEN SCHAKELS	
Centrale keten:	
Primaire producenten	21
Verwerking/bewerking	17
Handel	12
Retail supermarkten	18
Retail Speciaalzaken	3
Horeca	0
Catering / bedrijfskantines	3
Keten-ondersteuning:	0
Veredeling, voerleveranciers	0
Logistieke of ICT-dienstverlener	0
Banken	0

Beoogde effecten

Terwijl de 'pre-MOP'-activiteiten nog uiteenlopende doelstellingen hadden, concentreren de MOP's zich allemaal op 3 effecten:

- vergroten van de bekendheid van biologisch bij de consument;
- verbetering van het aanbod (door meer volume, breder assortiment, meer afzetpunten en/of een betere kwaliteit),
- en – als gevolg van bovenstaande effecten – een toename van de consumentenbestedingen.

De meeste MOP's zijn pas eind 2003 begonnen of zitten nog in de voorbereidingsfase, waardoor nog geen duidelijk beeld beschikbaar is van de structurele effecten van

MOP's. Het is een meerjarige aanpak en ook dat geeft al aan dat op korte termijn nog weinig opzienbarend resultaat is te verwachten met betrekking tot de consumentenbestedingen. De verwachtingen van betrokkenen zijn wel dat met de MOP's een instrument is gevonden dat uiteindelijk zeker zal bijdragen aan de toename van consumentenbestedingen.

Voorbeelden van concrete resultaten op het gebied van consumentenbestedingen tot nu toe zijn:

- Een stijging van de verkoop van biologische varkensvlees in één jaar met 50% respectievelijk 160% bij twee supermarkten.
- Stijging van de totale afzet biologische diepvriesgroente binnen retail Nederland met 200% van 500 ton (totaal 2001) naar 1500 ton in 2004.
- Groei van 100% in segment biologische bladgroentes, van 535 ton in 2001 naar 1050 in 2004 ofwel van 90 naar 120 hectare.
- Verdubbeling van de afzet van AGF-producten na volledige vervanging bij een supermarkt.
- Groei van biologische aardappelen van 7% in het kalenderjaar 2002 naar 10% einde 2004.
- Groei van de afzet van 25% in één jaar van biologische zuivel.
- Supermarkten met een gezamenlijk marktaandeel van bijna 60% hebben plannen gemaakt om ofwel gangbare producten voor de biologische producten te vervangen, ofwel het biologische assortiment naast gangbaar uit te breiden.

Van de overige projecten komen er pas dit jaar concrete resultaten. Er zijn ook enkele mislukte projecten. Zo is het opschalingsplan voor de broodsector mislukt. Ook lopen opschalingsplannen van een enkele supermarkt erg moeizaam omdat er weinig commitment is.

Eén van de belangrijkste tusseneffecten van MOP's tot nu toe is dat er meer samenwerking is ontstaan tussen ketenpartijen. Hiermee is de basis gelegd voor structurele samenwerking in de toekomst.

Bevindingen en analyses

De volgende leerervaringen kunnen uit de resultaten tot nu toe worden afgeleid⁴⁷.

- Het is noodzakelijk gebleken om vanuit de Task Force, met name de ketenmanagers en de voorzitter van de Task Force, veel energie te stoppen in het stimuleren van de supermarkten om aan de slag te gaan, op enkele uitzonderingen na. Alleen een convenant blijkt niet voldoende.
- Er is een groot verschil tussen supermarkten. Sommigen hebben een eigen beleid en 'lopen' vanzelf. Dit geldt met name voor AH en Plus. Anderen hebben nadrukkelijk extra stimulans van buitenaf nodig. Wat wel een gunstig effect is, is dat de wijze waarop het instrument in een breder kader (het convenant) is ingebed en de aanpak van de ketenmanagers ertoe leidt dat de één niet bij de ander wil achterblijven.
- Maatwerk en begeleiding van de meerjarige opschalingsplannen is essentieel. Iedere keten (retail, natuurvoedingswinkel of horeca) en iedere productgroep wil zijn eigen unieke marktbenadering met betrekking tot biologische opschaling. Een collectieve aanpak waarbij iedereen op dezelfde manier dezelfde producten tegelijkertijd promoot werkt niet.
- Deelnemende supermarkten hebben over het algemeen een meer procesmatige aanpak zonder van te voren een project te definiëren. Gaandeweg wordt bijvoorbeeld een aantal producten vervangen dat in voldoende hoeveelheden beschikbaar is, en op basis van ervaringen worden daar promotionele activiteiten om heen georganiseerd. Je zou dit een ontwikkelmatige aanpak kunnen noemen. Dit staat soms op gespannen voet met de – vanuit beheersingsoogpunt begrijpelijke – ontwerpma-

tige aanpak van de Task Force, waarin wordt geëist dat per supermarkt een uitgebreid projectplan wordt voorgelegd.

- Gedrevenheid en intensieve betrokkenheid door top van het bedrijfsleven is essentieel. Om die reden is het belangrijk dat biologische schapruimte niet via eenvoudige price offs veroverd wordt, maar dat een biologische visie verankerd wordt in het commerciële beleid, waarbij o.a. duidelijk is welke consumenten je op welke wijze wilt benaderen.
- Bij een aantal supermarkten spelen de groothandels en toeleveranciers een belangrijke en pro-actieve rol bij het ondersteunen van de promotieplannen. Dit geldt zeker voor de onverpakte / verse producten. Zij hebben kennis over hoe biologische producten in de supermarkt op een effectieve manier onder de aandacht van de consument gebracht kan worden.
- Voor producten die goed met promotie in en om de winkelvloer ondersteund worden, geldt volgens de ketenmanagers altijd een grote omzetgroei (afhankelijk van bestand marktaandeel, van verdubbeling tot vertienvoudiging van de omzet). Na het stopzetten van de promotie-activiteiten valt de omzet wel terug, maar blijft het marktaandeel wel hoger dan vóór de actie.
- Een kritische succesvoorwaarde bij het opschalen van biologische AGF is een goede begeleiding op de winkelvloer. Succes van een biologisch product staat en valt bij enthousiasme op de winkelvloer. Die 'doorvertaling' naar inkopers en winkelvloer is een zeer langdurig proces. Men is echter geneigd om de ondersteuning in te zetten voor promotie en geen investeringen te doen in opleiding en training van winkelpersoneel. Dit is echter wel belangrijk omdat juist als de marges laag zijn het personeel extra gemotiveerd moet zijn om van biologisch een succes te maken.
- Algemene vervanging is een goed alternatief. Echter de mededingingswet laat helaas in brancheverband sectorbrede afspraken hierover niet toe. Ook wordt hiermee geen bewuste biologische consument opgevoed, omdat er geen keuzemogelijkheid is.
- Hoewel varkensvlees een slechte pers heeft, is dit juist één van de succesvolle meerjarige opschalingsplannen.
- De effectiviteit van de activiteiten wordt aanzienlijk vergroot als biologisch verankerd is in het commerciële beleid van een supermarkt en er bovendien een biologisch coördinator of productmanager is aangesteld.

Conclusie

- Met de MOP's is, voor zover nu kan worden nagegaan, een effectief instrument ontwikkeld voor opschaling. De feitelijke effecten zullen dit jaar en komend jaar nog moeten blijken.

6.4 Co-innovatieprogramma

Uitvoering

- ☐ Zijn co-innovatieprojecten ondersteund en uitgevoerd?
- ☐ Zijn co-innovatieprojecten evenwichtig over de ketens ondersteund en uitgevoerd?

Effecten

- ☐ Heeft de uitvoering van co-innovatie projecten (gericht op commerciële activiteiten) geleid tot meer samenwerking in de keten?

Het co-innovatieprogramma 'Professionalisering van biologische afzetketens, het beste van twee werelden' is gestart in 2001 als onderdeel van een breder co-innovatieprogramma dat door de Stichting Agro Keten Kennis (AKK) wordt uitgevoerd⁴⁸. Doel van het programma is 'het verder professionaliseren van marktgerichte biologische afzetketens en de opbouw van een responsieve kennisinfrastructuur hiervoor'. Co-innovatieprojecten hebben als belangrijkste kenmerken dat het gaat om:

- marktgerichte en vraaggestuurde ketenprojecten met minimaal drie ketenschakels
- gericht op het oplossen van kennisvragen vanuit het bedrijfsleven
- in samenwerking tussen het bedrijfsleven en onderzoeksinstituten (betrokkenheid van minimaal twee kennisinstellingen)
- met co-financiering van het bedrijfsleven en onderzoek
- en met kennisoverdracht gedurende en na afloop van het project.

Het gaat dus om toegepast praktijkonderzoek in de biologische ketens.

De co-financiering bestaat uit 50% vanuit het bedrijfsleven (deels in geld en deels in natura), 22,5 % via de reguliere middelen van publiek gefinancierde kennisinstellingen en 27,5 % rechtstreekse bijdrage vanuit LNV⁴⁹. Het programma staat formeel los van de activiteiten van de Task Force MBL. Wel geeft de Task Force advies aan AKK over de beoordeling van de ingediende projecten.

Projectgegevens

Inmiddels zijn er 25 projecten gestart waarvan er 5 zijn afgerond. Voor 2 projecten geldt dat ze na fase 1, de haalbaarheidsfase, zijn gestopt omdat ze niet haalbaar bleken. In de volgende tabel wordt een overzicht gegeven van de betrokken productgroepen en schakels in de projecten. Voor een uitgebreid overzicht van de projecten wordt verwezen naar de bijlagen.

AANTAL PER PRODUCTGROEP	
1. AGF-producten:	8
Akkerbouw (aardappelen, suiker, granen)	0
Vollegrondsgroenten	3
Fruit	5
Bedeekte teelten (glastuinbouw, paddestoelen)	4
2. Vlees	9
Varkensvlees	6
Rundvlees	4
Pluimveevlees en eieren	0
3. Zuivel	2
4. Brood	1
5. Sierteelt	2
6. Overige producten	0
7. Alle producten	6
BETROKKEN SCHAKELS	
Centrale keten:	
Primaire producenten	19
Verwerking/bewerking	9
Handel	13
Retail supermarkten	4
Retail Speciaalzaken	4
Horeca	0
Catering / bedrijfskantines	3
Keten-ondersteuning:	
Veredeling, voerleveranciers	1
Logistieke of ICT-dienstverlener	2
Banken	0

In de meeste projecten komen meerdere thema's aan de orde. Belangrijke thema's zijn:

- opschaling van productie en afzet
- consument en marketing
- ketenvorming- en samenwerking en
- verbetering en borging van kwaliteit.

Er zijn vanuit het bedrijfsleven in totaal 67 organisaties bij de projecten betrokken en vanuit de kennisinstellingen 15 instellingen. LNV heeft circa € 1,9 mln rechtstreeks bijgedragen aan de co-innovatieprojecten.

Analyse en conclusies

Binnenkort zal vanuit LNV een aparte evaluatie worden gehouden van de co-innovatieprojecten. Daarom wordt hier slechts kort ingegaan op de co-innovatieprojecten.

- De projecten zijn langzaam op gang gekomen. Verreweg de meeste activiteiten vinden in 2003 en 2004 plaats. Dit heeft te maken met het feit dat bedrijven in het begin een afwachtende houding aannamen: de campagne was nog niet gestart, waardoor er nog geen zicht was op mogelijke impulsen vanuit de vraagzijde en de Task Force moest nog 'op stoom komen'. Inmiddels is het beschikbare budget uitgeput. Er staan nog 2 projecten op de reservelijst in afwachting van mogelijke vrijval van middelen.
- Door de structuur van de projecten, waarin minimaal drie ketenschakels betrokken zijn, leiden de activiteiten zeker tot meer samenwerking in de keten. Partijen zitten met elkaar rond de tafel en bouwen op die manier een netwerk op. Tot nu toe zijn geen van de projecten voortijdig beëindigd, behalve twee projecten waarvan het beoogde concept niet haalbaar bleek.
- Doordat het bedrijfsleven zelf een aanzienlijke bijdrage levert, is de vraag- en marktgerichte oriëntatie van de projecten in zekere zin gewaarborgd.

Aandachtspunten:

- Over de samenwerking met de kennisinstellingen wordt verschillend geoordeeld: soms positief, maar soms ook kritisch: 'de onderzoekers kunnen soms meer leren van het bedrijfsleven dan andersom'. Het feit dat alleen deze instellingen kunnen worden betrokken en niet bijvoorbeeld particuliere onderzoeksbureaus heeft te maken met het feit dat 'Brussel' steun aan particuliere onderzoeksbedrijven niet toestaat.
- Verder worden de procedures rond de projecten als belemmerend ervaren.
- Aan de andere kant is ook zo dat het bedrijfsleven moet leren om de regie te voeren en de instellingen goed aan te sturen. Zij zijn dat niet gewend.
- Een belangrijk punt van aandacht is de verspreiding van resultaten. Gebleken is de projecten relatief onbekend zijn in het beleidsveld. Dit heeft mede te maken met het feit dat projectresultaten en de ontwikkelde concepten veelal pas na afloop van een project worden geïmplementeerd. Onlangs zijn initiatieven gestart om via een apart project kennisverspreiding met betrekking tot centrale thema's te stimuleren. Dit onderwerp zal de komende jaren meer aandacht dienen te krijgen.

6.5 Mediacampagne

Uitvoering

- ☐ Is een gezamenlijke communicatiecampagne uitgevoerd zoals gepland?
- ☐ Zijn vooraf de doelgroepen van de communicatiecampagne gedefinieerd en zijn ze ook bereikt?

Doelmatigheid

- ☐ Hoe efficiënt is de mediacampagne uitgevoerd?

Effecten

- ☐ Heeft de mediacampagne (incl. opleiding winkelpersoneel) geleid tot:
 - Grotere bekendheid consument met biologische producten (incl. de meerwaarde hiervan)?
 - Meer aankoop door nieuwe en bestaande consumenten?
- ☐ Heeft de grotere bekendheid van biologisch bij consument geleid tot groter aandeel consumentenbestedingen aan biologisch?

6.5.1 Beschrijving van de publiekscampagne⁵⁰

In de oorspronkelijke beleidsnota was voorzien in voorlichting, gericht op het creëren van begrip bij de consument voor de werkelijke waarde van het biologische product via bijvoorbeeld het Voedingscentrum Nederland. Ook was voorzien in communicatie, gekoppeld aan het raamconvenant en gericht op de (nieuwe) consument en retail, horeca en grootverbruik, met als doel promotie van biologische producten. De Task Force heeft vervolgens in het kader van de gewijzigde aanpak in de richting van opschaling en promotie, besloten om de middelen te bundelen en een algemene publiekscampagne te realiseren.

Aanpak

De voorbereidingen van de campagne zijn in het voorjaar van 2002 gestart. De eerste uitingen op tv en in print waren in september 2002. De officiële campagneaftrap vond plaats met een persbijeenkomst in een omgebouwd magazijn van een supermarkt van Konmar in Leidschendam, in aanwezigheid van minister C. Veerman van LNV. De campagne *Biologisch, eigenlijk heel logisch* loopt tot eind 2004.

De campagne is Europees aanbesteed⁵¹. Gedurende de aanbestedingsprocedure en de voorbereiding van de campagne, die erg lang duurde, is van november 2001 t/m mei 2002 een kleine aanloopcampagne gevoerd waarbij aan redacties van huis-aan-huiskranten opgemaakte artikelen, halve en hele pagina's zijn aangeboden voor plaatsing. De aanloopcampagne maakte geen deel uit van de campagne *Biologisch, eigenlijk heel logisch*, maar is wel in samenspraak met de convenantpartners tot stand gekomen en uitgevoerd.

Strategie en -doelen

De opdracht aan het reclamebureau luidde: ontwikkel een meerjarige campagne die er voor zorgt:

- dat biologisch in beeld komt bij een breed publiek, dus bij de doorsnee supermarktbezoeker en niet alleen bij het maatschappelijk geëngageerde deel van het koperspubliek;
- dat de afzet daadwerkelijk groeit door het creëren van omstandigheden die dat mogelijk en aannemelijk maken.

Doelgroep is de consument die nu al soms tot regelmatig biologisch koopt, en de consument die aangeeft dit voor de toekomst te overwegen.

De campagne heeft hiermee een imago-aspect en een gedragsbeïnvloedingsaspect gekregen, zowel naar de consument als naar de supermarkt die immers follow-up zal moeten geven door assortiment te bieden, er aandacht aan te besteden, probeeraanpakken te bevorderen, enz. Randvoorwaarden bij de communicatie waren dat biologisch niet afgezet werd tegen gangbaar, en dat er geen claims gebruik zouden worden die betwistbaar zijn, zoals 'goed voor de gezondheid'.

De strategie die is geformuleerd laat zich als volgt samenvatten:

- biologisch moet gepositioneerd worden in de categorie food (i.p.v. als landbouwmethode);
- de campagne is voor iedereen;
- het heeft een uitstraling van 'ongedwongen genieten'
- en is uit twee fasen opgebouwd: eerst imago dan verkoopgericht;
- qua mediakeuze ligt er een zwaar accent op TV (voor de snelle bereiksofbouw), aangevuld met print voor de verdieping (eerste fase) en PR (vooral tweede fase).

Uitvoering

De aanloopcampagne.

Dit ging om aan huis-aan-huis-kranten aangeboden artikelen, die waren onderverdeeld in 7 uitgaven⁵².

De feitelijke campagne 'Biologisch, eigenlijk heel logisch'.

Er zijn in 2002 en 2003 twee tv-concepten gemaakt, voor de twee fasen elk een. Er is een tag-on ontwikkeld van 5 seconden die het algemene begrip 'biologisch' uit de eerste reeks basisspots concretiseert naar een aantal voor de consument herkenbare productgroepen (vlees, zuivel, brood, AGF). De twee concepten kunnen als volgt kort beschreven worden:

1. De 'vignettenfilm' (tot zomer 2003): vier korte scènes in telkens een andere omgeving, met voice-over; benoemen de kernwaarden van biologisch en laten zien dat biologisch voor iedereen is⁵³.
2. Introductie van 'Els' (september 2003 tot eind 2004). Els is een demonstratrice in de winkel die constateert dat biologische producten zoveel pluspunten hebben (smaak, diervriendelijkheid, verantwoord) dat ze bijna zichzelf verkopen. Dit onderdeel was bedoeld om de positieve intenties bij de burgers (70% vindt dat biologisch ook bij hem/haar past) te helpen doorvertalen naar koopgedrag⁵⁴.

Naast de TV-spots zijn er 5 productgroepsadvertenties ontwikkeld en in 2002 en begin 2003 geplaatst in publicatiebladen en special interest bladen, en is er deelgenomen aan beurzen voor de diverse doelgroepen van de campagne (LandbouwRAI, Horecava, Nationale Food Week, Biofach). Op aandringen van de marktpartijen wordt in 2004 meer nadruk gelegd op PR. TV blijft daarnaast een belangrijk medium. Een website met achtergrondinformatie is in 2004 vanzelfsprekend onmisbaar, al is die om budgetredenen betrekkelijk sober gehouden. De website is in februari 2004 aangepast (meer inhoudelijke informatie over biologische productassortiment).

Doorvertaling

'Els' als concept leent zich goed voor doorvertalen naar de winkelvloer. Els is het gezicht van biologisch en dus zeer geschikt voor displays, posters, winkeldemo's. In het najaar is besloten het budget voor de campagne uit te breiden ten behoeve van acties op de winkelvloer. De voorwaarde is dat de product(groep)en waaromheen de campagne acties organiseert daadwerkelijk en tegen gunstige condities aangeboden worden en bedrijven hier met ketenpartners langetermijn-plannen voor gemaakt hebben⁵⁵. Promotie vindt in de meeste gevallen plaats in de vorm van:

- winkeldemo's (in totaal een kleine 1000)
- voorlichting en promotie in de winkels
- voorlichting en promotie in de bladen van de diverse winkelformules

Price offs zijn altijd voor rekening van de marktpartij.

Monitoring

De campagne-uitingen zijn op diverse momenten gepretest. De campagne wordt daarnaast met enige regelmaat en met verschillende methoden⁵⁶ gemonitord door de Rijksvoorlichtingsdienst op bereik, waardering en herkenning, en mediakeuze en effectiviteit van de media-inkoop. Het onderzoek halverwege fase 1 liet zien dat de boodschap wordt herkend en erkend, maar dat het aanpassen van eigen gedrag achter bleef. In zijn rol als burger was de kijker het met de boodschap eens, maar in zijn rol als consument had hij moeite met het aanpassen van zijn koopgedrag.

Mede hierdoor is de spot voor fase 2 qua opzet fors aangepast ten opzichte van fase 1:

- een commercial met meer impact, die wat dichterbij het aankoopbeslismoment aansluit;
- meer gezicht in de campagne: hoofdpersoon is een demonstratrice van biologisch in een winkel;
- doortrekken naar de winkelvloer, middels winkeldemo's, campagnematerialen.

Het herkenbaar muziekje, de voice-over en de stijl van fotografie en beeldregistratie bleven intact. De laatste serie spots scoort erg goed in het Verify-onderzoek: twee van de drie spots ruim boven de benchmark van de 30% best gewaarde tv-commercials. Mediadruk is volgens RVD-onderzoek aan de lage kant. Dit wordt onderkend maar is een gevolg van het beschikbare budget dat over 2,5 jaar moet worden uitgesmeerd.

Inhaakmogelijkheden voor fabrikanten en retailers

Producenten en retailers hebben ruim mogelijkheden om in te haken op de campagne. Standaard voorlichtingsmateriaal is in principe gratis beschikbaar. Duurdere producten zoals schorten en grotere oplagen worden tegen kostprijs geleverd. Het campagnelogo mag onder voorwaarden worden gebruikt door fabrikanten en retailers.

Tijdens de eerste fase van de mediacampagne bood de Task Force zogenaamde 'tag-ons' aan: een 5 seconden spot voor een specifieke productgroep in het zelfde reclameblok als de basisspot. Deze tag-ons konden door het bedrijfsleven worden aangevraagd. De voorwaarde voor deelname was dat de leverancier en retailer (bijna) branche-brede winkelpromoties op touw moesten zetten op eigen kosten. De Task Force droeg de kosten voor de productie en het uitzenden van de tag-on.

Bij de huidige tweede fase van de mediacampagne (Els), vanaf september 2003, is er voor marktpartijen de mogelijkheid om met een eigen tag-on te verschijnen in de reclameblokken waarin de Task Force commercials heeft. Zij kunnen dan hun eigen aanbieding of actie communiceren.

Voor biologische bedrijven is een bord ontwikkeld voor op het bedrijf en kunnen transportmiddelen van stickers worden voorzien.

6.5.2 Bevindingen⁵⁷

De gezamenlijkheid van de campagne

De campagne is opgezet in samenspraak met de convenantspartijen. Voor de Europese aanbesteding van de campagne is een briefingsdocument opgesteld waarover alle convenantspartijen hebben meegepraat en input hebben geleverd, en dat uiteindelijk door allen is akkoord bevonden. In dit briefingsdocument staat wat het doel van de campagne is, voor wie, wat de randvoorwaarden zijn (zoals niet afzetten tegen gangbaar), enz. In de gunningscommissie zaten vertegenwoordigers van de convenantspartijen voor zover ze daar tijd en belangstelling voor hadden. Het advies van de gunningscommissie is gepresenteerd en geaccordeerd in de Task Force.

Bij alle bureaus in de laatste fase van de aanbesteding (de shortlist) was het gevoel dat er nog veel discussie en sparren met de bureaus nodig was om tot een goed eindresultaat te komen. Vaak ging het om communicatietechnische discussies, waarvoor de Task Force als platform niet geschikt was. Er is daarom een Communicatiewerkgroep opgezet

waarin de communicatiespecialisten van de convenantspartijen zitting hadden. Deze werkgroep adviseerde de Task Force. Voor de dagelijkse coördinatie is een campagne-coördinator aangesteld.

Verschuiving in de planning

Bij de communicatie naar marktpartijen is in het begin de tijd van voorbereiding te optimistisch ingeschat. De publiekscampagne had oorspronkelijk al in 2001 van start moeten gaan. Hiervoor zijn twee belangrijke redenen. Om met veel partijen met uiteenlopende belangen tot een gezamenlijke campagneboodschap te komen is veel tijd nodig. Bovendien diende de campagne uiteindelijk Europees aanbesteed te worden: dat heeft veel extra tijd gekost. Uiteindelijk is de campagne pas in september 2002 van start is gegaan. Daardoor moest teruggekomen worden op een toezegging voor de startdatum van de campagne, die uiteindelijk een jaar later is gestart dan in eerste aanleg gecommuniceerd.

De strategie van PPGH was een communicatie in twee fasen: eerst een imageronde, en dan een gedragsbeïnvloedingfase. Dit is conform opzet uitgevoerd. De 1e fase heeft gelopen van september 2002 tot september 2003. In september 2003 is de 2e fase (met Els) gestart.

Aanhaken bedrijfsleven

Het aanhaken door het bedrijfsleven heeft een lange aanlooptijd nodig gehad. Het afgelopen jaar is er wat meer belangstelling geweest vanuit het bedrijfsleven om aan te haken:

- Er zijn in de eerste fase van de campagne voor 7 verschillende productgroepen tag-ons georganiseerd, onder andere in zuivel en in de AGF, waarbij bijvoorbeeld de aardappelhandel slim gebruik heeft gemaakt van de mogelijkheid (resultaat twee maal zo hoge omzet).
- In 2003 is de mogelijkheid van een eigen tag-on gebruikt door Plus. In 2004 hebben Plus, Oerlemans en de natuurvoedingswinkels (Natudis) hier tot nu toe gebruik van gemaakt.
- De speciaalzaken hebben speciaal samengestelde winkelpakketten afgenomen, met onder andere productposters, plafondhangers en winkelraamstickers.
- Vanuit boerenhoek is belangstelling voor een bord dat buiten bij het bedrijf geplaatst kan worden om passanten te laten zien dat zij biologisch werken. Dit bord is onlangs beschikbaar gekomen.

Daarnaast zijn er natuurlijk in het kader van de CBL-regeling en de MOP's activiteiten ontwikkeld (zie betreffende paragrafen).

Bereiken doelgroepen

In het briefingsdocument staan de volgende doelgroepen genoemd:

- breed publiek, waaronder primair die al (wel eens) biologisch kopen;
- bestaande kopers (de voorhoedeconsumenten);
- enkele speciale groepen, zoals jonge ouders, senioren;
- producenten, retailers, fabrikanten/verwerkers van biologische grondstoffen en producten en andere actoren, zoals belangenorganisaties in de biologische keten.

Tijdens de selectieprocedure is daar de groep culinair geïnteresseerden nog bijgekomen.

Om al deze groepen te bereiken werd TV een onmisbaar medium geacht. De RVD-onderzoeken laten zien dat de doelgroepen redelijk evenwichtig bereikt zijn. De speciale groepen zijn extra benaderd via advertenties in special interest tijdschriften. Het bereik van de campagne is volgens het jongste RVD tracking onderzoek goed, hoger dan eerdere metingen en met een score boven de benchmark (het gemiddelde van vergelijkbare overheidscampagnes).

Doordat het medium TV een belangrijke plaats inneemt worden 'via de band' ook producenten, retailers, en dergelijke bereikt. Daarnaast is een zogenaamd Marketing-overleg

gestart. Dit platform is deels gebruikt als input van kennis en suggesties, maar het heeft ook geleid tot het creëren van draagvlak en het opbouwen van een vertrouwensrelatie. Via voortgangsberichten, die via de convenantpartijen naar hun achterban worden verspreid, zien zij de activiteiten die worden ondernomen en blijven zij alert.

De scholing van winkelpersoneel was geen hoofddoel in de publiekscampagne. Wel is met de keus voor Els geprobeerd de campagne voor winkelpersoneel herkenbaarder te maken en dichterbij te brengen. Uit de metingen van de RVD (winkelpersoneel is geen aparte groep) is niet op te maken of deze groep extra goed bereikt is. De opleiding van winkelpersoneel is wel voor een deel meegenomen in projecten in het kader van de 'CBL-regeling', en belangrijker, in het 'Focus op Biologisch' project van CBL.

Bereiken doelen

Hierbij gaat het om de vraag of de mediacampagne geleid heeft tot grotere bekendheid bij de consument met biologische producten (inclusief de meerwaarde hiervan).

Het campagnedoel was niet zozeer om de bekendheid met biologische producten te vergroten (uit de nulmeting blijkt dat de bekendheid al hoog was, namelijk 95%) maar om, samen met andere instrumenten, een omgeving te creëren waarbij de afzet werd gestimuleerd.

De spots communiceren wat beoogd wordt:

- De campagne in de eerste fase straalt uit dat biologische producten minstens net zo lekker zijn, staan voor bewust leven, en voor iedereen zijn (RVD tussenmeting 2002). 27% van degenen die zich de campagne herinneren geven aan door de campagne te weten dat biologische producten eigenlijk heel logisch zijn. Eveneens een kwart onderschrijft dat men door de campagne vindt dat biologische producten ook wel iets voor henzelf zijn. Verder is 13% van mening dat men door de campagne in de winkel vaker op biologische producten let en 8% is door de campagne vaker biologisch gaan kopen⁵⁸.
- In de tweede fase wordt als voornaamste boodschap met name 'het stimuleren van de verkoop' genoemd. De verhaallijn in de supermarkt lijkt hieraan dus een bijdrage te hebben geleverd. De bekendheid met de slogan groeit: 80% van de boodschappers kent de slogan⁵⁹.

De campagne heeft volgens betrokkenen wel twee relevante effecten opgeleverd:

1. de zichtbaarheid van acties op de winkelvloer is er door vergroot;
2. biologische producten zijn vooral voor de supermarkten 'normaler' geworden. Het heeft biologisch onder de aandacht gebracht bij inkoopmanagers van de retailer, omdat deze wel mee moesten doen.

Zo doen supermarkten als Dirk van den Broek en Hoogvliet, die voorheen niets met biologisch hadden, nu toch mee in het aanbieden van producten aan de consument. Hiervoor is overigens niet alleen de campagne verantwoordelijk. Maar het zichtbaar zijn op TV, temidden van andere 'normale' producten, heeft daar waarschijnlijk toch aan bijgedragen. Verder is de behoefte aan informatie over biologisch toegenomen.

Meer consumentenbestedingen?

Het rechtstreekse verband tussen de campagne en een structurele toename van de afzet is moeilijk aan te tonen. Wel zijn er rond de campagneweek tijdelijke verhogingen van afzet waar te nemen van 10% tot zelfs vertienvoudiging⁶⁰. Maar dit is veelal gerelateerd aan aanbiedingen.

Een toename van de afzet was ook niet het primaire doel. De campagne heeft vooral de zichtbaarheid van andere acties vergroot, zoals activiteiten in het kader van de CBL-regeling of – meer recent – de MOP's. Dit zal niet zonder effect gebleven zijn. Het is opvallend dat biologisch vooral in de breedte sterker is geworden: waar voorheen alleen AH zichtbaar was, hebben nu bijna alle supermarkten bio-producten in het assortiment.

Belangrijk neveneffect: actie

De campagne kwam op een moment dat de betrokken partijen het vele gepraat moe waren. Daarmee was de campagne procesmatig gezien een goede interventie: partijen begonnen weer betrokken te raken, er ontstond een zeker enthousiasme en de inkoopmanager werd gestimuleerd om aan te haken en meer met biologisch te doen.

6.5.3 Effectiviteit belemmerd**Beperkende omstandigheden**

Als beperkende omstandigheden voor de effectiviteit van de campagne worden genoemd⁶¹:

- a. het budget (meer mediadruk was wenselijk geweest om op het niveau van bijv. A-merken te komen); voor het positioneren van producten worden normaal gesproken veel grotere bedragen uitgegeven;
- b. Europese regels. De eis van generieke uitingen in plaats van concrete aankoopgerichte uitingen is belemmerend voor het realiseren van een doel dat op verandering van aankoopgedrag is gericht. Het associëren aan merken is verboden omdat het als staatssteun aan individuele marktpartijen wordt gezien, ook als alle partijen gelijk behandeld worden. Dit belemmert in feite ander EU-beleid dat biologisch juist wil promoten.
- c. externe omstandigheden (supermarktoorlog waardoor alle communicatie over prijs gaat, en de economie waardoor veel consument de hand op de knip houden).

Gebrek aan scherpheid van de boodschap bekritiseerd

Naast bovenstaande beperkingen wordt vooral op het gebrek aan inhoud van de boodschap in de gesprekken veel kritiek geleverd. Doordat alle convenantpartijen het over de inhoud eens moesten zijn, en vooral LNV maar ook LTO en CBL bang waren dat men zich zou afzetten tegen gangbaar, kon er geen scherpe boodschap worden afgegeven. Zo mocht niet rechtstreeks gesuggereerd worden dat biologisch gezond, lekkerder of beter voor het milieu is (de belangrijkste redenen voor consumenten om biologische te kopen). Hierdoor is de boodschap volgens veel geïnterviewden vanuit marketing oogpunt een "slap verhaal" geworden, waar overigens binnen de beperkingen nog het beste van gemaakt is.

Ook zijn critici van mening dat er veel meer feitelijke informatie over biologisch verstrekt had moeten worden. Men is van mening dat het gebrek aan informatie de effectiviteit van de campagne aanzienlijk beperkt heeft: "Waarom is biologisch zo logisch? Dat wordt nergens uitgelegd."

Meer direct contact met de consument

Critici vanuit met name het natuurvoedingskanaal geven aan dat er veel meer aangehaakt zou moeten worden bij lokale activiteiten, bijvoorbeeld verwijzen naar biologische boeren in de buurt, of in regionale bladen extra aandacht besteden aan biologisch. Deze vorm van 'slimme PR' zou een volgende fase kunnen zijn van de campagne. Inmiddels is een PR-medewerker aan het kernteam toegevoegd.

6.5.4 Efficiency van de (uitvoering van de) campagne

In totaal is € 5,6 mln aan de campagne uitgegeven. In eerste instantie is € 4,1 mln voor publieksvoorlichting gereserveerd (inclusief projectfinanciering voor Biologica); later is daar voor diverse extra activiteiten € 1,5 mln aan toegevoegd. Voor de inkoop van media is gebruik gemaakt van de contacten en contracten van de RVD, waardoor vergelijkbare bedragen betaald zijn als bij andere campagnes. Om de inkoop te optimaliseren is, als een van de eersten, gebruik gemaakt van de kennis van Media Audits waarmee de RVD een contract is aangegaan. MA rekent na of er slim genoeg is ingekocht en doet aanbevelingen voor verbeteringen. MA heeft in de campagneperiode drie maal een onderzoek gedaan, op basis waarvan (bescheiden) bijstellingen zijn gedaan. Er zijn daarnaast di-

verse gratis plaatsingen van advertenties gerealiseerd in bladen (bijv. Elle Eten) of plaatsingen met forse korting (bijv. Lekker).

Een andere vorm van efficiëntie is het vergroten van de mate waarin de uitingen opvallen. Hoe meer een uiting opvalt, hoe efficiënter reclamegeld is besteed. De eerste spot was weliswaar informatief maar de herkenning bleef achter. Datzelfde gold voor de tag-ons. Om hierin verbetering aan te brengen is eerst (met succes) de tag-on aangepast en daarna de basisspot zelf.

Een derde vorm is de mate waarin de uitingen de aandacht vasthouden. Als kijkers wegzappen is dat verspilling van mediabudget. Onderzoek van Verify (onder auspiciën van de RVD, eind 2003 / begin 2004) laat zien dat alle 3 de commercials van de 2e serie hoge scores krijgen op het gebied van aantrekkelijkheid. De verhaallijn blijkt onderhoudend en de spots houden de aandacht goed vast. Op de meeste onderdelen scoren de spots boven de benchmark (het gemiddelde van de 30% hoogst gewaardeerde spots op tv). Ook geven relatief veel mensen aan de boodschap van de commercials relevant te vinden.

Verhouding kosten versus effectiviteit: klassieke aanpak of guerilla-PR?

Een vierde vorm van efficiency is effectiviteit van de maatregel, afgezet tegen de kosten. Een aantal partijen, met name vanuit de hoek van het natuurvoedingskanaal, betogen dat het gezien het beperkte budget, veel effectiever en efficiënter was geweest om een minder generieke en grootschalige aanpak te hanteren, en de campagne op een meer guerilla-achtige manier te voeren, zoals bijvoorbeeld ook maatschappelijke organisaties dat gewend zijn: kleine doelgerichte en media-gerichte acties, die opvallen door een hoog PR –gehalte, die meer op een specifieke doelgroep gericht zijn en die veel meer werken via direct contact op de winkelvloer en via directe media-aandacht, uiteenlopend van promotie-activiteiten tot aan het aanhaken bij televisieprogramma's.

In ieder geval is er geen brede PR en PR-coördinatie geweest. Hiermee is een kans blijven liggen. Men lijkt nu op twee gedachten gehinkt te hebben: een klassieke campagne, maar met beperkte middelen. Eén van de redenen dat men hier niet voor gekozen heeft, is dat de klassieke reclamebureaus waarmee de overheid bij voorkeur werkt wel goed zijn in klassieke vormen van reclame maken via massamedia, maar veel minder in meer PR-matige benaderingen, en hiervoor bovendien veel te duur zijn. Dat de overheid liever met grotere bureaus werkt heeft te maken met waarborgen van continuïteit en betrouwbaarheid, maar dit gaat wel ten koste van creativiteit in de aanpak en *value for money*.

6.5.5

Conclusies publiekscampagne

- De marktpartijen zijn over het algemeen tevreden over de uitstraling van de campagne-uitingen, waarmee afscheid is genomen van het alternatieve imago van biologisch.
- De campagne volgt een traditionele promotiestrategie. De vraag blijft of een meer PR-georiënteerde aanpak, welke door een deel van de convenantpartijen wordt voorgestaan, niet veel effectiever was geweest. In ieder geval had meer aandacht aan PR besteed dienen te worden.
- Door betrokkenheid van alle partijen is de scherpte eraf gegaan, met als gevolg een onduidelijke cq niet krachtige boodschap.
- Er is vooral veel kritiek op het gebrekkige informatieve karakter. Betoogt wordt door de critici dat je veel meer argumenten moet geven in de campagne waarom biologisch logisch is.
- De effecten worden over het algemeen neutraal/positief gewaardeerd.
- Een belangrijk neveneffect in de eerste periode is het bij elkaar brengen van partijen geweest.

6.6 Conclusies

Ten aanzien van het gehanteerde instrumentarium kunnen de volgende conclusies worden getrokken.

- Het instrumentarium dat uiteindelijk ontwikkeld is, is redelijk effectief en succesvol: het convenant was de stok, de mediacampagne de wortel, en de ketenmanagers met MOP-geld de katalysator.
- De Task Force heeft goed gefunctioneerd na een lange aanlooperperiode, maar was eenzijdig samengesteld, waardoor wellicht kansen zijn blijven liggen.
- Het convenant kan goed werken als het concreet wordt doorvertaald naar afspraken op de werkvloer en hiervoor bovendien een infrastructuur wordt ingericht (direct contact met de winkelvloer, ketenmanagement, marketingoverleg, etc.)
- Ketenmanagement is noodzakelijk in een dergelijke context. De effectiviteit is echter vooral persoonsgebonden.
- Alleen vraaggericht maatwerk blijkt te werken.
- De campagne was procesmatig gezien nuttig en heeft effect gehad, maar de boodschap is helaas een onduidelijk compromis geworden omdat er teveel partijen bij betrokken waren die ook andere belangen in het oog dienden te houden. Hierdoor is een kans blijven liggen.
- De inzet van financiële middelen van LNV heeft een multiplier-effect gehad (in de orde van grootte van een factor 0,5-1) vanwege de verschillende vormen van co-financiering die zijn gehanteerd.

7 Gewasbeschermingsmiddelen van natuurlijke oorsprong

Uitvoering

- ☐ Is er gewerkt aan vereenvoudiging van de toelating van GNO's?
- ☐ Is de instelling van een tijdelijk stimuleringsfonds voor de toelating van GNO's onderzocht?
- ☐ Waarom is aansluiting gezocht bij het project GENOEG t.b.v. toelating GNO's?

Effecten

- ☐ Heeft vereenvoudigde toelating van GNO's geleid tot verlaging van de toelatingskosten?
- ☐ Heeft project "GENOEG" geleid tot verlaging van de toelatingskosten?
- ☐ Heeft verlaging van de toelatingskosten geleid tot meer toegelaten GNO's? Zo nee, waarom niet?
- ☐ Leidt het (nog) niet toegelaten zijn van GNO's tot knelpunten in de bedrijfsvoering van biologische primaire producenten?
- ☐ Hoofdvraag: Hebben de activiteiten in het kader van GNO bijgedragen aan een verbeterde bedrijfsvoering op het primaire bedrijf?

7.1 Het project GENOEG

Voor biologische landbouw is het van belang om de beschikbaarheid van gewasbeschermingsmiddelen van natuurlijke oorsprong te vergroten. Daarnaast maken GNO's de bedrijfsvoering landbouwbreed makkelijker. Achterliggende doelen hierbij zijn:

- vermindering van het gebruik van chemische gewasbeschermingsmiddelen;
- vermindering van emissies naar het milieu;
- ondersteuning van de biologische landbouw .

Vanuit de beleidsnota "Een biologische markt te winnen" is voor dit thema aansluiting gezocht bij de nota "zicht op gezonde teelt". Het bevorderen van gewasbeschermingsmiddelen van natuurlijke oorsprong (GNO's) maakt volgens het beleid van het ministerie deel uit van het algemene beleid. Aangezien Biologisch reeds was geïntegreerd in het algemene gewasbeschermingsbeleid lag deze keuze voor de hand. Daarnaast is de mate van beschikbaarheid van GNO's van grote invloed op de biologische bedrijfsvoering. Vanuit de beleidsnota 'Een biologische markt te winnen' zijn geen extra stimuleringsgelden ingezet om het gebruik van GNO's en het verlagen van de toelatingsprocedures te bevorderen.

Om een vereenvoudiging van de toelatingsprocedures voor GNO's te bevorderen is in 2001 het project GENOEG (Gewasbeschermingsmiddelen van Natuurlijke Oorsprong Effectief Gebruiken) gestart. Het project loopt vooralsnog door tot eind 2004. GENOEG was een initiatief van LTO-glastuinbouw en werd gefinancierd voor 50% door het bedrijfsleven (glastuinbouw) en voor 50% door LNV. Het project GENOEG heeft zich de afgelopen drie jaar ingezet voor het effectief gebruiken van natuurlijke gewasbeschermingsmiddelen voor in eerste instantie de glastuinbouw.

De belangrijkste activiteiten van het project zijn:

1. het vereenvoudigen van de toelating van natuurlijke middelen;
2. het voeren van het issuemanagement⁶² van natuurlijke middelen;
3. het vormen van een centrale, onafhankelijke kennisbron;
4. het effectief gebruik van natuurlijke middelen in de praktijk stimuleren.

In 2002 heeft GENOEG⁶³ nationale afstemming gezocht over de naamgeving en definiëring van natuurlijke gewasbeschermingsmiddelen. Na een stakeholders overleg en overleg met de betrokken ministeries is gekomen tot de volgende definitie van een natuurlijk

gewasbeschermingsmiddel: van natuurlijke oorsprong, veilig en toegelaten als gewasbeschermingsmiddel.

Een onafhankelijke kennisbron is ingezet voor een inventarisatie van natuurlijke middelen in de glastuinbouw, waarbij de middelen werden ingedeeld naar werkzaamheid en toelating. Elk half jaar verscheen een nieuwe versie van deze inventarisatie. Het bleek echter niet mogelijk om de inventarisatie aan te vullen met gegevens over veiligheid. Natuurlijke middelen zijn te divers om enkele algemeen geldende indicatoren voor veiligheid aan te wijzen. Uiteindelijk leverde de inventarisatie circa 1200 natuurlijke middelen op die voor een deugdelijkheidsonderzoek in aanmerking kwamen.

Middels excursies naar glastuinbouwbedrijven is inzicht verkregen in ervaringen van telers met deze natuurlijke middelen. Hieruit is gebleken dat een aantal telers (in hun beleving) met succes gebruik maakt van enkele van de natuurlijke middelen van de RUB-lijst (Regeling Uitzondering Bestrijdingsmiddelenwet) en regulier toegelaten natuurlijke middelen. Opvallend is echter dat in het deugdelijkheidsonderzoek een aantal van deze RUB-middelen geen significant effect van werkzaamheid lieten zien.

Uiteindelijk zijn dankzij het project GENOEG van deze 200 middelen vijf natuurlijke middelen geselecteerd om te begeleiden in de reguliere toelatingsaanvraag. Deze voorselectie is als zeer lastig ervaren, mede doordat de complexiteit en kosten van een aanvraag (en de bijbehorende onderzoeken) producenten afschrikt. Er is gekozen in de projectopzet om te starten met 10 middelen om uiteindelijk door te gaan met de vijf beste voor een reguliere toelating.

7.2 Resultaten

Vereenvoudiging eisen

Uit het onderzoek zijn de volgende belangrijkste knelpunten bij de toelatingsaanvragen naar voren gekomen:

- complexiteit van een toelatingsaanvraag en dossiervorming
- lagere werkzaamheid van de middelen en daarmee een lagere marktwaarde
- te hoge kosten voor beoordeling en dossiervorming ten opzichte van de huidige beperkte markt voor deze middelen
- 'open einde' in de kosten voor dossiervorming
- onvoldoende communicatie tussen partners
- weinig capaciteit bij het CTB (College voor Toelating van Bestrijdingsmiddelen) voor natuurlijke middelen en kans op onvoldoende afstemming tussen beoordelaars en verantwoordelijke voor natuurlijke middelen binnen het CTB.

Het deelproject dat zich specifiek richt op de toelating levert op basis van de ervaringen bouwstenen aan voor vereenvoudigde toelatingsprocedure voor natuurlijke middelen. Daarbij is gebleken dat de Europese wetgeving niet vereenvoudigd kan worden.

In het traject zijn de mogelijkheden voor argumentaties bij dossiervragen onderzocht, om op deze manier kostbaar aanvullend onderzoek te kunnen voorkomen. Om de mogelijkheden voor argumentaties aan te geven is gebruik gemaakt van expertbijeenkomsten. Tevens is gebruik gemaakt van de kennis stoffen of middelen die elders in de wereld (bv. in de VS) zijn toegelaten. Met deze kennis is het vervolgens goed mogelijk om argumentaties op te stellen voor dossiervragen.

Stimuleringsfonds

De inzet van een stimuleringsfonds was mogelijk, echter vanwege de complexe materie is het moeilijk een passende regeling te ontwerpen. De stimulering vraagt per stof/middel namelijk om een maatwerk aanpak met wisselende invalshoeken. Vandaar dat de stimuleringsfondsen niet via een regeling zijn uitgezet maar via het project GENOEG.

Gezien de positieve ervaringen met het lopende project wordt het project voortgezet met een uitgebreidere financiering en een ruimer werkterrein.

Daarvoor in de plaats is een eenmalige subsidie verstrekt van € 100.000,- per GNO aan producenten die bereid zijn gevonden om een toelating te regelen. Het feit, dat de markt voor GNO's klein is en hoge investeringen nodig zijn om een GNO toegelaten te krijgen, maakt dat producenten terughoudend zijn ten aanzien van participatie in een toelatingsaanvraag.

Deze producenten zijn reeds actief op de gewasbeschermingmarkt waardoor voor het introduceren en vermarkten van de GNO's gebruik gemaakt kan worden van de bestaande afzetkanalen. Hierdoor is de kans groter dat het marktaandeel en het gebruik van de nieuwe GNO's zal toenemen.

Verlaging toelatingskosten

De voorlopige resultaten laten zien dat binnen het project de dossierkosten lager zijn. Het is echter nog niet duidelijk of de vereenvoudiging ook effect heeft op aanvragen buiten het project, en in de toekomst. Later dit jaar zullen de toelatingskosten door het CLM in een workshop in het kader van GENOEG worden behandeld. Vervolgens zal onderzoek moeten uitwijzen of de onderzoekskosten drastisch zijn gedaald en in hoeverre het nog interessant is om andere GNO's toegelaten te krijgen.

Verbetering bedrijfsvoering

Momenteel zijn de GNO-aanvragen in behandeling bij het CTB. Wanneer deze middelen worden goedgekeurd, zal de bedrijfsvoering op het primaire biologisch bedrijf verbeteren. Immers, primaire producenten kunnen dan geregistreerde en goedgekeurde middelen toepassen in de productie. Het nog niet toegelaten zijn van GNO's zorgt voor biologische primaire producenten nog steeds voor problemen. Producenten worden nog steeds geconfronteerd met ziekten en plagen, schimmels en insecten waardoor de productie wordt bemoeilijkt. Wanneer de middelen zijn opgenomen op de RUB-lijst kan men dankzij de middelen van natuurlijke oorsprong beter op de ziekten en schimmels reageren.

Nieuw toegelaten stoffen RUB-lijst

GENOEG heeft in de zomer van 2001 vier stoffen, en begin 2003 één stof aangedragen voor plaatsing op de RUB-lijst. Van de vier aangedragen stoffen uit 2001 is inmiddels 1 stof afgefallen. Twee stoffen zijn in januari 2003 en de laatste stof in juni 2003 akkoord bevonden door de Plantenziektkundige Dienst (PD) en het College voor Toelating van Bestrijdingsmiddelen (CTB). De stof die in 2003 is aangedragen voor de RUB-lijst is in april 2004 akkoord bevonden door de PD en het CTB. Het ministerie van LNV verzorgt nu de verdere afhandeling betreffende de Europese toelating. De status van de middelen is formeel niet bekend.

Nieuwe stoffen t.b.v. reguliere toelating

Daarnaast liggen nu vier van de vijf middelen ter goedkeuring bij het CTB voor een reguliere toelating. Het is de bedoeling dat de vier middelen in 2005 zijn toegelaten.

7.3 Conclusies

- Vier GNO's zullen naar verwachting in 2005 regulier worden toegelaten.
- De stoffen die in aanmerking komen voor de RUB-lijst dienen Europees toegelaten te worden. Het ministerie van LNV dient deze stoffen aan de dragen.
- Gewasbeschermingsmiddelen en toelating vormen een complex dossier.
- Toelatingseisen kunnen niet vereenvoudigd worden, de manier om aan de eisen te voldoen wel.
- Met name het gebruik van argumentaties is erg goed bruikbaar om dossiervragen van het CTB te beantwoorden.

-
- Het project had niet sneller uitgevoerd kunnen worden als gevolg van formele procedures.
 - De resultaten vallen kwantitatief tegen, er is wel veel geleerd.
 - Omdat de nieuwe middelen nog niet zijn toegelaten heeft GENOEG nog geen expliciete bijdrage geleverd aan het reduceren van knelpunten in de bedrijfsvoering van biologisch primaire producenten. Daarmee heeft GENOEG ook niet bijgedragen aan meer omschakeling.
 - Onderzoek zal uitwijzen of de toelatingskosten dankzij de nieuwe aanpak zijn afgenomen. Afhankelijk daarvan zal blijken of producenten eerder participeren in trajecten ten behoeve van de toelating van meer GNO's.
 - Vanwege het feit dat de markt van GNO's klein is en daarmee het afzetrisico hoog in verhouding tot de investeringskosten zullen producenten financieel ondersteund moeten worden om meer GNO's regulier toegelaten te krijgen.

8 Onderzoek

Onderzoek vormt een zeer belangrijk deel van het beleid, zeker in termen van financiële middelen. Ten aanzien van onderzoek zijn de volgende onderzoeksvragen geformuleerd.

Vraagarticulatie

- ☐ Hoe is het proces van vraagarticulatie verlopen? Welke bijdrage heeft de commissie Beckers geleverd aan een betere vraagarticulatie? Hoe zijn overige vragen tot stand gekomen?
- ☐ Zijn de adviezen van de commissie Beckers overgenomen door LNV en de andere financiers van onderzoek? Zo nee, waarom niet?

Onderzoek en verspreiding van de resultaten

- ☐ Hebben kennisvragen geleid tot onderzoeksresultaten? Zo nee, waarom niet?
- ☐ Zijn de kennisvragen naar tevredenheid beantwoord? Zo nee, waarom niet?
- ☐ Zijn de onderzoeksresultaten verspreid onder de doelgroep?
- ☐ Zijn agrarische ondernemers op de hoogte van de resultaten van het onderzoek?
- ☐ Sluit de met steun van LNV ontwikkelde kennis voldoende aan op de kennisbehoefte van de agrariërs?
- ☐ Wat zijn de belangrijkste externe factoren die de kennistoename bij ondernemers beïnvloeden?

Effecten

- ☐ Hoofdvraag: Hebben de activiteiten gericht op de ontwikkeling en verspreiding van kennis voldoende bijgedragen aan verbetering van de biologische bedrijfsvoering en productieomstandigheden?
- ☐ Heeft de toegenomen kennis bij biologische agrariërs in de praktijk geleid tot verbetering van de bedrijfsvoering? Zo nee, waarom niet? In welke mate is dit afhankelijk van de onderzoeksinstelling die het onderzoek uitvoert?
- ☐ Heeft toegenomen kennis bij niet-biologische agrariërs over de biologische bedrijfsvoering geleid tot verbeterde bedrijfsvoering?
- ☐ Finale vraag: Hebben de activiteiten in het kader Kennisontwikkeling en verspreiding bijgedragen aan meer omschakeling door gangbare bedrijven naar biologisch?
- ☐ Heeft de toegenomen kennis bij niet-biologische agrariërs over de biologische bedrijfsvoering en productieomstandigheden geleid tot meer omschakeling?

8.1 Feitelijke gegevens

8.1.1 De onderzoekprogramma's

Wageningen Universiteit en research Centrum (WUR)

Het ministerie van LNV heeft de afgelopen 4 jaren een aantal onderzoekprogramma's gefinancierd die volledig of deels biologisch zijn. Binnen de programma's zien we verschillende typen onderzoek variërend van beschrijvend tot participatieve vormen van onderzoek. Het onderzoek richt zich momenteel nog grotendeels (95%) op de primaire productie. Het grootste deel van deze programma's wordt uitgevoerd door Stichting DLO⁶⁴ van Wageningen Universiteit en research Centrum (WUR).

De 100% biologische programma's die door het ministerie worden gefinancierd en worden uitgevoerd door WUR zijn de volgende (al deze programma's zijn nieuwe programma's, behalve project 342):

-
- Ontwikkeling biologische bedrijfssystemen open teelten (400-I)
 - Ontwikkeling biologische bedrijfssystemen bedekte teelten (400-II)
 - Biologisch uitgangsmateriaal (388)
 - Kwaliteit/veredeling biologisch uitgangsmateriaal (388-II)
 - Biologische productiesystemen in akkerbouw en vollegrondsgroenteteelt (342)
 - Biologische veehouderij (PO-34)
 - Intersectorale samenwerking (401-II)
 - Onkruidbeheersing en bestrijding in de biologische landbouw (343, 397-V)
 - Deelname co-innovatieprogramma professionaliseren biologische afzetketens
 - Verwerking en afzet biologische producten (387)

Daarnaast wordt door LNV het Koepelprogramma biologisch landbouw gefinancierd (401-I). Dit programma is er o.a. op gericht om de afstemming tussen de onderzoeksprogramma's te verbeteren. Het koepelprogramma wordt geleid door het Innovatiecentrum Biologische Landbouw (IBL).

Naast deze programma's, die zich voor 100% richtten op de biologisch landbouw, zijn er ook projecten binnen programma's gefinancierd die slechts voor een klein gedeelte biologisch zijn. Dit betreft de programma's: ondernemerschap en markt (projectnummer 374), gewasbescherming (projectnummer 397) en het programma Mest en mineralen (projectnummer 398).

Elk programma bestaat weer uit een aantal projecten met langere of kortere doorlooptijd. In de bijlagen is een korte beschrijving van elk van de 100% biologische programma's van WUR opgenomen met daarin doelstelling, resultaten etc. Tevens is daarin aangegeven welke onderzoeksinstituten betrokken zijn bij deze onderzoeken.

Louis Bolk Instituut

In een aantal van de genoemde programma's werkt WUR nauw samen met het Louis Bolk Instituut (LBI) in Driebergen. Het LBI verricht vanaf 1976 onafhankelijk onderzoek voor biologische landbouw, voeding en gezondheidszorg. Naast de financiering vanuit WUR-programma's ontvangt het LBI nog een deel directe financiering vanuit LNV voor een aantal eigen projecten. Een overzicht van deze projecten is in de bijlagen opgenomen. Op het totaal van de gelden die LNV in onderzoek naar de biologisch landbouw investeert gaat ongeveer 7% naar het LBI en de rest naar WUR.

Overig

Er is verder de afgelopen vier jaar ook één onderzoek uitgevoerd door 'derden' (TNO-STB)⁶⁵.

Coördinatie door Innovatiecentrum Biologische Landbouw IBL⁶⁶

Binnen WUR is naar aanleiding van het verschijnen van het rapport van de Kerngroep Biologische Landbouw in 2000 getiteld: 'De Biologische Landbouw in Wageningen Universiteit en Researchcentrum: aanbevelingen voor onderzoek en onderwijs', in 2001 het Innovatiecentrum Biologische Landbouw kortweg IBL, opgericht. Het IBL coördineert, stimuleert en initieert de ontwikkeling en integratie van kennis over biologische landbouw en voeding binnen WUR. Het gaat hierbij zowel om de ontwikkeling van (nieuwe) kennis en vaardigheden als om kennisontsluiting. Uiteindelijk wil het IBL hét kennisloket voor de biologische landbouw en voeding in Wageningen UR en daarbuiten worden.

Het IBL is dienstverlenend. De diensten variëren van het organiseren van workshops tot het voeren van het maatschappelijk debat met kennis over biologische landbouw en voeding. Belangrijke producten zijn een ProjectBank met een overzicht van alle projecten en deskundigen en een KennisBank over biologische landbouw en voeding. Binnen Wageningen UR vervult het IBL een belangrijk coördinerende rol in de aansturing van het onderzoek en bij de werving voor de opleiding Biologische-Productiewetenschappen (BPW). Het eerder genoemde koepelprogramma valt onder de verantwoordelijkheid van het IBL.

8.1.2 BIO-projecten en praktijknetwerken

De vorm waarin het onderzoek wordt uitgevoerd wisselt zoals reeds vermeld van puur wetenschappelijk, beschrijvend tot participatief onderzoek. Het participatieve onderzoek wordt binnen de hierboven genoemde programma's vooral uitgevoerd via de praktijkprojecten. Deze praktijkprojecten vinden plaats op de bedrijven van een aantal aangesloten producenten en richten zich echt op de dagelijkse praktijk van de biologisch landbouw. In de meeste gevallen zijn er in deze projecten zowel onderzoekers van WUR als van het LBI betrokken, alsook vertegenwoordigers van DLV adviesgroep. In een aantal gevallen nemen ook andere partners deel.

Overdracht van kennis speelt binnen de praktijkprojecten een grote rol. Middels studiebijeenkomsten waaraan naast de direct betrokken producenten ook veel andere biologische producenten en met regelmaat ook gangbare producenten deelnemen, worden de resultaten direct met het werkveld gecommuniceerd.

Er zijn de afgelopen jaren een aantal van dit soort praktijknetwerken opgezet:

BIOVEEM:	biologische (melk) veehouderij (PO-34, biologische veehouderij)
BIOKAS:	biologische glastuinbouw (400-I, bedekte teelten)
EKOPLUIM:	biologische pluimveehouderij (PO-34, biologische veehouderij)
BIOM:	biologische Innovatie en Omschakeling in de akkerbouw, vollegrondsgroenteteelt en bloembollenteelt (400-II, open teelten)
BIOVAR:	demoproject voor de biologische Varkenshouderij (PO-34, biologische veehouderij)

In sommige van deze praktijkprojecten zijn weer verdere deelprojecten opgezet rondom bijv. biologisch siertuinteelt (BIOFLORA), biologische fruitteelt (BIOFRUITTEELT), biologisch paddestoelenteelt, biologisch boomteelt, etc.

In totaal wordt tussen de 20 en 30 % van de programmagelden aan deze praktijkprojecten besteed.

Naast deze praktijknetwerken vindt er ook onderzoek plaats in praktijkcentra van WUR. Het grote verschil is dat daar wordt gewerkt in meer geconditioneerde omstandigheden, zodat de resultaten niet altijd direct vertaalbaar zijn naar andere situaties en omgevingen. Toch zijn deze onderzoeken ook van belang. Zo kunnen er nieuwe technieken worden ontwikkeld in een experimentele kleinschalige omgeving, en kan risicovol onderzoek plaatsvinden dat primaire producenten niet aandurven of aan kunnen op hun bedrijf.

8.1.3 Financiële aspecten onderzoek

De bijdrage van LNV aan onderzoek bedraagt over de periode 2001-2004 in totaal € 38,1 mln ofwel bijna de helft (48,4%) van het totale budget voor biologische landbouw. Hiervan gaat:

- € 35,4 mln naar WUR (93%)
- € 2,6 mln naar het Louis Bolk Instituut (7%)

In de onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven op programmaniveau. Voor de volledigheid is ook aangegeven hoeveel naar Voorlichting en onderwijs gaat. Hiervan gaat een belangrijk deel, € 2,7 mln, naar DLV. De regelingen in het kader van voorlichting en onderwijs worden in het volgende hoofdstuk behandeld.

	2001	2002	2003	2004	Totaal bijdrage LNV 00 tm 04
3. Kennisontwikkeling en verspreiding (KO)	7.976	10.745	12.078	10.716	41.515
3a. Onderzoek	7.116	9.957	11.179	9.862	38.114
sectorgebonden programma's PraktijkOnderzoek	2.244	320			2.564
Samenwerkingsprogramma's PO/DLO	4.155	8.885	10.472	9.315	32.827
Kwaliteit/veredeling biologisch uitgangsmateriaal (388/388-II)	784	790	812	1.385	3.771
Ontwikkeling biol. bedrijfssystemen open teelten (400-I)		2.036	2.219	1.980	6.235
Ontwikkeling biol. bedrijfssystemen bedekte teelten (400-II)		1.672	1.681	1.505	4.858
Biologische veehouderij, incl BIOVEEM II (PO34)	1.128	1.423	2.700	2.380	7.631
Koepelprogramma Biologisch (databanken), incl Intersect.samenwerk. (401-I/II)		318	847	765	1.930
Onkruidbeheersing en bestrijding (343,397-V)		272	910	800	1.982
Contrafinanciering AKK-programma vanuit DLO/PO		273	585	500	1.358
Biologische productiesyst. in akkerbouw en VGG (veredelingsonderzoek) (34)	1.925	1.965	578		4.468
Integratie gamma-beta-onderzoek (Lei-373)	136	136	140		412
Verwerking en afzet biol prod.in voedingsmiddelen (ATO-387)	182				182
Overig onderzoek	717	752	707	547	2.723
Rechtstreekse bijdrage aan Louis Bolk Instituut	717	593	707	547	2.564
Versnelde groei duurzame Agro-business (TNO-STB)		159			159
3b. Voorlichting en onderwijs	861	789	899	854	3.402
Voorlichting via DLV	861	648	575	594	2.677
Demoregeling			324		324
VIA-regeling		65		260	325
Kaderbrief Inhoudelijke vernieuwing Groen Onderwijs2002		67			67
Regeling Groen Cursusonderwijs		9			9

Motie Waalkens

In de motie 'Waalkens' uit 1999 staat dat de Stichting DLO van WUR een toenemend aandeel van het onderzoeksbudget aan biologische landbouw moet besteden, groeiend naar 10% in 2008. Uit de onderstaande tabel blijkt dat er inderdaad een sterke stijging heeft plaatsgevonden van het biologisch onderzoek van bijna 4% in 2000 naar 9% in 2003. Dit jaar is het aandeel weer iets gezakt. Hiermee voldoet LNV overigens nog steeds meer dan voldoende aan de motie Waalkens, zekere als het biologisch deel dat in 'gemengde' programma's zit wordt meegenomen.

Financiële bijdrage LNV	2000	2001	2002	2003	2004	TOTAAL 2001-2004
Totaal programma-middelen DLO (incl PO)	108.028	116.164	114.915	116.544	112.426	460.049
Biologisch onderzoek	4.235	6.398	9.205	10.472	9.315	35.390
Percentage biologisch / totaal onderzoek	3,9%	5,5%	8,0%	9,0%	8,3%	7,7%

8.2 Vraagarticulatie

In deze paragraaf gaan we in op het proces van vraagarticulatie, de wijze waarop de onderzoeksvragen worden geselecteerd en de mate waarin de uiteindelijk geformuleerde onderzoeksvragen aansluiten bij de behoefte vanuit het beleidsveld.

8.2.1 Commissie Onderzoek Biologisch Landbouw (Commissie Beckers)

In de beleidsnota Biologische Landbouw 2001-2004 wordt gepleit voor een betere organisatie van de vraagarticulatie en aansturing van het onderzoek door de biologische sector zelf. Eind 2000 is de Adviescommissie 'Onderzoek Biologische Landbouw' van Biologica opgericht door de directeur Landbouw van LNV. De Adviescommissie (die inmiddels Adviescommissie 'Kennis biologische landbouw' heet) werd tot voor kort voorgezeten door Biologica-voorzitter Ria Beckers. Verder zijn Wageningen UR, het Louis Bolk Insti-

tuut, primaire producenten, verwerking en handel vertegenwoordigd. Het secretariaat van de commissie wordt verzorgd door Biologica.

Commissie werkt onafhankelijk van onderzoeksinstituten. De Commissie heeft tot doel de opdrachtgevers van onderzoek te adviseren over de kennisbehoefte van de biologisch sector en op basis daarvan prioriteiten aan te geven voor onderzoek. Zij brengt daartoe elk jaar een adviesbrief uit aan de beleidsdirecties van LNV. Ze adviseert ook de productschappen, echter niet via brieven maar via overleg tussen de secretarissen van de sectorwerkgroepen en de coördinatoren voor biologisch bij de productschappen.

Sectorwerkgroepen

Sectorwerkgroepen zijn werkgroepen die, ondersteund door en onder de paraplu van Biologica, als klankbord dienen namens het veld. Hierin participeren producenten, onderzoekers, adviseurs en beleidsmakers. De groepen signaleren knelpunten en adviseren beleid en onderzoek. Bij het in beeld brengen van de behoeften van de sector spelen deze groepen een belangrijke rol.

De Commissie Beckers heeft zich de afgelopen jaren sterk bezig gehouden met het verder vormgeven en uitwerken van de biologische sectorwerkgroepen en de Vakgroep Biologische Landbouw van LTO. Zo werden op basis van de notitie over de 'Taak en werkwijze van biologische werkgroepen', twee werkgroepen gereorganiseerd en drie werkgroepen opgericht. De komende jaren wil men de werkgroepen meer dan voorheen betrekken bij het (lopende) onderzoek zodat de afstemming nog beter kan verlopen en bij de kennisverspreiding en –benutting.

Bevindingen

- De Commissie Beckers heeft de afgelopen jaren goed gefunctioneerd, waardoor veel verbeterd is op het gebied van vraagarticulering.
- Hoewel niet elke boer goed op de hoogte is van het bestaan van de commissie is het algemene beeld dat men tevreden is met de rol die de commissie de afgelopen jaren heeft gespeeld. Dit geldt ook voor andere betrokkenen.
- Er is de afgelopen jaren duidelijk meer rekening gehouden met de behoeften uit het werkveld.
- Niet helemaal duidelijk is of de sectorwerkgroepen werkelijk hun achterban vertegenwoordigen (en raadplegen) of dat de primaire producenten daarin vooral op persoonlijke titel zitten.
- Door de samenstelling van de Commissie Beckers en haar sectorwerkgroepen is er een tamelijk sterke oriëntatie op WUR en de primaire producenten. Dit is niet wenselijk. Inmiddels is besloten de samenstelling van de Commissie en de werkgroepen te verbreden.

8.2.2

Keuze LNV en focus van het onderzoek

Selectie van onderwerpen door LNV

Een groot deel van de adviezen van de Commissie Beckers is de afgelopen jaren door LNV overgenomen. De Commissie is naar eigen zeggen redelijk tevreden over toekenning. Uit een evaluatie die door de commissie zelf is gehouden in 2003⁶⁷ blijkt dat van de 18 prioritaire thema's inmiddels 15 thema's door LNV in opdrachten zijn uitgezet. Voor twee thema's (productkwaliteit en verwerking) wordt capaciteit gezocht binnen de open programmering (openbare inschrijving) van 2004. Het thema 'Mens en Maatschappij' vormt vooralsnog geen prioriteit bij LNV.

Onderzoek teveel gericht op de primaire producent?

Er is de afgelopen jaren veel gebeurd op het terrein van onderzoek en er is beter dan voorheen aangesloten op de behoeften van het veld. Helemaal tevreden is men echter niet. De focus van het onderzoek ligt op dit moment nog voor 95% op de primaire productie⁶⁸, mede door de keuzes die door LNV gemaakt zijn. Beta-onderzoek heeft momenteel dus nog duidelijk de overhand, terwijl er op dit moment steeds meer behoefte is

aan gamma-onderzoek (onderzoek naar andere aspecten van de keten zoals consumentengedrag, verlaging kostprijs, gezondheidsaspecten etc.). Op deze situatie is in de interviews veel kritiek geuit.

Verklaring

Er zijn enkele verklaringen voor de sterke focus op de primaire sector van de door LNV uitgezette onderzoeksthema's:

- Eén mogelijke verklaring is dat enkele jaren geleden te weinig kennis over de productie een belangrijke belemmering was voor het omschakelen van de primaire producenten en er met name knelpunten bij de primaire sector lagen. Op dit moment is dat zeker niet meer de grootste belemmering. Primaire producenten kijken vooral naar wat het uiteindelijk opbrengt. Omschakeling wordt momenteel vooral gestuurd door economische motieven.
- Volgens LNV zit het echte onderscheid tussen biologische en gangbare landbouw vooral in de primaire sector. Algemene ketenkennis is ook van toepassing op biologische ketens en daarmee hoeft ketenkennis niet apart voor biologisch te worden ontwikkeld, aldus LNV.
- LNV is verder van mening dat het co-innovatieprogramma of de MOP's het 'ketenstuk' dekt.
- De oriëntatie binnen LNV en DLO is nu eenmaal traditioneel vooral op de primaire producent gericht.

Huidige situatie

Het beeld dat ontstaat is als volgt (bedragen tussen haakjes geven de bijdrage van LNV aan tussen 2001-2004).

	<i>Fundamenteel en praktijkonderzoek</i>	<i>Toegepast onderzoek</i>
<i>Vervolgketen</i>	Meer kennisvragen aanwezig, worden niet geadresseerd.	AKK co-innovatie progr (2 mln). Meer kennisvragen aanwezig, maar worden niet bereikt.
<i>Primaire productie</i>	DLO-onderzoek en praktijkonderzoek (25 mln)	BIO-projecten (ca 8-10 mln) Louis Bolk (2,5 mln)

Andere onderzoeksfocus gewenst maar hoe te realiseren?

Vanuit verschillende bronnen en in de interviews wordt gepleit voor een verschuiving in focus: meer focus op ketenontwikkeling en voedsel, en minder op de primaire productie.

Aanbevelingen van de Commissie

De commissie heeft met name van het begin af aan gepleit voor het thema 'productkwaliteit'⁶⁹ en is daar op blijven terugkomen in latere correspondentie⁷⁰. Daar is het thema gezondheid bijgekomen. Hier is tot op heden nog geen onderzoek uit gekomen. Verder heeft de commissie in 2003 aandacht gevraagd voor ketenontwikkeling en verwerking van biologische producten.

IBL-dag

Door de circa 150 deelnemers (afkomstig uit de biologische sector, bedrijfsleven, onderzoek en advieswereld) aan de IBL-dag van 25 november 2003 zijn de volgende top 6 onderzoeksprioriteiten genoemd:

1. Consumentengedrag
2. Prijsvorming en marktontwikkeling
3. Organisatie van de keten
4. Gezondheid (ex aequa)
5. Innovatieprocessen methodieontwikkeling

6. Kringlopen, bodemkwaliteit

Verder gaf men aan dat er grote behoefte is aan de verspreiding en integratie van kennis en beveelt men het gebruik van ervaringskennis en communicatie binnen de keten tussen verschillende ketenpartners aan.⁷¹ Ook kwam naar voren dat de visie-ontwikkeling t.a.v. de biologische landbouw en de positionering van landbouw in de context van de gehele samenleving meer aandacht moet krijgen. Overigens is er in het veld wel begrip voor dat dit niet van de een op de andere dag kan worden gerealiseerd.

Onderzoek LEI

AKK heeft in juni 2003 een workshop over ketenkennisvragen gehouden. De aanbevelingen voor ketenstrategisch onderzoek zijn vastgelegd in het LEI-rapport: "Biologische ketenkennis: vraag en aanbod in beeld". Ook daarin wordt gepleit voor:

- Meer focus op ketenstrategie.
- Meer leren van al uitgevoerd onderzoek
- Meer interactief, werkende-weg, en vraaggericht onderzoek (vergt een andere attitude van zowel de onderzoeker als van de marktpartij die opeens de onderzoeker moet aansturen).
- Meer rechtstreekse koppeling van ketenvraagstukken aan de onderzoeksprogramma's gericht op de primaire productie.

Overig

In veel interviews en bijvoorbeeld op het EKO-congres van april 2004 komt het thema gezondheid steeds weer terug. De biologische sector zou enorm gestimuleerd kunnen worden als gezondheidsclaims wetenschappelijk kunnen worden onderbouwd. Men is van mening dat hier veel meer aandacht aan besteed moet worden om strategische redenen.

Nieuwe agenda volgens WUR

Om een rendabele biologische landbouw met een breed maatschappelijk draagvlak verder te ontwikkelen heeft de Kerngroep Biologische Landbouw van Wageningen UR 2003 zeven onderzoeksprioriteiten opgesteld. Onderzoekers van de verschillende disciplines zouden zich tot 2009 moeten richten op:

- Gezondheid, veiligheid en productkwaliteit;
- Natuurontwikkeling;
- Duurzaam beheer van grondstoffen;
- Kringlopen en bodemkwaliteit;
- Prijsvorming en kostprijs van producten en diensten;
- Ggo-vrije keten;
- Innovatieprocessen.

Praktijk weerbarstig

Het blijkt uiterst lastig om de focus te verschuiven van primaire productie naar (meer fundamenteel en toegepast) onderzoek in de keten, ook al willen partijen dat wel. Aspecten die meespelen zijn:

- Het lukt niet om schakeloverstijgende problemen op te pakken. Dit heeft verschillende redenen:
 - Er is niet één duidelijke probleemeigenaar partij die als trekker kan of wil fungeren⁷².
 - Er is niet één helder afgebakende doelgroep (zoals bij de primaire producenten) maar een enorme variëteit, zodat onderzoek al snel staatssteun wordt aan een individueel bedrijf.
 - Onderzoekers denken niet ketengericht of zijn niet in staat goede ketenkennisvragen te formuleren.
 - Onderzoeken komen om verschillende redenen (nog) niet van de grond⁷³.
- Sommige onderzoeken naar ketenvragen hebben niet opgeleverd wat ervan verwacht werd⁷⁴.

-
- De rapporten zoals bovengenoemd LEI-rapport of de studie van ATO (387)⁷⁵ in 2001 zijn nog te algemeen. Er zal meer specifiek per keten gekeken moeten worden wat de schakel-overstijgende problemen zijn.
 - Elke keten vraagt in feite maatwerk en dat leent zich minder voor algemeen onderzoek.

8.3 Onderzoek en resultaten

In deze paragraaf wordt ingezoomd op het onderzoek dat thans feitelijk is uitgevoerd

8.3.1 Formuleren onderzoeksvragen per programma

Vanuit de keuzes die door LNV zijn gemaakt op basis van het advies van de commissie Beckers worden de onderzoeksvragen en programma's verder uitgewerkt door de betrokken instituten. In dit proces van uitwerking zullen door de betrokken instituten opnieuw keuzes moeten worden gemaakt. De thema's staan immers wel vast, maar de specifieke onderzoeksvragen niet. Hoeveel procent van de gelden stoppen we in de praktijknetwerken? Hoeveel procent gaat naar praktijkonderzoek in de praktijkcentra? Waar leggen we de nadruk op? Welke specifieke onderwerpen pakken we aan binnen de programma's? In de interviews worden ten aanzien van dit proces wel paar kritische kanttekeningen geplaatst.

Betrekken van de doelgroep beperkt

Het blijkt dat juist bij het formuleren van de onderzoeksvragen per project, het contact met de doelgroep verloren dreigt te gaan. Hier wordt nu aan gewerkt om dit te verbeteren, door op projectniveau de begeleiding vanuit de doelgroep beter vorm te geven. Het is gewenst dat het onderzoek nog meer vraaggestuurd plaatsvindt dan nu het geval is.

Manier van kijken en denken beïnvloedt keuze onderzoeksvragen

Biologisch onderzoek doen vraagt een fundamenteel andere manier van kijken en denken dan 'traditioneel' onderzoek. Breed holistisch kijken is belangrijk binnen de biologische landbouw. Omdat biologisch onderzoek de afgelopen jaren een behoorlijk snelle groei heeft doorgemaakt zien we dat deze manier van kijken en denken nog niet echt gemeengoed is binnen WUR.

Dit kan van invloed zijn op de keuzes die gemaakt worden bij de uitwerking van de onderzoeksvragen. De traditioneel wetenschappelijke benadering, die onderzoekers van WUR van oudsher hebben, kan ertoe leiden dat de keuzes die worden gemaakt binnen de programma's niet altijd de keuzes zijn die de primaire producenten gemaakt zouden hebben. Primaire producenten zouden bijvoorbeeld in plaats van het aanbodgestuurde, inventariserende onderzoek liever meer praktijk- en oplossingsgericht onderzoek zien.

Overigens mag niet vergeten worden dat Wageningen een universiteit en onderzoekscentrum is, waar wetenschappelijk onderzoek moet worden gedaan.

Bordjes verhangen?

Vanuit het veld wordt aangegeven dat er bij WUR soms sprake is geweest van 'bordjes verhangen': onderzoek wat al gebeurd heeft nu de vlag van biologisch. Op zich is dat niet erg, maar omdat biologische landbouw, zoals hierboven genoemd, echt een andere kijk vraagt, een kijk die op voorhand niet aanwezig zal zijn binnen een 'gangbare afdeling' zou dit 'bordjes verhangen' wel de opzet en effectiviteit van het biologisch onderzoek kunnen beïnvloeden.

Attitude onderzoeker

Naast de hierboven genoemde aspecten speelt ook de persoonlijke houding van de onderzoeker zelf een rol. Onderzoek doen in de biologische sector vraagt ook een andere

houding van de onderzoeker zelf. Het gaat om een andere kijk op landbouw die je wel moet 'zien zitten'. Niet elke onderzoeker lijkt daarom even gemotiveerd om te werken aan 'biologische landbouw'. Ze zijn niet echt 'biologisch' geïnteresseerd. (Citaat: "Sommige onderzoekers doen alleen maar biologisch onderzoek omdat ze anders geen werk meer zouden hebben. Of ze er echt in geloven is de vraag".)

Onderzoekers van het LBI in Driebergen worden door primaire producenten vaak genoemd als voorbeeld van hoe de houding van onderzoekers zou moeten zijn. Dat op deelaspecten een wat meer 'traditionele' kijk zijn toegevoegde waarde heeft wordt overigens ook onderschreven door geïnterviewden.

8.3.2 Onderzoeksmethode en aanpak

Participatie belangrijk

Onderzoek kan op veel manieren plaatsvinden van beschrijvend en literatuuronderzoek tot participatief. Hoewel veel geïnterviewden aangaven de zin van puur wetenschappelijk of beschrijvend onderzoek niet te willen wegwuiven gaf men aan dat veel onderzoek toch vooral in de praktijk zou moeten plaatsvinden in directe samenwerking met de producenten zelf.

Zoals eerder genoemd is een aantal projecten, de BIO-projecten, op die manier opgezet. Deze praktijkprojecten met praktijknetwerken worden vaak als voorbeeld genoemd van hoe de aanpak zou moeten zijn. Producenten zijn enthousiast over deze projecten. Overigens speelt bij de BIO-projecten weer het risico dat er teveel wordt ingezoomd op de individuele kennisvragen van de betrokken producenten, in plaats van dat eerst wordt gekeken welke kennisvragen breder leven. Bovendien zijn ook bij de BIO-projecten de overige ketenpartijen er tot nu toe onvoldoende bij betrokken.

Meer probleemgericht

Ook wordt aangegeven dat onderzoek meer probleem- en oplossingsgericht moet zijn dan inventariserend of beschrijvend. Te denken valt bijv. aan het ontwikkelen van machines voor bijv. onkruidbestrijding (zie intermezzo). Omdat de biologische markt erg klein is, is de investering voor bijv. landbouwmechanisatiebedrijven vaak te hoog.

Qua aanpak en benadering is er bij de primaire producenten in het algemeen veel waardering voor het Louis Bolk Instituut. Zij werken op een manier die dicht bij de praktijk blijft en direct inspeelt op de behoefte van de boer.

Begeleiding van onderzoeksprogramma's en -projecten

Om de primaire producenten bij de onderzoeken en onderzoeksvragen te betrekken is er bij elk onderzoeksprogramma een begeleidingscommissie, waarin primaire producenten kunnen participeren. Dit systeem werkt echter niet: twee keer per jaar wordt een bulkprogramma beoordeeld door een Begeleidingscommissie (LNV en primaire producenten). Er kan op dat niveau weinig (bij)gestuurd worden.

Actief deelnemen aan dit soort commissies waarbij een commissielid zich ook echt goed verdiept in de materie, kost bovendien erg veel tijd. Primaire producenten hebben weinig tijd en zeker niet, zoals iemand zei: "om die dikke pakken papier door te lezen, die vlak voor de bijeenkomst worden toegezonden". Ook vinden veel bijeenkomsten plaats op momenten dat de primaire producenten het erg druk hebben.

Dit alles leidt ertoe dat primaire producenten regelmatig afwezig zijn bij deze bijeenkomsten met als gevolg dat directe feedback naar de onderzoekers ontbreekt. Hoewel de intentie is de primaire producenten echt te betrekken bij het onderzoek is hun invloed door bovengenoemde aspecten kleiner dan die in eerste instantie lijkt te zijn. Een mogelijkheid om de betrokkenheid van primaire producenten te verbeteren is om hen te betalen voor de tijd die ze investeren in de commissies.

De begeleiding van het onderzoek is wel al verbeterd. De commissie Beckers is bezig de begeleiding anders in te richten. De bedoeling is om de begeleiding te verschuiven van programmaniveau naar begeleiding op projectniveau. Dit geeft een directere betrokkenheid en er kan beter (bij)gestuurd worden. Meestal worden hiervoor sectorwerkgroepen van Biologica gebruikt.

Vertegenwoordiging achterban

Het blijft zoals reeds eerder gezegd de vraag in welke mate de betrokken primaire producenten vooral zichzelf of de sector vertegenwoordigen. Van raadplegen van de achterban lijkt weinig sprake te zijn. Daarnaast lijkt de kring van actief betrokken primaire producenten klein, behalve bij de praktijknetwerken. Regelmatig duiken dezelfde namen op in het veld.

Intermezzo

Behoeftte aan praktische oplossingen groot

Dat er soms een spanning lijkt te bestaan tussen de grote behoefte van primaire producenten aan praktische oplossingen voor hun problemen en de onderzoekers blijkt uit het volgende voorbeeld: Onkruid wieden is een van de meest intensieve handelingen binnen de biologische landbouw. Een machine die dit werk goed zou dan ook in een grote behoefte voorzien. Een boer had een idee om deze machine te bouwen. Daartoe is subsidie aangevraagd. Na heel wat gehakketak is er uiteindelijk € 50.000 euro toegekend voor dat project waarbij € 5000 voor machineontwikkeling en € 45.000 voor onderzoek. De motivatie hieronder was dat eigenlijk een landbouwmechanisatiebedrijf hierin zou moeten investeren en een groot deel van de ontwikkelkosten voor zijn rekening zouden moeten nemen. Omdat de ontwikkelkosten behoorlijk hoog zijn voor een machine die wellicht alleen maar in een kleine markt afzetbaar is, ligt hier echter voor het landbouwmechanisatiebedrijf een probleem.

In dit specifieke geval is de machine uiteindelijk toch ontwikkeld door de boer, door er zelf nog wat extra geld in te stoppen en door gebruik te maken van tweedehands onderdelen. Dit is niet echt effectief en de kans op mislukking is op deze manier behoorlijk groot. Wellicht zou het in dit soort gevallen slimmer zijn de gelden anders te labelen, bijv. € 25.000 voor ontwikkeling van de machine en € 25.000 voor onderzoek.

Momenteel is men met een aantal partijen zelf aan het proberen een onafhankelijke stichting op te richten voor machineontwikkeling.

8.3.3 Resultaten

De meeste onderzoeken zijn in 2002 gestart. Deze lopen nu 2 jaar. Dus halverwege het programma (normaal 4 jaar). Ondanks het feit dat veel programma's nog lopen zijn er de afgelopen jaren al wel resultaten gerealiseerd voor deelprojecten. Ze staan voor zover mogelijk beschreven in de betreffende programmabeschrijvingen in de bijlagen. Deelprojecten zijn wel al afgerond. Van meer fundamenteel onderzoek zijn nog geen resultaten.

De primaire producenten zijn het meest enthousiast over de resultaten van de BIO-projecten. Deze staan immers direct ter beschikking van de betrokken primaire producenten of worden via de praktijknetwerken verspreid.

8.4 Verspreiding van kennis

8.4.1 Verspreiding van de onderzoeksresultaten

Info wel beschikbaar

Er is binnen elk onderzoeksprogramma behoorlijk wat energie gestopt in de kennisverspreiding naar de doelgroep (zie de programmabeschrijvingen in de bijlagen). Er worden

veel verschillende methoden voor kennisverspreiding gebruikt. Zo zijn er demobijeenkomsten met primaire producenten, studiegroepen, websites, excursies, nieuwsbrieven, biologische onderzoeksberichten en artikelen in vakbladen en tijdschriften. Ook zijn er speciale infolijnen waar primaire producenten naar toe kunnen bellen als ze vragen hebben m.b.t. kennis. Allemaal activiteiten die ervoor moeten zorgen dat de resultaten van het onderzoek ook daadwerkelijk bij de producenten op de werkvloer terechtkomen. Op de werkvloer wordt dat ook erkend. 'Als je iets wilt weten dan kun je dat altijd wel te weten komen'. De BIOFOON heeft een goede naam.

Communicatie moet beter: via praktijknetwerken

Actieve communicatie van de resultaten naar de primaire producenten is wat anders dan de informatie beschikbaar maken. Het blijkt dat de communicatie rond de onderzoeken nog een zwak punt is. Hier zal meer aandacht aan besteed moeten worden.

De BIO-projecten worden vaak genoemd als voorbeeld van een zinvolle aanpak van onderzoek en verspreiding van kennis. Ze leveren resultaten op die vaak direct toepasbaar zijn in de praktijk. Deze resultaten worden via netwerkbijeenkomsten uitgewisseld. Naast de primaire producenten die participeren in het project zelf is er rondom zo'n project altijd een groot aantal primaire producenten betrokken in 'de tweede ring'. Zij komen soms bij de bijeenkomsten en krijgen de nieuwsbrieven. Op deze manier probeert men via een olievlekwerking de kennis breed te verspreiden. Bij BIOVEEM bijvoorbeeld schat men dat men op deze manier 50% van de primaire producenten (circa 200) rechtstreeks bereikt. Het is overigens wel opvallend dat deze olievlek vaak beperkt blijft tot een bepaalde regio.

Overigens zijn ook de BIO-projecten nog sterk gericht op de primaire sector. Zoals eerder aangegeven ontbreken de overige ketenpartijen nog veelal, zowel bij het formuleren van de onderzoeksvragen als bij de begeleiding van het onderzoek.

Leren van elkaar

In het veld geeft men aan dat ondanks al die verschillende kanalen waarlangs men informatie te pakken kan krijgen, men toch vooral leert van elkaar. "Goede toepasbare resultaten praat zich in dit wereldje snel rond, zoals onkruidbestrijding". Activiteiten als gezamenlijke studiebijeenkomsten, bezoeken aan Demo-bedrijven, het met elkaar uitnodigen van inleiders, lijken dan ook het meeste effect te hebben. Veel primaire producenten zijn ook lid van kleinere belangenverenigingen voor hun eigen sector. Ook in de bijeenkomsten van deze verenigingen vindt veel uitwisseling van kennis plaats.

8.4.2 Invloedsfactoren op kennistoename en feitelijk toepassing

Er zijn een aantal (externe) factoren die bepalen of beschikbare kennis ook wordt gebruikt.

Praktijkgerichte resultaten

Er is een toenemende roep⁷⁶ om het onderzoek vooral te richten op innovatief en probleemoplossend in plaats van beschrijvend en verklarend onderzoek. Men is van mening dat dat nu nog te weinig gebeurt. De resultaten van dergelijk onderzoek zullen uiteraard ook eerder worden toegepast.

Aanbieden van kennis vraaggericht en interactief in plaats van aanbodgericht

Primaire producenten geven aan het meest te leren van primaire producenten. Vooral de onderlinge contacten op bijeenkomsten van belangverenigingen en bij studiegroepen van bijv. de praktijkprojecten zijn plaatsen waar primaire producenten hun kennis halen. Dit is o.a. te verklaren uit het feit dat primaire producenten daar met elkaar de zaken op een zo'n praktisch mogelijk niveau uitwisselen. Bijeenkomsten en cursussen zonder directe aansluiting bij de vraagstukken van de primaire producenten, levert, zoals in het hoofdstuk onderwijs is te lezen, weinig op. Al deze zaken zijn vooral aanbodgericht en sluiten te weinig aan bij de directe behoefte van de boer.

Tijdstip van bijeenkomsten

Het tijdstip waarop bijeenkomsten worden aangeboden speelt een belangrijke rol. Veel primaire producenten gaven aan dat zij makkelijker deelnemen aan bijeenkomsten die in de winter worden georganiseerd als het minder druk is qua werkzaamheden.

Opleidingsniveau primaire producenten

Een ander mogelijke factor die van invloed is op de kennistoename van primaire producenten is dat een deel van de primaire producenten zeer goed in staat is om zelf hun kennis te vergaren en zich ook zeer bewust is van de kennisbehoefte die zij hebben. Dit komt omdat in het algemeen biologische primaire producenten een hoger opleidingsniveau hebben dan gangbare producenten.

Feitelijke toepassing nog een hele stap

Om de kennis feitelijk toe te passen is concrete gedragsverandering nodig. "Weten dat iets beter kan is nog niet hetzelfde als feitelijk doen" zo zei één van de geïnterviewden. Een factor die hierbij een rol speelt is of een boer daadwerkelijk de tijd neemt om zich te bezinnen op de aanpak en of hij in staat is daadwerkelijk de verbetermogelijkheden binnen zijn bedrijf te zien en vervolgens toe te passen. Contact met andere primaire producenten maar ook begeleiding door bijvoorbeeld adviseurs van DLV kan daarbij helpen. Teelt- en veehouderijbegeleiding is dan ook nog steeds een grote behoefte vanuit de markt, waarin moeilijk voorzien kan worden binnen de kaders van de huidige subsidieregelingen.

Toepassing niet altijd direct mogelijk

Men moet zich overigens ook realiseren dat er resultaten uit onderzoek naar voren komen die wellicht nu nog niet, maar wellicht wel op langere termijn een bijdrage kunnen leveren aan de bedrijfsvoering.

8.4.3 Gebruik van resultaten door gangbare producenten

Een deel van de onderzoeksresultaten heeft zeker ook geleid tot belangstelling onder gangbare producenten. Met name in de praktijkprojecten waaraan ook gangbare producenten deelnemen zien we dat resultaten van onderzoek uit de biologische landbouw worden overgenomen door de gangbare landbouw. In een recent verschenen rapport (concept) vanuit het koepelprogramma Biologische landbouw getiteld 'Kraamkamer van duurzaamheid, de innovatieve kracht van de biologische landbouw voor verduurzaming van de gangbare landbouw' staan resultaten van de spinoff beschreven.

8.5 Effecten

8.5.1 Verbetering bedrijfsvoering

Er is volgens betrokkenen uit het veld de afgelopen jaren een duidelijke verbetering cq professionalisering opgetreden in de bedrijfsvoering van biologische primaire producenten. Dit heeft te maken met twee factoren.

1. Beschikbaarheid van praktijkgerichte resultaten.

Op de eerste plaats zijn er meer praktijkgerichte resultaten beschikbaar gekomen. Met name de BIO-projecten, maar ook het praktijkonderzoek hebben, volgens direct betrokkenen, tot concrete resultaten geleid die direct kunnen worden toegepast.

2. Betere verspreiding van de resultaten.

Op de tweede plaats is de infrastructuur rond de verspreiding van kennis verbeterd. Zoals we eerder gezien hebben, zijn er rond de BIO-projecten kennisnetwerken actief,

waarlangs de kennis zich relatief snel verspreid. Ook gangbare producenten maken gebruik van deze kennisnetwerken.

8.5.2 Omschakeling

Uit de evaluatie is naar voren gekomen dat in tegenstelling tot het verleden op dit moment kennistekorten geen rol spelen bij de omschakeling van primaire producenten op biologisch bedrijfsvoering. Deze omschakeling wordt vooral bepaald door economische factoren. Primair staat of de boer een goede prijs kan krijgen voor zijn product. Daarnaast is er natuurlijk ook een aantal primaire producenten dat enkel vanuit ideële gedrevenheid omschakelt maar dat is tegenwoordig een minderheid. Wel blijkt dat als primaire producenten eenmaal zijn omgeschakeld het idealistisch gehalte soms toe neemt.

Uit een eerder gehouden enquête bij primaire producenten in het kader van de RSBP blijkt kennis geen knelpunt bij de beslissing om om te schakelen. Van de potentiële omschakelaars noemt 40% teelttechnische problemen als aarzeling om om te schakelen. Van hen noemt slechts 17% 'te weinig (eigen) kennis van biologische kennis' als aarzeling. Deze factor komt daarmee op de 10^e plaats van belangrijkste aarzelingen.

De conclusie is dat de toegenomen kennis op zich niet bijdraagt aan de beslissing tot omschakeling. Uiteraard kan de kennis wel indirect hieraan bijdragen, bijvoorbeeld doordat de kosten door nieuwe technieken omlaag gaan en daardoor biologische productie aantrekkelijker wordt. Vooralsnog zijn er geen aanwijzingen dat zich dergelijke effecten hebben voorgedaan.

8.6 Analyse

Centrale regie en coördinatie ontbreekt

Een belangrijk knelpunt binnen het kennisdomein als geheel is dat de centrale regiefunctie nog ontbreekt. Coördinatie en afstemming van specifieke kennisvragen bij de primaire producent of bij de overige keten- en marktpartijen vindt nog te versnipperd of helemaal niet plaats. De commissie Beckers heeft een belangrijke rol in het formuleren van onderzoeksthema's. Er is echter nog geen infrastructuur om samen met de stakeholders *concrete onderzoeksvragen* te identificeren en formuleren of projecten te begeleiden. Dit kan gaan om concrete onderzoeksvragen maar ook om vragen die voortvloeien uit bijvoorbeeld een gemeenschappelijke visie over de rol die biologische landbouw zou moeten vervullen of uit doelstellingen die gehaald moeten worden.

Het gevolg is dat een overzicht van specifieke knelpunten of tekortkomingen op het gebied van kennis ontbreekt en dat er geen of te weinig begeleiding en bijsturing van het onderzoek vanuit het perspectief van de stakeholders is. De onderzoeksprojecten komen daarmee veelal nog op zichzelf staan.

Wanneer een dergelijke regiefunctie voor kennisvragen binnen de hele biologische keten wordt ingericht, kunnen onderzoeksprojecten meer vraaggestuurd worden ingericht. De regiefunctie zou zowel primaire productie, handel, verwerking, retail/speciaalzaak als consument (gezondheid) moeten omvatten.

Meer aandacht voor teeltbegeleiding wenselijk

Het lijkt erop dat met name de directe begeleiding bij de BIO-projecten, ertoe heeft bijgedragen dat de bedrijfsvoering over het algemeen verbeterd is. Dit pleit ervoor om in de toekomst, naast een betere communicatie via praktijknetwerken, nog meer aandacht te besteden aan teelt- en veehouderijbegeleiding. In gesprekken met praktijkmensen en bijvoorbeeld handel of fabrikanten wordt ook aangegeven dat met name hieraan behoefte is.

Verschuiving naar meer interactieve deelname van gebruikers gewenst

De bevindingen in dit hoofdstuk kunnen als volgt worden samengevat.

<i>Procesfase</i>	<i>Huidige situatie</i>	<i>Gewenst</i>
Vraagarticulatie	Commissie Beckers functioneert goed.	Mee doorgaan
Selectie van thema's door LNV	Verbeterd in de afgelopen jaren. Sommige thema's die niet direct op de primaire producent zijn gericht blijven liggen.	Meer aandacht voor thema's rond voedsel en gezondheid
Formuleren onderzoeksvragen per programma of project	Bij BIO-projecten vraaggericht. Bij overige projecten soms nog te aanbodgericht. Onderzoeksprogrammering wel verbeterd.	Meer interactief en vraaggericht. Meer aandacht voor innovatie en praktijkproblemen. Meer aandacht voor effecten verderop in de keten. Meer betrokkenheid ketenpartijen.
Begeleiden van het programma	Twee maal per jaar door LNV met primaire producenten. Weinig stuurmogelijkheden.	Focus verplaatsen naar begeleiding op projectniveau
Begeleiding op projectniveau	Wordt gewerkt aan verbetering via bijvoorbeeld sectorwerkgroepen.	Intensiveren interactieve deelname door gebruikers.
Verspreiding van kennis, communicatie	In BIO-projecten via praktijknetwerken. Communicatie via IBL verbeterd.	Meer pro-actief via actieve benadering gebruikers met workshops en intercollegiale uitwisseling.
Toepassing van beschikbare kennis (feitelijke gedragsverandering)	Directe begeleiding alleen bij de direct betrokken producenten van BIO-projecten (door DLV).	Meer directe (teelt)begeleiding

Overige leerpunten:

- Snelle opschaling van onderzoeksgelden geeft soms ook frictieproblemen.
- De wereld van de biologisch landbouw telt een paar spilfiguren die veel bepalen. Verbreding van betrokkenheid blijft gewenst.
- Om begeleiding goed te doen moet je wel mensen hebben. Professionalisering van de begeleiding stimuleren, bijvoorbeeld door vergoeding voor bijeenkomsten.

Biologisch loopt voor op gangbaar

Er heeft de afgelopen jaren een duidelijke verbetering plaatsgevonden van de onderzoekscoördinatie en de begeleiding van onderzoek, en de kennisontsluiting en communicatie. Het IBL en het koepelprogramma heeft hierin een zeer goede rol vervuld. Uiteraard zijn er nog veel verbetermogelijkheden. In het rapport 'Biologische landbouw bij Wageningen (2)' van de Kerngroep biologische landbouw 2003 worden hiervoor concrete aanbevelingen geformuleerd.

Tegelijkertijd loopt biologisch onderzoek in veel opzichten, met name wat betreft de integrale en interactieve benadering, voor op gangbaar onderzoek. Knelpunten die hier zijn gesignaleerd zijn minstens zo relevant voor het gangbare onderzoek.

Allocatie van beschikbare middelen

Er kan op twee manieren worden gekeken naar de omvang van bijdrage voor biologisch onderzoek, voorlichting en verspreiding (totaal circa € 40 mln voor de periode 2001-2004).

Wanneer alleen naar de context van kennisontwikkeling en -verspreiding wordt gekeken, is de bijdrage relevant en in lijn met eerder gemaakte afspraken. Zeker wanneer in ogenschouw wordt genomen dat het biologisch onderzoek ook relevant is voor gangbare landbouw en als zodanig als kraamkamer functioneert.

Wanneer het onderzoeksbudget wordt afgezet tegen het totaal aan financiële middelen dat beschikbaar is voor het biologisch landbouwbeleid (bijna € 80 mln voor 4 jaar) en wordt gerelateerd aan de bijdrage van kennisontwikkeling aan de doelstelling, namelijk het bereiken van 10% areaal in 2010, dan moet worden geconstateerd dat andere instrumenten, met name die van Task Force effectiever zijn voor het behalen van de doelstelling. In dit licht zou een herallocatie overwogen kunnen worden. Overigens moet hierbij wel gerealiseerd worden dat het onderzoeksbudget geen extra uitgaven betreffen maar slechts een verschuiving van inzet van DLO-middelen.

8.7 Conclusies

Hieronder volgen puntsgewijs de belangrijkste conclusies:

Algemeen

- De onderzoekscoördinatie, de begeleiding van onderzoek, en de kennisontsluiting is de afgelopen jaren verbeterd. Het biologisch onderzoek lijkt hierin voorop te lopen op gangbaar onderzoek.
- Een centrale regie- of coördinatiefunctie, waarbij vanuit de stakeholders (markt, keten, primaire productie) concrete onderzoeksvragen worden geformuleerd en projecten worden begeleid en bijgestuurd, ontbreekt echter nog.

Vraagarticulatie

- De commissie Beckers heeft een goede bijdrage geleverd aan de vraagarticulatie van onderzoeksthema's. Deze is thans verbeterd. De commissie Beckers heeft de vertegenwoordiging vanuit het werkveld middels de sectorwerkgroepen beter georganiseerd.
- Het merendeel van de adviezen van commissie Beckers is overgenomen door LNV.
- Prioritering van onderzoek is nog te weinig gekoppeld aan een centrale strategische visie (bij LNV) op de gewenste rol van de biologisch landbouw in de toekomst, mede in relatie tot duurzame landbouw, of op de wijze waarop het biologische concept gepositioneerd dient te worden.

Focus onderzoek

- Het onderzoeksbudget gaat voor 95% naar de primaire productie en voor 5% naar overig onderzoek. Er is behoefte aan meer onderzoek naar bijvoorbeeld de toegevoegde waarde van biologisch, gezondheidsaspecten, voedselkwaliteit- en veiligheid en ketengericht onderzoek (al of niet gekoppeld aan onderzoek in de primaire sector).
- De vraagformulering voor dit onderzoek is een knelpunt. Het bedrijfsleven of onderzoekers zijn niet gewend om ketengerichte onderzoeksvragen te formuleren.
- Dat er niet opeens een ander koers kan worden ingeslagen wordt erkend door het werkveld. Bewegingen in het onderzoeksdomein verlopen langzaam.

Uitgevoerd onderzoek

- Het onderzoek dient meer vraaggestuurd georganiseerd te worden: dit betekent meer betrokkenheid van de gebruikers bij het formuleren en begeleiden van het onderzoek op projectniveau.
- Vanuit het veld wordt een deel van het onderzoek ervaren als nog te beschrijvend en inventariserend en te weinig praktijk- en probleemgericht.
- Door de snelle toename van biologisch onderzoek is er een tekort aan meer 'biologisch georiënteerde' onderzoekers. Dit belemmert de effectiviteit van het biologisch onderzoek. De onderzoekers van het LBI (en praktijkonderzoek) lopen hierin voorop.
- Fundamenteel onderzoek blijft nodig, maar er zou meer onderzoek moeten worden gedaan conform de aanpak in de BIO-projecten (praktijknetwerken).
- Omdat een groot deel van de onderzoeksprogramma's nog één tot twee jaar loopt zijn er nog geen eindresultaten. Deelprojecten zijn wel al afgerond met bruikbare tussenresultaten.
- Er is behoefte aan meer korte termijn onderzoek, gericht op direct bruikbaar resultaat.

Verspreiding van kennis

- Onderzoekscoördinatie en ontsluiting van kennis is aanzienlijk verbeterd met IBL en het koepelprogramma. Als een boer kennis nodig heeft is die altijd wel te vinden.
- Er dient meer aandacht besteed te worden aan communicatie van beschikbare kennis naar de primaire producenten, en andere relevante ketenpartijen, en aan directe begeleiding bij de implementatie in plaats van onderzoek.
- Primaire producenten leren het meest van contact met elkaar, bijvoorbeeld via de bedrijfsnetwerken en/of studiebijeenkomsten. Het concept dat door de BIO-projecten wordt gebruikt voor kennisontwikkeling en verspreiding is succesvol. Wel dient ook daar meer aandacht te komen voor ketenpartijen.

Effecten

- De kennisresultaten hebben een bijdrage geleverd aan het verbeteren van de bedrijfsvoering bij biologische primaire producenten.
- Resultaten vanuit biologisch landbouwonderzoek zijn in een aantal gevallen ook overgenomen door de gangbare landbouw.
- Kennis is op dit moment geen factor meer die een belangrijke rol speelt bij de omschakeling. Primaire producenten kijken voornamelijk naar afzetmogelijkheden, rendement etc.

9 Voorlichting en onderwijs

9.1 Demoregeling

- ☐ Heeft de overheid financieel bijgedragen aan voorlichting aan (potentiële) biologische ondernemers en hebben zij daar gebruik van gemaakt (demoregeling)?
 - ☐ Is optimaal gebruik gemaakt van de demo-regeling door ondernemers? Zo nee, waarom niet?

Doel regeling

De demoregeling ondersteunt het stimuleren van aanpassingen en vernieuwingen op land- en bosbouwbedrijven die uit het oogpunt van milieu- en natuurbeleid, maar ook met het oog op de verbetering van de concurrentiekracht noodzakelijk worden geacht.

De huidige regeling is in 2001 in werking getreden en is een samenvoeging van 2 eerdere regelingen die vanaf 1994 resp. 1997 in werking waren en in 1999 zijn gesloten. Voor deze nieuwe samengevoegde regeling is gekozen omdat beide oude regelingen elkaar deels overlaptten qua onderwerpen en doelstellingen. Daarnaast draagt het samenvoegen van beide regelingen bij aan een efficiëntere uitvoering van de regeling.

De subsidie kan worden aangevraagd door ondernemers die voor eigen risico een bedrijf voeren in de land- en bosbouw dan wel in de handel van producten in deze sectoren. De projecten hebben maximaal een looptijd van drie jaar, waarbij de kosten voor maximaal 50% subsidiabel zijn. Jaarlijks wordt de regeling opengesteld. Per openstelling worden de thema's vastgesteld. Deze thema's dienen dan wel te passen binnen het kader zoals geformuleerd in de regeling.

Openstelling biologische landbouw

Het thema Biologisch was tot nu toe alleen in de periode 2002-2003 onderdeel van de demo-regeling. De regeling bestond in totaal uit vijf verschillende thema's. In totaal heeft het ministerie voor deze vijf thema's € 1.444.500 beschikbaar gesteld en de Europese Unie € 481.500. Voor 2004 is een nieuwe openstelling gepland waarbij biologisch weer als thema zal worden aangeboden. Het subsidieplafond van de nieuwe openstelling voor het thema biologisch is naar verwachting 750 duizend euro⁷⁷.

Gebruik regeling

Het budget van deze biologische openstelling in 2002 was 350 duizend euro. De totale subsidiabele kosten moeten minimaal € 11.345 per project bedragen. Maximaal 80% van het vastgestelde subsidiebedrag kan worden bevoorschot. In totaal zijn voor deze openstelling 22 projectplannen op het gebied van de biologische landbouw ontvangen. Hier- van zijn uiteindelijk in totaal 7 projecten goedgekeurd voor een bedrag van 324.000 euro. Er bleken na de evaluatie alleen A- en C-ideeën⁷⁸ ingediend te zijn. Op de 15 afgewezen biologische aanvragen zijn geen bezwaarschrift ingediend.

Aantal aanvragen	22
Aantal goedgekeurd	7
Subsidiebedrag totaal beschikbaar	€ 350.000
Totaal goedgekeurd subsidiebedrag	€ 324.000

Het feit dat het subsidieplafond niet volledig is benut valt te verklaren doordat de regeling voor biologische landbouw geen regelmatige cyclus volgt, waardoor aanvragen te laat werden ingediend.

De 7 goedgekeurde projecten zijn recentelijk gestart. Zodoende zijn er nog geen tussenverslagen ontvangen. De eerste tussenverslagen worden verwacht halverwege dit jaar (2004).

Toelichting demo's

De totale kosten voor de 7 biologische demo's komen neer op € 648.828. In dit bedrag is de bijdrage van LNV, de eigen bijdrage en de bijdrage van de EU opgenomen. Gemiddeld zijn 3 tot 4 verschillende partijen per project betrokken. In deze demoregeling zijn vier nieuwe activiteiten opgestart. De overige drie hebben betrekking op voortzetting van bestaande activiteiten.

De concrete output van de 7 projecten loopt uiteen van biologische infocentra, cursussen en workshops tot websites, nieuwsbrieven, studiedagen en demonstraties. Vier van de zeven projecten beogen een toename van kennis als projecteffect. Daarnaast worden onder andere de verbetering van de bedrijfsvoering, het verbeteren van de bekendheid van biologisch bij de consument en betere afstemming en efficiency tussen ketenpartners beoogd.

In de bijlagen zijn de 7 demo's nader inhoudelijk toegelicht aan de hand van korte projectomschrijvingen en zijn de beoogde effecten per demo uitgewerkt. Beoogde effecten van de biologische demo's zijn nog niet opgetreden vanwege het feit dat deze recentelijk zijn gestart. Tot op heden zijn geen tussenverslagen opgeleverd.

Uitvoeringskosten

Omdat de uitvoeringskosten zijn gemaakt voor de hele regeling zijn deze voor het biologische deel van de regeling door Laser niet in te schatten. Ook een doorrekening van de kosten zou volgens Laser een vertekend beeld geven van de werkelijkheid.

Conclusies

- Aangezien het subsidieplafond voor biologisch op 26 duizend euro na volledig is benut en doordat de regeling geen vaste cyclus volgt en daardoor onbekend is, is toch redelijk gebruik gemaakt van de demoregeling.
- Het subsidieplafond bij de tweede openstelling ruim twee keer zo hoog. Laser verwacht dan ook opnieuw voldoende belangstelling.

9.2

Via-regeling

- ☐ Zijn er in het kader van de innovatieregeling voor het agrarisch onderwijs financiële middelen ter beschikking gesteld voor integratie van biologische landbouw en is daar gebruik van gemaakt?
- ☐ Is optimaal gebruik gemaakt van de innovatieregeling door het agrarisch onderwijs? Zo nee, waarom niet?

Openstelling regeling

De VIA-regeling wordt gebruikt voor vakinhoudelijke vernieuwingen in het groene onderwijs. De regeling Versterking en Innovatie Agrarisch onderwijs (VIA) kende twee openstellingen in 2002 en 2003. Het thema Biologische Landbouw was alleen in 2002 van toepassing. In 2002 waren in totaal zes verschillende thema's opgenomen. De projecten waarvoor subsidie kon worden verkregen moesten betrekking hebben op één of meerdere van deze thema's. Voor de totale Via-regeling was in 2002 een subsidieplafond gereserveerd van € 3.630.242.

Gebruik regeling

In totaal zijn voor het thema Biologische Landbouw vijf aanvragen ingediend. De beoordelingscommissie heeft uiteindelijk bij slechts twee aanvragen geconcludeerd dat deze aanvragen daadwerkelijk het beoogde biologisch karakter hadden.

Aantal aanvragen	23	2	8.7%
Aangevraagd subsidiebedrag	€ 4.431.193	€ 636.834	14.4%
Aantal subsidieverleningen	11	1	9.1%
Verleend subsidiebedrag	€ 1.654.206	€ 325.299	19.7%

Onderbenutting

Uit de tabel valt af te lezen dat uiteindelijk aan één aanvraag daadwerkelijk subsidie is verleend. Van het totale subsidieplafond is twee miljoen euro onbenut gebleven. Het succes van de VIA-regeling op het Biologische thema was erg gering. Dit werd met name veroorzaakt doordat de kwaliteit van de aanvragen te laag was. De uitvoeringsorganisatie Laser heeft daardoor veel aanvragen moeten afwijzen. De slechte kwaliteit van de aanvragen werd mede veroorzaakt doordat de aanvragers niet voldeden aan de voorwaarden van het biologische thema. Vooralsnog is een nieuwe openstelling van de VIA-regeling voor biologische landbouw niet gepland.

Op dit moment is er een openstaande verplichting van € 260.239 van de enige in de tabel vernoemde aanvraag van € 325.299. Dit project (Innovatief en Strategisch Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen met Biologische Landbouw) heeft een looptijd van vier jaar waarbij de geplande einddatum op 1 april 2006 is vastgesteld.

Conclusies

- De doelgroep kan niet overweg met het biologische thema van de VIA-regeling: het is te aanbodgericht opgezet.
- Doordat uiteindelijk maar één project is doorgegaan zijn de resultaten van de regeling voor het biologische thema slecht te noemen. Het beoogde doel van de regeling is niet bereikt.
- De overheid dient met name een stimulerende in plaats van een sturende rol te hebben; instellingen moeten de ruimte krijgen om thema's naar de behoefte van de markt in te vullen.

9.3 Kaderbrief 2002, Inhoudelijke vernieuwing Groen Onderwijs

Doel regeling

In de Kaderbrief 2002, Inhoudelijke vernieuwing Groen Onderwijs, werd vooruitgelopen op een meerjarige regeling Inhoudelijke Vernieuwing Groen Onderwijs, die in 2003 zou worden opgesteld. De regeling beoogt versnelde vernieuwing van de inhoud van de opleidingen in aanvulling op de reguliere vernieuwingen.

Gebruik regeling voor biologisch beperkt

In totaal werd € 5,6 mln budget gereserveerd voor de jaren 2002 en 2003. De Kaderbrief stond open voor alle LNV onderwijsinstellingen (WUR, HAO, AOC) en voor OC&W-instellingen met groene afdelingen. In 2002 is € 66.601 beschikbaar gesteld voor één biologisch gericht project met als doel het ontwikkelen van een compleet curriculum biologische landbouw voor de veehouderij en plantenteelt.

9.4 Groen cursorisch onderwijs

- ☐ Heeft de overheid cursussen voor huidige ondernemers financieel ondersteund (regeling groen cursusonderwijs)?
 - ☐ Is optimaal gebruik gemaakt van de cursussen voor ondernemers? Zo nee, waarom niet?

Doel en gebruik regeling

De Regeling Groen Cursusonderwijs (GCO) dient voor voorlichting en nascholingscursussen. De regeling kende twee openstellingen in 2002 en 2003, waarbij het thema 'biologische landbouw' alleen in 2002 is opgenomen.

Aantal aanvragen	267	14	5.2%
Aangevraagd subsidiebedrag	€ 8.757.695	€ 429.823	4.9%
Aantal subsidieverleningen	75	8	10.7%
Verleend subsidiebedrag	€ 1.529.323	€ 185.212	12.1%

In 2002 zijn tien verschillende thema's in de kaderbrief opgenomen. Voor elk thema was een evenredig deel van het budget beschikbaar. Het subsidieplafond bedroeg € 2.179.500, waarvan € 217.950 (10%) was gereserveerd voor biologische landbouw. Het aantal aanvragen met betrekking tot biologische landbouw betreft alleen die aanvragen waar biologische landbouw het hoofdthema is.

Onderbenutting

Van de 267 aanvragen zijn uiteindelijk maar 75 aanvragen goedgekeurd. De reden is dat de meeste aanvragen volgens de beoordelingscommissie vielen in de categorie 'matig passend' of 'niet passend' binnen de criteria van de regeling. De overige 75 aanvragen vielen binnen de categorie 'goed passend' of 'voldoende passend'. Deze beperkte toewijzing heeft geleid tot een onderbenutting van budget van € 650.000.

Uitvallen van cursussen

Uit onderzoek van LASER is gebleken dat veel instellingen niet tijdig zijn gestart met het geven van de cursussen. Gezien de hoeveelheid intrekkingen die dit tot gevolg zou hebben, wordt thans bekeken of andere oplossingen mogelijk zijn.

Dit speelt ook voor het thema biologische landbouw. Tot op heden is geen enkele cursus gestart. Eén instelling heeft vorig jaar tijdig uitstel aangevraagd, omdat de cursus vanwege de varkenspest niet tijdig kon starten. Het betreft hier drie projecten, waarvan de ontwikkelkosten inmiddels bevoorschot zijn. Voor één van deze drie projecten is overigens tijdens het onderzoek aangegeven dat deze wellicht niet meer zal plaatsvinden.

Van de overige vijf projecten is aangegeven dat de cursussen niet zijn begonnen en ook niet meer zullen plaatsvinden. In alle gevallen wordt gebrek aan belangstelling voor de cursus als reden opgegeven.

Regeling te aanbodgestuurd en omslachtig

Uit gesprekken die wij hebben gevoerd met enkele cursusverantwoordelijken blijkt dat het veld niet overweg kan met de voorgestelde thema's die door LNV zijn bepaald. Er bestaat op lokaal niveau een andere vraag met een veel praktischer karakter. Deze cursussen passen echter niet binnen de kaders van de regeling.

Daarbij wordt aangegeven dat de aanvragen gepaard gaan met zeer veel papierwerk en verantwoordingsdocumenten (o.a. accountantsverklaring). Hierdoor wordt het voor instellingen minder interessant om dergelijke cursussen aan te bieden. "Het is één grote

bureaucratie, waarvan de mensen de moed in de schoenen zakt.”, aldus een geïnterviewde uit de onderwijswereld.

Een ander argument voor het beperkte animo is het feit dat biologische landbouw momenteel in een 'dip' zit. Boeren willen niet omschakelen omdat er nauwelijks perspectief bestaat. De behoefte aan kennis en informatie is daardoor ook minimaal. Overigens bestaat het idee dat boeren vandaag met een probleem worden geconfronteerd en morgen het antwoord willen weten. Een cursus met een innovatief karakter laat allereerst lang op zich wachten en sluit niet aan bij de problematiek die er feitelijk heerst.

Ten aanzien van de rol van de subsidieverstrekking blijkt dat geld wel wordt gezien als een stimulator. Echter voor een serieuze vraag speelt het, in de keuze deel te nemen aan een cursus, een ondergeschikte rol. De vraag is dan leidend.

Conclusies

- De regeling heeft voor biologische landbouw geen resultaten opgeleverd.
- Het cursusaanbod sluit niet aan bij de behoefte in de markt (te aanbodgestuurd).
- De biologische landbouw zit in een 'dip' en dat beïnvloedt de mate van interesse in cursussen.
- De overheid zou minder moeten sturen bij het vaststellen en bepalen van de cursus-thema's.
- Verantwoordingsrapportages dienen van ondergeschikt belang te zijn. Onderwijsinstellingen haken bij een veelvoud aan regels en formuleren af.

9.5

Conclusies Voorlichting en onderwijs

☐ Hoofdvraag: Zijn de activiteiten op het gebied van kennisverspreiding uitgevoerd? Hebben de overheidsactiviteiten op het gebied van voorlichting, onderwijs en cursussen voldoende geleid tot toegenomen kennis bij (toekomstige) biologische ondernemers?
--

- De diverse demo's zijn nog niet afgerond. Vier van de zeven projecten beogen toegenomen kennis als resultante.
- De onderwijsregelingen VIA en GCO zijn volledig aanbod gestuurd en sluiten niet goed aan bij de behoeften uit het veld. Ze zijn als zodanig mislukt. Bij de VIA-regeling heeft slechts 1 project doorgang gevonden. Bij de Regeling Groen Cursus-onderwijs is geen enkele cursus is gestart.
- De VIA-regeling en de Regeling Groen Cursusonderwijs hebben derhalve nauwelijks bijgedragen aan de toename van de feitelijke kennis bij de (toekomstige) biologische ondernemers.
- De afstemming van het aanbod van onderwijs en het vaststellen van de diverse thema's dient op lokaal niveau door instellingen te gebeuren en niet door de centrale overheid.
- Alleen de demoregeling kan voor dit thema nog relevante voortgang boeken in het verbeteren van de kennis bij biologische ondernemers.
- Uit gesprekken met biologische boeren blijkt dat kennis veel meer wordt vergaard uit eigen netwerken en onderlinge uitwisseling van informatie. Als men kennis nodig heeft is die ook te vinden.

10 Stimuleren productie

10.1 RSBP

Uitvoering

- ☐ Wanneer is de RSBP in de periode 2001-2004 opengesteld?
- ☐ In welke mate is gebruik gemaakt van de RSBP?

Doelmatigheid

- ☐ Hoe efficiënt is de RSBP uitgevoerd?

Effecten

- ☐ Heeft de RSBP bijgedragen tot meer omschakelaars?

De regeling

De Regeling Stimulering Biologische Productiemethode (RSBP) heeft tot doel de omschakeling van gangbare naar biologische landbouw in Nederland te stimuleren. Hiertoe wordt een gewasgroep afhankelijke compensatie gegeven van het inkomensverlies, dat ontstaat tijdens de verplichte omschakelingsperiode, waarin de producten wel biologisch geteeld moeten worden, maar nog niet biologisch afgezet kunnen worden. De verplichtingen, waaronder de verplichting tot biologisch telen, worden door de aanvrager aangegaan voor een periode van vijf tot maximaal negen jaar. De nieuwe RSBP valt vanaf 2000 onder het POP (PlattelandsontwikkelingsProgramma).

De regeling voorziet ook in een geringere premie voor voortzetting van biologische teelt mits nog geen beroep is gedaan op de RSBP. De RSBP was tot begin 1999 een doorlopende regeling en vanaf 29 maart 1999 tot en met 2002 een cyclische, wat inhoudt dat de regeling elk jaar één of meerdere keren gedurende een beperkte periode wordt opengesteld voor het indienen van aanvragen. In 2003 is de regeling niet opengesteld en in 2004 zal de (huidige) RSBP voor de laatste maal opengesteld worden.

Gebruik van de RSBP

In de volgende tabel wordt een overzicht gegeven van de jaarlijkse uitgaven, de aangegane verplichtingen en het aantal binnengekomen en goedgekeurde aanvragen. Wij hebben de gegevens opgenomen vanaf 2000 omdat vanaf dat moment de nieuwe regeling van kracht is. De gegevens zijn afkomstig van Laser.

Van de 839 ingediende aanvragen zijn uiteindelijk 644 aanvragen goedgekeurd. In totaal is er van 2000-2003 een bedrag van € 12,5 miljoen aan nieuwe verplichtingen aangegaan. Over dezelfde periode is een ongeveer gelijk bedrag betaald aan RSBP-uitkeringen inclusief de verplichtingen die reeds voor 2000 zijn aangegaan.

Voor de nieuwe openstelling in 2004 is door Laser een prognose opgesteld. Men verwacht 50 goedgekeurde aanvragen met een financiële verplichting van € 925.000. Als dit het geval is, dan betekent dat een aanzienlijke onderbenutting van de beschikbare middelen (€ 3 mln). De openstelling staat gepland van 24 mei tot 24 augustus 2004.

Betaald (incl. verplichtingen van vóór 2000) ⁸¹	€ 2.869	€ 2.577	€ 4.125	€ 4.114	€ 3.669	€ 13.686
Totaal verplichtingen aangegaan	€ 7.876	€ 2.826	€ 1.782	€ 0	€ 925	€ 12.485
Ontvangen aanvragen	452	231	156	0	Ca 50	839
Totaal goedgekeurde aanvragen	382	158	104	0	Ca 50	644
Uitvoeringskosten (incl. overhead en LNV-korting)	€ 296	€ 380	€ 376	€ 370	413	€ 1.421
Percentage uitvoeringskosten (% betaald)	10,3%	14,7%	9.1%	9.0%	11,3%	10.4%

De gegevens uit de tabel laten zien dat het aantal ingediende aanvragen in de openstellingsperiode 2000-2002 per jaar drastisch is afgenomen. Deze tendens valt te verklaren door de afname van het financiële cq marktperspectief, waardoor omschakelen minder interessant is geworden. Dit komt overeen met het algemene beeld van stagnatie van de laatste jaren. Elders in dit rapport wordt aangegeven dat deze stagnatie mede het gevolg is van de economische situatie en de verslechterende marktpositie ten opzichte van het buitenland.

Uitvoeringskosten hoog

Doordat de regeling in 2000 drastisch gewijzigd is, zijn de uitvoeringskosten in 2001 ongeveer 85 duizend euro toegenomen. Gemiddeld genomen bedragen de uitvoeringskosten 10,4% van de totaal betaalde subsidie over 2000 – 2003. De regeling is in de uitvoeringspraktijk erg bewerkelijk vanwege de onregelmatige openstelling, het feit dat er veel verschillende vormen subsidiecategorieën zijn en omdat het bij de beoordeling van de aanvragen veel werk kost om alle gegevens boven tafel te krijgen. LASER heeft veel moeite moeten doen om alle gegevens boven tafel te krijgen, hetgeen volgens LASER kan worden afgeleid uit het grote aantal niet-acceptatiebrieven: 60% in 2000 en 70% in 2001⁸². Bovendien is er sprake van een uitgebreide controlestructuur, mede vanwege het feit dat de eisen voor aanvragen in het kader van het POP-regime strenger zijn dan de eisen onder het oude regime.

De uitvoeringskosten zullen naar verwachting ten opzichte van 2003 toenemen naar € 413.000. Deze toename wordt veroorzaakt doordat er extra geld is uitgetrokken voor het aanpassen van de database. Deze investering zal zich volgens Laser in de komende jaren terugverdienen.

Bijdrage aan omschakeling?

De RSBP is een zeer bekende regeling bij boeren. Alhoewel de regeling aanbodgestuurd is, wordt deze wel ervaren als een 'goede' regeling die aansluit bij behoeften van de markt. Boeren krijgen een compensatie voor het inkomensverlies en dat maakt de omschakelperiode financieel draaglijker.

Uit enquêteonderzoek⁸³ dat in 2002 gehouden is onder ruim 1500 boeren blijkt dat de RSBP maar een geringe rol heeft gespeeld bij het besluit tot omschakeling. Wel is het zo dat voor de meeste omschakelaars geldt dat de RSBP een belangrijke steun in de rug is. Veel belangrijker voor de beslissing tot omschakeling is het markt- cq afzet-perspectief. Met name een gegarandeerde binnenlandse afzet speelt een belangrijke rol in de omschakeling naar biologisch.

Ook banken vinden de bijdrage van de RSBP bij de beoordeling van een kredietaanvraag minder relevant. Over het algemeen geldt dat de bedragen te klein zijn om een doorslaggevende factor te kunnen vormen bij de besluitvorming over kredietverlening. Daarom is de haalbaarheid niet afhankelijk van de RSBP en wordt er in die zin geen rekening mee gehouden.

Het belangrijkste omschakelmotief dat naast goede afzetmogelijkheden wordt genoemd is de ideële gedrevenheid. Ook bij deze eindevaluatie zijn een dertigtal boeren telefonisch geïnterviewd, waarbij deze motieven nogmaals werden bevestigd.

Knelpunten in groei

Als belangrijkste knelpunten in de biologisch groei en de aarzelingen om tot omschakeling over te gaan werden onvoldoende afzetmogelijkheden, de te lage prijs voor de producent en de opstartrisico's gedurende de omschakelperiode genoemd. Daarnaast zijn ook knelpunten aan de vraagkant aangehaald. Uit de enquête in 2002 blijkt dat de relatief hoge consumentenprijs en de onvoldoende samenwerking in de keten als belangrijkste knelpunten in de vraag worden gekenmerkt.

Aanpassing regeling

Gebleden is dat de huidige regeling nogal wat haken en ogen heeft⁸⁴. Door het ministerie van LNV is overwogen om de regeling voor de laatste openstelling in 2004 aan te passen. Dit bleek echter op korte termijn niet mogelijk omdat hiervoor een wijziging van het POP-fiche in Brussel nodig is. Een dergelijke wijziging neemt doorgaans 1 à 2 jaar in beslag. De geplande nieuwe openstelling zal zodoende in de oude variant plaatsvinden. Bij het bepalen van het vervolgbeleid wordt rekening gehouden met de kanttekeningen aan de huidige regeling.

Het feit dat de regeling in 2004 weer wordt opengesteld geeft aan dat de overheid in biologische landbouw blijft investeren en het zodoende een belangrijk thema vindt. Hier gaat volgens betrokkenen een belangrijke functie van uit.

Conclusies

- De RSBP is geen reden voor omschakelen, maar heeft wel een symboolfunctie.
- Het bedrijfs-economische of markt-perspectief op langere termijn zijn thans de hoofdmotieven voor omschakeling.
- De RSBP is niet efficiënt qua uitvoering.
- Er is een onderbenutting van de beschikbare middelen.

10.2 Garantstelling en IBV-regeling

Uitvoering

- ☐ Wanneer is de IBV in de periode 2001-2004 opengesteld?
- ☐ In hoeverre is gebruik gemaakt van de Investeringsregeling Biologische Varkenshouderij?
- ☐ Heeft de vraaggerichte koppeling in de IBV afzetproblemen voorkomen?

Doelmatigheid

- ☐ Hoe efficiënt is de IBV uitgevoerd?

Effecten

- ☐ Heeft de IBV geleid tot meer omschakelaars?

Geen Garantstelling kapitaalintensieve sectoren

Het instrument van de garantstelling, dat in eerste instantie in de Beleidsnota is voorgesteld als ondersteuning voor kapitaalintensieve sectoren, is uiteindelijk niet toegepast. Binnen de EU-richtlijnen bleek geen andere toepassing mogelijk dan bij faillissement van de ondernemer (overeenkomstig het reguliere instrument Borgstelling). Dit strookte niet

met de beleidsintentie om los van een faillissement een bijdrage te kunnen verlenen indien de exploitatie van de biologische varkenshouderij niet levensvatbaar zou zijn.

IBV-regeling

In plaats van de garantstelling is de Investeringsregeling Biologische Varkenshouderij (IBV) toegepast ter ondersteuning van het door Albert Heijn, De Groene Weg/Dumeco (slachterij) en de Vereniging Biologische Varkenshouders gesloten convenant voor de opschaling van de biologische varkenshouderij. De investeringsregeling beoogt de omschakeling in de varkenshouderij te bevorderen door de risico's van de hoge investeringen in de aanpassing van de huisvesting te verminderen.

De investeringsregeling is alleen voor de varkenshouderij toegepast, en bijvoorbeeld niet in de glastuinbouw, omdat hier zodanige afspraken zijn gemaakt tussen varkenshouders en andere ketenpartijen, dat de afzet van het te produceren biologische vlees werd gegarandeerd. Dit is een belangrijke voorwaarde omdat LNV geen omschakeling wil(de) stimuleren zonder vraag naar de producten⁸⁵. De doelgroep van de IBV zijn varkenshouders die in ketenverband omschakelen (die dus afspraken hebben gemaakt over afzet van hun producten). De regeling staat ook alleen voor deze groep open.

In het kader van de IBV werd een tegemoetkoming verleend van 30 % van de subsidiebele investeringen ten behoeve van de omschakeling naar de biologische varkenshouderij. De maximum subsidie per aanvrager bedroeg € 250.000. De subsidieverlening vond plaats op basis van een afzetcontract van minimaal 2 jaar en een Skat certificaat. Er is bij deze regeling niet gewerkt met het uitkeren van voorschotten.

Gedurende de regeling heeft er een wijziging plaatsgevonden. In eerste instantie bestond er een termijn van 18 maanden waarin de uitvoering van het investeringsproject moest plaatsvinden. Deze termijn is vanwege marktomstandigheden ten aanzien van prijsontwikkelingen en afzetmogelijkheden verlengt naar 30 maanden.

Aantal aanvragen

De IBV-regeling is opengesteld van 11 december 2001 tot en met 31 januari 2002. Er zijn bij deze openstelling 67 aanvragen ingediend. Hiervan zijn uiteindelijk 37 aanvragen afgewezen. Van de 30 goedgekeurde aanvragen bleven er na 1 intrekking nog 29 over. Dit betekent dat van de 92 varkenshouders, die deelnamen aan het varkensconvenant, slechts 30% gebruik heeft gemaakt van de investeringsregeling.

In de volgende tabel wordt een overzicht gegeven van het aantal subsidies en de verplichtingen. De oorzaken van afwijzing zijn nergens vastgelegd en volgens Laser niet meer te achterhalen. Veel aanvragen zijn niet in behandeling genomen, hetgeen betekent dat deze niet volledig waren, bijvoorbeeld vanwege het ontbreken van een financieringsverklaring. Een afwijzing betekent dat ze niet voldeden aan een eis uit de regeling, bijvoorbeeld economische levensvatbaarheid.

Subsidie verleend	30	€ 3.081
Intrekkingen:	1	€ 150
Totaal verplichtingen	29	€ 2.931
Subsidie vastgesteld	13	€ 1.129
Nog openstaande verplichtingen	16	€ 1.802

Uitvoeringskosten

De totale uitvoeringskosten zijn tot en met 2003 ruim € 115.000,- euro. Hier komen nog enkele kosten bij omdat op dit moment ruim 1,8 miljoen euro openstaat als openstaande verplichting. De laatste subsidievestigingen worden verwacht in augustus 2005. In vergelijking met andere regelingen vallen de uitvoeringskosten mee ten opzichte van de totale financiële verplichting op dit moment (3,9%). Dit heeft vooral te maken met de omvang van de bedragen en de eenvoud van de regeling. Aan de andere kant is het een

inefficiënte regeling omdat hij maar één keer is opengesteld. Dit leidt altijd tot relatief hoge uitvoeringskosten.

Een kanttekening moet geplaatst worden bij de startdatum van het afzetcontract. Deze is in de regeling niet duidelijk vastgelegd. Het is in enkele situaties voorgekomen dat het afzetcontract al liep gedurende de verbouwingsperiode. Zodoende resteerde bij verkrijging van het Skal certificaat nog maar een half jaar van het contract.

2001	€ 16.361	€ 3.801
2002	€ 58.109	
2003	€ 37.019	
totaal	€ 111.489	€ 3.801

Gebruik van de regeling

Er is in grote mate gebruik gemaakt van de Investeringsregeling voor Biologische Varkenshouderijen (IBV). In eerste instantie is een subsidieplafond vastgesteld van ruim € 1.8 mln. Achteraf is gebleken dat dit bedrag onvoldoende aan de vraag beantwoordde. Nadat het bedrag eerst was opgehoogd tot € 4mln⁸⁶ vanwege de grote belangstelling, is uiteindelijk in totaal voor ruim € 3 mln aan verplichtingen aangegaan.

Stimulans om om te schakelen?

De regeling lijkt ogenschijnlijk goed gewerkt te hebben. De productie van biologisch varkensvlees is zelfs vele malen harder gegroeid dan de marktvraag. Toch blijkt uit telefonische interviews met een tiental betrokken varkensboeren en andere betrokkenen, dat de IBV voor hen geen reden is geweest voor de omschakeling. Veel varkenshouders hadden de plannen al klaar liggen. De aantrekkelijke vaste afzetcontracten met een garantiëprijs, gecombineerd met ideële gedrevenheid⁸⁷ zijn de belangrijkste factoren geweest in de keuze voor het omschakeling.

De subsidiebijdragen van de IBV-regeling zijn in verhouding tot de investeringskosten in theorie voldoende groot om een doorslaggevende rol te kunnen spelen bij de beoordeling van de haalbaarheid van een financieringsplan. In zo'n geval willen banken eerst een harde schriftelijke toezegging dat de subsidie wordt toegekend, alvorens de subsidie mee te rekenen. In de praktijk speelt een subsidie volgens banken echter zelden een doorslaggevende rol en de IBV vormt hierop geen uitzondering. Banken schatten in dat bij de IBV het merendeel van de dertig boeren ook zonder de IBV de financiering had rond gekregen en dat hoogstens bij enkele boeren de financiering zonder de IBV lastig was geworden.

Wel wordt door een sleutelspeler aangegeven dat mede door de IBV-regeling de ketenpartijen bereid waren afzetcontracten aan te bieden. Door de IBV-regeling werd een patstelling, die er op dat moment was, doorbroken. In die zin heeft de IBV-regeling een belangrijke signaalfunctie gehad en heeft zij indirect bijgedragen aan omschakeling.

Groei langzamer dan verwacht

Hoewel de afzet van biologisch varkensvlees de laatste jaren fors gegroeid is, dankzij de inspanningen van de partijen, betrokken bij het varkensconvenant, kampt op dit moment de markt voor biologisch varkensvlees met een overproductie. Om die reden zal de IBV waarschijnlijk niet meer opengesteld worden.

Een belangrijke reden voor de overproductie is het feit dat de betrokken marktpartijen indertijd veel te hoge afzetverwachtingen hadden in een periode dat het economisch nog goed ging. Bovendien speelde de BSE- en MKZ-crisis. Door de teruglopende economie is de groei van biologisch varkensvlees echter veel minder hard gegaan dan verwacht: de consumenten kiezen eerder voor het goedkopere gangbare varkensvlees dan het dure biologische varkensvlees. Met deze marktverschuiving is in de afzetprognoses en bij

het aantal afzetcontracten dat is afgesloten door de marktpartijen geen rekening houden.

Een gevolg van dit alles is dat de productie van biologisch varkensvlees niet gelijkmatig is meegegroeid met de marktvraag maar dat deze in zeer korte termijn explosief is toegenomen: een klassiek voorbeeld van de varkenscyclus.

Regulering thans noodzakelijk

De betrokken marktpartijen hebben, door de lagere groei van de markt, de afzetcontracten in 2003 moeten open breken en de gegarandeerde opbrengstprijzen naar beneden moeten bijstellen. Dit heeft veel negatieve publiciteit met zich meegebracht.

Terugschakeling voor de varkensboeren is lastig. De investeringen zijn gedurende de omschakeling zo hoog geweest dat deze in een gangbaar productiebedrijf nooit terugverdiend kunnen worden. Bovendien willen eenmaal omgeschakelde boeren eigenlijk niet meer terug schakelen naar gangbaar, omdat zij veel waarde hechten aan het biologisch concept. Inmiddels is wel één omschakelaar gestopt, die van de IBV gebruik heeft gemaakt en uitbetaald is.

De marktpartijen⁸⁸ zijn naar aanleiding van de overproductie rond de tafel gaan zitten en zijn gezamenlijk tot een regulering van de biologische varkenshouderij gekomen: 35 van 92 biologische varkensboeren zullen hun bedrijf stoppen of terugschakelen naar gangbaar. De bedrijven hebben zich vrijwillig aangemeld en ontvangen een uitkoopsom. De vergoeding komt uit een reguleringsfonds dat door de supermarkten AH en Plus, De Groene Weg en de overblijvende 57 varkensboeren zelf is betaald.

Negatieve imago rond het varkensconvenant niet terecht

Het varkensconvenant kan beschouwd worden als een uniek experiment, dat ondanks de sanering die noodzakelijk bleek, in meerdere opzichten een les kan zijn voor andere sectoren. Het valt zeer te betreuren dat een aantal varkensbedrijven hebben moeten stoppen of terugschakelen. Met name de relatief kleinere varkensboeren, die eerder scharrelvlees produceerden en op eigen kracht zonder IBV waren omgeschakeld, hebben moeten stoppen.

Aan de andere kant is de afzet van biologisch varkensvlees sterk gegroeid de laatste jaren, mede dankzij het convenant. Bovendien hebben de marktpartijen zelf een oplossing gecreëerd zonder steun of tussenkomst van de overheid voor de problematiek van overproductie. Het zou daarom onterecht zijn als er door de negatieve publiciteit rond het varkensconvenant de verkeerde conclusies of lessen uit worden getrokken.

Conclusies

- De IBV-regeling is intensief gebruikt. De regeling is gebruikt door doorgaans gangbare boeren omdat boeren van scharrelvarkensvlees veel minder investeringen hoeven te doen om om te schakelen.
- Uiteindelijk heeft circa 30% van de 'convenant-boeren' met een afzetcontract van de IBV-regeling gebruik gemaakt.
- De koppeling van de toekenning aan afzetcontracten heeft desondanks afzetproblemen niet kunnen voorkomen.
- Gegarandeerde afzetcontracten blijken minder garantie te bieden dan oorspronkelijk verwacht.
- Door het eenmalig karakter van de regeling is de uitvoering van de regeling minder efficiënt.
- De regeling heeft een belangrijke symbolische functie gehad richting overige ketenpartijen, waardoor een patstelling doorbroken werd en de partijen bereid waren afzetcontracten aan te bieden.
- De regeling heeft niet direct bijgedragen aan de omschakeling naar biologische varkenshouderijen. Verreweg de meesten waren ook zonder de regeling omgeschakeld.

- De IBV-bijdrage van de overheid is daarmee achteraf gezien niet direct effectief gebleken, maar wel indirect effectief door de signaalfunctie die ervan uitging.

10.3 Kaderregeling kennis & advies

Uitvoering

- ☐ Is de Kaderregeling Kennis en Advies in de periode 2001-2004 opengesteld voor biologische boeren?
- ☐ In hoeverre is gebruik gemaakt van subsidie voor doorlichting binnen kaderregeling Kennis & Advies?
- ☐ Welk deel van de omschakelaars heeft een bedrijfsdoorlichtingplan laten opstellen?

Effecten

- ☐ Leidt een positief resultaat uit doorlichting tot omschakeling?

De regeling

De Kaderregeling voor Kennis en Advies heeft als doel ondernemers in de agrarische sector te stimuleren en te ondersteunen bij het ontwikkelen van activiteiten die plaatsvinden in het ontwikkelingsproces van hun onderneming.

De regeling is voor het eerst opengesteld voor 3 verschillende doelgroepen van 12 december 2002 – 28 maart 2003. Er werd onderscheid gemaakt in akkerbouw en vollegrondsgroenteteelt, jonge agrariërs en biologische landbouw.

De openstelling biologische landbouw stimuleert het inwinnen van kennis en advies over:

- a. Het maken van de (afwegingen bij) keuze voor de biologische productiemethode.
- b. Het uitvoeren van de overgang naar de biologische productiemethode.

Achtergrond hierbij is dat er veel informatie nodig is om een weloverwogen keuze te kunnen maken voor omschakeling naar biologische productie.

Boeren die zich oriënteren op omschakeling naar een biologische bedrijfsvoering of die al besloten hebben om te schakelen kunnen financiële steun krijgen voor het opstellen van een bedrijfsplan, een quick scan van de bedrijfsvoering, teelttechnische adviezen of bijvoorbeeld sociaal-economische adviezen. De activiteiten moeten wel betrekking hebben op:

- de bedrijfseconomische gevolgen van de omschakeling naar de biologische productiemethode;
- de markt- en afzetperspectieven voor de ondernemer bij omschakeling naar de biologische productiemethode;
- de implementatie van de regelgeving voor de biologische productiemethode in de bedrijfsvoering;
- de aanpassingen in het bedrijfssysteem ten behoeve van de biologische productiemethode;
- de financieringsmogelijkheden van de voor omschakeling naar de biologische productiemethode benodigde investeringen, en
- het verwerven van technische kennis en vaardigheden van de biologische productiemethode.

De regeling voorziet in een maximale subsidie van 75% vergoeding voor deze adviesproducten tot een maximum van € 8.000 per aanvrager.

Van 15 juni tot 28 juli 2004 zal de regeling weer met een biologisch thema worden opgesteld. Het subsidieplafond is € 350.000. Per adviesproduct is het maximum wederom € 8.000 per aanvrager.

Gebruik van de regeling

In totaal zijn binnen de regeling voor biologische landbouw 37 bedrijfsplannen afgerond. Het subsidieplafond van € 300.000⁸⁹ is wel uitgezet maar nooit benut. Het bedrag dat fei-

telijk aan subsidieverlening was vastgesteld is € 292.778. Het betrof hier 62 subsidieverleningen.

Vanwege 25 intrekkingen door zowel de subsidieaanvrager (2) als Laser (21) en 2 afwijzingen bedroeg het aantal subsidievaststellingen uiteindelijk 37 voor een bedrag van € 106.017. In 2003 is hiervan € 78.479 uitgekeerd en in 2004 nog eens € 27.538. Het niet benutte subsidiebedrag komt zodoende op € 186.761. Dit bedrag zal gebruikt worden voor een nieuwe openstelling.

Vanaf medio '03 moet de aanvrager zelf de aanvraag ondertekenen. Deze wijziging is doorgevoerd om misbruik door adviseurs te voorkomen.

Nut van de regeling

In tegenstelling tot de uitvoering van de regelingen voor akkerbouw en jong agrariërs waar veel adviesbureaus de eerste aanvraag indienden voor subsidieverlening verliep de uitvoering van biologische kaderregeling vele malen beter. De aanvragen kwamen gelijkmatig binnen en werden door de primair producent zelf ingediend hetgeen erop wijst dat aanvragers bewust hebben stilgestaan bij de keuze om om te schakelen en hierbij ondersteund willen worden.

Uit de gesprekken met boeren blijkt dat een Kaderregeling overbodig is als er een goed (financieel) marktperspectief is. De investering verdient zichzelf dan namelijk wel terug en zal door de boer uit eigen middelen worden betaald. Met een laag marktperspectief (en dat geldt voor de laatste jaren) betekent de regeling een waardevolle bijdrage in de keuze om een plan op te laten stellen. In een situatie met weinig marktperspectief zouden boeren zonder subsidie nooit een plan laten opstellen.

Belangrijk om te weten is dat een boer zonder plan nooit zou omschakelen. In dat opzicht draagt de kaderregeling ten opzichte van de RSBP en de IBV bij aan de keuze voor omschakeling. Zeker omdat boeren het advies, dat in de rapportage wordt gegeven, opvolgen.

Hierbij moet opgemerkt worden dat primair producenten hun plannen tot omschakeling uitstellen wanneer het marktperspectief onvoldoende is. Het financiële perspectief speelt zoals bij alle stimuleringsregelingen een essentiële rol.

Conclusies

- Zonder plan schakelt een boer niet om. De keuze of een boer zelf investeert in een bedrijfsdoorlichtingsplan is afhankelijk van het marktperspectief op dat moment.
- De financiële situatie voor biologische landbouw is op dit moment in de ogen van de boer slecht. De stimuleringsregeling vult, gezien de marktomstandigheden, het 'financiële risico-gat' goed op.
- Het omschakeladvies van een plan zal op dit moment vaker negatief zijn. De adviezen van een bedrijfsdoorlichtingsplan worden door boeren opgevolgd.

10.4 Uitvoering

Uitvoering

- ☐ Zijn eventuele wijzigingen in deze regelingen voldoende onderbouwd?
- ☐ Is de doelgroep tevreden over de uitvoering van deze regelingen (RSBP, kaderregeling K&A en IBV)?
- ☐ In welke mate maakt Nederland gebruik van directe stimulering van de productie d.m.v. steunen van primaire producenten in vergelijking tot andere EU-landen? In welke mate beïnvloedt dit de concurrentiepositie van de Nederlandse primaire producent?
- ☐ Is sprake van ongewenste neveneffecten van de stimuleringsregelingen?

Wijzigingen

Ten aanzien van de wijzigingen in de regelingen past de overheid indien de marktomstandigheden veranderen, de regelingen aan. Een goed voorbeeld hierbij is de IBV, waarbij de investeringstermijn werd verlengd. De RSBP zou in dit kader ook gewijzigd moeten worden, echter vanwege wet- en regelgeving op Europees niveau blijken aanpassingen op korte termijn niet mogelijk. Er zijn geen aanwijzingen geweest voor de onderzoekers dat wijzigingen in de regelingen niet goed onderbouwd zouden zijn.

Tevredenheid

Er is over het algemeen tevredenheid over van de uitvoering van de regelingen. Wel horen wij van de primaire producenten dat de regelingen veel papierwerk met zich mee brengen en verantwoordingdocumenten overgedragen moeten worden voordat de financiële afhandeling kan plaatsvinden. Uit de RSBP-enquête van 2002 blijkt dat 20% ontevreden is over de uitvoering van de RSBP, 44% matig tevreden, en 34% heel tevreden.

Vergelijking stimuleringsmaatregelen met andere Europese landen

Onlangs heeft het Expertisecentrum LNV onderzoek gedaan naar de verschillen tussen de Europese landen⁹⁰. Globaal zijn de maatregelen op te delen in hectaregebonden omschakeling en voortzettingpremies, georganiseerde informatievoorziening en advisering, ondersteuning bij investeringen en fiscale maatregelen en ondersteuning in de certificeringkosten.

Stimulering van de biologische sector gebeurt in de hele Europese Unie, maar de invulling hiervan kent verschillende vormen. Omschakelingsregelingen zijn gemeengoed in de gehele Europese Unie. Een premie voor het voortzetten van de biologische productiewijze is minder wijd verbreid, maar kan op verschillende plaatsen gevonden worden. Vaak zijn deze voortzettingspremies ingebouwd in agrarisch milieuprogramma's. De Nederlandse voortzettingspremie wordt, in tegenstelling tot andere landen met een voortzettingspremie, alleen toegekend als er voor deze gronden nog geen gebruik is gemaakt van de RSBP.

Andere verschillen liggen op vlakken als investeringsregelingen, advisering en ondersteuning in de certificeringkosten. Het beleid van veel Europese landen blijkt erg aanbod gericht te zijn. In de volgende tabel worden de verschillen tussen de verschillende landen weergegeven.

	Bel	Dk	Dld	Fin	Fr	UK	Lux	Ned	O	No	Zwe	Zwit
Omschakelingspremie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Voortzettingspremie	X	-	X	X	-	X	-	X	X	X	X	-
Investeringspremie	X	X	X	0	0	0	0	X	X	0	0	0
Ondersteuning certificeringkosten	-	X	X	-	-	-	X	-	X	X	-	-
Advisering/voorlichting	X	X	X	X	0	0	X	X	0	0	X	X

X = regeling aanwezig
- = regeling niet aanwezig
0 = onbekend/geen informatie

Ongewenste neveneffecten

De kans op ongewenste neveneffecten is het grootst bij de IBV. Vanwege het feit dat het hier om een investeringsregeling gaat is de kans groter dat producenten meer investeren dan noodzakelijk, omdat 30% gesubsidieerd wordt.

Verder komt de IBV vooral bij de grotere producenten terecht omdat het om een investeringsregeling gaat, terwijl de kleinere producenten juist economisch kwetsbaarder zijn. Dit is ook gebleken bij de afzetproblemen in de varkenssector en de terugschakeling die plaatsvond: de grote producenten overbruggen makkelijker de economisch slechte periode.

Bij de RSBP zijn ook ongewenste neveneffecten te noemen. Laser constateerde bij de RSBP dat er soms oneigenlijk gebruik werd gemaakt van de Regeling. Er werden bijvoorbeeld duurder gewassen opgegeven voor het eerste omschakeljaar, zodat vijf jaar lang een hoge bijdrage werd ontvangen. Dit, terwijl men na het eerste jaar goedkopere gewassen ging telen. Om dit oneigenlijk gebruik tegen te gaan, werd er weer een aanpassing in de controle gemaakt waardoor dergelijke ongewenste neveneffecten zijn uitgesloten.

Als ander ongewenst neveneffect van de Stimuleringsregelingen wordt nogal eens genoemd dat je daarmee 'zwakke broeders' over de streep zou trekken met beperkt ondernemerschap.

10.5 Conclusies

Effecten

- ☐ Hoofdvraag: Hebben de activiteiten om de productie te stimuleren geleid tot meer omschakeling van bedrijven naar biologische productie?
- ☐ In welke mate hebben resp. de bedrijfsdoorlichtingen en subsidie in het kader van RSBP en IBV bijgedragen aan verlaging van de drempel bij primaire producenten voor omschakeling?

Bijdrage aan omschakeling

De stimuleringsregelingen IBV en RSBP hebben niet of nauwelijks bijgedragen tot extra omschakeling. Deze regelingen voorzien wel als extra steun in de rug en volgens sommige sleutelspelers "is het goed dat ze er zijn". Het feit dat de overheid in deze regelingen investeert, is bovendien voor de producent een signaal dat biologische landbouw door de overheid belangrijk wordt gevonden en serieus wordt genomen. De kaderregeling wordt bij een onzeker marktperspectief gezien als een nuttige regeling. Zonder plan en een positief advies schakelen boeren gewoonweg niet om.

11 Fiscale maatregelen

11.1 DOA en BTW-tarief

Uitvoering

- ☐ Waarom is de DOA niet ingevoerd?
- ☐ Waarom is er geen lager BTW-tarief voor biologische producten ingevoerd?

Effecten

- ☐ Welke leerervaringen kunnen worden afgeleid uit de wijze waarop de invoering van de DOA en het BTW-tarief zijn aangepakt?

Duurzame ondernemingsaftrek (DOA)

Het beleidsdoel achter de DOA -regeling is het belonen van voorlopers op milieugebied voor bijzondere milieukosten die niet samenhangen met investeringen. Hiermee wordt onder meer bevordering van een duurzame landbouw wat betreft omgang met natuur, milieu en dier bedoeld.

Het instrument is per 1 januari 2000 naar aanleiding van een motie⁹¹ in de Wet IB opgenomen. Doordat echter geen goedkeuring van de EC werd verkregen, is de regeling nooit in werking getreden en per 1 januari 2003 geschrapt. DOA-regeling betrof een aftrek op de winst en was niet gekoppeld aan investeringen. Daarmee was de regeling in strijd met de Europese wet- en regelgeving. Wat in de discussie over het doorgaan van de regeling ook gespeeld heeft is het feit dat biologische boeren indertijd over het algemeen een beter inkomen hadden dan gangbare boeren. Dit is echter bij het schrappen van de regeling niet van doorslaggevende betekenis geweest.

Destijds is wel een onderzoek gestart naar de haalbaarheid van de regeling, echter de accordering van de regeling heeft plaatsgevonden voordat de resultaten van dit onderzoek bekend waren. Met het wegvallen van de DOA regeling is € 27 miljoen wegbezuinigd. Met deze regeling zijn hoge verwachtingen geschapen voor marktpartijen. Het schrappen van het instrument was zeer teleurstellend voor de marktpartijen.

De overheid is op dit onderwerp te ongeduldig geweest en heeft de invloed van bepaalde regelingen onderschat. De resultaten van het vooronderzoek hadden dit inzicht kunnen geven evenals de mate waarin de regeling wel doorgang had kunnen vinden. Het vooronderzoek had moeten worden afgewacht. Vooralsnog zijn er geen alternatieven denkbaar voor het DOA-instrument.

BTW

Het BTW-instrument beoogde een bevordering in het aankoopgedrag van biologische producten door de consument. Het BTW-tarief voor biologische producten zou worden verlaagd van 6% naar nihil. Om deze doelstelling te realiseren heeft Nederland informeel de andere lidstaten verzocht een standpunt in te nemen wanneer Nederland dit voorstel zou indienen. Hieruit bleek dat diverse lidstaten een dergelijk voorstel niet zouden steunen. Aangezien voor deze fiscaliteit unanimititeit vereist is, heeft het instrument geen doorgang kunnen vinden. Op 19 december 2002 is het voorstel helemaal van de hand gedaan.

Ten aanzien van het BTW-instrument zal nader onderzocht moeten worden welke mogelijkheden op Europees niveau haalbaar zijn. Mogelijke alternatieven zijn opgenomen in het Vergroeningsboek uit 2001.

Conclusies

- De beide instrumenten zijn niet van de grond gekomen.
- Zorgvuldig vooronderzoek draagt bij aan weloverwogen beslissingen ten aanzien van het invoeren van regelingen.

11.2 Groenregeling, VAMIL, EIA, MIA, KIA

Uitvoering

- ☐ Hebben biologische ondernemers gebruik kunnen maken van de fiscale regelingen VAMIL, EIA, MIA en Groen beleggen?

Effecten

- ☐ Hoe verhoudt de invloed van deze regelingen op de rentabiliteit van biologische bedrijven zich tot die van externe factoren?
- ☐ Hebben deze fiscale regelingen geleid tot een gunstiger rentabiliteit voor biologische ondernemers? (eventueel alleen naar Groen beleggen kijken)
- ☐ Hebben deze fiscale regelingen geleid tot meer omschakeling?
- ☐ Is sprake van ongewenste neveneffecten van deze regelingen?
- ☐ Hoofdvraag: Hebben de bestaande en nieuwe fiscale instrumenten een extra impuls gegeven aan de ontwikkeling van biologische landbouw (door gunstiger rentabiliteit en daardoor meer omschakeling)?

11.2.1 Investeringsaftrek-instrumenten

Instrumenten

De KIA (KleinschaligheidsInvesteringsAftrek) is een aftrek op de winst. Hierbij kan 25 % van het investeringsbedrag van € 2.000 tot € 33.000 en gestaffeld aflopend tot 0% bij een investeringsbedrag van € 279.000 worden afgetrokken. Door een lagere winst is minder belasting verschuldigd. De hoogte van de investeringsaftrek hangt af van de hoogte van de winst. De KIA geldt voor ondernemers die zowel in aanmerking komen voor de inkomsten- als vennootschapsbelasting (IB, respectievelijk Vpb). De ondernemer moet investeren in hetzij nieuwe als gebruikte bedrijfsmiddelen. Uitsluitingen van deze regeling zijn onder meer grond, personenauto's, dieren en quota.

De EIA (Energie-investeringsaftrek) is een aftrek op de winst. Men mag 55 % van investeringsbedrag in energiezuinige bedrijfsmiddelen aftrekken. De bedrijfsmiddelen waarop deze regeling van toepassing is zijn opgenomen op de energielijst. Door de lagere winst is minder belasting verschuldigd. Ook hier is de hoogte van de aftrek afhankelijk van de hoogte van de winst. De EIA geldt voor ondernemers van zowel in de inkomsten- als vennootschapsbelasting (IB, respectievelijk Vpb). De ondernemer moet investeren in nieuwe bedrijfsmiddelen. Het minimale investeringsbedrag bedraagt € 2.000 en het maximum bedrag bedraagt € 103 mln.

De MIA (Milieu-investeringsaftrek) is eveneens een aftrek op de winst: 15%, 30% of 40% (landbouwinvesteringen) van het investeringsbedrag in milieuvriendelijke bedrijfsmiddelen is aftrekbaar. Deze bedrijfsmiddelen zijn opgenomen op de milieulijst. Door een lagere winst is minder belasting verschuldigd. Dit is afhankelijk van de hoogte van de winst. De MIA geldt voor ondernemers, zowel in de inkomsten- als vennootschapsbelasting (IB, respectievelijk Vpb) voorkomen. De ondernemer dient evenals de EIA te investeren in nieuwe bedrijfsmiddelen. Uitsluitingen zijn verderom op grond, personenauto's, dieren en quota. Het minimaal investeringsbedrag van de MIA is € 2.000.

De VAMIL (Willekeurige afschrijving Milieu-investeringen) maakt willekeurige afschrijving mogelijk op bedrijfsmiddelen die een goed leefmilieu bevorderen, indien de ondernemer daar voor kiest. Er kan niet meer dan normaal worden afgeschreven. De milieu-

investeringen zijn opgenomen op de VAMIL-milieulijst. Doordat de ondernemer zelf kan bepalen in welke periode het bedrijfsmiddel wordt afgeschreven (ineens, vroeger of later dan normaal) kan hij een groter fiscaal voordeel genieten. De VAMIL bewerkstelligt een liquiditeitsvoordeel, dat zich laat vertalen in een rendementsvoordeel. De hoogte van het voordeel hangt af van de hoogte van de winst. De VAMIL geldt voor ondernemers die zowel in de inkomsten- als vennootschapsbelasting (IB, respectievelijk Vpb) voorkomen. De ondernemer moet investeren in nieuwe bedrijfsmiddelen.

Conclusies

- Er zijn geen gegevens beschikbaar over de mate waarin de biologische ondernemers gebruik maken van de regelingen.
- De investeringsaftrek vormt geen extra impuls voor omschakeling. Dit komt doordat deze regelingen gelden voor alle boeren.
- Daarnaast is een neveneffect te noemen van de investeringsaftrekken. Het risico bestaat dat er teveel gefocused wordt op investeren in plaats van op een zo efficiënt mogelijke bedrijfsvoering.

11.2.2 Groenregeling

De regeling

De (Groen Beleggen) GB-faciliteit beoogt de spaarzin van de burger te bevorderen ten behoeve van zogenaamde groenprojecten. De regeling vormt een stimulans voor projecten met een lager rendement dan het marktrendement. Er moet wel sprake zijn van enig eigen rendement. De particuliere belegger die belegt via een erkend Groenfonds geniet een vrijstelling van IB in box 3 (1,2%) en heeft hiernaast een extra heffingskorting op groen vermogen van 1,3%. De banken kunnen daardoor goedkoper (groen) geld aantrekken en tegen een lagere rente uitzetten ten behoeve van groenprojecten. Het gemiddelde rentevoordeel voor groenprojecten is 1 tot 1,5%. Groenprojecten zijn onder meer biologische landbouwprojecten (ook die gesticht zijn vóór 1 januari 1995) en agrificatieprojecten.

De regeling is continu geopend en wordt regelmatig aangepast. Categorieën biologische landbouw zijn vanaf het begin van de regeling (1995) present. Het is geen subsidieregeling, maar een fiscale maatregel. Men kan in aanmerking komen voor een groene lening indien men in het bezit is van een Groenverklaring. De te betalen rente is lager dan de normale rente.

Gebruik regeling

Er is geen specifiek budget voor de groenregeling vastgesteld, aangezien het geen subsidie betreft.

Groen beleggen ⁹²	2001	2002	2003
Aantal aanvragen	172	85	70
Aantal afgegeven Groenverklaringen	162	88	69
Aantal ha's	3325	2228	1108
Bijbehorend projectvermogen (mln)	€ 77.9	€ 52.2	€ 36.4
Aantal ingetrokken Groenverklaringen	5	23	3
Aantal vervallen ha's	9	179	150
Vervallen projectvermogen (mln)	€ 1.6	€ 6.3	€ 1.0
Uitvoeringskosten	€ 54,635	€ 35,459	€ 26,127

In de (beleidsnota)periode van 2001– 2003 zijn in totaal 327 aanvragen voor groen beleggen ingediend. Het aantal groenverklaringen bedraagt over dezelfde termijn 319. Het aantal ha's dat in aanmerking kwam voor groen beleggen komt overeen met 6661 ha. Het projectvermogen dat hierbij hoort bedraagt 166,5 miljoen euro.

Uitvoeringskosten

Laser verzorgt de uitvoering en de beoordeling van de aanvragen van deze regeling. De Groenverklaring wordt namens de minister van VROM en de staatssecretaris Financiën uitgegeven. De totale uitvoeringskosten bij LASER bedragen over de afgelopen drie jaar € 116.221.

In een eerder onderzoek⁹³ is aangegeven dat voor de overheid de economische winst (technologische winst, maatschappelijke winst en milieuwinst) de gedeerde belastinginkomsten van overheid overtreffen. Zo zou voor het jaar 2001 de economische winst € 13 mln zijn tegen € 5 mln gedeerde belastinginkomsten.

Extra impuls voor omschakeling?

De regeling groenfinanciering is geen reden voor omschakeling. Ook de banken houden geen rekening met de Groenfinanciering bij het doorlichten van het bedrijfsplan. Boeren zien de voordelen als extra steun in de rug en daarmee mooi meegenomen. De regeling is minder bekend bij boeren omdat er feitelijk geen promotie heeft plaatsgevonden. De bank maakt de cliënt erop attent dat deze regeling bestaat.

11.2.3

Conclusies

- De regelingen hebben geen extra impuls gegeven aan de omschakeling van boeren.
- De regelingen dragen wel bij aan een gunstigere rentabiliteit, doordat de kosten lager uitvallen. Voor de investeringsregelingen is er in dit opzicht geen verschil tussen gangbaar en biologisch.
- De Groenregeling biedt een meerwaarde en kan gezien worden als extra steun voor biologische primaire producenten.

12 Arbeidsmaatregelen

Uitvoering

- ☐ Is onderzoek naar arbeidspools uitgevoerd?
- ☐ Hebben biologische agrariërs gebruik kunnen maken van arbeidspools? Zo niet, waarom niet?
- ☐ Is in het onderzoek aandacht besteed aan arbeidsbesparing in de bedrijfsvoering?
- ☐ Zijn er arbeidsbesparende technieken ontwikkeld en beschikbaar voor ondernemers?

Effecten

- ☐ Hoofdvraag: Hebben de maatregelen gericht op het verbeteren van de arbeidsvoorziening en op arbeidsbesparing geleid tot meer omschakeling?
- ☐ Heeft de ontwikkeling van arbeidsbesparende technieken geleid tot een verbeterde bedrijfsvoering bij biologische agrariërs?

12.1 Onderzoek arbeidspools

Op het gebied van arbeidspools is einde 2000 / begin 2001 door beleidsmedewerkers van de directie Industrie & Handel en directie Landbouw een inventariserende gespreksronde gehouden langs internen en externen wat de ervaringen elders met arbeidspools zijn. Tijdens deze inventarisatie is geconcludeerd dat voor een vruchtbaar functioneren van Arbeidspools aan enkele voorwaarden moet worden voldaan. Een belangrijke voorwaarde is dat er continu werk is en dat dit praktisch alleen het geval is als het om specialistisch werk gaat. Het risico bestaat anders dat de goede medewerkers uit de Arbeidspools bij een van de bedrijven vast in dienst wordt genomen en dat alleen de mindere werknemers over blijven. Aangezien aan deze voorwaarden niet voldaan werd is de inventarisatie toen gestopt en is er geen vervolg aan gegeven. Zodoende zijn de arbeidspools nooit van de grond gekomen.

Conclusie

Er heeft wel degelijk een inventariserend onderzoek plaatsgevonden. De resultaten wijzen uit dat het concept arbeidspools niet levensvatbaar zou zijn. Daarnaast valt op te merken dat het probleem ook wat minder speelt in economisch slechte tijden. Met deze conclusie zijn de inspanningen om de arbeidspools van de grond te krijgen beëindigd. Biologische agrariërs hebben zodoende nooit gebruik kunnen maken van de arbeidspools.

12.2 Onderzoek arbeidsbesparende middelen

In de beleidsnota 'Een biologische markt te winnen' is arbeid als separaat thema behandeld. In de praktijk heeft dit thema onderdeel uitgemaakt van een van de DLO-onderzoeksprogramma's. Onderzoeken naar arbeidsbesparende middelen zijn daarin ondergebracht.

Het onderzoeksprogramma 397-V Innovatieve onkruidbeheersing dat loopt van 2003 – 2005 omvat onderzoeken waarvan ca 70 % gericht is op vermindering van handmatig wieden in de biologische landbouw. Dit programma levert in het algemeen resultaten op die geïmplementeerd worden.

Voor het terugdringen van handwieden staat vooral de overdracht van resultaten richting BIOM centraal. Vanaf 2003 vinden daartoe proeven op BIOM-bedrijven plaats (of worden BIOM-telers op andere, directe wijze bij het onderzoek betrokken) en worden resultaten geregeld richting BIOM gerapporteerd. Voor een beschrijving van de resultaten van

het eerste jaar en de wijze waarbij de doelgroep biologische telers daarbij betrokken is wordt verwezen naar programmarapportage 2003.

Belemmerend voor omschakeling?

Arbeid is nog steeds een belangrijke kosten factor voor biologisch, met name bij AGF en bedekte teelten. Het kan daarom de boer bij omschakeling belemmeren. Bovendien willen veel producenten geen mensen in dienst. Toch wordt arbeid in de RSBP-enquête van 2002 pas op de 9^e plaats genoemd (15%) bij het thema aarzelingen en is daarmee geen belangrijke factor in het besluit om wel of niet om te schakelen.

Conclusie

- Arbeidsbesparende middelen dragen zeker bij aan het versterken van de biologische bedrijfsvoering, maar leiden (nog) niet tot meer omschakeling.

13 Biologica

- ☐ Is het vaste subsidiebedrag jaarlijks aan Biologica verstrekt?
- ☐ In welke mate heeft Biologica m.b.v. deze subsidie bijgedragen aan de doelstellingen van de nota:
 - sluiten van de keten?
 - vergroten van kennis bij primaire producenten over de biologische productiewijze?
 - samenwerking met gangbare sector?
 - stimuleren publieke en private initiatieven?
- ☐ Heeft Biologica m.b.v. de subsidie andere bijdragen geleverd aan de doelstellingen van de nota (o.a. publieksvoorlichting en advisering over regelgeving)?

Biologica, dat vroeger Platform Biologica heette, is de beleids- en promotieorganisatie voor biologische landbouw en voeding. Biologica werkt name en in samenwerking met de biologische boeren, handelaren, verwerkers en detaillisten van de biologische sector aan het vergroten van de bekendheid en de markt van het biologische product.

Bij Biologica zijn aangesloten:

- De Vakgroep Biologisch Landbouw; hierin hebben de biologische boeren en tuinders die lid zijn van LTO-Nederland en van de Federatie Biologische Boeren (FBB) van Biologica zich gebundeld. Het FBB is het samenwerkingsverband tussen de Nederlandse Vereniging voor de Ekologische Landbouw (NVEL) en de Vereniging van Biologisch-Dynamische Boeren (VBDB);
- de Vereniging van Biologische Productie- en Handelsbedrijven (VBP);
- de Vaksectie Winkeliers in Natuurvoeding en Reform (VWNR)
- Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL)
- Vereniging voor biologisch-dynamische landbouw en voeding (BD-Vereniging).

Biologica beschikt over directe contacten met de verschillende schakels in de biologische keten. Het bestuur van Biologica is opgebouwd uit afgevaardigden van de aangesloten verenigingen.

Biologica behartigt direct en indirect de belangen van aangesloten verenigingen door middel van consumentenvoorlichting, promotie van biologische producten, persvoorlichting, beleidsontwikkeling en politieke lobby. Daarbij coördineert Biologica de samenwerking van 27 maatschappelijke organisaties in het Appèl 'Groen Licht voor de biologische landbouw' en een sectorberaad, een open overleg van zo'n veertig organisaties werkzaam in de biologische sector. Het bestuur van Biologica laat zich door deze organen steunen en adviseren.

13.1 Effectiviteit bijdrage LNV

De bijdrage van LNV aan de activiteiten van Biologica is vanaf 2001 constant geweest en bestond uit een maximale projectsubsidie van € 408.402 per jaar. Daarnaast is jaarlijks additionele financiering verleend voor onderzoekscoördinatie ad € 51.422. Bovendien heeft Biologica aan verschillende projecten meegedaan die via een ander kanaal een bijdrage hebben gekregen van LNV, bijvoorbeeld co-innovatieprojecten, een demo-project of een onderzoeksproject 'Gewasbescherming biologische fruitteelt'. In dit hoofdstuk zullen we uitsluitend ingaan op de vaste projectbijdrage van LNV.

13.1.1 Activiteiten met LNV ondersteuning

Elk jaar wordt met LNV van tevoren overeengekomen aan welke projecten en activiteiten de beschikbare mensdagen besteed zullen worden. De LNV-bijdrage betreft ongeveer 50% van de activiteiten van Biologica. In de volgende tabel wordt een overzicht gegeven van alleen die activiteiten die jaarlijks met de vaste bijdrage van LNV zijn ondersteund uitgevoerd. De meeste van deze activiteiten lopen gedurende meerdere jaren.

Bijdrage LNV (x Euro 1000)	2001 real	2002 real	2003 begr	2004 begr	Totaal 2001- 2004
Beleidsondersteuning en afstemming	187	245	256	281	969
Taskforce	29	65	84	76	254
beleidsafstemming (extern en intern), incl FOAM	53	51	31	25	160
wetgeving (inclusief innovatiefunctie)	34	54	69	63	221
specifieke activiteiten					
gentechnologie	26	33	24	51	133
ANNA/natuur-project		12	9	6	27
regels biologische boomteelt			9		9
gewasbescherming		6	12	13	31
advisering specifieke onderwerpen [later voedselveiligheid (monitoring, risicoanalyse)]	45	24	12	13	93
biobank (mestdatabank)			6	9	15
biologisch uitgangsmateriaal				25	25
Informatiecentrum	69	31	24	25	150
consumentenonderzoek		6			6
EKOmonitor	69	25	24	25	144
Voorlichting	105	118	108	84	415
(pers)voorlichting (factsheets)	45	39	21	13	118
website		27	27	15	69
publieksbeurzen (technische ondersteuning)	25	16	24	19	83
open dagen biologische boer	36	36	36	38	145
Congressen en bijeenkomsten (relatiebeheer)					
deelname/organisatie congressen, bijeenkomsten	51	14	21	19	105
Totaal	413	408	409	409	1.639
Onderzoekscordinatie	51	51	51	42	196
LNV projectsubsidie	408	408	408	408	1.634
Additionele financiering onderzoekscordinatie	51	51	51	51	206
Totaal LNV bijdrage	460	460	460	460	1.839

De activiteiten die *niet* met de vaste bijdrage van LNV worden ondersteund betreffen twee categorieën:

1. Diverse projecten, bijvoorbeeld:
 - Borging gentechvrije status van biologische productieketen
 - demonstratieproject biologische varkenshouderij
 - management van grasklaver op biologische veehouderijbedrijven.
2. Publicaties: met name Smaakmakend en EKO-gids.

Toelichting op de activiteiten die met de LNV-bijdrage uitgevoerd worden.

Hieronder wordt allereerst een korte toelichting gegeven op de activiteiten. In de volgende paragraaf zullen de activiteiten beoordeeld worden op hun bijdrage aan de beleidsdoelstellingen.

Beleidsondersteuning en afstemming

Task Force

Biologica is lid van de Task Force MBL namens de biologische sector (zowel producenten, fabrikanten, handel als speciaalzaken). Haar belangrijkste rol is de inbreng van kennis van zaken over de biologische sector.

Beleidsafstemming en wetgeving

Biologica is nauw betrokken bij het adviseren over en ontwikkelen van regels en normen voor de biologische landbouw. Voor de ontwikkeling van nieuwe regelgeving neemt Biologica deel aan de Adviesgroep Wetgeving Biologische Landbouw van het ministerie van LNV. Biologica bundelt de mening van de biologische sector door de achterban te raadplegen.

IFOAM

Sinds 1999 is Biologica de Nederlandse vertegenwoordiger in de IFOAM-EU groep, de Europese afdeling van IFOAM (International Federation of Organic Agricultural Movements).

Specifieke projecten

Veelal op verzoek van LNV neemt Biologica deel aan verschillende projecten:

- Gentech. Biologica coördineert initiatieven om de biologische sector gentechvrij te houden. Dit gebeurt door middel van politiek overleg, voorlichting aan sector en consumenten en overleg met SKAL en internationale partijen als IFOAM.
- Natuurproject. Stimuleren van vergroening van de EU landbouwsubsidies. Ontwikkeling van een EKO-natuurmonitor.
- Biologische boomteelt.
- Gewasbescherming. Dit betreft het beoordelen van voorstellen op dit gebied en participatie in het project GENOEG.
- Advisering specifieke onderwerpen, zoals voedselveiligheid. Deelname aan projecten in het kader van specifieke onderwerpen.
- Project biologische grondstoffen (mestdatabank). Ontwikkeling van een Biobank (interactieve website) en promotie van het gebruik van biologische grondstoffen.
- Biologisch uitgangsmateriaal. Biologica werkt actief mee aan de invulling en monitoring van de nieuwe Europese regels voor het gebruik van biologisch uitgangsmateriaal. Daarnaast participeert zij in onderzoek op het gebied van uitgangsmateriaal.

Informatie- en kenniscentrum

Biologica verstrekt - naast informatie aan de directe achterban - informatie aan gangbare handel die zich oriënteert op biologische producten, gangbare boeren die willen omschakelen, maatschappelijke organisaties, consumenten, beleidsmakers, media, etc. Dit gebeurt via de website, publicaties, telefonisch of per mail. Daarnaast verzorgt Biologica de uitgave en verspreiding van de EKO-monitor en van kwartaaluitgaven.

Persvoorlichting, factsheets, website

Biologica maakt gebruik van mensen uit de wetenschappelijke hoek op de terreinen van milieu, voeding en controle om informatie te kunnen uitwisselen als bepaalde zaken uit de biologische landbouw in de media ter discussie staan.

Publieksbeurzen

Dit betreft deelname aan publieksbeurzen om laagdrempelige voorlichting en promotie van 'biologisch' te realiseren.

Open dagen biologische boer

Biologica organiseert jaarlijks de landelijke Open Dagen bij de biologische boer en tuin-der. Hiermee wordt de consument op een laagdrempelige manier in contact gebracht met biologische landbouw.

Deelname/organisatie congressen en bijeenkomsten

Biologica ondersteunt de organisatie door een ander bureau⁹⁴ van het jaarlijkse EKO-congres. Daarnaast neemt Biologica regelmatig deel aan congressen over onderwerpen die gerelateerd zijn aan een duurzamer en natuurlijker landbouw.

Onderzoekscoördinatie

Om de interactie tussen bestaande kennis binnen de sector en onderzoekers van de kennisinstellingen die zich oriënteren op biologische landbouw te verbeteren, is vanaf september 2000 een coördinator onderzoek aangesteld, die deels werkt voor de kern-groep biologische landbouw aan Wageningen UR en deels voor Biologica. Deze coördi-nator is tevens secretaris van de Adviescommissie Kennis (commissie Beckers).

13.1.2 Bijdrage aan LNV doelstellingen

Nagegaan is in hoeverre Biologica met haar door LNV gefinancierde activiteiten bijge-dragen heeft aan:

- transparantie en sluiten van de keten (via advisering over wetgeving);
- vergroten van kennis bij primaire producenten over de biologische productiewijze;
- samenwerking met gangbare sector;
- stimuleren publieke en private initiatieven;
- publieksvoorlichting.

Om een beeld te krijgen van de rol van Biologica is dit onderwerp in vele interviews met direct betrokkenen maar ook met meer onafhankelijke sleutelspelers en 'klanten' (primai-re producenten en ketenpartijen) aan de orde geweest.

Beoordeling bijdrage aan LNV doelstellingen

Nagenoeg alle door LNV ondersteunde activiteiten hebben bijgedragen aan één van de in de nota geformuleerde doelstellingen. De belangrijkste bijdragen, zowel qua effectivi-teit als qua omvang in termen van bestede capaciteit, betreffen publieksvoorlichting en advisering over regelgeving. De door LNV ondersteunde activiteiten hebben relatief weinig bijgedragen aan samenwerking met de gangbare sector of aan het stimuleren van publieke en private initiatieven. Hieronder zal kort worden ingegaan op rol van Biologica bij de verschillende activiteiten die door LNV zijn ondersteund.

Algemeen

Hoewel Biologica een aantal marktpartijen vertegenwoordigd en in die zin gezien zou kunnen worden als een brancheorganisatie, heeft Biologica, voor wat betreft de activitei-ten die door LNV ondersteund worden een belangrijke adviserende en coördinerende functie. Zij neemt volgens betrokkenen een redelijk onafhankelijke positie in in een ove-rigens gefragmenteerd veld. Daarmee kan zij waar nodig de belangen van individuele partijen binnen de achterban te overstijgen. Bovendien heeft zij een sleutelfunctie waar het gaat om informatie, communicatie en specifieke kennis over de biologische sector. Door de marktpartijen wordt daarom over het algemeen met waardering gesproken over bovenstaande rol.

Biologica wordt vooral geassocieerd met de meer traditionele biologische sector en meer specifiek met de primaire sector. Hoewel bijvoorbeeld CBL formeel lid is van het bestuur, wordt hier in de praktijk geen invulling aangegeven. Biologica heeft het imago vooral de biologische boeren te vertegenwoordigen, hoewel haar achterban formeel de hele keten betreft. Overigens wordt aangegeven door direct betrokkenen dat dit de laatste jaren fei-

telijk veranderd is en er meer aandacht is gekomen voor de handel en de natuurvoedingswinkels.

Task Force

Volgens sleutelspelers heeft Biologica een nuttige functie gehad binnen de Task Force. Hoewel er in eerste instantie bij Biologica sprake was van enige scepsis, is de samenwerking in de loop van de tijd verbeterd. Biologica vertegenwoordigde als enige het natuurvoedingskanaal. Daarnaast wordt vooral de inhoudelijke inbreng door de verschillende betrokken partijen gewaardeerd. Sommigen geven aan dat Biologica ook werd gezien als vertegenwoordiger van de maatschappelijke organisaties. Zij ervaren de inbreng vanuit die rol als minder effectief.

Beleidsafstemming, wetgeving en specifiek projecten.

Biologica heeft een sleutelrol binnen de biologische sector als het gaat om beleidsafstemming en advisering over regelgeving, zowel nationaal als internationaal (via IFO-AM). Een voorbeeld is de nitriet/nitraat kwestie, waar Biologica een sterke rol heeft gespeeld in 2003. Dankzij extern onderzoek en een goede procesbegeleiding zijn alle neuzen binnen de sector, van boer, handel, speciaalzaak tot en met Dumeco en Albert Heijn in één richting bewogen. Zonder procesbegeleiding van Biologica was dat veel lastiger geweest.

De bijdrage aan transparantie en het sluiten van de keten wordt onder andere gevormd door het gentech-project. Biologica heeft hierin een trekkersfunctie. Gentech is binnen de sector een heet hangijzer. Direct betrokkenen geven aan dat de projectbegeleiding vanuit Biologica zeer zinvol is, hoewel het perspectief soms nog vanuit het boerenbelang wordt ingevuld. Bij de andere projecten brengt Biologica vooral haar expertise in. Zij fungeert als kennis- en informatiebron en als aanspreekpunt namens de biologische sector, en wordt in die rol volledig geaccepteerd.

Met al deze activiteiten levert Biologica vooral een bijdrage aan de transparantie van de keten.

Voorlichting

Naast advisering over wetgeving speelt Biologica ook een sleutelrol wat betreft voorlichting over de biologische sector. De website wordt veelvuldig bezocht (500 hits per dag), de Open Dagen bij de biologische boer trekt jaarlijks 70.000 mensen en is een groot succes en zowel de pers als anderen zien Biologica als eerste bron van informatie als het over biologische issues gaat.

Actieve, brede PR is echter tot nu toe een onderbelicht gebied, zowel bij de Task Force als bij Biologica. Sommige sleutelspelers geven aan dat hier veel meer aandacht voor moet komen.

Congressen

Het jaarlijkse EKO-congres waar Biologica een ondersteunende bijdrage aan levert, heeft zijn functie gehad maar is volgens sleutelspelers toe aan verandering.

Onderzoekscoördinatie

Aan het vergroten van de kennis van primaire producenten heeft Biologica een indirecte bijdrage geleverd door haar inzet ten behoeve van de onderzoekscoördinatie, gekoppeld aan de activiteiten van de commissie Beckers. Ook deze activiteiten worden door betrokkenen gewaardeerd. Zoals uit het hoofdstuk over onderzoek blijkt, staat onderzoek(scoördinatie) nu nog vooral in het teken van de primaire sector. Een meer ketengerichte benadering is wenselijk.

In de tabel op de volgende bladzijde wordt een indicatie gegeven van de bijdrage van de door LNV gefinancierde activiteiten aan bovenstaande doelstellingen (D= directe bijdrage, I= indirecte, randvoorwaardenschepende bijdrage).

Bijdrage activiteiten door LNV ondersteund aan LNV doelstellingen	transparantie en sluiten van de keten	vergroten kennis primaire prod.	samenwerking gangbaar	stimuleren publieke en private initiatieven	publieksvoorlichting	Totaal bijdrage LNV 2001-2004 (x E 1000)
Beleidsondersteuning en afstemming	D	I	I	I		969
Taskforce				I		254
beleidsafstemming (extern en intern), incl FOAM	D	I	I			160
wetgeving (inclusief innovatiefunctie)	D					221
specifieke activiteiten						
gentechnologie	D		I			133
ANNA/natuur-project				I		27
regels biologische boomteelt	D					9
gewasbescherming	D	I	I			31
advisering specifieke onderwerpen [later voedselveiligheid (monitoring, risicoanalyse)]	D	I				93
biobank (mestdatabank)	D	I		I		15
biologisch uitgangsmateriaal	D					25
Informatiecentrum					D	150
consumentenonderzoek					D	6
EKOmonitor					D	144
Voorlichting					D	415
(pers)voorlichting (factsheets)					D	118
website					D	69
publieksbeurzen (technische ondersteuning)					D	83
open dagen biologische boer					D	145
Congressen en bijeenkomsten (relatiebeheer)						
deelname/organisatie congressen, bijeenkomsten						105
Totaal	D	I	I	I	D	1.639
Onderzoekskoördinatie		I				196

13.1.3 Conclusie

De algemene conclusie van de onderzoekers is dat de, relatief bescheiden middelen (afgezet tegen de totale bijdrage van LNV ten behoeve van biologische landbouw) van € 1,8 mln voor 4 jaar, die door LNV zijn ingezet voor activiteiten van Biologica, effectief en doelmatig besteed zijn in het licht van de doelstellingen van de nota. Dit geldt zeker wanneer de kosten-baten-verhouding worden vergeleken met de kosten-batenverhouding van de andere instrumenten die zijn ingezet. Bovendien geldt dat de output niet snel op een andere manier bereikt hadden kunnen worden.

De meest effectieve, door LNV ondersteunde, activiteiten van Biologica in het licht van de doelstellingen van LNV zijn de onderdelen beleidsondersteuning en afstemming, voorlichting en onderzoekskoördinatie. De andere activiteiten (informatiecentrum en congressen) zijn nuttig maar minder relevant in het licht van de beleidsdoelstellingen.

13.2 Gevolgen aanpassingen subsidie

Effecten

- ☐ Wat zijn de gevolgen van het wegvallen van de jaarlijkse vaste subsidiebijdrage van LNV aan Biologica voor de doelstellingen van de nota (ex ante)?
- ☐ Welke maatregelen gaat Biologica nemen wanneer de vaste subsidie wegvalt op het gebied van:
 - Efficiënter werken?
 - Andere financieringsbronnen?
 - Taakinfilling?
 - Overdracht van taken aan andere organisaties?
- ☐ Wat is het effect daarvan op de doelstellingen van de nota en het organiseren van visies en standpunten van de biologische sector (o.a. regelgeving)?

Analyse van de huidige inkomsten

In de volgende tabel wordt een overzicht gegeven van de verschillende uitgaven en inkomstenbronnen van Biologica⁹⁵. Hieruit komt het volgende naar voren:

- Biologica is in 2004 voor 60% van haar activiteiten afhankelijk van de vaste bijdrage van LNV (inclusief de onderzoekscoördinatie). Dit is derhalve een aanzienlijk percentage.
- Daarnaast betreft circa 20% van de netto inkomsten bijdragen van leden en donaties.
- Tenslotte wordt circa 20% van de netto inkomsten gegenereerd uit projecten (exclusief eigen personele inzet), vooral 'Adopteer een kip' (9%) en uit publicaties (Smaakmakend (8%). Een aanzienlijk deel van deze projecten ontvangt overigens ook weer indirect van LNV een financiële bijdrage, de meeste via Laser en een enkel project via de Task Force (ketenmanager).
- In totaal zijn er ongeveer 12,6 fte werkzaam bij Biologica.

Begroting Biologica 2004 (x Euro 1000)	UITGAVEN	INKOMSTEN	NETTO RESULTAAT	% van netto inkomsten
Personeel en overige kosten	760	0	-760	
Donaties en bijdragen	8	609	601	79%
donateurs en fondsenwerving	8	47	39	5%
LNV-bijdrage algemeen		408	408	54%
LNV-onderzoekscoördinatie		42	42	5%
Bijdrage leden (LTO, biol boeren, VBP, VVNR)		112	112	15%
Projecten	573	671	98	13%
Publicaties	224	283	60	8%
Overig	10	12	2	0%
TOTAAL	1575	1575	0	100%

Mogelijke maatregelen voor het wegvallen van de vaste subsidie.

Onderzocht is wat de verschillende mogelijkheden zijn om het wegvallen van de vaste subsidie op te vangen.

1. Overdracht van activiteiten aan andere organisatie

Gezien de positie, structuur en kennis van zaken bij Biologica zijn er thans weinig mogelijkheden om de activiteiten over te dragen naar andere organisaties.

2. Alleen projecten uitvoeren die financieel ondersteund worden.

Beperking van activiteiten tot alleen die activiteiten waarvoor apart een projectsubsidie wordt verkregen, is een optie (los van de vraag of dit wenselijk is). Het zou inhouden dat alle activiteiten waarvoor geen aparte bijdrage verkregen kan worden via een subsidie, worden afgestoten. Die activiteiten, waarvoor wel een projectbijdrage van LNV verkregen wordt, zullen veel projectmatiger cq zakelijker worden opgepakt. Daar waar nu nog soms geschoven kan worden met de inzet van beschikbare capaciteit, afhankelijk van de prioriteiten die zich op dat moment aandienen, zal met projectgebonden subsidie veel nadrukkelijker gestuurd worden op de beschikbare capaciteit en budget.

Dit heeft voordelen in de zin van transparant werken. Een belangrijk nadeel is het verlies van flexibiliteit. Wanneer zich plotseling een actueel issue voordoet, zal hiervoor geen capaciteit beschikbaar zijn. Ook zal er minder flexibel worden omgegaan met de inzet voor lopende projecten (bijvoorbeeld de Task Force).

3. Genereren van andere inkomstenbronnen.

Er zijn verschillende mogelijkheden voor het creëren van andere inkomstenbronnen.

Een eerste mogelijkheid is om de organisatievorm geschikt te maken voor een bijdrage vanuit een goede doelen stichting, bijvoorbeeld de Postcodeloterij. Hiervoor is het echter noodzakelijk de Biologica de 'artikel 24 status' krijgt en een zogenaamde goede doelen-stichting wordt. De huidige bijdragen vanuit het bedrijfsleven verhinderen dit vooralsnog. Thans wordt deze mogelijkheid door het bestuur onderzocht.

Op de tweede plaats kan getracht worden de bijdragen vanuit de sector zelf te verhogen (thans 20% van de inkomsten). Dit biedt een beperkt perspectief. De biologische sector is nog van een beperkte omvang. Daarom is het (financieel) in stand houden van een eigen branche-organisatie of een soort productschap op dit moment nog niet haalbaar. Hiervoor zal de sector nog aanzienlijk moeten groeien. Bovendien zijn de meeste leden/organisaties zelf armlastig.

Als derde mogelijkheid kan getracht worden om het aantal leden en (indirecte) donaties te verhogen. 'Adopteer een kip' laat zien dat dit mogelijk is. Ook dit wordt door Biologica zelf als mogelijkheid gezien.

Tenslotte kunnen winstgevende activiteiten zoals bijvoorbeeld Smaakmakend worden uitgebreid.

De conclusie is dat er zeker mogelijkheden zijn om de huidige inkomsten uit te breiden met andere inkomsten, maar dat deze niet voldoende zullen zijn om de huidige LNV-bijdrage te vervangen. Bovendien is er tijd nodig om die mogelijkheden te ontwikkelen. Biologica acht het overigens ook in haar eigen belang om minder financieel afhankelijk te zijn van LNV en is de laatste jaren al bezig met het genereren van extra inkomsten (zoals 'adopteer een kip' en Smaakmakend).

4. Efficiencymaatregelen

Andere efficiencymaatregelen dan hierboven genoemd blijken niet direct voor de hand te liggen. De begroting, met name de salaris- en andere kostenposten van Biologica hebben een sober karakter.

Gevolgen wegvallen vaste subsidie

Er is een drietal scenario's denkbaar voor de manier waarop Biologica door LNV ondersteund wordt.

1. De huidige situatie handhaven. Dit betekent dat jaarlijks een vaste bijdrage aan Biologica wordt verstrekt waarbij tevens heldere afspraken gemaakt worden over de wijze waarop de beschikbare uren worden ingezet. Het voordeel hiervan is dat er sprake is van een zekere stabiliteit. Bovendien kan de beschikbare capaciteit gedurende het jaar

flexibel worden ingezet, afhankelijk van specifieke vragen die zich op dat moment voordoen. Het nadeel is dat het geven van vaste subsidies minder past in het huidige beleid.

2. De vaste bijdrage loslaten en overgaan op ondersteuning op projectbasis.

Het voordeel is dat ieder jaar opnieuw expliciet gekeken wordt naar de wensen vanuit het beleid en de rol die Biologica in deze kan vervullen. Het nadeel is dat er minder flexibiliteit ontstaat ten aanzien van de inzet van capaciteit, omdat deze veel meer projectgebonden is. Biologica zal scherper gaan letten op de nog beschikbare capaciteit voor een bepaalde activiteit in plaats van de overall inzet af te stemmen op de prioriteiten van dat moment.

Een tweede nadeel is dat er meer tijd geïnvesteerd zal moeten worden in het telkens opnieuw opstellen van projectaanvragen en dat de monitoring ook meer tijd kost. Een laatste nadeel is uiteraard dat er elk jaar onzekerheid is over de beschikbaarheid van middelen.

3. De bijdrage vanuit LNV in zijn geheel laten vervallen.

Als de vaste subsidie in zijn geheel wegvalt zal naar schatting de helft van de huidige activiteiten van Biologica wegvallen. Zoals uit paragraaf 13.1 blijkt gaat het hier voor een groot deel om activiteiten op het gebied van beleidsadvisering en –afstemming: het adviseren over en ontwikkelen van regels en normen voor de biologische landbouw. Dit zijn activiteiten waarbij de ‘klant’ in feite het ministerie van LNV zelf is. Uit de gesprekken met betrokkenen blijkt dat hiervoor niet direct alternatieve mogelijkheden zijn.

Biologica wordt voor haar centrale coördinatie- en spreekbuisfunctie door haar achterban erkend en gewaardeerd. Het wegvallen van deze activiteiten van Biologica zou betekenen dat het centrale aanspreekpunt voor beleidsonderwerpen die met de biologische sector te maken hebben, en daarmee de functie van Biologica als kennisbron en aanjager van beleid, komt te vervallen. Dit zou betekenen dat het ministerie de communicatie met een groot aantal partijen, die aangesloten zijn bij Biologica, zelf zal moeten organiseren. Bovendien komt daarmee een deel van de infrastructuur op het gebied van visieontwikkeling, kennis en expertise te vervallen.

Een tweede gevolg van het wegvallen van de subsidie is dat een deel van de voorlichtings- en promotiefunctie ten behoeve van de biologische sector, komt te vervallen. Een en ander raakt direct aan de doelstellingen van de beleidsnota.

Conclusie: het geheel wegvallen van de subsidie voor Biologica zal een sterk belemmerende invloed hebben op de realisatie van het biologisch landbouwbeleid. Bovendien is een dergelijke abrupte overgang niet wenselijk vanuit het oogpunt van behoorlijk bestuur. Deze optie is derhalve niet wenselijk.

13.2.1 Aanbeveling

Op grond van de bijdrage van Biologica in de afgelopen beleidsperiode en op grond van bovenstaande overwegingen wordt aanbevolen om voor de komende beleidsperiode:

- door te gaan met de inkoop van diensten en ondersteuning van activiteiten van Biologica;
- de vaste bijdrage (thans € 408.000) de komende jaren te vervangen door programma-financiering;
- de programma's zodanig te definiëren (bijvoorbeeld beleidsadvisering, wetgeving, voorlichting en informatiefunctie) dat flexibiliteit en daarmee effectiviteit qua inzet kan worden behouden en de efficiency niet onder druk komt te staan;
- op jaarbasis heldere afspraken te maken over deelprojecten binnen programma's;
- heldere afspraken te maken over de diensten (bijvoorbeeld beleidsondersteuning) die LNV de komende jaren wil inkopen van Biologica en over de gewenste rol van Biologica;
- Biologica te stimuleren om eigen inkomsten te genereren.
- jaarlijks een evaluatie te houden van de programma's en bij te sturen waar nodig.

Bijlage Voetnoten

¹ Bron EKOMonitor 2001, 2002, 2003

² Door de Task Force is aangegeven dat sommige cijfers voor 2003 niet aansluiten bij de beleving van de supermarkten, waar nog steeds 'plussen' worden gemeld qua omzet. Met andere woorden de feitelijke omzet zou wel eens hoger kunnen liggen, mede omdat sommige biologische producten niet als zodanig herkenbaar in de statistieken komen (bijvoorbeeld gemengde producten). Aan de andere kant heeft het natuurvoedingskanaal het beeld dat de 10% groei enigszins geïflatteerd is. Deze beide effecten zouden elkaar kunnen opheffen.

³ Bron: Tradin

⁴ Intern document Task Force, voortgangsnotitie Focus op biologisch, maart 2004

⁵ Zo meldde een belangrijke supermarktketen in 2002 een stijging van 20% bij AGF ten opzichte van 2001 (intern document Task Force).

⁶ Zie de conclusies over de effecten van het beleid.

⁷ Analysis for European market for organic food, Hann et al, 2002

⁸ Deels gebaseerd op de EKOMonitor 2002 en 2003.

⁹ Gebaseerd op gegevens uit de EKO-monitor. Na correctie vanwege wijziging in meetmethoden zou AGF gegroeid zijn van 3,25% in 2001 naar 3,7% in 2003, waarbij bovendien aangemerkt dient te worden dat andere bronnen (ketenmanagers) 3,7% een te lage schatting achten. Bij varkensvlees zou er een groei van 1 % in 2001 naar 1,6% in 2003 zijn geweest, uitgaande van de gecorrigeerde cijfers van de EKOMonitor.

¹⁰ Gebaseerd op gegevens uit de EKO-monitor: het groeipercentage zou in 2001 20% zijn, in 2002 9% en in 2003 3,6%. Dit zijn echter ruwe schattingen, mede omdat de cijfers over 2001 en 2002 minder betrouwbaar zijn.

¹¹ Met name bij de BIO-projecten.

¹² TNO-rapport "10% biologische landbouw in 2010: mag het ook ietsje meer zijn?", TNO-STB, 2003

¹³ Zie ook 'Beelden van de biologische landbouw', LEI, aug 2003

¹⁴ Sierteelt maakte ook onderdeel uit van het convenant, maar voor sierteelt gold niet de 5% doelstelling gezien het zeer lage toenmalige marktaandeel.

¹⁵ Dit kan indirect worden afgeleid uit de EKO-tellingen van Vereniging MD.

¹⁶ Voordelen van volledige vervanging in de winkel zijn dat een specifiek prijsbeleid mogelijk is (consument kan in de winkel niet vergelijken), en er geen risico is van 'lekkage' bij bedien-u-zelf. Bovendien kunnen voor een aantal producten de specifieke kenmerken worden benut voor extra uitstraling (vorm, geur, smaak, associatie bij bijvoorbeeld venkel). Het voordeel voor een 100% vervanging voor de teler/producent, is dat er effectief sprake is van een afnamegarantie. Dit betekent voor de supermarkten een extra risico met het oog op continuïteit van aanbod en kwaliteit.

Het is wel de vraag of hiermee een bewuste biologische consument wordt opgevoed, want er kan meestal geen keus meer worden gemaakt tussen biologisch en niet biologisch. In de Stuurgroep is afgesproken dat de betrokken supermarkten wel de opdracht mee krijgen dat er in de promotieplannen aan wordt gewerkt dat de bewustwording van de consument groeit.

¹⁷ Intern document AGF, Task Force, 15 maart 2004.

¹⁸ Voortgangsverslag PBS masterplan, maart 2004

¹⁹ Optimalisatie biovarkensketens kwaliteit, service en logistiek.

²⁰ Zo wordt in het MOP 'focus op biologisch' samengewerkt met snijderijen en verpakkers om het snijden te centraliseren.

²¹ TNO-rapport "10% biologische landbouw in 2010: mag het ook ietsje meer zijn?", TNO-STB, 2003.

²² Uitgevoerd door Aurelia! (gespecialiseerd marktonderzoeksbureau voor duurzame en bijzondere voeding). Het onderzoek is niet verspreid, omdat de Task Force het in een andere vorm opnieuw wil laten uitvoeren.

²³ Mondelinge mededeling Task Force.

²⁴ Het onlangs geformuleerde MOP Masterplan Zuivel vormt de basis hiervoor.

²⁵ Bio+ bijvoorbeeld meldt een groei in omzet tussen maart 2004 en maart 2003 van 2500%. Bron: presentatie voor de Task Force.

²⁶ "In de praktijk zie je wel dat ook biologisch producten onderdeel vormen van de prijzenoorlog, ook deze producten worden afgeprijsd. Het is wel belangrijk te melden dat voorlopig m.n. de merkartikelen de belangrijkste rol in de prijzenoorlog spelen, en dat de (veelal verse) biologische producten iets minder onder vuur liggen. Een andere factor van invloed is de boycot actie van AH geweest, als grootste aanbieder van biologische producten merk je het onmiddellijk als er tijdelijk minder klanten komen, ook al heeft de reden daarvoor niets met biologisch te maken." Uit: een intern document van de Task Force: toelichting op de voortgang van de MOP's.

²⁷ Intern vertrouwelijk document van de Task Force.

²⁸ Mede gebaseerd op interviews.

²⁹ Denk aan de mediacampagne, de CBL-regeling, de package deals, het garantiefonds, de aanpassing van de RSBP-regeling, de onmogelijkheid om volledige vervanging af te spreken, etc.

³⁰ Zie ook Trekken of Duwen aan het biologisch product, Expertisecentrum LNV, 2002.

³¹ Dit ondanks het feit dat in het Convenant als hoofdvertrekpunt voor de activiteiten was gekozen: "Niet met hagel schieten, doch scherp schieten". Zie Convenant blz 20.

³² Bijvoorbeeld de manier waarop de CBL-regeling tot stand is gekomen.

³³ Plus-ondernemer Krijn Vermeulen in een interview voor Distrifood: "Aandacht, aandacht en nog eens aandacht. Durf ruim te presenteren, zorg voor aanvullende informatie en laat ook zien dat je als ondernemer achter die productgroep staat".

³⁴ Bijvoorbeeld de diepvriesgroente van Oerlemans en Bio+.

³⁵ Overigens speelde CBL en (LTO) hier ook een belemmerende rol in, omdat ook CBL rekening moet houden met gangbaar.

³⁶ Zie het rapport 'Biologische landbouw in Denemarken, leerervaringen voor Nederland' LEI, April 2003.

³⁷ Onder andere met de oprichting van de Vakgroep Biologische Landbouw

³⁸ Zie paragraaf 5.3.

³⁹ Wel zijn recent meer dan 20 maatschappelijke organisaties met de actie 'Nederland gaat biologisch' gestart. Hierin wordt de achterban van de maatschappelijke organisaties opgeroepen om meer biologisch te gaan eten.

⁴⁰ Uit het kostenoverzicht blijkt dat de bijdrage van bedrijven circa € 13,2 mln is en de bijdrage van LNV € 14,7 mln. Volgens sommigen is de bijdrage van bedrijven wellicht nog conservatief ingeschat. Aan de andere kant zou een aantal (promotie)activiteiten waarschijnlijk ook zonder LNV bij-

drage hebben plaatsgevonden, zij het op kleinere schaal. Vandaar de grove schatting van het multipliereffect van 1,5-2.

⁴¹ Zie 'Gemeenschappelijke beelden nav evaluatiegesprekken met Task Force leden', intern document Task Force secretariaat, maart 2004.

⁴² Het varkensconvenant is hier een goed voorbeeld van. Zonder een ketenmanager was dit veel moeilijker van de grond gekomen.

⁴³ Tijdelijke verlaging van de prijzen.

⁴⁴ Zie ook de bijlagen.

⁴⁵ VVNR (Vakcentrum = Vakcentrum Winkeliers Natuurvoeding en Reform), NWO (Natuurvoedingswinkel organisatie), CWN (Coöperatie van winkeliers in Natuurvoeding), VBP (Vereniging van biologische productie- en handelsbedrijven), Platform Biologica.

⁴⁶ MOP's moeten aan de volgende criteria voldaan:

- Er is alleen ondersteuning beschikbaar als de onderhavige product(groep)en daadwerkelijke en onder aantrekkelijke condities, in het kader van een meerjarig beleid, beschikbaar zijn voor de consumenten. Aantrekkelijk betekent ondermeer: goede kwaliteit, aantrekkelijke prijsstelling, een goede plaats in het schap en leverbetrouwbaarheid.
- Er moeten meerjarige ketenafspraken zijn om bovenstaande te kunnen garanderen. Deze afspraken moeten gemaakt worden in combinatie met het eerste punt: dus dezelfde voorwaarden op hetzelfde niveau.
- De ondersteuning betreft activiteiten die plaatsvinden op of rond de winkelvloer. Dit kan in de vorm van redactionele artikelen in huismagazines of weekkranten, winkeldemonstraties, proeverijen, receptenboekjes enz.
- Het bedrijfsleven moet zelf ook een substantiële inspanning leveren: de acties en promoties van het bedrijfsleven moeten een tegenwaarde vertegenwoordigen van ruwweg het dubbele van de additionele kosten van de mediacampagne.
- Indien er meerdere MOP's worden ingediend die alle aan bovenstaande voorwaarden voldoen, maar waarbij er vanuit het opgehoogde campagnebudget geen ruimte is om alle plannen te honoreren, dan geldt de regel: de volgorde van binnenkomst bepaalt welk project uitgevoerd kan worden. In de praktijk zal de Task Force er vanzelfsprekend ook goed op letten dat projecten in strategisch belangrijke productgroepen worden gekozen en dat het gaat om projecten die een belangrijke bijdrage leveren aan de 5% doelstelling.

⁴⁷ Betreft voor een belangrijk deel opmerkingen van de ketenmanagers in een vertrouwelijk document, waarin zij hun ervaringen delen.

⁴⁸ Er lopen momenteel een drietal co-innovatieprogramma's:

- Toegevoegde waarde varkensvleesketen
- Professionalisering van biologische afzetketen
- Duurzame agro food keten

Deze co-innovatieprogramma's hebben alle specifieke uitgangspunten, criteria en doelen.

⁴⁹ De kosten van AKK projectregie maken voor 10% excl BTW deel uit van de totaal begrote projectkosten. Van dit bedrag wordt 50% door het bedrijfsleven en 50% door LNV betaald.

⁵⁰ Voor een belangrijk deel gebaseerd op een bijdrage van de Campagnecoördinator de heer A. Brouwer.

⁵¹ Zestig reclamebureaus hebben zich ingeschreven. De aanbesteding is begeleid door de Rijksvoorlichtingsdienst. De voorstellen van de vijf bureaus van de shortlist zijn aan consumentenpanels voorgelegd. De keuze is uiteindelijk gevallen op PPGH/JWT uit Amsterdam.

⁵² De 7 uitgaven waren:

- a. als volledig opgemaakte pagina met meerdere artikelen (dagbladformaat en een dubbele pagina weekendformaat, oplage circa 5 miljoen plaatsingen per keer);
- b. Uitgevoerd als los opgemaakt artikel (1/4 pagina dagbladformaat en 1/2 pagina weekendformaat, oplage 300.000 -1 miljoen plaatsingen per keer).

⁵³ De vignetten bouwen op naar de conclusie (=campagneslogan): *Biologisch, eigenlijk heel logisch*. Duur 30 seconden. Met tag-on over verschillende productgroepen waarbij de producten als bereid

product in beeld zijn. Later ingekort tot versie van 25 seconden met tag-on over verschillende productgroepen, waarbij de producten langs de kassa gaan.

⁵⁴ Duur 20 seconden. De spots worden door elkaar uitgezonden. In 2002 zijn de spots 2x gedurende 3 weken op tv geweest (publieke en commerciële netten); in 2003 en 2004 4 x gedurende 2 weken.

⁵⁵ Productgroepen waarvoor plannen zijn ingeleverd: AGF, vlees, vleeswaren, brood, zuivel, babyvoeding, droogwaren, catering, bier.

⁵⁶ NIPO, Verify, Media Audits.

⁵⁷ Met name gebaseerd op een interne document van de campagnecoördinator.

⁵⁸ RVD nameting begin 2003.

⁵⁹ RVD december 2003.

⁶⁰ Zie bijvoorbeeld 4^e voortgangsbericht over de campagne van de Task Force van 30 okt 2002.

⁶¹ Zie onder andere het interne document van de campagnecoördinator.

⁶² Het issuemangement bestond de eerste twee jaar van het project met name uit netwerken tussen de partners binnen GENOEG, het CTB en de producenten/handelaren. In het laatste jaar was de aandacht gericht op de procesbegeleiding en dossiervorming.

⁶³ Bron: Eindrapportage GENOEG, mei 2004, CLM.

⁶⁴ Een overkoepelende organisatie van onderzoeksinstituten, waaronder ook het LEI.

⁶⁵ "10% biologische landbouw in 2010: mag het ietsje meer zijn?" TNO-STB, 2003.

⁶⁶ Tekst is voor grootste deel overgenomen van de website van het IBL:
www.biologischelandbouw.net

⁶⁷ Evaluatierapport van de Adviescommissie onderzoek biologische landbouw, periode oktober 2000- juni 2003, Juni 2003.

⁶⁸ Zie bijlage 18.

⁶⁹ Zie onder andere de brief van de commissie aan der heer Bol, directeur directie Industrie en Handel van LNV, 12 juni 2001.

⁷⁰ Zie het advies over onderzoeksprioriteiten van de commissie aan LNV van 14 november 2003.

⁷¹ Verslag IBL-dag 25 november 2003, met de titel "Verkoop je onderzoek beter en geef daarin meer aandacht voor gamma-onderzoek".

⁷² De problemen zijn er wel. Sommige partijen zoals bijvoorbeeld Eosta willen die wel oppakken, hoewel ze er alleen indirect belang bij hebben. Maar er moet wel een trekker zijn.

⁷³ Voedselveiligheid is door de commissie Beckers een aantal keren genoemd. Er is vanuit VVA (veterinaire en voedselaangelegenheden opdracht aan Rikilt gegeven om uit te zoeken wat verschillen zijn tussen gangbaar en biola qua voedselveiligheid. Dit is nog niet afgerond en komt in het najaar 2004. Daarna komt er eventueel een vervolg.

Door de EU-commissie is in 2000 onderzoek gestart met verschillende instituten (onder andere TNO en Rikilt, maar dat is nog steeds niet vrijgegeven.

Voor gezondheid is een notitie van Rikilt gevraagd om de gezondheidsclaims op een rijtje te zetten. Dit gaf echter onvoldoende basis. Nu is alweer een tijd geleden een onderzoeksopdracht richting Rikilt, LBI en een epidemioloog gegaan om voorstel te schrijven. Dit zou eventueel kunnen leiden tot een meerjarenprogramma.

⁷⁴ Het TNO-onderzoek had strategische vragen mbt promotie van biologisch moeten dekken, maar dat is onvoldoende gelukt volgens LNV.

"Het beste van 2 werelden" van AKK had info over ketenvragen moeten opleveren, maar dit is niet gebeurd volgens LNV.

⁷⁵ Onderzocht is welke zaken nu specifiek in de keten een biologisch probleem zijn; hier kwam erg veel uit, maar het was volgens LNV een *mère a boire*. LNV heeft bedrijven gebeld en die zeiden dat er geen probleem was, AKK was het daar mee eens, er is dus verder niets mee gebeurd.

⁷⁶ Onder andere op de IBL-bijeenkomst van 25 november 2003.

⁷⁷ Bron: Gegevens Laser.

⁷⁸ A ideeën voldoen volledig aan de randvoorwaarden van de regeling en worden zodoende goedgekeurd. C ideeën voldoen niet aan de randvoorwaarden van de regeling en worden afgewezen. B ideeën vallen hier tussen in en worden nader bestudeerd.

⁷⁹ Bron: Gegevens Laser.

⁸⁰ Bron: Gegevens Laser, 11 mei 2004

⁸¹ Bron: Verantwoordingsrapport RSBP, mrt 2004, LASER.

⁸² Bron Verantwoordingsrapport RSBP, mrt 2004, LASER.

⁸³ Bron: Tussenevaluatie IMEconsult 2002.

⁸⁴ Zie ook bijlage 16 voor gewenste wijzigingen.

⁸⁵ Bron: Gegevens Laser.

⁸⁶ Besluit Minister van LNV, TRCJZ/2002/2832.

⁸⁷ Veel omschakelaars waren voorheen al scharrelboer. Doordat in de betrokken supermarkten werd overgegaan van scharrelvlees naar biologisch vlees, zagen zij ook een stuk markt verdwijnen.

⁸⁸ AH, Plus, Groeneweg en 90 varkensboeren.

⁸⁹ Bron: Gegevens, Laser.

⁹⁰ Stimulering van de biologische landbouw, Expertisecentrum LNV, conceptrapport, mei 2004.

⁹¹ Bron: Motie de Graaff.

⁹² Bron: Gegevens Laser.

⁹³ Trekken of duwen aan het biologisch product, Expertisecentrum LNV, 2002.

⁹⁴ Aurelia!

⁹⁵ Bron. Begroting Biologica 2004.

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

Evaluatie-onderzoek Nota Biologische Landbouw 2001-2004

Onderdeel extern onderzoek

Bijlagen

31 juli 2004

Inhoudsopgave

1	AFKORTINGEN.....	4
2	FINANCIËLE BIJDRAGE PER BELEIDSONDERDEEL	5
2	FINANCIËLE BIJDRAGE PER BELEIDSONDERDEEL	5
3	GROEI VEESTAPEL	9
4	ONDERSCHEIDEN PRODUCTGROEPEN, KETENSCHAKELS EN EFFECTEN IN HET ONDERZOEK	10
4	ONDERSCHEIDEN PRODUCTGROEPEN, KETENSCHAKELS EN EFFECTEN IN HET ONDERZOEK	11
5	OVERZICHT MOP'S.....	13
6	AANTAL BIOLOGISCHE PRODUCTEN PER SUPERMARKTKETEN	15
7	BIJDRAGE VARKENSVLEESPROJECTEN	16
8	CBL-REGELING	17
	8.1 Achtergrondinformatie	17
	8.2 Resultaten	17
9	PBS MASTERPLAN BIOLOGISCHE SPECIAALZAAK 2002-2004	19
	9.1 Inleiding.....	19
	9.2 Deel A Structurele Afzetbevordering.....	19
	9.3 Deel B Voorlichting en Promotie	20
10	OVERZICHT CO-INNOVATIEPROGRAMMA'S	21
11	STAND VAN ZAKEN VAN HET CO-INNOVATIE PROGRAMMA 'PROFESSIONALISERING VAN BIOLOGISCHE AFZETKETENS	23
	11.1 Achtergrond en stand van zaken	23
	11.2 Bevindingen in het co-innovatieprogramma	23
	11.2.1 Proces.....	23
	11.2.2 Inhoud	24
	11.2.3 Onderzoek.....	24
	11.3 Enkele conclusies op hoofdlijnen en doorkijkje naar de toekomst	25
12	PUBLIEKSCAMPAGNE	30
	12.1 Media-inzet campagne (TV en print) en tag-ons	30
	12.2 Resultaten campagne-evaluatieonderzoek	31
13	ALGEMENE ERVARINGEN VAN DE KETENMANAGERS.....	35
14	BESCHRIJVING ONDERZOEKSPROGRAMMA'S DLO/PO	36
	14.1 Beheersing en bestrijding van onkruiden (343) 1999-2002, Innovatieve onkruidbestrijding (397-V) 2003-2005	37
	14.2 Biologisch uitgangsmateriaal (388)	38
	14.3 Veredeling biologische landbouw (388-II)	39
	14.4 Systeeminnovatie Biologische open teelten (400-I).....	39
	14.5 Systeeminnovatie Biologische beschermde teelten (400-II).....	42
	14.6 Biologische veehouderij (PO 34)	43
	14.7 Biologische productiesystemen in Akkerbouw en VGG (342).....	43
	14.8 Koepelprogramma Biologische Landbouw (401-I)	44
	14.9 Intersectorale samenwerking (401-II).....	45
	14.10 Integratie Gamma – betaonderzoek (LEI-373)	46
	14.11 Verwerking en afzet van biologische producten (ATO-387).....	46
15	KORTE BESCHRIJVING BIO-PRAKTIJKPROJECTEN	47
	15.1 BOKAS.....	47
	15.2 Bio flora: biologische sierteelt	47
	15.3 BIOM.....	47
	15.4 Ekopluij	48

15.5	BIOVEEM.....	48
15.6	BIOVAR:.....	48
16	MOGELIJKE RSBP-WIJZIGINGEN	50
	Mogelijke aanpassingen RSBP.....	50
17	ONDERZOEK ARBEIDSBESPARENDE MIDDELEN	51
18	FINANCIËLE OVERZICHTEN ONDERZOEKSPROGRAMMA'S	52
	18.1 Projecten Louis Bolk Instituut	52
	18.2 Onderzoeksprogramma's DLO/PO	53
19	BEGELEIDINGSCOMMISSIE, KLANKBORDGROEP, ONDERZOEKSTEAM	55
20	GEÏNTERVIEWDE PERSONEN	56
21	LITERATUURLIJST	58
22	ONDERZOEKSVRAGEN.....	60

1 Afkortingen

Lijst van Instituten en afkortingen

AKK	Stichting Agro Keten Kennis
Alterra	Research instituut voor de groene ruimte WUR
AOC	Agrarisch Onderwijs Centrum
ASG	Animal Sciences group WUR
ASG-DB	Diervverzorging en biotechniek
ASG-DDW	Departement dierwetenschappen
ASG-DO	Departement dier en omgeving
ASG-IZ	Infectieziekten
ASG-PO	Praktijkonderzoek
ASG-Visserijonderzoek	Visserijonderzoek
ASG-Voeding	Voedingsonderzoek
ATO	Instituut voor AgroTechnologisch Onderzoek WUR
Biom	Biologische landbouw Innovatie en Omschakeling (praktijkproject)
Biovar	Biologische varkenshouderij (Praktijkproject)
Bioveem	Biologische veehouderij management (Praktijkproject)
BOB	Biologische onderzoeksberichten
CBL	Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (branche-organisatie supermarkten)
CBL (Flevoland)	Centrum voor Biologische Landbouw (Flevoland)
CTB	College voor toelating van bestrijdingsmiddelen
DHI	Directie Handel en Industrie, LNV
DL	Directie Landbouw, LNV
DLO	Dienst Landbouwkundig Onderzoek
DLV	DLV-Adviesgroep NV
DOA	Duurzame ondernemersaftrek
DWK	Directie Wetenschap en Kennisontwikkeling, LNV
EC-LNV	Expertise Centrum Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit
Ekoplum	Biologische pluimveehouderij (Praktijkproject)
FBB	Federatie Biologische Boeren
GENOEG	Project Gewasbeschermingsmiddelen van Natuurlijke Oorsprong Effectief Gebruiken"
GGO	genetisch gemodificeerde organismen
GNO	Gewasbescherming van Natuurlijk Oorsprong
IBL	Innovatiecentrum Biologische Landbouw
IBV	Investeringsregeling voor biologische varkenshouderijen
ID	Instituut voor Dierhouderij en Diergezondheid WUR
IMAG	Instituut voor Milieu-en Agritechniek WUR
LASER	agentschap Landelijke Service bij Regelingen van LNV
LBI	Louis Bolk Instituut
LEI	Landbouw - Economisch Instituut WUR
LNV	Ministerij van landbouw, Natuur en Voedselveiligheid
LTO	Land- en Tuinbouworganisatie
MBL	Marktontwikkeling biologische landbouw
MD	Milieudefensie
MOP	Meerjarig opschalingsplan (beleidsinstrument van de Task Force)
PBS	Promotiebureau Biologische speciaalzaak (opgericht tbv Masterplan gespecialiseerde retailkanalen Biologisch)
PO	Praktijkonderzoek
PPO	Praktijkonderzoek Plant en Omgeving WUR
PRI	Plant Research International WUR
PROBIK	PROfessionalisering Biologische Ketenkennisinfrastructuur
PV	Praktijkonderzoek Veehouderij WUR
RGC	Regeling Groen Cursorisch Onderwijs
RIKILT	Instituut voor Voedselveiligheid WUR
RUB	Regeling Uitzondering Bestrijdingsmiddelenwet
SKAL	Internationale controle- en certificeringsorganisatie.
SMA	Stichting MerkArtikel
VIA	Versterking en Innovatie Agrarisch Onderwijs (regeling)
VBL	Vakgroep Biologische Landbouw (FBB/LTO)
Vereniging BD	Vereniging voor Biologisch- Dynamische landbouw en voeding
WUR	Wageningen Universiteit en Researchcentrum

2 Financiële bijdrage per beleidsonderdeel

Toelichting:

- De bedragen betreffen de feitelijke uitgaven(kasuitgaven) in een bepaald jaar.
- De bedragen zijn inclusief de EU-bijdragen. Dit geldt voor de Demo-regeling (onder voorlichting en onderwijs) en voor de RSBP.
- De bijdrage voor regelingen zijn inclusief de uitvoeringskosten van bijvoorbeeld Laser.
- De kosten van onderzoek naar arbeidsbesparende middelen zijn opgenomen in begrotingspost 3a: onderzoek.
- De helft van de financiële middelen, namelijk de bijdrage voor onderzoek, betreft een verschuiving van onderzoeksgelden voor Stichting DLO van de WUR van gangbaar onderzoek naar biologisch onderzoek. Dit zijn dus niet extra beschikbare middelen. Biologisch onderzoek betreft thans circa 9% van alle onderzoeksgelden voor DLO.

	2001	2002	2003	2004	Totaal bijdrage LNV 00 t/m 04	investering Bedrijfsleven	Totaal	budget volgens Nota
1. Professionaliseren ketens	529	3.156	4.245	6.809	14.739	13.227	27.966	14.249
1a. Taskforce en TF-ondersteuning	343	420	528	546	1.837		1.837	
1b. Ketenplannen en activiteiten:	106	632	1.388	3.253	5.380	7.990	13.370	
Opstellen Ketenbusinessplannen en andere startactiviteiten	60	487	225	2	774	460	1.234	
Ketenmanagers	46	65	245	266	622		622	
Packagedeal/Meerjarige opschalingsplannen			205	1.978	2.183	4.480	6.663	
CBL- Communicatieregeling Biologisch		80	250	570	900	1.800	2.700	
Promotiecampagne Biologische Speciaalzaak (PBS)			463	437	900	1.250	2.150	
1c. Co-innovatie-programma	80	228	604	1.010	1.922	5.237	7.159	
1d. Mediacampagne		1.875	1.725	2.000	5.600		5.600	
2 Transparantie/sluiten ketens (GNO)	59	62	330	91	542		542	
3. Kennisontwikkeling en verspreiding (KO)	7.976	10.745	12.078	10.716	41.515		41.515	37.210
3a. Onderzoek	7.116	9.957	11.179	9.862	38.114		38.114	32.445
3b. Voorlichting en onderwijs	861	789	899	854	3.402		3.402	4.765
4. Stimuleren productie (SP)	2.973	4.559	5.667	5.989	19.189		19.189	24.504
4a. RSBP	2.957	4.501	4.484	4.082	16.024		16.024	13.613
4b. IBV	16	58	1.063	1.907	3.044		3.044	9.076
4c. Kaderregeling kennis& advies			120		120		120	1.815
5. Fiscale maatregelen (FM)	55	35	26		116		116	48.101
5a. DOA, btw-tarief	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt		nvt	48.101
5b. Groenregeling, VAMIL, EIA, MIA	55	35	26		116		116	
6. Arbeidsmaatregelen (AM)								
6a. Onderzoek arbeidspools	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt		nvt	
6b. Onderzoek arb.besparende middelen	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt		nvt	
7. Platform Biologica	460	460	481	455	1.856		1.856	1.634
8. Beleidsuitvoeringskosten	3	134	443	174	754		754	
Totaal Programmakosten	12.055	19.152	23.271	24.234	78.711	13.227	91.938	125.697

Bijdrage per project of regeling.

	keten	2001	2002	2003	2004	Totaal bijdrage LNV 00 t/m 04	Investerings Bedrijfsleven	Totaal
1. Professionaliseren ketens		529	3.156	4.245	6.809	14.739	13.227	27.966
1a. Taskforce en TF-ondersteuning		343	420	528	546	1.837	0	1.837
Voorzitterschap en ondersteuning Taskforce		343	420	528	546	1.837		1.837
1b. Ketenplannen en activiteiten		106	632	1.388	3.253	5.380	7.990	13.370
Opstellen Ketenbusinessplannen en andere startactiviteiten		60	487	225	2	774	460	1.234
0 ketenbusinessprogramma's en plannen	alg	60	95		2	157		157
1 ketenontwikkeling biologische geitenhouderij	zuiv		29			29		29
2 ketenontwikkeling best of two worlds	zuiv		56			56		56
3 biologische ketenontwikkeling in bedrijfsrestaurants	cat		50	50		100		100
4 swot-analyse biologische sierteelt	sier		27			27		27
6 Package deal varkensvlees -1	vl		82	100		182	360	542
7 Package deal varkensvlees -2	vl			45		45	100	145
8 Conceptontwikkeling groente en fruit	agf		148			148		148
9 marktonderzoek biologisch kaas	zuiv			30		30		30
Ketenmanagers:		46	65	245	266	622	0	622
agf	agf	46	38	136	82	302		302
fruit	agf				50	50		50
vlees, zuivel (via biologica) (incl initiele bijdrage)	vlees		27	59	14	100		100
sierteel (eigenlijk een mop)				50	120	170		170
Packagedeal/Meerjarige opschalingsplannen:		0	0	205	1.978	2.183	4.480	6.663
1 Ketenproject afzetstimulering biologische diepvriesgroente	agf			65	135	200	375	575
2 biobladgroentes	agf				185	185	185	370
3 Biologisch vervangt gangbaar, pilot	agf			65	120	185	250	435
4 CBL 'Focus op biologisch'	agf				500	500	1.000	1.500
5 Afzetbevordering van aardappelen	agf				50	50		50
6 Bevordering van bio-appels in de supermarkt	agf				50	50	50	100
7 mop voor varkens- en rundvlees ism andere ketenp -1	vl			75	125	200	400	600
8 mop voor varkens- en rundvlees ism andere ketenp -2	vl					0	pm	0
9 mop supermarkt	vl/agf				pm	0	pm	0
10 mop slagerijen	vl				pm	0	pm	0
11 mop supermarkt	vl				50	50	450	500
12 mop Brood -1	akker				25	25	pm	25
13 mop Brood -2	akker				25	25	50	75
14 droogwaren	dkw				70	70	140	210
15 babyvoeding	dkw				50	50	100	150
16 zuivel ism toeleveranciers en afnemers	zuiv				70	70	140	210
17 masterplan promotie zuivel	zuiv				500	500	1.000	1.500
18 sierteelt Bio-flora (zie bij ketenmanagers)	sier			pm	pm	0	340	340
19 mop biocatering (zie ook co-inn.project)	cat				23	23		23
20 biologisch goed van eigen erf	alle				100	100	200	300
21 mop-voorstel eieren	vl				pm	0		0
22 mop-voorstel vleeswaren	vl				pm	0		0
CBL- Communicatieregeling Biologisch			80	250	570	900	1.800	2.700
Promotiecampagne Biologische Speciaalzaak (PBS)				463	437	900	1.250	2.150

	keten	2001	2002	2003	2004	Totaal bijdrage LNV 00 t/m 04	Investerings Bedrijfsleven	Totaal
1c. Co-innovatieprogramma		80	228	604	1.010	1.922	5.237	7.159
1 Verbetering Kwaliteit en afzet biologisch fruit (fase 1 en 2) ACB-01.005	agf	29	29			58	154	212
2 Verbetering kwaliteit en afzet biologisch fruit (fase 3 + 4) ACB-01.021	agf		30	30		61	160	220
3 Aanpassing en uitbreiding kwaliteitssysteem Kwaliteitszorg Boerderijzuivelproductie	agf		27	28		54	143	197
4 Menugestuurde Biocatering ACB-01.009	cat	33	33	41	41	149	392	540
5 Verkoop en uitlevering biologische groente-abonnementen via catering ACB-01.001	agf		55	56		111	291	402
6 Vers van het Land ACB-01.001	alle					0	45	45
7 Duurzame biologische voedselketen ACB-01.002	dkw					0	42	42
8 Bevordering productie, afzet en marktpositionering biologische sierteeltproductie	agf		12			12	33	45
9 Bevordering productie, afzet en marktpositionering biologische sierteeltproductie	agf		15	28	28	70	184	254
10 Appels van stand; de keten ACB-02.012	agf			37	37	74	196	270
11 Haalbaarheid gebruik biol. bijproducten in voeding van biol.varkens ACB-02.017	vlees		10	28	14	51	134	185
12 Biopaddestoelen ACB-02.017	agf			61	61	122	322	444
13 Dynamische ketenscenario's voor biologische AGF ACB-02.024	agf			61	61	121	319	440
14 Regio-arrangementen voor biologisch varkensvlees ACB-02.025	vlees				83	83	218	300
15 Biovarkensketen, kwaliteit, service en logistieke optimalisatie ACB-02.026	vlees			84	84	168	442	610
16 Borging veiligheid biologisch varkensvlees ACB-02.027	vlees			81	81	162	428	590
17 Twee weten meer dan één ACB-03.033	alle			14	69	83	218	300
18 Verwaarding biologisch rundvlees door ketensamenwerking ACB-03.035	vlees			4	41	45	119	164
19 Marketingconcepten voor huisverkoop van biologisch vlees ACB-03.039	vlees			28	83	110	290	400
20 Koepelproject kennisontw. streekgeb. productie en vermarkting ACB-03.045	alle			14	41	55	145	200
21 Biologische Groente met meer waarde ACB-03.030	agf			4	55	59	156	215
22 Keten Informatie Systeem voor de biologische sector ACB-03.034	alle			3	118	122	320	442
23 Ketenmarketing voor succesvolle introductie vernieuwend biologisch product agf/vl	agf/vl				42	42	111	153
24 Marktonwikkeling biologische (vers)producten in de bedrijfscateringketen ACB-03.045	agf/vl			4	72	76	283	359
25 Eerlijke prijs, heerlijke prijs ACV-00.028	vlees	18	18			35	95	130
1d. Mediacampagne		0	1.875	1.725	2.000	5.600	0	5.600
Media:								
tv			800	800	600	2.200		2.200
andere media (print, web, outdoor, advertorials)			200	50	50	300		300
instore			200	400	1.000	1.600		1.600
pr (inclusief beurzen)			75	75	150	300		300
Overig:								
S strategie, conceptontwikkeling, productie			600	400	200	1.200		1.200
2 Transparantie/sluiten ketens (GNO)		59	62	330	91	542	0	542
CLM project Genoeg toegelaten controle (onder andere S kal)		59	62	312	89	401		401
				18	2	141		141

	keten	2001	2002	2003	2004	Totaal bijdrage LNV 00 tm 04	investering Bedrijfsleven	Totaal
3. Kennisontwikkeling en verspreiding (KO)		7.976	10.745	12.078	10.716	41.515	0	41.515
3a. Onderzoek		7.116	9.957	11.179	9.862	38.114	0	38.114
sectorgebonden programma's PraktijkOnderzoek		2.244	320			2.564		2.564
Samenwerkingsprogramma's PO/DLO		4.155	8.885	10.472	9.315	32.827		32.827
Kwaliteit/veredeling biologisch uitgangsmateriaal (388/388-II)		784	790	812	1.385	3.771		3.771
Ontwikkeling biol. bedrijfssystemen open teelten (400-I)			2.036	2.219	1.980	6.235		6.235
Ontwikkeling biol. bedrijfssystemen bedekte teelten (400-II)			1.672	1.681	1.505	4.858		4.858
Biologische veehouderij, incl BIOVEEM II (PO34)		1.128	1.423	2.700	2.380	7.631		7.631
Koepelprogramma Biologisch (databanken), incl Intersect.samenwerk. (401-I/II)			318	847	765	1.930		1.930
Onkruidbeheersing en bestrijding (343.397-V)			272	910	800	1.982		1.982
Contrafinanciering AKK-programma vanuit DLO/PO			273	585	500	1.358		1.358
Biologische productiesyst. in akkerbouw en VGG (veredelingsonderzoek) (342)		1.925	1.965	578		4.468		4.468
Integratie gamma-beta-onderzoek (Lei-373)		136	136	140		412		412
Verwerking en afzet biol prod.in voedingsmiddelen (ATO-387)		182				182		182
Overig onderzoek		717	752	707	547	2.723	0	2.723
Rechtstreekse bijdrage aan Louis Bolk Instituut		717	589	692	512	2.510		2.510
biologisch uitgangsmateriaal Louis Bolk		0	4	15	35	54		54
Versnelde groei duurzame Agro-business (TNO-STB)			159			159		159
3b. Voorlichting en onderwijs	proj	861	789	899	854	3.402		3.402
Voorlichting via DLV		861	648	575	594	2.677		2.677
Demoregeling	7			324		324	324	648
VIA-regeling	1		65		260	325		325
Kaderbrief Inhoudelijke vernieuwing Groen Onderwijs2002	1		67			67		67
Regeling Groen Cursusonderwijs	8		9			9		9
4. Stimuleren productie (SP)		2.973	4.559	5.667	5.989	19.189	0	19.189
4a. RSBP		2.957	4.501	4.484	4.082	16.024	0	16.024
bijdrage producenten (incl eerdere verplichtingen)		2.577	4.125	4.114	3.669	14.485		14.485
uitvoeringskosten		380	376	370	413	1.539		1.539
4b. Garantstelling/IBV		16	58	1.063	1.907	3.044	0	3.044
IBV				1.026	1.907	2.933		2.933
uitvoeringskosten (schatting door Laser)		16	58	37		111		111
4c. Kaderregeling kennis& advies		0	0	120	0	120	0	120
1e openstelling (totaal beschikbaar 1,8 mln)				106		106		106
2e openstelling (totaal beschikbaar 1,55 mln)					onb	0		0
uitvoeringskosten (schatting door Laser)				14		14		14
5. Fiscale maatregelen (FM)		55	35	26	0	116	0	116
5a. DOA, btw-tarief		nvt	nvt	nvt	nvt	nvt		nvt
5b. Groenregeling, VAMIL, EIA, MIA		55	35	26	0	116	0	116
Groenregeling (derving inkomsten overheid)		pm	pm	pm	pm	pm		pm
uitvoeringskosten (schatting door Laser)		55	35	26		116		116
VAMIL, EIA, MIA		pm	pm	pm	pm	pm		pm
6. Arbeidsmaatregelen (AM)		0	0	0	0	0	0	0
6a. Onderzoek arbeidspools		nvt	nvt	nvt	nvt	nvt		nvt
6b. Onderzoek arb.besparende middelen		nvt	nvt	nvt	nvt	nvt		nvt
7. Platform Biologica		460	460	481	455	1.856	0	1.856
bijdrage Biologica		408	408	408	408	1.634		1.634
additionele financiering onderzoekscoördinatie en overig		51	51	73	47	223		223
8. Beleidsuitvoeringskosten		3	134	443	174	754		754
monitoring doelstellingen			91	349	19	459		459
studie			8	16	6	30		30
monitoring beleidsuitvoering		3	35	78	149	265		265
						0		0
Totaal Programmakosten		12.055	19.152	23.271	24.234	78.711	13.227	91.938

3 Groei veestapel

Biologische Veestapel		Perioden				
hoofdgroep	groep	1998	1999	2000	2001	2002
Melkgeiten	Melkgeiten (stuks)	5826	9461	9976	10150	12723
	Overige geiten (stuks)	2793	3509	4244	5823	5657
Totaal Melkgeiten		8619	12970	14220	15973	18380
Paarden & pony's	Paarden	330	362	460	418	621
	Pony's (stuks)	489	231	404	418	464
Totaal Paarden & pony's		819	593	864	836	1085
Pluimvee	Kalkoenen	0	0	0	0	0
	Kippen	120629	150415	222585	305374	618156
	Overig pluimvee (stuks)	25	115	10240	10260	11400
	Slachteenden (stuks)	0	0	120	120	120
Totaal Pluimvee		120654	150530	232945	315754	629676
Rundvee	Melk- en fokvee	16127	18753	24406	27705	30727
	Vlees- en weidevee	5921	6348	6663	8476	9802
	Vleeskalveren	114	12	20	202	1295
Totaal Rundvee		22162	25113	31089	36383	41824
Schapen	Lammeren (stuks)	7837	7460	8150	9203	9608
	Ooien (stuks)	9943	9476	10419	10920	13032
	Rammen (stuks)	224	263	313	481	448
Totaal Schapen		18004	17199	18882	20604	23088
Varkens	Biggen	2996	5567	10453	7153	11388
	Fokvarkens	931	1575	2630	1921	3600
	Vleesvarkens	5202	10460	11366	11891	14170
Totaal Varkens		9129	17602	24449	20965	29158
Eindtotaal		179387	224007	322449	410515	743211

Biologische Veestapel		Perioden				
hoofdgroep	groep	1998	1999	2000	2001	2002
Melkgeiten	Melkgeiten (stuks)	58%	95%	100%	102%	128%
	Overige geiten (stuks)	66%	83%	100%	137%	133%
Totaal Melkgeiten		61%	91%	100%	112%	129%
Paarden & pony's	Paarden	72%	79%	100%	91%	135%
	Pony's (stuks)	121%	57%	100%	103%	115%
Totaal Paarden & pony's		95%	69%	100%	97%	126%
Pluimvee	Kalkoenen					
	Kippen	54%	68%	100%	137%	278%
	Overig pluimvee (stuks)	0%	1%	100%	100%	111%
	Slachteenden (stuks)	0%	0%	100%	100%	100%
Totaal Pluimvee		52%	65%	100%	136%	270%
Rundvee	Melk- en fokvee	66%	77%	100%	114%	126%
	Vlees- en weidevee	89%	95%	100%	127%	147%
	Vleeskalveren	570%	60%	100%	1010%	6475%
Totaal Rundvee		71%	81%	100%	117%	135%
Schapen	Lammeren (stuks)	96%	92%	100%	113%	118%
	Ooien (stuks)	95%	91%	100%	105%	125%
	Rammen (stuks)	72%	84%	100%	154%	143%
Totaal Schapen		95%	91%	100%	109%	122%
Varkens	Biggen	29%	53%	100%	68%	109%
	Fokvarkens	35%	60%	100%	73%	137%
	Vleesvarkens	46%	92%	100%	105%	125%
Totaal Varkens		37%	72%	100%	86%	119%
Eindtotaal		56%	69%	100%	127%	230%

BIOLOGISCHE VEESTAPEL			Perioden						
hoofdgroep	groep	subgroep	1998	1999	2000	2001	2002	Eindtotaal	
Melkgeiten	Melkgeiten (stuks)	(leeg)	5826	9461	9976	10150	12723	48136	
	Overige geiten (stuks)	(leeg)	2793	3509	4244	5823	5657	22026	
Totaal Melkgeiten			8619	12970	14220	15973	18380	70162	
Paarden & pony's	Paarden	Paarden, >= 3 jr (stuks)	220	207	323	261	415	1426	
		Paarden, 0-3 jr (stuks)	110	155	137	157	206	765	
	Pony's (stuks)	(leeg)	489	231	404	418	464	2006	
Totaal Paarden & pony's			819	593	864	836	1085	4197	
Pluimvee	Kalkoenen	Kalkoenen voor de slacht (stuks)	0	0	0	0	0	0	
		Kalkoenen,	0	0	0	0	0	0	
		Kalkoenen, >= 7 mnd (stuks)	0	0	0	0	0	0	
	Kippen	Leghennen	81560	113805	162105	238372	430487	1026329	
		Moederdieren	7750	0	0	0	18650	26400	
		Vleeskuikens (stuks)	31319	36610	60480	67002	169019	364430	
	Overig pluimvee (stuks)		25	115	10240	10260	11400	32040	
Slachteenden (stuks)		0	0	120	120	120	360		
Totaal Pluimvee			120654	150530	232945	315754	629676	1449559	
Rundvee	Melk- en fokvee	Fokstieren (stuks)	114	142	187	180	170	793	
		Jongvee voor toekomstige melkproductie	7094	8208	10765	12312	13833	52212	
		Melk- en kalfkoeien (stuks)	8919	10403	13454	15213	16724	64713	
	Vlees- en weidevee	Jongvee voor vleesproductie	3590	3736	3357	4800	5947	21430	
		Vlees- en weidekoeien (stuks)	239	286	391	472	424	1812	
		Zoogkoeien (stuks)	2092	2326	2915	3204	3431	13968	
Vleeskalveren	Voor rosé-vleesproductie (stuks)	114	0	7	107	176	404		
	Voor witvleesproductie (stuks)	0	12	13	95	1119	1239		
Totaal Rundvee			22162	25113	31089	36383	41824	156571	
Schapen	Lammeren (stuks)	(leeg)	7837	7460	8150	9203	9608	42258	
	Ooien (stuks)	(leeg)	9943	9476	10419	10920	13032	53790	
	Rammen (stuks)	(leeg)	224	263	313	481	448	1729	
Totaal Schapen			18004	17199	18882	20604	23088	97777	
Varkens	Biggen	Biggen bij de zeug (stuks)	1631	2949	4988	3836	5706	19110	
		Biggen niet bij de zeug (stuks)	1365	2618	5465	3317	5682	18447	
	Fokvarkens	Dekrijpe beren (stuks)	16	45	41	43	50	195	
		Fokvarkens, 20-50 kg (stuks)	163	89	67	40	389	748	
		Gedekte zeugen (stuks)	492	970	1804	1255	2260	6781	
		Opfokberen (stuks)	5	4	6	2	3	20	
		Opfokzeugen (stuks)	52	96	116	78	147	489	
		Overige fokzeugen (stuks)	30	58	74	78	148	388	
		Zeugen bij de biggen (stuks)	173	313	522	425	603	2036	
		Vleesvarkens	Vleesvarkens, 20-50 kg (stuks)	2192	5057	4677	4870	5869	22665
	Vleesvarkens, 50 kg en meer (stuks)		3010	5403	6689	7021	8301	30424	
	Totaal Varkens			9129	17602	24449	20965	29158	101303
Eindtotaal			179387	224007	322449	410515	743211	1879569	

4

Biologische Veestapel		Perioden					
hoofdgroep	groep	1998	1999	2000	2001	2002	
Totaal Melkgeiten		61%	91%	100%	112%	129%	
Totaal Paarden & pony's		95%	69%	100%	97%	126%	
Totaal Pluimvee		52%	65%	100%	136%	270%	
Totaal Rundvee		71%	81%	100%	117%	135%	
Totaal Schapen		95%	91%	100%	109%	122%	
Totaal Varkens		37%	72%	100%	86%	119%	
Eindtotaal		56%	69%	100%	127%	230%	

Onderscheiden productgroepen, ketenschakels en effecten in het onderzoek

PRODUCTGROEP
1. AGF-producten:
Akkerbouw (aardappelen, suiker, granen)
Vollegrondsgroenten
Fruit
Bedekte teelten (glastuinbouw, paddestoelen)
2. Vlees
Varkensvlees
Rundvlees
Pluimveevlees en eieren
3. Zuivel
4. Brood
5. Sierteelt
6. Overige producten
7. Alle producten

BETROKKEN SCHAKELS
Centrale keten:
Primaire producenten
Verwerking/bewerking
Handel
Retail supermarkten
Retail Speciaalzaken
Horeca
Catering / bedrijfskantines
Keten-ondersteuning:
Veredeling, voerleveranciers
Logistieke of ICT-dienstverlener
Banken

EFFECTEN
Bij de keten
Bekendheid en/of biologisch bewustzijn:
Bij de consument
Bij de retailer
Bij de tussenhandel en verwerkers
Samenwerking in de keten:
beeldvorming van andere partijen
contacten, netwerken
afspraken tussen ketenpartners over aanbod/vraag
Toegenomen kennis bij ketenpartijen
Efficiency in de keten:
Doorlooptijden, betere afstemming, efficiënter gebruik
Integratie biologisch en gangbaar segment bij retail en
Kosten en prijseffecten:
Verlaging kostprijs in de keten
Verlaging consumentenprijs
Verlaging meerprijs
Verbeterd aanbod:
meer volume
breder assortiment
meer afzetpunten
betere kwaliteit
Bij de primaire sector
Toegenomen kennis:
Biologische boeren
Niet-biologische boeren
potentiële omschakelaars
betere bedrijfsvoering/ productieomstandigheden:
effectievere productiemethoden
betere arbeidsomstandigheden
meer efficiency
gunstiger rentabiliteit
Finale effecten
Meer consumentenbestedingen biologisch:
Nieuwe consumenten
Bestaande consumenten
Beter marktperspectief:
Afzetmogelijkheden in NL/buitenland
Leveringsvoorwaarden voor primaire sector
Vertrouwen primaire sector in de vraag consument
Prijsverdeling in de keten
Omschakeling
Voortzetting
omschakeling

5 Overzicht MOP's

		PRE-MOPS									MOP's																					
		TOTAAL KETENACTIVITEITEN	1. Ketenontw. gaitenhouderij	2. Ketenontw. best of 2 worlds	3. Biol catering bedrijfsrest	4. Swot biol.sierteelt	5. Ketenmanagement vlees	6. Packagedeal AH varkensvlees	7. Packagedeal Plus varkensvlees	8. Conceptontw.groente en fruit	9. Marktonderzoek kaas	1. Diepvriesgroente	2. AH biobladgroentes	3. Laurus vervanging gangbaar	4. CBL focus op biologisch	5. Aardappelen	6. Bio-appels	7. AH opschaling vlees	8. Laurus opschaling vlees	9. Schuitema vlees/agf	10. Groene weg slagerijen	11. Plus mop	12 Brood mop	13. Zonnellied brood	14. Zonnatura kruidenierswaren	15. Promotie babyvoeding	16. Promotie zuivel Ecomel	17. Masterplan promotie zuivel	18. Sierteelt bioflora	19. Biocatering	20. Biologisch van eigen erf	
PRODUCTGROEP																																
1. AGF-producten:		8							x		x	x	x	x	x	x				x												
Akkerbouw (aardappelen, suiker, granen)		2												x	x																	
Vollegrondsgroenten		6							x		x	x	x																			
Fruit		3											x	x																		
Bedekte teelten (glastuinbouw, paddestoelen)		4							x			x	x	x					x													
2. Vlees		8					x	x	x								x	x	x	x	x											
Varkensvlees		8					x	x	x								x	x	x	x	x											
Rundvlees		6					x										x	x	x	x	x											
Pluimveevlees en eieren		1					x										x	x	x	x												
3. Zuivel		5	x	x						x																						
4. Brood		2																				x	x									
5. Sierteelt		2					x																						x			
6. Overige producten		2																														
7. Alle producten		3				x																			x	x			x	x		
BETROKKEN SCHAKELS																																
Centrale keten:																																
Primaire producenten		22	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				x	x			
Verwerking/bewerking		17					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Handel		13					x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
Retail supermarkten		19					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							x	x				
Retail Speciaalzaken		3																			x					x	x					
Horeca		0																														
Catering / bedrijfskantines		3				x																x										
Keten-ondersteuning:		0																														
Veredeling, voerleveranciers		0																														
Logistieke of ICT-dienstverlener		0																														
Banken		0																														
VERNIEUWING																																
(0=bestaand, 2=nieuw, 1=deels bestaand, deels nieuw)																																
activiteit		1,2	2	0	2	2	0	2	2	2	2	1	1	2	2	0	2	0	2	2	0	1	1	2	1	0	0	1	1	2	2	
samenwerking activiteit		1,3	2	0	2	2	0	2	2	2	2	1	1	2	1	0	2	0	2	1	2	0	1	2	1	0	1	1	2	1	2	

De waarderingscijfers voor de projecten is door de projectcoördinatoren zelf gegeven.

	TOTAAL KETENACTIVITEITEN	PRE-MOPS									MOP's																				
		1. Ketenontw. geitenhouderij	2. Ketenontw. best of 2 worlds	3. Biol.catering bedrijfsrest	4. Swot biol.siersteelt	5. Ketenmanagement vlees	6. Packagedeal AH varkensvlees	7. Packagedeal Plus varkensvlees	8. Conceptontw.groente en fruit	9. Marktonderzoek kaas	1. Diepvriesgroente	2. AH biobladgroentes	3. Laurus vervanging gangbaar	4. CBL focus op biologisch	5. Aardappelen	6. Bio-appels	7. AH opschaling vlees	8. Laurus opschaling vlees	9. Schuitema vlees/agf	10. Groene weg slagerijen	11. Plus mop	12. Brood mop	13. Zonnellid brood	14. Zonnatura kruidenierswaren	15. Promotie babyvoeding	16. Promotie zuivel Ecomel	17. Masterplan promotie zuivel	18. Siersteelt bioflora	19. Biocatering	20. Biologisch van eigen erf	
EFFECTEN																															
Bij de keten																															
Bekendheid en/of biologisch bewustzijn:	16					x																									
Bij de consument	14					x	x	x	x		x				x	x					x					x			x		
Bij de retailer	6					x	x	x	x		x			x																	
Bij de tussenhandel en verwerkers	2					x				x																					
Samenwerking in de keten:	9	x		x		x	x	x	x													x	x					x			
beeldvorming van andere partijen	2					x	x		x																						
contacten, netwerken	4	x				x	x	x	x																			x			
afspraken tussen ketenpartners over aanbod/vraag	7			x		x	x	x	x													x	x								
Toegenomen kennis bij ketenpartijen	4	x			x					x																				x	
Efficiency in de keten:	3					x	x	x	x																						
Doorlooptijden, betere afstemming, efficiënter gebruik	2					x	x																								
Integratie biologisch en gangbaar segment bij retailer	3					x	x	x																							
Kosten en prijseffecten:	0																														
Verlaging kostprijs in de keten	0																														
Verlaging consumentenprijs	0																														
Verlaging meerprijs	0																														
Verbeterd aanbod:	20					x	x				x	x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
meer volume	13					x	x				x	x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
breder assortiment	10					x	x					x	x											x	x		x				
meer afzetpunten	12					x	x						x					x	x	x	x	x	x				x		x	x	
beter kwaliteit	1					x	x													x											
Bij de primaire sector																															
Toegenomen kennis:	1		x																												
Biologische boeren	1		x																												
Niet-biologische boeren	0																														
potentiële omschakelaars	0																														
beter bedrijfsvoering/ productieomstandigheden:	0																														
effectievere productiemethoden	0																														
beter arbeidsomstandigheden	0																														
meer efficiency	0																														
gunstiger rentabiliteit	0																														
Finale effecten																															
Meer consumentenbestedingen biologisch:	21					x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Nieuwe consumenten	17					x	x	x			x	x	x		x		x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Bestaande consumenten	12					x	x	x			x				x					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Beter marktperspectief:	6					x	x				x	x															x	x			
Afzetmogelijkheden in NL/buitenland	6					x	x					x	x														x	x			
Leveringsvoorwaarden voor primaire sector	2					x	x																								
Vertrouwen primaire sector in de vraag consument	2											x	x																		
Prijsverdeling in de keten	0																														
Omschakeling	2					x	x																								
Voortzetting	2					x	x																								
omschakeling	2					x	x																								
WAARDERING																															
effecten	3,4	4	2	4	4	4	5	5	3	2	4	?	4	4	?	?	3	4	3	2	3	4	1	3	3	?	?	4	4	3	4
mate van succes	3,3	2	2	5	4	5	3	3	3	2	5	?	4	?	?	?	3	3	2	2	?	5	1	3	?	?	?	?	5	4	3
verhouding baten-lasten	3,2	2	2	4	4	5	4	4	2	2	4	?	5	5	3	3	3	4	2	1	?	5	1	3	?	?	?	?	4	2	3

6 Aantal biologische producten per supermarktketen

Gegevens van 10 supermarkten

In de volgende tabel wordt de stijging van het aantal biologische producten per supermarktketen aangegeven, gebaseerd op de EKO-tellingen van Vereniging Milieudefensie (bron Informatieblad EKO-tellingen in de supermarkt 2003, Vereniging Milieudefensie).

Alle supermarkten waarover zowel in 2000 als in 2003 gegevens zijn gepubliceerd zijn in de tabel opgenomen. Het blijkt dat voor deze 10 supermarktketens een stijging van bijna 50% is gerealiseerd tussen 2000 en 2003. Wanneer naar de stijging per jaar wordt gekeken, is er een gemiddelde stijging van 11,5%. Wanneer de Coop, waarvoor in 2001 geen cijfers zijn, wordt weggelaten, is er een jaarlijkse gemiddelde stijging van bijna 9%.

Gerealiseerd dient te worden dat het hier gaat om tellingen op basis van een steekproef.

	2000	2001	2002	2003	stijging 2003/2001	stijging 2003/2000	aantal filialen geteld	totaal aantal filialen in NL
AH	96	113	143	130	115%	136%	67	718
Vomar	82	99	95	119	120%	145%	4	38
Konmar	108	88	88	88	100%	81%	16	134
Dekamarkt	36	42	45	81	192%	224%	9	83
Plus	49	64	50	64	99%	132%	9	200
Hoogvliet	58	45	51	60	133%	103%	4	37
Super de Boer	35	40	57	59	147%	169%	38	374
C1000	37	48	53	47	99%	126%	37	476
Edah	12	11	14	14	123%	113%	14	263
gemiddeld	57	61	66	74	125%	136%	22	258
stijging gemiddeld	7,2%		8,5%	10,8%				
				8,8%				

Gemiddelde aantal biologische producten per supermarktketen, 2000-2003, Bron Informatieblad EKO-tellingen in de supermarkt 2003, Vereniging Milieudefensie).

Gegevens van alle supermarkten

Uit de EKO-tellingen die de Vereniging Milieudefensie sinds 1998 elk jaar houdt, blijkt dat het gemiddelde aantal EKO-produkten in de Nederlandse supermarkt in 2003 met 6% gestegen is ten opzichte van 2000: 52 ten opzichte van 49. In 2003 is het aantal gelijk gebleven ten opzichte van 2002. De grootste groei heeft in 2001 plaatsgevonden. Deze cijfers zijn echter gebaseerd op verschillende populaties en daarmee niet goed met elkaar vergelijkbaar.

7 Bijdrage varkensvleesprojecten

In de volgende tabel wordt een overzicht gegeven van de projecten die hebben bijgedragen aan de opschaling van varkensvlees en van de bijdrage van LNV en van de betrokken marktpartijen.

Relevante projecten opschaling Varkensvlees	bijdrage LNV	minimale eigen bijdrage	totaal
Pre-MOPs			
ketenmanagement biologisch vlees	100		100
package deal 1 voor varkensvlees	181	360	541
package deal 2 voor varkensvlees	45	100	145
MOP			
mop voor varkens- en rundvlees 1	200	400	600
mop voor varkens- en rundvlees 2	pm	pm	pm
mop voor varkens- en rundvlees 3	pm	pm	pm
mop voor varkensvlees 4	pm	pm	pm
co-innovatie:			
biovarkensketens, kwaliteit, service en logistieke optimalisatie	168	442	610
borging veiligheid biologisch varkensvlees	162	427	589
Totaal	856	1729	2585

8 CBL-regeling

Formele naam: "Stimuleringsproject deelname supermarkten in communicatietraject campagne Marktontwikkeling Biologische Landbouw".

8.1 Achtergrondinformatie

Waarom stimulering

De Task Force MBL heeft een massamediale campagne in voorbereiding om consumenten te overreden de aankoop van (meer) biologische producten te overwegen. De campagne is vooral imagovormend en informerend. Supermarkten en andere winkeliers hebben veel meer mogelijkheden om met communicatie het aankoopgedrag van consumenten te beïnvloeden dan vanuit de Task Force met een algemene campagne mogelijk is. De Task Force en het CBL hebben een plan ontwikkeld om supermarkten te stimuleren in te haken op de activiteiten van de Task Force om daarmee de wederzijdse communicatie-inspanningen effectiever te maken. LNV heeft zich bereid verklaard financiële middelen voor de uitvoering beschikbaar te stellen.

2. Totaal budget

Er is 0,9 miljoen euro (2 miljoen gulden) beschikbaar (inclusief BTW) die moet worden omgezet in feitelijke communicatieactiviteiten. Het CBL bepaalt hoe dit budget onder de leden wordt verdeeld, met het oog op een zo hoog mogelijke effectiviteit.

3. Voorwaarden

- De stimulering is gericht op (marketing)communicatie; niet voor bijv. price-offs, maar wel voor verkoopbevorderende communicatie in het klantenmagazine, foldermateriaal, raamposters, schapkaarten, enz.;
- De activiteiten moeten rechtstreeks bijdragen aan de volumedoelstelling (5% in 2005) in het Convenant (dus omzet genereren);
- Het betreft extra inspanningen, bovenop reeds in het kader van het convenant biologische landbouw toegezegde inspanningen; dit laatste moet door de winkelier aannemelijk worden gemaakt;
- Het project moet uiterlijk 15 augustus 2003 zijn afgerond (inclusief rapportage);
- In de uitingen wordt motto/logo van de nationale campagne gebruikt;
- Op grond van Europese regels mogen de uitingen niet zodanig zijn dat Nederlandse producten enkel en alleen door hun regionale afkomst worden bevoorrecht;
- Maximaal één derde van de kosten worden vergoed; het bedrijf betaalt dus minimaal tweederde (multiplier-effect).

4. Procedure

- Het stimuleringsproject wordt uitgevoerd onder verantwoordelijkheid van CBL.
- CBL-leden maken uiterlijk 15 juli 2002 bij CBL (Sja de Jong) kenbaar of zij van de mogelijkheden die het project biedt gebruik willen maken. De belangstellenden krijgen te horen hoeveel budget er voor elk van hen maximaal beschikbaar is.
- Bedrijven dienen uiterlijk 15 augustus 2002 via CBL een compact voorstel in (maximaal 5 vel A4) met een omschrijving van de voorgenomen activiteit, een totaalbegroting waaruit de eigen bijdrage blijkt, en een tijdplanning. Ook wordt een (onderbouwde) inschatting gegeven van het verwachte omzeteffect. Dit voorstel wordt vertrouwelijk behandeld.
- Het CBL benoemt een onafhankelijke commissie die beoordeelt of de aanvraag aan de criteria voldoet. De voorzitter van de Task Force ontvangt vertrouwelijk een afschrift van de ingediende projecten om de communicatie van de Task Force en van bedrijven eventueel te kunnen afstemmen.
- Uiterlijk 3 weken na inzending ontvangen partijen via het CBL bericht of het voorstel kan worden uitgevoerd;
- Als het bedrijf het project heeft uitgevoerd, wordt de factuur met een rapport met bewijsmateriaal, overzicht van resultaten, een financieel kostenoverzicht en een accountantscontrole naar het CBL gestuurd.

N.B. Het reclamebureau van de Task Force (PPGH/JWT) is beschikbaar om in goed overleg met de eigen bureaus van supermarkten voor relatief weinig kosten actie-uitingen te verzorgen die in het verlengde liggen van de corporate campagne, bijvoorbeeld tag-ons (10 seconden tv-spots in hetzelfde reclameblok als waarin de Task Force spots vanaf september worden uitgezonden: "Deze week bij C1000 biologische bloemkool voor de halve prijs").

8.2 Resultaten¹

Stand van zaken CBL-promotie-regeling Biologisch

De CBL Communicatieregeling Biologische Landbouw, ingesteld door de Stuurgroep Marktontwikkeling Biologische Landbouw waarvoor LNV € 0,9 miljoen ter beschikking heeft gesteld, heeft er toe geleid dat het merendeel van de Nederlandse supermarktorganisaties biologische producten gedurende een periode hebben gepromoot. Deze promoties waren voor veel organisaties een eerste kennismaking met nieuwe biologische producten. De regeling heeft er tevens voor gezorgd dat biologische

¹ Bron Task Force secretariaat/CBL

producten duidelijker herkenbaar zijn geworden in de schappen voor de Consument. Door extra advertenties, proeverijen, weddenschappen, schapkaarten en websites.

De organisaties die op dit moment een volledige rapportage hebben ingeleverd laten de volgende resultaten zien. Omwille van vertrouwelijkheid zijn de resultaten geanonimiseerd.

Supermarkt 1

Van november 2002 tot november 2003 hebben in het Consumentenblad Boodschappen extra advertenties gestaan over biologische producten. Op de site www.boodschappen.nl staat een internet doorlink naar de website www.eigenlijkheellogisch.nl.

Resultaat

De biologische zuivel is centraal ingekocht en daar is van bekend dat de afzet tijdens een actieweek sterk gestegen is. De andere producten waarmee is geadverteerd worden afzonderlijk door de verschillende ketens verkocht en daar zijn geen gegevens van bekend. Het lange termijn effect is, is dat S-1 overweegt om meerdere biologische producten centraal in te gaan kopen.

Supermarkt 2

In de periode van september 2002 tot november 2003 heeft S-2 extra promotie ingezet voor biologische producten. In de weekfolder is de advertentie over biologisch verdubbeld, in het maandelijkse keukenblad zijn er advertentiepagina's vervangen door pagina's die in het teken staan van het biologische assortiment van S-2. Er zijn schapkaartjes ontwikkeld voor biologische producten en aan het schap zijn infostroken opgehangen met uitgebreide informatie over het biologische assortiment. Speciaal voor het vlees en AGF bio-assortiment wordt een informatie folderje ontwikkeld. Wekelijks wordt via de satelliet in iedere S-2 reclameboodschappen op de winkelvloer gebracht. Het gaat hierbij om een 12-tal boodschappen waarvan 1 in het teken van biologisch staat. Ieder uur worden de 12 boodschappen uitgezonden. Om de 8 weken staat een winkeldemonstratie in het teken van biologische producten.

Resultaat

Structureel is de omzet met 12,5 % verhoogd. Tijdens de actieweken met alle biologische vleesproducten tegen een korting van 25% is de omzet met een factor 6 toegenomen. Met de start van de campagne is het assortiment biologische producten verhoogd. De verkrijgbaarheid op de winkelvloer is verbeterd deels door de overtuiging deels door de foldercommunicatie. Het aanbod van biologisch vlees is nu in alle winkels op één lijn. Qua communicatiekracht is dit daardoor beduidend verbeterd.

Supermarkt 3

Gedurende de periode september 2002 tot en met oktober 2003 heeft S-3 extra promotie ingezet voor biologische producten. Door advertenties, folderplaatsen, instore commercials, schapkaarten, displaykaarten en een redactioneel stuk op de website

Resultaat

S-3 had als hoofddoelstelling: "S-3 dient in 2002 door consumenten in het marktgebied gezien te worden als een van de vooruitstrevende supermarkten op het gebied van Biologische verantwoorde voeding". S-3 geeft aan dat in hoeverre de kwalitatieve doelstelling is gerealiseerd met name af te lezen is uit de kwantitatieve resultaten. Uit de weekomzetten blijkt dat in de periode van september 2002 tot en met oktober 2003 er een stijging van 48,9% was van de biologische producten.

Supermarkt 4

S-4 heeft in de periode september 2002 tot en met oktober 2003 extra promotie van biologische producten ingezet in hun weekblad "Lekker Doen". Daarnaast zijn er speciale "Bio-barkers" ontwikkeld. Deze schapkaarten zijn geplaatst voor alle schappen met biologische producten.

Resultaat

Bij een aantal producten is de omzet met 40% gestegen. Met name bij de verkoop van zuivelproducten, kiwi's, komkommers, champignons en aardappels is de omzet sterk gestegen.

Indien nodig gaat S-4 het assortiment aanpassen. Dit is ook afhankelijk van het seizoen.

Supermarkt 5

S-5 heeft in de periode september 2002 tot en met november 2003 extra inspanningen verricht bij de promotie van het biologische assortiment. De promotie bestond uit consumentenbrochures, aangepaste verpakkingen, brochurehouders, schapstreamers, winkeldemonstraties, website nieuws, tassen, tv commercial, receptenkaarten, redactioneel en advertenties, instore activiteiten, speciale actieweken met bonusschapacties en de presentatie van de grootste biologische pizza aller tijden.

Resultaat

S-5 heeft biologisch groots onder de aandacht gebracht van de consument. De resultaten van de inspanningen zijn niet ongemerkt gebleven. Daar waar mogelijk brengt S-5 biologisch onder de aandacht van de consument. In 2004 wordt doorgegaan met de promotie van biologische producten in het assortiment.

9 PBS Masterplan Biologische Speciaalzaak 2002-2004

Opsteller: Promotiebureau Biologische Speciaalzaken, B. van den Idsert, 8 maart 2004
Periode: september 2002-2004

9.1 Inleiding

In september 2002 is de Stichting PBS van start gegaan met de uitvoering van het Masterplan Biologische Speciaalzaak 2002-2004. Stichting PBS is een samenwerkingsverband van brancheorganisaties en bedrijven die een aantal gezamenlijke doelen hebben geformuleerd, gericht op stimulering van de biologische afzet via speciaalzaken:

1. Bijdrage leveren aan de beoogde 5% doelstelling in 2005 van de Task Force MBL;
2. Werven en opleiden van nieuwe ondernemers, gericht op uitbreiding van het aantal winkels;
3. Verhoging van het gemiddelde m2 verkoopoppervlak in biologische speciaalzaken;
4. Verhoging van het gemiddelde bestedingsbedrag bij de bestaande klanten;
5. Bereiken van nieuwe groene en gezondheidsbewuste consumenten.

De visie achter het stimuleren van de biologische speciaalzaak is dat een professionele speciaalzaak als voortrekker kan fungeren voor de verdere uitbreiding van de biologische afzet via het retailkanaal.

Het Masterplan bestaat uit twee onderdelen:

- A. Structurele Afzetbevordering
- B. Voorlichting en Promotie

In het najaar van 2002 heeft het ministerie van LNV een subsidie van 900.000 euro toegekend aan de Stichting PBS, ter ondersteuning van de uitvoering van het Masterplan. De totale begroting, inclusief de investering van het bedrijfsleven, bedraagt 2.150.000 euro.

Managementstructuur

De Stichting PBS wordt bestuurd door vertegenwoordigers van de brancheorganisaties die Stichting PBS hebben opgericht, te weten: Biologica, Stichting Varena, Vakcentrum, VBP en de NWO. Het algemeen management wordt uitgevoerd door een free lance medewerker, die tevens kantoor houdt voor Stichting PBS. De projecten Opleiding en Generieke Promotie worden door Stichting PBS zelf ten uitvoer gebracht. Alle overige onderdelen worden uitgevoerd door het bedrijfsleven, dat plannen indient bij Stichting PBS.

9.2 Deel A Structurele Afzetbevordering

1. Ondernemersopleiding

Binnen de Structurele Afzetbevordering is van meet af aan de grootste prioriteit gegeven aan het onderdeel Ondernemersopleiding. Het opleiden van nieuwe ondernemers is essentieel voor een gezonde groei van de biologische speciaalzaak. Enerzijds om op zogenaamde witte vlekken nieuwe biologische speciaalzaken te starten en anderzijds zorg te dragen voor nieuw talent dat ouder wordende ondernemers kan opvolgen.

Opzet Ondernemersopleiding SON

Vanaf het najaar 2002 tot en met het voorjaar 2003 is een nieuwe detailhandelsopleiding voor specifiek natuurvoeding opgezet door PBS, in samenwerking met De Rooi Pannen te Tilburg. Een bestaande MBO-4 opleiding is aangepast met specifieke studieonderdelen op het gebied van natuurvoeding (biologische landbouw, assortiment, voedingsleer, e.d.) en vaardigheden. Het is een zogenaamde MBL-opleiding, waarbij de cursist 4 dagen werkt (in een biologische speciaalzaak) en 1 dag studeert.

In het voorjaar 2003 heeft een uitgebreide werving en selectie plaatsgevonden. Uit 200 kandidaten zijn 18 cursisten geselecteerd. De cursisten zijn vanaf september 2003 allen werkzaam in een biologische speciaalzaak.

Dit voorjaar start de begeleiding van de cursisten naar zelfstandig ondernemerschap vanaf januari 2005. Verwacht wordt dat ca. 10 cursisten geschikt zijn voor het echte ondernemerschap. De overige kandidaten worden begeleid naar de functie van winkelmanager. Tevens zijn de voorbereidingen getroffen om in het najaar 2004 met een tweede cursusgroep te starten. De financiering hiervoor is echter nog niet rond.

2. Winkelcertificering

Het onderdeel Winkelcertificering wordt in 2004 ten uitvoer gebracht door Stichting Varena.

3. Ontwikkeling Winkelmodules

In het onderdeel Ontwikkeling Winkelmodules is het afgelopen jaar al veel tot stand gebracht. Het bedrijfsleven heeft de gelegenheid gehad om plannen in te dienen bij de PBS. Deze plannen zijn begin 2003 beoordeeld en toekenningen hebben plaatsgevonden. Het bedrijfsleven is van start gegaan met de uitvoering van de plannen. De eerste voortgangsrapportages hebben plaatsgevonden.

Delicious Food heeft zijn plannen met de nieuwe gelijknamige winkelformule ten uitvoer gebracht, sneller dan gepland. In april 2003 diende zich een uiterst geschikte locatie (Westerstraat 24 Amsterdam) aan voor de eerste testwinkel, die op 5 juni jl. geopend is. De winkel voldoet aan de gestelde verwachtingen. De periode tot eind van het jaar is gebruikt voor uitbouw van de klantenkring en het verfijnen van de formule.

NWO-Natudis-Udea-Verbeek zijn voorjaar 2003 gestart met de ontwikkeling van een aantal nieuwe winkelmodules, die reeds geïntegreerd zijn in verschillende nieuwe en/of vernieuwde winkels, waaronder:

- Natuurwinkel Elandsgracht Amsterdam
- Natuurwinkel Hilversum
- Natuurwinkel Arnhem
- Natuurwinkel Zwolle
- Natuurwinkel Kattenbroek Amersfoort

Tevens zijn deze winkels ondersteund met een bijdrage in locatieonderzoek. De impact van de nieuwe winkelmodules in combinatie met nieuwe en vernieuwde winkels is groot. De nieuwe en vernieuwde winkels zorgen voor een structurele omzetvergroting, die varieert van 200.000 euro tot 2,5 miljoen euro per vestiging. In 2004 zal de impact verder toenemen doordat meer winkelvernieuwingen en nieuwe vestigingen zullen volgen.

Tellus Produce heeft onderzoek verricht naar de mogelijkheden voor een biologische groentespeciaalzaak. Op basis van dit onderzoek is een businessplan opgesteld. Dit voorjaar wordt besloten of het project ten uitvoer wordt gebracht.

9.3 Deel B Voorlichting en Promotie

Binnen de Voorlichting en Promotie is tot op heden alle prioriteit gegeven aan het onderdeel Promotie. Om de doelstelling van het Masterplan te realiseren is er voor gekozen om het grootste deel van het promotiebudget in 2003 in te zetten.

Promoties 2003

In het najaar van 2002 is het bedrijfsleven uitgenodigd om promotieplannen bij de PBS in te dienen. Er zijn 9 promotieplannen ingediend die alle aan de gestelde criteria voldeden. De aanvragen overtroffen het beschikbare budget voor 2003 met bijna 100%. Op basis van verscherpte criteria zijn onderdelen van de promotieplannen gehonoreerd. Bijna alle plannen bevatten componenten van proeverijen en/of publieksdemo's.

Op basis daarvan is besloten om in 2003 het proeven van biologische producten tot thema van de campagne 2003 in de biologische speciaalzaak te maken. Naast de promoties vanuit het bedrijfsleven heeft de PBS generieke ondersteuningsmaterialen voor proeverijen ontwikkeld en generieke promoties rond het thema proeverijen georganiseerd.

De eerste generieke campagneronde is in week 19 en 20 als aanhaakcampagne bij de landelijke Task Force campagne van start gegaan met ondermeer: proefdisplays ter ondersteuning van proeverijen in de speciaalzaken, radiocommercial, tijdschrift-advertenties, posters.

Tegelijkertijd is een groot aantal promoties vanuit het bedrijfsleven gevoerd, thematisch aansluitend op de algemene proeverijcampagne. De voorjaarscampagne van NWO-Natudis-Udea-Verbeek was sterk aanvullend, met proeverijproducten voor winkels, recepten-actieboekjes, thema-winkelmateriaal en een tag-on bij de radiospot van PBS.

Odin, Ecomel en Stichting Demeter Promotie hebben proeverijen in winkels georganiseerd. Stichting Demeter Promotie heeft een themapromotie Oogappels van Demeter met een sterk voorlichtingskarakter georganiseerd, als inlegkatern in Smaakmakend juni.

De evaluatie van de gezamenlijke proeverijcampagne heeft het volgende beeld gegeven:

- het thema is goed opgepakt door de winkels: ca. 150 deelnemers
- proeverijen werken, want veel producten in de proeverijcampagne scoorden omzetplussen van 100 tot 250% gedurende de actieweken
- de media uitingen in tijdschriften en op de radio hebben niet direct tot meer klantentaallen in de winkels geleid
- displays zijn een goede ondersteuning, want een proeverij staat en valt bij een frisse presentatie
- bemande proeverijen scoren vele malen beter dan onbemande proeverijen

Op basis van de evaluatie is het budget voor de najaarspromotie gewijzigd ingezet:

ondersteuning van bemande proeverijen: ca. 80 winkels hebben van september t/m december op zaterdag bemande proeverijen georganiseerd i.s.m. het bedrijfsleven.

slimme reclame d.m.v. sponsoring&promotie van en via organisaties die activiteiten ontwikkelen in onze doelgroep, zoals participatie in de IVN Groene Maand (met een pagina advertorial in het gelijknamige tijdschrift) en deelname aan de Licht op Groen krant van Triodos Bank in september. Gericht op het generen van traffic naar proeverijen in biologische speciaalzaken.

Ook in het najaar hebben een fors aantal bedrijven aanhaakpromoties georganiseerd. Meest succesvolle is de DVD-spaaractie geweest in natuurvoedingswinkels: in twee maanden tijd zijn in 100 winkels 25.000 DVD's gespaard door klanten (x80 euro afname = 2 miljoen euro omzet).

Openingscampagnes nieuwe en vernieuwde winkels

Een aantal winkels heeft gebruik gemaakt van de mogelijkheid voor PBS-bijdragen in speciale openingscampagnes voor nieuwe winkels. Dit voorjaar de nieuwe Natuurwinkel aan de Elandsgracht te Amsterdam. Dit najaar de nieuwe en vernieuwde Natuurwinkels Arnhem, Hilversum en Nijmegen. In 2004 zal dit aantal toenemen tot ca. nieuwe 10 nieuwe en vernieuwde vestigingen.

Promoties 2004

In december 2003 zijn alle aanvragen voor de extra promoties van het bedrijfsleven in 2003 beoordeeld en deels gehonoreerd. Ook in 2004 ligt een sterke nadruk op proeverijacties. Daarnaast worden twee Direct Mail test gedaan en er vindt een proef plaats met Direct Mail vanuit natuurvoedingswinkels in hun directe omgeving.

Voorlichtingsproject 2004

Momenteel wordt de laatste hand gelegd aan de invulling van het voorlichtingsproject. Samenwerking tussen natuurvoedingswinkels en maatschappelijke organisaties zal daarin centraal staan.

		CO-INNOVATIEPROJECTEN																									
		TOTAAL CO-INNOV.PROJ	1. Afzet fruit 1.2	2. Afzet fruit 3.4	3. Boerderijzuivel	4. Biocatering	5. Groente-abbonn via catering	6. Vers van het land	7. Duurzame voedselketen	8. BioBloem	9. Duurzame vervolg	10. Appels van stand	11. Voeding varkens	12. biopaddestoelen	13. Ketenscenario's AGF (AH)	14. Regioarrang. varkensvlees	15. Optimalisatie varkensketens	16. Veiligheid varkensvlees	17. 2 weten meer dan 1	18. Verwaarding rundvlees	19. Marketing huisverkoop vlees	20. Streekproducten	21. Groente met meerwaarde	22. Ketens Informatiesysteem	23. Introductie nieuw biol product	24. (Vers)prod. bedrijfs catering	25. Kostenmodel varkens
PRODUCTGROEP																											
1. AGF-producten:		8	x	x			x				x		x	x													
Akkerbouw (aardappelen, suiker, granen)		0																									
Vollegrondsgroenten		3					x							x											x		
Fruit		5	x	x			x				x			x	x												
Bedekte teelten (glastuinbouw, paddestoelen)		4					x						x	x								x					
2. Vlees		9										x			x	x	x		x	x					x	x	x
Varkensvlees		6										x			x	x	x								x	x	x
Rundvlees		4																	x	x					x	x	
Pluimveevlees en eieren		0																									
3. Zuivel		2			x																					x	
4. Brood		1																									
5. Sierteelt		2									x	x														x	
6. Overige producten		0																									
7. Alle producten		6			x		x	x											x		x						
BETROKKEN SCHAKELS																											
Centrale keten:																											
Primaire producenten		19	x	x	x			x	x	x	x	x	x		x		x			x	x				x	x	x
Verwerking/bewerking		9								x	x	x	x			x	x			x	x				x	x	x
Handel		13	x	x			x	x	x		x	x	x		x	x						x	x		x	x	x
Retail supermarkten		4															x										
Retail Speciaalzaken		4	x	x	x								x												x		
Horeca		0																									
Catering / bedrijfskantines		3				x	x																			x	
Keten-ondersteuning:																											
Veredeling, voerleveranciers		1																							x		
Logistieke of ICT-dienstverlener		2						x	x																		
Banken		0																									
VERNIEUWING																											
(0=bestaand, 2=nieuw, 1=deels bestaand, deels nieuw)																											
activiteit		1,9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
samenwerking activiteit		1,1	2	0	0	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	0	2	0	2	2	2	2	2	2	0

De waarderingscijfers voor de projecten is door de projectcoördinatoren zelf gegeven.

		CO-INNOVATIEPROJECTEN																										
		TOTAAL CO-INNOV.PROJ	1. Afzet fruit 1,2	2. Afzet fruit 3,4	3. Boerderijzuivel	4. Biocatering	5. Groente-abbonn via catering	6. Vers van het land	7. Duurzame voedselketen	8. BioBloem	9. BioBloem vervolg	10. Appels van stand	11. Voeding varkens	12. biopaddestoelen	13. Ketenscenario's AGF (AH)	14. Regioarrang. varkensvlees	15. Optimalisatie varkensketens	16. Veiligheid varkensvlees	17. 2 weten meer dan 1	18. Verwaarding rundvlees	19. Marketing huisverkoop vlees	20. Streekproducten	21. Groente met meerwaarde	22. Ketens Informatiesysteem	23. Introductie nieuw biol product	24. (Vers)prod. bedrijfs catering	25. Kostenmodel varkens	
EFFECTEN																												
Bij de keten																												
Bekendheid en/of biologisch bewustzijn:		0																										
Bij de consument		0																										
Bij de retailer		0																										
Bij de tussenhandel en verwerkers		0																										
Samenwerking in de keten:		5			x					x	x	x				x												
beeldvorming van andere partijen		0									x	x	x															
contacten, netwerken		2								x	x																	
afspraken tussen ketenpartners over aanbod/vraag		3			x							x				x												
Toegenomen kennis bij ketenpartijen		8					x	x						x	x				x			x		x			x	
Efficiency in de keten:		1																x										
Doorlooptijden, betere afstemming, efficiënter gebruik		1																x										
Integratie biologisch en gangbaar segment bij retail en		0																										
Kosten en prijseffecten:		0																										
Verlaging kostprijs in de keten		0																										
Verlaging consumentenprijs		0																										
Verlaging meerprijs		0																										
Verbeterd aanbod:		9		x		x	x				x	x		x									x		x	x	x	
meer volume		3				x					x																x	
breder assortiment		5				x					x			x									x		x			
meer afzetpunten		2				x	x																					
betere kwaliteit		2		x								x																
Bij de primaire sector																												
Toegenomen kennis:		6	x		x									x						x	x	x						
Biologische boeren		6	x		x								x							x	x	x						
Niet-biologische boeren		1			x																x							
potentiële omschakelaars		1			x																							
betere bedrijfsvoering/ productieomstandigheden:		4			x							x						x		x								
effectievere productiemethoden		1																x										
betere arbeidsomstandigheden		0																										
meer efficiency		3			x								x								x							
gunstiger rentabiliteit		0																										
Finale effecten																												
Meer consumentenbestedingen biologisch:		4				x	x									x											x	
Nieuwe consumenten		4				x	x									x											x	
Bestaande consumenten		1				x																						
Beter marktperspectief:		0																										
Afzetmogelijkheden in NL/buitenland		0																										
Leveringsvoorwaarden voor primaire sector		0																										
Vertrouwen primaire sector in de vraag consument		0																										
Prijsverdeling in de keten		0																										
Omschakeling		0																										
Voortzetting		0																										
omschakeling		0																										
WAARDERING																												
effecten		3,6	3	4	4	5	2	1	1	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5
mate van succes		3,7	2	4	4	5	3	1	1	4	3	4	3	3	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	
verhouding baten-lasten		4,2	2	4	4	5	2	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	

11 Stand van zaken van het co-innovatie programma 'professionalisering van biologische afzetketens'

Door AKK, Arjan Monteny, 's-Hertogenbosch, 13 mei 2004, AKK8686/AM

11.1 Achtergrond en stand van zaken

- Het co-innovatieprogramma 'Professionalisering van Biologische Afzetketens' is een vraaggericht programma, waarbij projecten door het bedrijfsleven (minimaal drie schakels) worden geformuleerd en ingediend en waar in de uitvoering en aansturing wordt samengewerkt met onderzoek (minimaal twee kennisinstellingen).
- Er zijn in totaal 25 projecten van start gegaan / in uitvoering. In totaal doen 67 bedrijven / organisaties als deelnemer mee in projecten, waarvan veertien in meer dan één project. Daarnaast zijn er nog enkele tientallen bedrijven die via werkgroepen in projecten participeren, zonder formeel te participeren in het samenwerkingsverband. Er zijn in totaal veertien kennisinstellingen bij de projecten betrokken, waarvan zeven in meerdere projecten.
Zie bijlagen 1 en 2 voor een overzicht van de betrokken bedrijven en kennisinstellingen.
- De voor het programma beschikbare middelen zijn inmiddels volledig gereserveerd voor de genoemde projecten. Eind 2003 is het oorspronkelijke budget van het co-innovatieprogramma met € 185.000,- opgehoogd (vanuit de package deal-regeling van de Task Force MBL) tot een totaal van € 7,66 miljoen. Dit is als volgt opgebouwd: bedrijfsleven € 3,92 miljoen, ministerie van LNV € 2,05 miljoen en kennisinstellingen € 1,69 miljoen (uit onderzoeksbudget dat door LNV beschikbaar is gesteld).
- Naast de 25 projecten staan er momenteel nog projecten op de 'reservelijst' en zijn nog enkele projectideeën in ontwikkeling (in afwachting van mogelijke vrijval vanuit lopende projecten).
- Het merendeel van de projecten is nog volop in uitvoering. In de beginperiode van het programma hebben veel marktpartijen de impulsen aan de vraagzijde door de Task Force afgewacht om daadwerkelijk met innovatieve ideeën aan de slag te gaan.
- Zie bijlage voor de gegevens over projecten binnen het co-innovatieprogramma.

11.2 Bevindingen in het co-innovatieprogramma

11.2.1 Proces

- Biologische ketens / ketenprojecten blijken hecht samen te werken. Geen van de projecten en samenwerkingsverbanden is voortijdig beëindigd, behoudens dat twee projecten na een korte haalbaarheidstudie niet van start zijn gegaan.
- Ketenprojecten blijken voor ketenpartijen een katalysator te zijn voor communicatie over strategievorming en marktontwikkeling.
- Door samenwerking in project ontstaat er begrip voor elkaar's positie en specifieke problemen, waardoor gezamenlijk aan goede en efficiënte oplossingen gewerkt kan worden. Dit binnen het project of na afronding ervan.
- In het begin van de projecten blijken bestaande biologische bedrijven en 'nieuwe toetreders' in de biologische keten eerst te moeten wennen aan elkaar en aan het verschil in motieven. Uiteindelijk blijken partijen ondanks verschillen in bedrijfsvoering en motieven over het algemeen tot een goede samenwerking te komen.
- In het co-innovatieprogramma komen zowel projecten voor rondom grootschalige afzet, met meer 'standaard' producten, als kleinschalige afzet, met meer bijzondere producten.
- De bedrijven blijken er moeite mee te hebben om de doelstellingen en resultaten van projecten en samenwerkingsverbanden te kwantificeren. Men vindt het lastig om verwachtingen en resultaten in geld uit te drukken.
- In de projecten wordt vooral geparticipeerd door producenten, verwerkers en handel. Het aantal retailers dat in de projecten meedoet is beperkt.
- In de ketenprojecten blijkt dat de betrokken bedrijven – vooral verwerkers en retail – meer aandacht besteden aan biologische producten, afzet en innovaties dan op grond van (verwachte) marktaandelen verwacht mag worden. De bedrijven blijken de biologische afzet belangrijk te vinden en daarnaast vooral ook interessant om van te leren voor het gehele assortiment en bedrijf, vanwege aspecten zoals innovatie, segmentatie, binding consument met het product en maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- De sturing die in co-innovatieprojecten door het bedrijfsleven gegeven kan en moet worden (maar ook in andere projecten en in onderzoek), wordt soms nog onvoldoende benut.
- Bedrijven zijn vaak zelf niet zo gewend aan projectmatig werken, aan het helder formuleren en opschrijven van vragen en doelen. Bij veel bedrijven is er beperkte tijd voor nieuwe, innovatieve zaken.
- Bedrijven denken niet in instrumenten en programma's maar in resultaten en kennen niet de verschillen tussen co-innovatie, de ondersteuning vanuit de Task Force en de stimuleringsmaatregelen van de verschillende provincies. Bedrijven hebben moeite met de verschillen tussen de instrumenten en de specifieke eisen die daarmee samenhangen.
- De regels en uitgangspunten van de instrumenten – en de verschillen daartussen – werken beperkend voor de projecten en activiteiten die worden ondernomen.

- Voor het kleinschaliger bedrijfsleven en de primaire sector blijkt co-financiering van ketenprojecten een lastige hobbel. Vooral wanneer er sprake is van meer collectieve projecten – het algemeen belang – blijkt het lastig cash bijdragen bijeen te leggen.
- Voor bedrijven blijkt de benodigde projectadministratie (vooral het tijdschrijven en de informatie die accountants vragen) een belemmering om aan ketenprojecten deel te nemen.
- Innovatie is niet voor alle bedrijven weggelegd. Dit geldt zeker voor keteninnovatie, waarbij sprake is van een gedeeld belang voor de betreffende ketenpartijen.
- Vanwege de genoemde punten is een relatief beperkte groep bedrijven direct bij co-innovatieprojecten betrokken.
- Kennisverspreiding vanuit de projecten moet zorgen voor de verbreding van kennis en resultaten naar de totale sector. Kennisverspreiding krijgt echter in de projecten vaak beperkte aandacht. Bedrijven en onderzoekers blijken door het innovatieve karakter vaak meer tijd te stoppen in de ontwikkeling en uitvoering van het project dan gepland, waardoor er beperkte tijd overblijft voor rapportage en communicatie.
- Het moment van implementatie van de projectresultaten en van ontwikkelde concepten, kennis en ervaring ligt veelal na afronding van het project. Dit blijkt ook in andere co-innovatieprogramma's en andere ketenprogramma's het geval te zijn.
- De omslag in beleid en bedrijfsvoering bij de bedrijven en in ketens van aanbodsgedreven naar consumentgestuurd werken is een ingrijpende, verandering (systeeminnovatie) die tijd kost.
- Doel van het co-innovatieprogramma is professionalisering van biologische afzetketens. Professionalisering is een koepelbegrip voor diverse aspecten die relevant zijn voor het beter functioneren van ketens en waaraan in de projecten wordt gewerkt:
 - Vorming en intensivering van formele samenwerkingsverbanden in (25) ketens.
 - Strategievorming in ketens en formulering gezamenlijk afzetbeleid.
 - Verbeterde kennis van consumentenwensen en toepassing ervan in de keten.
 - Gezamenlijke ontwikkeling van nieuwe producten.
 - Ontwikkeling en implementatie van kwaliteitssystemen.
 - Verbeterde efficiëntie door kostprijsverlaging en logistieke optimalisatie.
 - Intensivering van de samenwerking met het onderzoek.

11.2.2 Inhoud

- De projecten en de samenwerking geven de bedrijven inzicht in de positie in de keten en op de markt en de mogelijkheden die producten en concepten hebben bij de consument.
- In de projecten is gebleken dat de consument weerbarstig is en op de verschillende plaatsen en aankoopmomenten erg verschilt. Hij of zij kan het allemaal op verschillende momenten zijn: een boodschapper, een momentconsument, een culinaire consument of een lunchende werknemer. Op al de verschillende momenten reageert de consument anders op het biologische product en zijn de motieven anders om wel of niet te kopen. Er is meer inzicht en ervaring nodig om goed met deze verschillen om te kunnen gaan.
- Binnen de projecten blijkt dat de meerprijs voor biologische producten een belemmering is voor de aankoop door consumenten, maar ook voor de bereidheid van ketenpartijen /afnemers (retail, cateringmanagers e.d.) om producten in het assortiment onder de aandacht te brengen. Er blijkt in de keten vooral weinig begrip te bestaan voor hogere kosten die samenhangen met de beperkte schaal en inefficiëntie.
- Voor de opschaling van biologische producten is verkoop aan de 'light user'- consument cruciaal. Voor deze consumenten is een duidelijke meerwaarde van het biologische product van belang. Wat deze meerwaarde is, verschilt tussen consumenten (levensfase, inkomen e.d.), van moment tot moment en van product tot product. Deze consument bekijkt de meerwaarde vanuit zijn / haar eigen (hedonistisch) perspectief: smaak, authenticiteit (doet me denken aan vroeger), gezondheid en gemak. Maar ook andere, meer maatschappelijke meerwaarden (altruïstisch) zoals diervriendelijk en fair trade. De meeste kansen voor opschaling van biologische producten richting een brede groep consumenten zitten in het koppelen van de intrinsieke meerwaarden van biologisch aan andere (extrinsieke) meerwaarden. Het combineren van benefits, waarmee de sector uit de kostprijsdiscussie kan blijven.
- In het begin van het co-innovatieprogramma werd er veel belang gehecht aan de verkoop en afzet van biologische producten via internet. In het eerste halfjaar van het programma had het merendeel van de projectideeën hier betrekking op. Dit bleek weerbarstiger te zijn, ook buiten biologisch. De internethype bleef achter bij de verwachtingen en er bleken meer haken en ogen aan te zitten. Ook hier waren initiatieven te vroeg.
- Biologische producten en voeding blijken een instrument en een aanleiding te zijn om de consument bewuster met voeding en gezondheid bezig te laten zijn.

11.2.3 Onderzoek

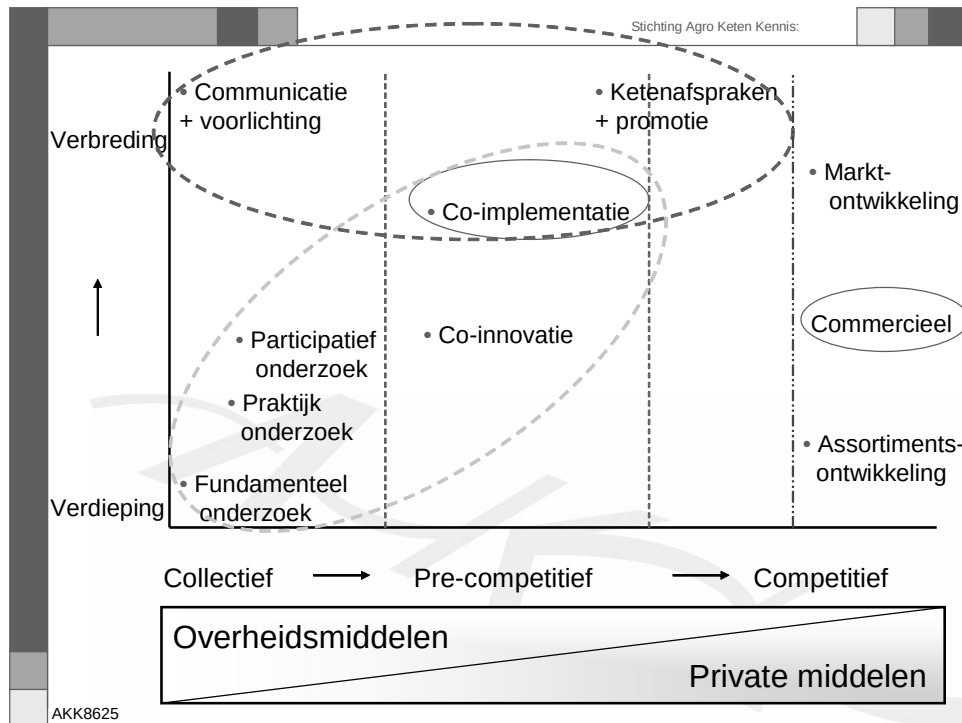
- De ketensamenwerking en de samenwerking met kennisinstellingen geeft de bedrijven toegang tot kennis en zorgt ervoor dat beschikbare (theoretische) kennis toepasbaar gemaakt wordt voor de biologische sector.
- Het onderzoek heeft aan de hand van de projecten geleerd meer vraaggericht te werken. De bedrijven doen ervaring op met het samenwerken met het onderzoek en zijn bekwaam geworden in het goed formuleren van gezamenlijke doelstellingen en daarmee samenhangende onderzoeksvragen.
- De interactie tussen biologisch onderzoek en ketenonderzoek – met participatie van bedrijven – vindt nog onvoldoende plaats. Deze wisselingwerking is nodig om bedrijven impulsen te geven voor verbetering van zowel aanbod als de afzet.
- Over het algemeen zijn de bedrijven die deelnemen in projecten tevreden over de kennisinstellingen / onderzoekers waarmee ze samenwerken.
- Sommige bedrijven hebben problemen met de 'gedwongen winkelnering' bij de kennisinstellingen. Zeker in projecten met relatief meer aandacht voor implementatie (het vertalen van concepten in oplossingen) is er behoefte aan het eveneens met financiële ondersteuning kunnen inschakelen van andere deskundigen.
- De kennisinstellingen zijn over het algemeen goed in analyseren en beschrijven (uitmondend in concepten) en minder goed in het concreet oplossen.
- Bij bedrijven buiten projecten is een veel gehoorde klacht dat men van mening is niet zoveel aan het onderzoek te hebben. Bedrijven vinden dat ze de onderzoekers meer moeten leren dan dat ze er voor terugkrijgen en dat de onderzoekers niet

snappen hoe het in de praktijk werkt. Dit is voor sommige bedrijven waarschijnlijk een reden om niet deel te nemen in co-innovatieprojecten of met onderzoek samen te werken.

- Voor een deel zal de klacht over de beperkte bruikbaarheid van de inzet van onderzoek, afhankelijk van de betreffende onderzoeksgroep, terecht zijn. Voor een deel berust de klacht op een vooroordeel. Bedrijven zijn vaak onvoldoende in staat om hun eigen vragen voldoende scherp te formuleren. In een keten – waar het gaat om de gezamenlijke vraagstelling – is dit nog lastiger.
- Mede door de beperkte ervaring van bedrijven met projectmatig werken en de beperkte tijd die men voor de uitvoering van innovatieprojecten heeft, vormt deelname van de kennisinstellingen een 'kwaliteitsborging' op de uitvoering en het proces van projecten.

11.3 Enkele conclusies op hoofdlijnen en doorkijkje naar de toekomst

- Er zijn nog veel kennisvragen rondom de afzet en opschaling van biologische producten. Anders gezegd, er worden door de bedrijven nog veel marktkansen gezien. Er worden nog steeds nieuwe projectideeën voorgelegd. Uit een peiling van begin 2004 blijkt er bij het bedrijfsleven nog steeds behoefte bestaat aan nieuwe kennis. Dit speelt bij alle schakels in de keten en bij zowel bestaande biologische bedrijven als bij de 'nieuwe toetreders'.
- Er is sprake van een verschuiving in de thema's. Er komt meer accent op de consument, op de consumentgerelateerde meerwaarden en de positionering van biologische producten.
- De belangrijkste zaken waaraan nog aandacht besteed wordt / moet worden zijn:
 1. Meerwaarde: wat zijn voor de consument relevante meerwaarden van biologische producten. Deze meerwaarden liggen vooral bij de consumenten zelf (hedonistisch) zoals smaak / authenticiteit, gezondheid, verrassing en 'anders' (seizoenen, import) en gemak (kant-en-klaar, out-of-home). Maar ook bij de voor de consument belangrijke, meer maatschappelijke meerwaarden (altruïstisch) zoals diervriendelijkheid, fair trade en instandhouding natuur en platteland.
 2. Ketenkwaliteit en traceerbaarheid: de consument verwacht van biologische producten dezelfde uiterlijke kwaliteit en een betere intrinsieke kwaliteit. Deze kwaliteit moet door de hele keten heen op peil gehouden worden en worden geborgd. Dit vooral vanwege het grote belang van vertrouwen van de consument in biologische producten.
 3. Proces van samenwerking: hoe selecteer je ketenpartners die bij je passen, hoe kom je tot een gezamenlijke strategie, hoe kom je tot langdurig commitment en hoe verhouden zich kleinschalige en grootschalige afzet (ook internationaal).
 4. Meerprijs: een belangrijke belemmerende factor bij de opschaling blijft de meerprijs van biologische producten. Vooral de retail blijkt in verband hiermee te aarzelen om biologische producten op te nemen. Het prijsverschil met gangbare producten is hoog. De sector, vooral de primaire sector en verwerking, zal samen met partners moeten zorgen voor een verdere optimalisatie van de keten. Verbetering van de efficiëntie zal de meerprijs laten dalen: schaalvergroting, verbeterde logistiek, beperken uitval en bederf.
 5. Relatie biologische en gangbare producten: hoe kunnen deze producten elkaar in 'gangbare' afzetkanalen versterken zonder 'afzetten tegen'. 'Nieuwe toetreders' in retail en verwerking zijn huiverig voor te duidelijke claims bij biologische producten, vanwege de vrees dat dit de gangbare producten (het merendeel van hun assortiment) in een negatief daglicht plaatst. En hoe kan 'biologisch' voor de bedrijven en hun brancheorganisaties – maar ook in beleid en onderzoek – meer worden gezien en benut als kraamkamer voor een algehele duurzame ontwikkeling.
 6. Verbreiding van de markt. Tot nu toe was de focus van de activiteiten vooral gericht op de binnenlandse markt. Voor veel bedrijven in de biologische keten is de export echter de belangrijkste markt. Daarbij komt dat in andere Europese landen de vraag veelal sneller groeit dan in Nederland. Dit vraagt om meer aandacht voor de internationale context waarin de Nederlandse biologische keten opereert.
 7. Verbreiding van kennis en resultaten en ervaringen in de sector (Co-implementatie). Er is inmiddels al veel kennis en ervaring opgedaan, maar een deel daarvan wordt onvoldoende ontsloten en in de totale sector toegepast. Resultaten worden in de sector pas echt zichtbaar wanneer een zekere kritische massa ontwikkelingen doorvoert. Innovatieve concepten vinden niet automatisch hun weg in de biologische sector, mede door de nog beperkte omvang van de sector en de lange terugverdientijd. Naast verdere verdieping van de kennis, zal meer aandacht besteed moeten worden aan verbreiding, via vernieuwende wijzen van praktijkrijp maken en implementeren
- Vanuit bedrijven is er behoefte aan meer samenhang en regie tussen de verschillende instrumenten, programma's en andere stimuleringsmaatregelen.



‘De biologische landbouw is een emancipatiebeweging met onvoldoende kritische massa in de markt. Daarom moet de minister de kennisvermeerdering een geweldige duw vooruit geven. Er is onderzoek nodig naar kostprijzen, de afstand tot de gangbare landbouw, of de betekenis van de biologische landbouw voor de sociale cohesie van het platteland. Niet alleen bèta-onderzoek, maar vooral ook gamma. Er is behoefte aan regie. De schakels in de keten moeten beter in elkaar gaan passen. Primair moet de verwerkende industrie uit de grote sectoren de regisseursrol gaan vervullen. Niet zozeer de boeren als wel de grote concerns moeten de omslag maken en zorgen voor de omschakeling in de Raden van Bestuur’.

Harm Evert Waalkens, Tweede-Kamerlid en Biologisch Veehouder in Syscope van Wageningen UR

BIJLAGE 11.1

Betrokken bedrijfsleven bij co-innovatieprogramma 'Professionalisering van Biologische Afzetketens'

1. De Groene Weg (6)
2. Albert Heijn (4)
3. Biologica (4)
4. Rabobank Nederland / Projectenfonds (4)
5. Dumeco / Dumeco Retail (3)
6. LTO Nederland Vakgroep Biologische Landbouw / Verbrede Landbouw (3)
7. Eosta (3)
8. Sodexho (3)
9. Vereniging van Biologische Producenten VBP (2)
10. Odin Holland (2)
11. Deli XL (2)
12. ABCTA (2)
13. Coöperatieve Vereniging Prisma (2)
14. De Natuurweide (2)
15. Bakker Barendrecht
16. Holland Crop
17. Eko Twente
18. Banken Champignons
19. Bomela Fungi
20. Fungi 2000
21. Paddestoelentelers (drie)
22. Maatschap De Lange
23. Slagerij Kouwen
24. Akkerbouwer Kotterink
25. Staatsbosbeheer
26. Landschap Overijssel
27. Stichting Stimuland / Provincie Overijssel
28. Vereniging Natuurmonumenten
29. Vereniging Biologisch Varkensvlees
30. Stichting Agro Keten Kennis
31. NLTO
32. Slachthuis Zuidbroek
33. Biologisch Landbouwbedrijf De Terp
34. Sakata Seed
35. Stichting Streekeigen Product Nederland
36. Fruitmasters
37. Appelleren
38. AGF Detailhandel Nederland
39. Advance Foodservices
40. Bond van Boerderijzuivelbereiders
41. Stichting Kwaliteitszorg Boerderijzuivelproducten
42. Innovaction BV
43. Campina Foodservice
44. Zwanenberg Food Group
45. Bruyn Barendrecht
46. Bakkerij Van Breggen
47. Gourmet
48. Wageningen UR Facilitair Bedrijf
49. WLTO
50. Sogeti
51. Wehkamp
52. Greensmiles
53. Avacon
54. Stichting Trendbreuk
55. Van Zanten Flowerconcepts BV
56. Intergreen BV
57. Florganics
58. Pokon & Chrysal
59. Hoogeveen VOF Biologische Bloembollen
60. Tesco
61. Biologische Varkenshouderij Eggink
62. Biologische Kwekerij De Koning
63. Udea
64. Delhaize
65. SKAL
66. Offerman Foodservice
67. Odenwald Eko brood en banket

BIJLAGE 11.2

Betrokken kennisinstellingen bij co-innovatieprogramma 'Professionalisering van Biologische Afzetketens'

1. Agrotechnology & Foodinnovations (13)
2. LEI (11)
3. PPO (Fruit, Paddestoelen, Glastuinbouw) (6)
4. Praktijkonderzoek Veehouderij (3)
5. Universiteit Nyenrode (2)
6. ID Lelystad (2)
7. Wageningen UR, Leerstoelgroep Bedrijfskunde (2)
8. Wageningen Business School
9. Praktijkbedrijf Aver Heino
10. Rikilt
11. Louis Bolk Instituut
12. Wageningen UR, Leerstoelgroep Rurale Sociologie
13. Wageningen UR, Leerstoelgroep Marktkunde en Consumentengedrag
14. Wageningen UR, Leerstoelgroep Sociologie van Consument en Huishouden
15. Wageningen UR, WING

BIJLAGE 11.3

Het co-innovatieprogramma 'Professionalisering van Biologische Afzetketens' in cijfers

Stand per maart 2004

Overzicht van aantallen projecten

Aantal projecten afgerond:	5
Aantal projecten lopend:	17
Aantal projecten na fase 1 (haalbaarheid) stopgezet:	2
Aantal eindrapporten:	6
Aantal deelrapporten:	21
Aantal artikelen / persbericht:	5
Aantal overig activiteiten (workshops, vervolgpilots, onderwijscase):	11

Overzicht van de projecten

ACB-01.005	Verbetering Kwaliteit en afzet biologisch fruit (fase 1)
ACB-02.021	Verbetering Kwaliteit en afzet biologisch fruit (fase 2)
ACB-01.006	Aanpassing en uitbreiding kwaliteitssysteem Kwaliteitszorg Boerderijzuivelproducten
ACB-01.009	Menugestuurde biocatering
ACB-01.010	Verkoop en uitlevering biologische groente-abonnementen via catering
ACB-01.001	Vers van het Land (alleen voorfase)
ACB-01.002	Duurzame biologische voedselketen (alleen voorfase)
ACB-01.011	BIOBLOEM (voorfase)
ACB-02.020	BIOBLOEM (vervolgfases)
ACB-02.012	Appels van Stand in de keten
ACB-02.015	Haalbaarheid gebruik biologische bijproducten in de voeding van biologische varkens
ACB-02.017	Biologische andere paddestoelen
ACB-02.024	Dynamische ketenscenario's voor biologische AGF
ACB-02.025	Regio-arrangementen voor biologisch varkensvlees
ACB-02.026	Biovarkensketen, kwaliteit, service en logistieke optimalisatie (BIOVARKEN)
ACB-02.027	Borging veiligheid biologisch varkensvlees
ACB-03.030	Biologische Groente met meer waarde
ACB-03.033	Twee weten meer dan één
ACB-03.034	Keten Informatie Systeem voor de biologische sector
ACB-03.035	Verwaarding biologisch rundvlees door ketensamenwerking
ACB-03.039	Marketingconcepten voor huisverkoop van biologisch vlees
ACB-03.040	Marktontwikkeling biologische (vers)producten in de bedrijfscateringketen
ACB-04.041	Ketenmarketing voor succesvolle introductie vernieuwend biologisch product
ACB-03.045	Koepelproject kennisontwikkeling streekgebonden productie en vermarkting
ACV-00.028	Eerlijke prijs, heerlijke prijs (co-innovatieprogramma Varkensvlees)

Overzicht van de sectoren en afzetkanalen waarin projecten worden uitgevoerd

AGF	10
Vlees	9
Sierteelt	2
Zuivel	2
Supermarkt	4
Catering	2
Internet	2

Overzicht van de thema's die in projecten aan de orde zijn*:

Opschaling productie en afzet	19
Consument en marketing	19
Ketenvorming en -samenwerking	18
Kwaliteit (verbetering en borging)	14
Logistiek	9
Nieuwe afzetkanalen	8
Nieuwe producten / assortiment	6
Kostprijsverlaging en prijsvorming	5
Streek en regio	3
Voedselveiligheid	2
Kringlopen	1

* in de meeste projecten komen meerdere thema's aan de orde

12 Publiekscampagne

12.1 Media-inzet campagne (TV en print) en tag-ons

jaar	week	commercial	tag-on	print
2002	38	30" vignettenfilm	5" yoghurt of 5" kaas	Libelle
	39	30" vignettenfilm	5" yoghurt of 5" aardappelen	Margriet
	40	30" vignettenfilm	5" yoghurt of 5" kaas	Libelle, Tip Culinair
	41	-		Margriet, Top Santé
	42	-		Santé
	43	-		J/M
	46	-		Lekker
	48	30" vignettenfilm	5" diepvriesgroente of 5" zuivel	
	49	30" vignettenfilm	5" diepvriesgroente of 5" aardappelen	Top Santé
	50	30" vignettenfilm	5" diepvriesgroente of 5" winterkost	
	51	-		Libelle, Margriet, Santé, J/M
	52	-		Tip Culinair
2003	01	-		Libelle, Margriet
	11	25" vignettenfilm	5" varkensvlees of 5" melk (vanaf nu alleen in 'kassavariant')	
	12	25" vignettenfilm	5" aardappelen of 5" komkommers	
	19	25" vignettenfilm	5" conserven of 5" thee of 5" tomaten	
	20	25" vignettenfilm	5" conserven of 5" thee of 5" tomaten	
	37	20" Els (3 varianten)	10" PLUS (eigen rekening)	
	38	20" Els (3 varianten)	-	
	46	20" Els (3 varianten)	5" aardappelen	
	47	20" Els (3 varianten)	10" PLUS (eigen rekening)	
2004	7	20" Els (3 varianten)	-	
	8	20" Els (3 varianten)	10" PLUS (eigen rekening)	
	16	20" Els (3 varianten)	-	
	17	20" Els (3 varianten)	10" PLUS (eigen rekening)	
	24	20" Els (3 varianten)	10" Oerlemans (eigen rekening)	
	25	20" Els (3 varianten)	10" Natuurwinkel (eigen rekening)	
	38	20" Els (3 varianten)	?	
	39	20" Els (3 varianten)	?	

12.2 Resultaten campagne-evaluatieonderzoek

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoeksperiode	Methode
voormeting		2002 week 34 t/m 37	Nipo/Veldkamp interviews

Samenvatting

- Veelal neutrale of positieve houding t.a.v. biologische producten. Bijna niemand heeft een uitgesproken negatieve houding. Tegelijk geen onderwerp waar men zich erg mee bezighoudt.
- Vrij grote groep koopt wel eens bio, meestal in de supermarkt. Slechts klein deel (15%) zegt altijd of vaak te kiezen voor bio. 25% koopt nooit en is dat ook niet van plan. Als niet-kopen: reden = ik denk er niet aan.
- Koopoverwegingen: 1. gezondheid, 2. milieu
- Bekendheid met wat bio is is hoog (95%)

Aanbevelingen

- Mikken op 'af en toe' kopers
- Mik op bewustzijn in het aankoopproces
- Campagneconcept zal de aandacht moeten trekken

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoeksperiode	Methode
tussenmeting 1e fase	2002, 38-39-40	2002 week 38 t/m 42	Nipo/Veldkamp interviews

Samenvatting

- Bereik en herinnering blijven achter bij de benchmarks voor PB51-campagnes met vergelijkbaar budget.
- Herinnering groeit tijdens tv-inzet, maar daalt daarna weer snel
- Waardering voldoende: 6,7 (=benchmark).
- Wordt vooral gewaardeerd op vormkenmerken, gezien relatief hoge score op 'mooi' en 'niet irritant'.
- Op aspecten 'informatief' en 'brengt me op een idee', zet me aan het denken' is de score lager.
- De doelgroep herkent 'dat biologische producten voor iedereen zijn' als de campagneboodschap. De campagne laat bovendien zien dat minstens net zo lekker zijn. De score op het element 'het is ook voor mij' is minder hoog. In de ogen van de doelgroep brengt de campagne geen nieuwe informatie.
- De resultaten op de doelstellingen m.b.t. aankoopoverwegingen zijn wisselend en lijken niet in lijn met de campagne-inzet. Ze worden mogelijk veroorzaakt door acties of promoties op de winkelvloer.
- Tijdens de campagne lijkt de doelgroep 3x meer acties en promoties op de winkelvloer te hebben gezien
- Boodschapoverdracht = Bioproducten zijn gezonder, stimuleren van het kopen (en gebruiken), bioproducten zijn beter voor milieu en welzijn van dieren.

Aanbevelingen

- Inzet meer actiematig en betere aansluiting op promoties in de winkels, aangezien de prijs de belangrijkste drempel vormt voor de aankoop en de campagne de zichtbaarheid op de winkelvloer kan bevorderen.
- T.z.t. aanscherpen van de campagne-uitingen om impact te vergroten, aangezien meer mediadruk (door campagnebudget) geen optie is.

Actie:

- nog even niet

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoeksperiode	Methode
nameting	2002, 38-39-40	2002 week 43 t/m 47	Nipo/Veldkamp interviews

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoeksperiode	Methode
tussenmeting	2002 week 48-49-50	2002 week 48 t/m 51	Nipo/Veldkamp interviews

Samenvatting

- Bevestigen bevindingen eerste fase.
- Bereik = 76%
- Herinnering blijft nog achter: geholpen herinnering = 32%
- Waardering is voldoende, met 6,6 op 18+ blijft campagne wel achter bij de PB51-benchmark.
- Campagne krijgt opnieuw goede waardering op aspecten 'mooi' en 'grappig', maar scoort lager op informatief, geloofwaardig en duidelijk.
- Campagne straalt uit dat biologische producten minstens net zo lekker zijn, staan voor bewust leven, en voor iedereen zijn. Echter in mindere mate dat ze 'ook wel iets voor mij zijn'.
- Informatie-overdracht is beperkt.
- De resultaten op de doelstellingen m.b.t. aankoopoverwegingen zijn wisselend en lijken niet zozeer samen te hangen met de campagne-inzet. Uit voormeting bleek dat de prijs hierbij de belangrijkste overweging vormt. De campagne kan zich hier niet op richten.

Aanbevelingen

- Het koopgedrag zal met name door promoties op de winkelvloer moeten worden ondersteund. De campagne kan bijdragen aan de zichtbaarheid hiervan, mits de link door het publiek gemaakt wordt.

Actie:

- nog even niet

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoekperiode	Methode
nameting	2002 week 48-49-50	2003 week 2 t/m 5	Nipo/Veldkamp interviews

Samenvatting

- De bekendheid met de term 'biologische producten' is niet significant veranderd, maar was toen al hoog. Wel denkt men nu significant vaker aan groente en vlees.
- Bekendheid met het EKO-keurmerk is gelijk gebleven (82%), maar het vertrouwen lijkt toe te nemen (4,5 -> 4,8 op schaal van 7). Respondenten zijn niet vaker op het keurmerk gaan letten.
- Het algemeen publiek is significant vaker van mening dat het de moeite waard is om over biologische producten na te denken.
- Drievijfde van zowel het algemeen publiek als de boodschappers is het (helemaal) eens met de stelling 'Biologisch, dat is ook wel iets voor mij'. Onder het algemeen publiek is er sprake van een significante toename ten opzichte van de voormeting, toen de helft dit aangaf. Onder boodschappers was het al hoger.
- Zowel in de voor als de nameting geeft ongeveer de helft van de boodschappers aan dat biologische producten voor hen (zeker) in aanmerking komen om te kopen. Vooral omdat ze 'gezonder' zijn, maar ook 'lekkerder' en 'betrouwbaar'.
- Boodschappers hebben in de nameting significant vaker de intentie om in de toekomst vaker biologische producten te gaan kopen.
- Behoeft aan informatie over biologische producten is toegenomen. Men is vooral op zoek naar de vooren nadelen van biologisch, informatie over het verschil met 'gewone' producten, over herkomst en verkrijgbaarheid
- 27% van degenen die zich de campagne herinneren geven aan door de campagne te weten dat biologische producten eigenlijk heel logisch zijn. Eveneens een kwart onderschrijft dat men door de campagne vindt dat biologische producten ook wel iets voor henzelf zijn. 13% is van mening dat men door de campagne in de winkel vaker op biologische producten let (13%) en 8% is door de campagne vaker biologisch gaan kopen.

N.B. Er is door de opdrachtgever bezwaar gemaakt tegen het feit dat gegevens niet meer vergelijkbaar zijn. Later blijkt dat herijken van de cijfers ook maar tot op zekere hoogte resultaten biedt

Aanbevelingen

- Opwaarderen website met inhoud en informatie.
- Spot actiegerichter maken

Actie:

- Tag-on's aangepast naar winkelsetting

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoekperiode	Methode
Bereiksmeting	2003, 11-12	2003 week 11 t/m 17	capi@home

Samenvatting

- Er is gebruik gemaakt van een nieuwe onderzoeksmethodiek (internetpanel). De steekproef van de nieuwe methode blijkt minder interesse te hebben in biologische producten. Bijv.: 34% van de boodschappers geeft aan dat biologische producten (zeker) wel in aanmerking komen om te kopen; bij het onderzoek van het najaar 2002 was dat 50%. RVD zal later resultaten proberen te herijken om ze vergelijkbaar te maken.
- Herkenning van de tv-spot(s) is beter dan vorig jaar, met name op tag-on's. Herinnering is nog steeds niet heel hoog, maar komt ook door lagere mediadruk;
- Snelle score op herkenning, maar voor herinnering lijkt het of er meer contacten nodig zijn.
- Spontane boodschapoverdracht is beter dan najaar van 2002: minder verwarring met vleeskeurmerk 'effe checken, nieuwe tag-on's worden regelmatig teruggespeeld (kassa/lopende band), combinatie logisch/biologisch wordt vaak genoemd.
- 70% van zowel de boodschappers als 18+ heeft zeker/ misschien wel eens van de slogan gehoord.
- Waardering 6,5
- Irritatie ('Twents accent') begint op te lopen

Aanbevelingen

- Meer mediadruk
- Tag-on's een verbetering
- Aanpassing spots overwegen i.v.m. groeiende 'wear out'

Actie:

- ontwikkeling nieuwe spot
- bureau gevraagd voor s???

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoekperiode	Methode
mediainkoop	2003, 19-20	2003 week 19 + 20	Media Audits

Samenvatting

- Diverse efficiënties in de mediainzet.

Aanbevelingen

- kwalitatieve programmering om specifieke doelgroepen te bereiken

Actie:

- aanpassingen mediainkoop

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoeksperiode	Methode
mediainkoop	2003, 37-38	2003 week 37 + 38	Media Audits

Samenvatting

- Het totale inkoopresultaat valt tegen. De gewenste kwalitatieve programmering heeft niet geleid tot een bovengemiddeld bereikresultaat of een bovengemiddelde aansturing op de inkoopdoelgroep. de kosten zijn daarentegen wel 17% minder gunstig dan de norm.

Aanbevelingen

- let op voorkeursposities
- snellere opbouw in 1e week
- diverse verbeteringen in de procuratie

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoeksperiode	Methode
aandachten waarderings-onderzoek tv-spots en tag-ons	2003, 37-38	2003 week 37 t/m 52	Verify

Samenvatting

Spot bewaker:

- Commercial is goed in staat de aandacht van het publiek vast te houden
- Er zijn geen momenten van extra aandachtsverlies
- Driekwart van het publiek kijkt de commercial volledig uit (score ver boven de benchmark)
- Het merk wordt bij 100% van het publiek gecommuniceerd (indien men hiervan kennisneemt)
- De commercial wordt door veel mensen als aantrekkelijk beschouwd
- Nog weinig mensen geven aan de commercial te vaak gezien te hebben
- Ook de score relevant news blijft in de buurt van de benchmark

Spot oma:

- Commercial is goed in staat de aandacht van het publiek vast te houden
- Alle attentiewaarden komen boven de benchmark uit
- Ook alle beoordelingswaarden komen boven de benchmark uit
- Weinig mensen geven aan de commercial te vaak gezien te hebben
- Veel mensen vinden commercial aantrekkelijk en vinden de commercial relevant

Spot hondje:

- Grotere waargenomen herinnering: meer mensen geven aan de commercial te vaak/vaker gezien te hebben en minder mensen geven aan de commercial niet eerder gezien te hebben.
- Bij deze commercial is het publiek eerder geneigd zijn aandacht te verliezen (waarschijnlijk door grotere bekendheid).
- Uiteindelijk kijkt 57% van het publiek de commercial volledig uit (score op benchmarkniveau)

Samengevat:

- Alle 3 de commercials krijgen hoge scores op het gebied van aantrekkelijkheid. Verhaallijn onderhoudend.
- Ook geven relatief veel mensen aan de boodschap van de commercials relevant te vinden, al blijft de relevant news score van commercial "Bewaker" net onder de benchmark. Deze commercial heeft overigens wel de hoogste attractivenscore.

Aanbevelingen

- Spot hondje aanpassen indien mogelijk: extra branding voorin en midden in de spot aanbrengen

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoeksperiode	Methode
mediainkoop	2003, 46-47	2003 week 46 + 47	Media Audits

Samenvatting

- Het totale inkoopresultaat valt iets tegen. De kwalitatieve programmering heeft niet geleid tot een bovengemiddeld bereikresultaat of een bovengemiddelde aansturing op de inkoopdoelgroep. Doordat de specifieke inkoop op IP en SBS duur is, wordt de norm bovendien niet gehaald.
- Vergeleken met de flight in september is het kostenresultaat echter aanzienlijk verbeterd.
- De bereikdoelstellingen in de procuratie zijn gerealiseerd, maar deze zijn behoudend gesteld.

Aanbevelingen

- hoger aandeel
- GRPs in prime-time kostenefficiënte
- specifieke inkoop op IP en SBS.
- benut de contractmogelijkheden met betrekking tot voorkeursposities op Ster en SBS.
- verbeter de aansturing op de inkoopdoelgroep door een lager aandeel op Ster, ten gunste van IP en SBS.
- hanteer realistische bereikdoelstellingen.

Actie:

- terug naar oorspronkelijk inkoopbeleid: zoveel mogelijk GRP/euro.

Onderzoek	Campagne-weeken	Onderzoeksperiode	Methode
Tussensamenvatting 2 ^e fase		2003, week 46 t/m 51	capi@home

Samenvatting

- Het bereik van de campagne is goed, hoger dan eerdere metingen en score boven de benchmark.
- De tv-spot 'beveiligingsbeambte' wordt het best herkend.
- De geholpen herinnering is net als in week 11-17 laag, voor herinnering lijkt het toch of er meer contacten nodig zijn.
- De tv-spots worden goed omschreven, met name de kraam in de supermarkt en de slogan worden veel genoemd.
- Anders dan in vorige metingen wordt als voornaamste boodschap met name 'het stimuleren van de verkoop' genoemd. De verhaallijn in de supermarkt lijkt hieraan dus een bijdrage te hebben geleverd.
- De campagne scoort minder goed op de aspecten bij 'ik vind dat de campagne laat zien dat...' dan de uitingen in week 11-17.
- Waardering is nog steeds voldoende (6,5), maar onder het benchmarkniveau (N.B. verschil met Verify!!);
- Waarderingsaspect informatief blijft nog achter; uit de manier waarop het onderwerp in beeld is gebracht blijkt dat respondenten vinden dat niet duidelijk wordt waarom biologisch dan logisch is.
- Zichtbaarheid promoties op de winkelvloer blijft gelijk.
- Bekendheid met de slogan groeit: 80% van de boodschappers kent de slogan;
- Bekendheid van de website blijft laag, 10% is geholpen bekend met de site;
- Aankoopgedrag is gedaald, 66% heeft wel eens een biologische variant gekocht (was 74%) (N.B. Is merkwaardig; theoretisch zou een daling niet moeten kunnen!)

Aanbevelingen

- spots handhaven voor de rest van de campagneperiode
- informatiegehalte campagne opschroeven

Actie:

- website verbeterd
- meer inzet op PR (free publicity)

13 Algemene ervaringen van de ketenmanagers

Uit: toelichting op de voortgang van MOP's, intern stuk ten behoeve van de Task Force, 8 maart 2004.

Binnen de Task Force zijn 2 ketenmanagers actief, Kees Rijnhout voor AGF en Maurits Steverink voor vlees en zuivel. Daarnaast is er voor de sierteeltsector een 'kwartiermaker' aangesteld, Jolanda Kuilboer, die soortgelijke werkzaamheden verricht: het stimuleren van meerjarige opschalingsplannen voor biologisch producten, waarbij vragende en aanbiedende partijen zo goed mogelijk begeleid worden bij de samenwerking. De inhoudelijke voortgang van de individuele meerjarige opschalingsplannen (met concrete resultaten) wordt in bijlage 5a beschreven. De algemene ervaringen van de ketenmanagers – die meer betrekking hebben op het proces van opschaling – zijn hieronder weergegeven:

- Gedrevenheid en intensieve betrokkenheid door top van het bedrijfsleven is essentieel. Biologisch is geen eendagsvlieg. Om die reden vinden we het erg belangrijk dat biologische schapruimte niet via eenvoudige price offs veroverd wordt. Het is noodzakelijk dat biologische visie verankerd is in het commerciële beleid, waarbij o.a. duidelijk is welke consumenten je op welke wijze wilt benaderen. Rechtstreekse toegang tot directies van bedrijven is daarom essentieel, dit is met name de taak van de voorzitter van de Task Force. De directie moet haar category managers en inkopers afrekenen op en ondersteunen bij het winnen van biologisch marktaandeel. Ook dient de directie filialen af te rekenen en te stimuleren op biologisch verkoopssucces. Dat is soms erg lastig, want de autonomie van filialen is soms groot. Maar: succes van een biologisch product staat en valt bij enthousiasme op de winkelvloer. Die 'doorvertaling' naar inkopers en winkelvloer is een zeer langdurig proces, eigenlijk begint het dan pas, en daarom is de top commitment zo belangrijk om het vol te houden. Ook politieke ondersteuning (management by speech) door bijv. de Minister wordt daarom zeer gewaardeerd!
- Een commerciële benadering is noodzaak als je serieus genomen wilt worden door het (gangbare) bedrijfsleven. Daarbij hebben wij, ketenmanagers, discussies over gewenste BTW verlagingen of andere subsidievormen niet afgewacht, want dat werd niet haalbaar geacht vóór eind 2004. Wij vinden het overigens een goede zaak dat anderen, zoals bijvoorbeeld politieke partijen of NGO's, wel proberen om op deze manier het biologische product aantrekkelijk te maken. Want het prijsverschil tussen gangbaar en biologisch blijft een grote bottleneck. Als ketenmanagers zoeken wij (voorlopige?) oplossingen in de afzetkant. Daarbij concentreren wij ons allereerst op het goed communiceren van de meerwaarde. Deze meerwaarde ligt evident op het terrein van dier- en milieu-vriendelijkheid, maar dat zijn niet de voordelen waarom de consument biologisch koopt. Uit onderzoek blijkt dat de voordelen veel persoonlijker zijn, zoals gezond en lekker. Bedrijven communiceren dit soort voordelen impliciet en niet expliciet omdat ze (nog) niet wetenschappelijk onomstreden zijn. Maar iedereen in de reclamewereld weet dat impliciete communicatie zeker niet zwakker hoeft te zijn. Verder kijken wij bij het ontwikkelen van een commercieel beleid naar het margebeleid. Omdat biologische producten duurder zijn dan hun gangbare variant, is de marge - die altijd procentueel wordt vastgesteld - ook hoger. Wij dagen bedrijven uit om bij marges niet te denken in procenten, maar in centen. Een andere invalshoek: maak een plan per categorie van producten i.p.v. per product. Tenslotte leggen we uit dat de baten van biologisch breder zijn dan de winstbijdrage alleen. Bijvoorbeeld door vast te stellen dat biologische producten in het assortiment een vereiste zijn voor consumenten die komen winkelen om kwaliteit te kopen.
- Onze ervaring is dat maatwerk en begeleiding van de meerjarige opschalingsplannen essentieel zijn. Wij hebben namelijk geleerd dat iedere keten (retail, natuurvoedings-winkel of horeca) zijn eigen unieke marktbenadering m.b.t. biologische opschaling wil. Een collectieve aanpak waarbij iedereen op dezelfde manier dezelfde producten tegelijkertijd promoot, is funest. Het stimuleert bedrijven niet tot grootschalige plannen, want je wilt je juist onderscheiden ten opzichte van de consument. En het drijft te veel eenmalig de kostprijs van producten op.
- De prijzenoorlog beïnvloedt de werkzaamheden van de ketenmanagers in die zin, dat het moeilijk is om afspraken met inkopers en category managers te maken, omdat ze 'wel wat anders aan hun hoofd hebben'. Door o.a. indringende oproepen te doen aan directies van supermarkten (waar CBL ons zeer goed bij helpt), proberen wij toch hoog op de prioriteitenlijst te komen. In de praktijk zie je wel dat ook biologisch producten onderdeel vormen van de prijzenoorlog, ook deze producten worden afgeprijsd. Het is wel belangrijk te melden dat voorlopig m.n. de merkartikelen de belangrijkste rol in de prijzenoorlog spelen, en dat de (veelal verse) biologische producten iets minder onder vuur liggen. Een andere factor van invloed is de boycot actie van AH geweest, als grootste aanbieder van biologische producten merk je het onmiddellijk als er tijdelijk minder klanten komen, ook al heeft de reden daarvoor niets met biologisch te maken.
- Bij een aantal supermarkten spelen de groothandels en toeleveranciers een zeer belangrijke en pro-actieve rol bij het ondersteunen van de promotieplannen. Dit geldt zeker voor de onverpakte / verse producten. Er is bij de gespecialiseerde groothandel veel kennis aanwezig hoe biologische producten in de supermarkt op een effectieve manier onder de aandacht van de consument gebracht kan worden. Ook bij het opbouwen van een huismerk vervullen de toeleveranciers een constructieve rol.
- Vooruitlopend op de EKOMonitor is onze ervaring op basis van dagelijkse contacten met supermarkten: voor producten die goed met promotie in en om de winkelvloer ondersteund worden, geldt altijd een grote omzetgroei (afhankelijk van bestand marktaandeel, van verdubbeling tot vertienvoudiging van de omzet). Na het stopzetten van de promotie-activiteiten valt de omzet wel terug, maar blijft het marktaandeel wel redelijk hoger van vóór de actie.
- Bij de uitvoering van promoties zien wij veel kansen voor het aanhaken van 'lokale acties'. Bijvoorbeeld: in de winkels waar demonstraties plaatsvinden, wordt ook verwezen naar biologische boeren en tuinders in de buurt. Of: in regionale bladen wordt extra aandacht aan de promoties en biologisch in het algemeen besteed. Vanuit regionale milieuorganisaties, de regionale LTO's, provincies en BIOM is er al veel belangstelling getoond voor deze vorm van 'slimme p.r.'

14 Beschrijving onderzoeksprogramma's DLO/PO

In deze bijlage treft u per programma een format aan met daarin een beschrijving van doelstellingen, doelgroepen, betrokken instituten en resultaten van de diverse onderzoekprogramma's. Het betreft hier de grote 100 % biologische programma's zoals die de afgelopen jaren hebben plaatsgevonden en/of nog steeds plaatsvinden. De formats zijn zoveel mogelijk door de betrokken programmamanagers zelf ingevuld. Voor de meeste programma's zijn ook Biologische onderzoekberichten (BOB's) beschikbaar. Deze BOB's zijn te vinden op de website van het IBL. www.biologischelandbouw.net

Met betrekking tot het programma 'Integratie gamma-betaonderzoek' (LEI-373) is geen volledig format ingevuld maar wordt verwezen naar het boek wat over dit programma is verschenen. De programma's die niet volledig biologisch zijn hier niet beschreven. Op genoemde website is van een van deze programma's 'Ondernemerschap en markt' wel een BOB te vinden.

De hier beschreven programma's zijn:

Nr.	Titel	Format ingevuld door
343	Beheersing en bestrijding van onkruiden 1999-2002	Bert Lotz
397-V	Innovatieve onkruidbestrijding 2003-2005	Bert Lotz
388	Biologisch uitgangsmateriaal	Ruud van den Bulk
388-II	Veredeling biologische landbouw	Huub Löffler
400-I	Systeeminnovatie Biologische open teelten	Frank Wijnands
400-II	Systeeminnovatie Biologische beschermde teelten	Gerard Welles
PO-34	Biologische veehouderij	Hans Spoolder
342	Biologische productiesystemen in Akkerbouw en VGG	Greet Blom-Zandstra
401-I	Koepelprogramma Biologische Landbouw	Jac. Meijs
401-II	Intersectorale samenwerking	Ina Enting
Lei-373	Integratie Gamma – betaonderzoek	*1
ATO-387	Verwerking en afzet van biologische producten	*2

*1 Informatie verkregen via Marieke Meeusen

*2 Ex-post evaluatie ingevuld door Tibbe Breimer

Het Co-innovatieprogramma 'Professionalisering van biologische afzetketens' is hier niet beschreven. Hiervoor wordt verwezen naar andere delen van de evaluatie. Over dit programma is wel een BOB verschenen.

14.1 Beheersing en bestrijding van onkruiden (343) 1999-2002, Innovatieve onkruidbestrijding (397-V) 2003-2005

Vooraf

Programma 343 (beheersing en bestrijding van onkruiden) is vanaf 2003 overgegaan in het programma Innovatieve onkruidbestrijding (397-V)

Deelnemende instituten

WUR: PRI, A&F (IMAG), PPO

Looptijd programma

Programma 343 liep van 1999-2002

Programma 397-V loopt van 2003- 2005

Doelstelling Onderzoeksprogramma 343 Onkruidbeheersing en -bestrijding 1999 – 2002

Het doel is onderbouwing / faciliteren MJP-G (dus niet primair terugdringen handwieden). Het programma 343 is opgesplitst in een tweetal thema's die elk op zich weer bestaan uit een aantal subthema's:

- Thema 1: vermindering van de afhankelijkheid van chemische bestrijding van onkruiden. Het onderzoek heeft zich afgespeeld op diverse terreinen en is inventariserend maar vooral ook praktisch van aard geweest (totaal 6 subthema's). In een van de subthema's is ook de relatie gelegd tussen onkruidbestrijding, arbeidsbehoefte en populatiedynamica van onkruiden.
- Thema 2: Vermindering van gebruik van herbiciden. Dit thema is weer onderverdeeld in 5 subthema's.

Doelstelling Onderzoekprogramma 397-V Innovatieve onkruidbeheersing 2003 - 2005

Ca 70 % van programma is gericht op vermindering van het handmatig wieden in de biologische landbouw. Dit programma levert in het algemeen resultaten die geïmplementeerd worden in 397-IV en 400-I (inclusief BIOM) en III. Voor het terugdringen van handwieden staat vooral de overdracht van resultaten richting BIOM centraal. Vanaf 2003 vinden daartoe proeven op BIOM-bedrijven plaats (of worden BIOM-telers op andere, directe wijze bij het onderzoek betrokken) en worden resultaten geregeld richting BIOM gerapporteerd.

Doelgroep

Dit programma beoogt bij te dragen aan de voorbereiding en invulling van het LNV-beleid, met name gericht op de realisering van de toename van biologische landbouw. Daarbij is de doelgroep van dit programma vooral de groep van primaire producenten (= directe gebruikers van de resultaten).

Resultaten (aangegeven door programmaleider)

Voor een uitvoerige beschrijving van de output van programma 343 en de kennisdoorwerking wordt verwezen naar de ex-post V evaluatie. Voor een beschrijving van de resultaten van het eerste jaar en de wijze waarbij de doelgroep biologische telers daarbij betrokken is wordt verwezen naar programmarapportage 2003 van het programma 397-V.

De onkruidproblematiek komt voort uit onvoldoende effectieve onkruidpreventie en -bestrijding in relatie tot acceptabele kosten en beschikbare arbeid. Preventieve methoden (bijv. vals zaaibed) zijn verder ontwikkeld en nader getest. In potentie kan opkomst van onkruid in het gewas hiermee tot 70 % gereduceerd worden. T.a.v. bestrijding is onkruid in de gewasrij hoofdknelpunt. Bestaande apparaten bleken, mits goed afgesteld, effectief in de rij voor ui en peen (40-70% reductie in handwieden). Factoren die de praktische toepasbaarheid van deze resultaten op praktijkbedrijven beperken zijn benoemd. Samen met telers worden verbeterde, breder inzetbare machines ontwikkeld. Een overzicht is gemaakt van risico's en -perceptie t.a.v. innovatie in onkruidbeheersing. Telers lijken de risico's van verhoogde schade van ziekten/plagen door beschadiging door schoffels e.d. te overschatten en het belang van reductie van onkruidzaadproductie in een rotatie te onderschatten. De resultaten worden teruggekoppeld met BIOM op basis waarvan onderzoek/voorlichting verder wordt toegespitst.

Aandachtspunten n.a.v. voortgang programma (aangegeven door programmaleider)

Het programma 397-V is nu in het tweede jaar. Op basis van de resultaten van afgelopen jaren zijn de knelpunten tav onkruidbestrijding in de biologische landbouw benoemd en een perspectiefvolle onderzoekslijn uitgezet. Succesfactoren hierin zijn een goede interactie tussen kennis van de biologie van onkruidsoorten, agronomie en agrotechniek en een effectieve wisselwerking tussen dit disciplinaire programma en het bedrijfssysteemonderzoek (BIOM). Het succes van deze interacties wordt door het programmateam bewaakt. Gezien de afhankelijkheid van weersomstandigheden en de populatiedynamica van onkruiden is het essentieel dat het onderzoek meerdere jaren loopt.

De volgende opmerking is niet direct een aandachtspunt voor de voortgang van het programma maar wel relevant voor de implementatie van de resultaten. Uit de directe samenwerking met biologische telers blijkt dat telers ervaren dat voor succesvolle implementatie van onderzoeksresultaten na het eigenlijke onderzoek aanvullende financiering nodig is voor machinebouw, automatisering e.d. Hiervoor is uiteraard in het programma geen budget. Telers geven aan dat daar vroeger stimuleringsgelden van de overheid voor waren die volgens hen er nu niet meer zijn. De resultaten zouden nog effectiever kunnen zijn als de R&D van dit programma direct gekoppeld kan worden aan dergelijke bedrijfsgebonden stimuleringsmiddelen.

Kennisverspreiding (aangegeven door programmaleider)

Er is in het programma veel aandacht geweest voor kennisverspreiding naar de doelgroep. Dit varieerde van talloze publicaties, in zowel de wetenschappelijk bladen als in bladen die door de doelgroep gelezen worden, tot het maken van video's als demomateriaal voor studiegroepen. Ook zijn er veel voordrachten en workshops gegeven, o.a. direct voor deelnemers aan BIOM. Een aanzienlijk deel van het onderzoek wordt uitgevoerd op BIOM-bedrijven, waardoor de praktijk direct bij kennisontwikkeling en -overdracht betrokken is.

Beschikbare bronnen om verder informatie te vinden: (aangegeven door programmaleider)

- Ex-post evaluatie programma 343 voor LNV 2002
- Voortgangs-rapportage programma 397-V voor LNV 2003
- Diverse auteurs. Ekoland 3 (2003). Themanummer onkruidbeheersing grotendeels ingevuld vanuit programma's 343 en 397-V
- Van der Weide R.Y., Lotz L.A.P., Bleeker P.O., Groeneveld R.M.W. (2003) Beheren en beheersen van onkruiden. In: F.G. Wijands, J. Holwerda (eds) Op weg naar goede biologische praktijk. Resultaten en ervaringen van BIOM. PPO-317, pp 131-140
- Biologisch onderzoeksbericht (BOB 5) van dit programma.

14.2 Biologisch uitgangsmateriaal (388)

Vooraf

Het programma 'Biologisch uitgangsmateriaal' (388; volledige titel: Gezond en vitaal uitgangsmateriaal voor biologische en andere vormen van duurzame landbouw) loopt vanaf 2001 en eindigt eind 2004.

Deelnemende instituten

PRI en PPO, LBI

Looptijd programma

Het programma 'Biologisch uitgangsmateriaal' (388) loopt van 2001 –2004.

Doelstelling

Doelstelling van het programma is:

Het programma beoogt onderzoek aan uitgangsmateriaal voor de biologische en andere vormen van duurzame landbouw te doen, om kwaliteit en efficiëntie van biologische landbouw te verhogen en knelpunten op te lossen die productie van gezond en vitaal biologisch uitgangsmateriaal belemmeren.

Doelgroep

De doelgroepen van het programma zijn: beleidsvoerders, producenten van (biologisch) uitgangsmateriaal, gebruikers van het uitgangsmateriaal (biologische) boeren en tuinders, keuringsinstellingen, PD, SKAL), voorlichtende organisaties (DLV), en overige instellingen die zich bezighouden met biologische landbouw en uitgangsmateriaal.

Resultaten (aangegeven door programmaleider)

Onderzoek naar de optimalisering van biologisch zaad productie van peen heeft geleid tot identificatie van de kritieke momenten tijdens de zaadteelt m.b.t. Alternaria ziekte waardoor de oogstzekerheid en zaadkwaliteit van zaadproducties toeneemt. Een biologisch stekpoeder geproduceerd door natuurlijke micro-organismen is ontwikkeld, wat biologische vermeerdering van een aantal moeilijk bewortelbare gewassen mogelijk maakt. Niet-destructieve methoden gebaseerd op spectraal-analyses en het meten van stress bij planten zijn ontwikkeld, waarmee kwaliteit van (biologisch) uitgangsmateriaal bepaald kan worden. Voorbehandelingen van biologisch zaad met water (priming) zorgden voor snellere kieming, wat o.a. door kan werken in hogere opbrengst of betere kwaliteit van het geoogste product. De effecten op het onkruidonderdrukkend vermogen waren niet éénduidig. Voorbehandelingen van biologisch zaad met warm water en/of etherische oliën worden ontwikkeld en kunnen toegepast worden voor ontsmetting van uitgangsmateriaal wat besmet is met ziektes. Er worden moleculaire merkers ontwikkeld als indicator voor de kwaliteit van uitgangsmateriaal, wat vooral van belang is voor kwaliteitsborging en voor veredelingsprogramma's.

Aandachtspunten n.a.v. voortgang programma (aangegeven door programmaleider)

Stekpoeders en gewasbeschermingsmiddelen van natuurlijke oorsprong moeten, net als synthetische middelen, een toelating hebben van het College voor de Toelating van Bestrijdingsmiddelen (CTB). Dit is een zeer kostbare procedure, o.a. omdat er (eco-)toxicologische dossiers aangeleverd moeten worden. Voor het biologische stekpoeder wordt bekeken of een eenvoudige, goedkope, registratie mogelijk is, waardoor het economisch haalbaar wordt het product op de markt te zetten. Voor de ontsmetting van biologisch uitgangsmateriaal richt de aandacht zich op middelen die onder de 'Regeling Uitzondering Bestrijdingsmiddelen' (RUB) vallen, en waarvoor registratie dus niet nodig is. Toepassing van etherische oliën is ook toegestaan onder de EU-wetgeving op Biologische Productiemethoden, en dus kan er snel één middel beschikbaar komen voor toepassing in de praktijk. Er zijn echter nog een aantal alternatieven, waaronder organische zuren, die voor de biologische sector acceptabel lijken, maar waarvoor registratie bij CTB noodzakelijk is. Opname van deze stoffen op de RUB-lijst of een lichte en goedkope registratieprocedure is voor deze middelen met een laag risicoprofiel gewenst om op korte termijn knelpunten te kunnen oplossen. Dit soort oplossingen is ook voor de gangbare landbouw dringend gewenst als gevolg van het afnemende aantal synthetische middelen dat in de praktijk gebruikt mag worden.

Het onderzoek naar optimalisatie van de productie van biologisch uitgangsmateriaal heeft aangetoond dat epidemiologische kennis van ziekten die tijdens zaadproductie optreden essentieel is om een strategie te kunnen ontwikkelen die leidt tot productie van biologisch uitgangsmateriaal van voldoende kwaliteit en met voldoende oogstzekerheid (mislukte zaadproducties werken door in de prijs van biologisch zaaizaad). Voor biologisch peenzaad is voor de schimmelziekte Alternaria een strategie dit jaar te verwachten. Echter, gezien de specifieke problemen die optreden bij elke gewas-ziekte combinatie vergt elke combinatie apart onderzoek. Gezien het optreden van ziekteproblemen in biologisch zaad van 2-jarige gewassen als ui en kool ligt ook daar nog een hele uitdaging voor het ontwikkelen van strategieën voor productie van hoogwaardig zaad.

Met betrekking tot nieuwe, niet-destructieve methoden voor het meten van de kwaliteit van (biologisch) uitgangsmateriaal geldt dat de komende periode vooral besteedt wordt aan het toetsen van de waarde van deze methoden voor de praktijk. Indien er in uitgangsmateriaal onderscheid gemaakt kan worden tussen slechte (bijv. ziek) zaden, knollen of jonge planten en gezonde, dan kunnen er op basis van de methoden sorteermachines gebouwd worden. Hiermee kunnen dus de slechte zaden, bollen, jonge planten uitgesorteerd worden.

Kennisverspreiding (aangegeven door programmaleider)

Er zijn publicaties gemaakt, lezingen gehouden, open dagen etc. Daarnaast is er specifiek overleg met de verschillende doelgroepen waarin resultaten gepresenteerd worden en er besproken wordt wat de waarde daarvan voor de praktijk is en hoe de resultaten in de praktijk geïmplementeerd kunnen worden. Dit betreft zowel reguliere bijeenkomsten als wel workshops over specifieke thema's (bijv. workshop over 'Natuurlijke middelen voor ontsmetting van biologisch zaaizaad'). Verder wordt er in een aantal projecten samengewerkt met bedrijven en telers wat garant staat voor optimale kennisoverdracht.

Beschikbare bronnen om verder informatie te vinden: (aangegeven door programmaleider)

- Programmabeschrijving DLO/PPO – 388
- Voortgangsrapportages programma 'Biologisch uitgangsmateriaal' voor LNV, jaren 2001, 2002, 2003 www.biologischelandbouw.net (website van het Innovatiecentrum Biologische Landbouw)
- www.kennisonline.wur.nl (portal over onderzoek van Wageningen UR voor LNV, binnenkort in de lucht)
- Het biologisch onderzoekbericht (BOB 1) over dit programma

14.3 Veredeling biologische landbouw (388-II)

Vooraf

Het programma is gestart op 1 januari 2004 en heeft een looptijd van vier jaar.

Deelnemende instituten

PRI, LBI en ATO

Looptijd programma: 2004 - 2007

Doelstelling

Doelstelling van het programma is:

De overheid wil de biologische landbouw in Nederland stimuleren. Om goed te kunnen inspelen op de biologische praktijk zijn rassen nodig die specifiek voor de biologische landbouw geschikt zijn. Dit programma heeft tot doel de ontwikkeling van dergelijke rassen te ondersteunen. Het onderzoek richt zich vooral op resistentie tegen ziekten en plagen en het ontwikkelen van nieuwe veredelingsstrategieën. Het onderzoek beperkt zich tot de akkerbouw en vollegrondse groenteteelt.

Doelgroep

Veredelingsbedrijfsleven, Producenten uitgangsmateriaal, Primaire producenten

Resultaten (aangegeven door programmaleider)

Nog niet van toepassing want programma is pas gestart

Aandachtspunten n.a.v. voortgang programma (aangegeven door programmaleider)

Nog niet van toepassing want programma is pas gestart

Kennisverspreiding (aangegeven door programmaleider)

Nog niet van toepassing

Beschikbare bronnen om verder informatie te vinden: (aangegeven door programmaleider)

- Programma ter invulling van de LNV-vraag naar onderzoek ten behoeve van de biologische landbouw zoals verwoord in paragraaf 6.2.2. van de kaderbrief DLO 2004-2007.
- Er is een biologisch onderzoekbericht verschenen over dit programma (BOB 9).

14.4 Systeeminnovatie Biologische open teelten (400-I)

Deelnemende instituten

WUR (PPO, PRI, LEI, AFI,) DLV-advies

Looptijd programma

Het programma loopt vanaf 2002 tot 2005

Doelstelling

Het programma heeft als doel het ontwikkelen van c.q. bijdragen aan:

- nieuwe innovatieve, toekomstgerichte biologische teelt- en bedrijfssystemen, die inhoud geven aan de biologische principes en doelstellingen en kunnen voldoen aan de strengste toekomstgerichte eisen (voorbij het huidige niveau van license to deliver, license to produce en label-eisen),
- versterkte biologische bedrijfsvoering in de praktijk door enerzijds een hogere benutting van de potentie van de biologische productiemethode (optimale toepassing beschikbare kennis en innovaties), en anderzijds een groter aantal bedrijven die biologisch werken (breedte en diepte),

- versterkte en versnelde omschakeling naar biologische landbouw door hoger kennis- en inzicht niveau van ondernemers, actoren, keten en instituties met als gevolg groter draagvlak en ondersteuning voor (vergrote omschakeling naar) biologische landbouw.

Doelgroep

- Overheid: LNV beleidsdirecties (DL, GRR, VVA, I&H, DWK, EC-LNV) en regiodirecties, VROM, Regionale overheden, Taskforce biologische landbouw,
- Maatschappelijke organisaties: Consumentenorganisaties, Biologica, SKAL, Natuur- en Landschapsorganisaties, Milieuorganisaties, Waterschappen, Waterleidingbedrijven.
- Landbouwbedrijfsleven: individuele agrariërs en agrarische samenwerkingsverbanden, regionale en Landelijke LTO organisaties, Handel en verwerking, Stuurgroep Arbo-convenant,
- Kennisinstanties / intermediairen: LNV Onderzoekprogramma's: Systeeminnovatie, Gewasbescherming, Mest & Mineralen, Multifunctionele landbouw, Markt & ondernemerschap, Gamma, Agroketens & Logistiek, Biologisch uitgangsmateriaal, Biologische landbouw (342), Koepelprogramma Biologische Landbouw, Bevordering Kwaliteit Groen Onderwijs; Innovatiecentrum Biologische Landbouw WUR, Adviseurs en Onderwijsinstellingen.

Resultaten (aangegeven door programmaleider)

Gezien de werkbreedte van het programma, zowel wat betreft het systeemniveau als de betrokken sectoren is een opsomming van aspecten ondoenlijk, vandaar de clustering:

- Zowel vanuit het experimentele onderzoek aan biologische bedrijfssystemen als vanuit het praktijknetwerk worden continue nieuwe bruikbare technische oplossingen aangedragen en verspreid, die een bijdrage leveren aan het verbeteren van de prestaties van biologische bedrijven in de praktijk in agronomisch, ecologisch en milieutechnisch opzicht. Dit in de volle breedte van de open teelt sectoren: bomen, zomerbloemen, bollen, akkerbouw, vollegrondsgroenten en fruitteelt,
- Voor kennisinstellingen en intermediairen genereert het programma actuele informatie over alle aspecten van biologische open teelt bedrijven die de laatste stand van zaken reflecteert en direct toepasbaar is in de onderwijs en adviespraktijk,
- Energie en klimaatmeetlat, aanwijzingen voor verbetering arbeidsomstandigheden voor specifieke problemen, keten en concurrentieanalyse biologische bloembollen, kostprijsanalyses en modellen, participatieve ondernemerschapstrajecten, toekomstbeelden voor de open teelten 2030, nieuwe werkvormen (onderbouwde concepten en operationele aanwijzingen) zoals socio-technische netwerken, analyse meerwaarde intersectorale systemen, ontwikkeling (co-innovatie) rijpadensystemen (onbestede grond) in de praktijk, talloze economische studies die inzicht versterken in haalbaarheid technieken en systemen etc.
- Ook op meer procesmatig gebied zijn vorderingen gemaakt die van betekenis zijn voor de gebruikers: zo zijn er in toeneemende mate samenwerkingsverbanden met andere LNV programma's over diverse aspecten van biologische landbouw en worden via ketengesprekken en relatiebeheer vele belanghebbenden continue geïnformeerd over de actuele stand van zaken in de biologische open teelten en de daaraan gerelateerde ketens.

Aandachtspunten n.a.v. voortgang programma (aangegeven door programmaleider)

Binnen het programma was voorzien dat vanuit de toekomstbeelden projecten via backcasting een aantal nieuw projecten zouden starten, die richting en inhoud kunnen geven aan de noodzakelijke innovaties om de toekomstbeelden te kunnen realiseren. Via backcasting werden vanuit de toekomstbeelden een viertal thema's geïdentificeerd als transitiepunt op weg naar de toekomst, die nu opgepakt kunnen worden in "systeemonderzoek": pesticiden, nutriënten, bodem en water. Na overleg met de begeleidingscommissie zijn de eerste drie nader uitgewerkt tot projecten die in 2004 opgepakt zijn.. De nieuwe projecten worden gezamenlijk uitgevoerd door de programma's Systeeminnovatie geïntegreerde en biologische open teelten. Om plaats te maken voor deze nieuwe systemen werd in 2003 het lopend bedrijfssysteemonderzoek beëindigd. Dat betrof:

- Akkerbouw/vollegrondsgroente: Vredepeel (ZON) en BIO intensief OBS (Nagele)
- Vollegrondsgroente: Meterik (ZON)
- Bollenteelt: De Noord (Maartensbrug)
- Boomteelt: Meterik (ZON) en een systeem op veengrond (Boskoop)

Daarnaast fungeert een deel van de boomgaard in Randwijk als locatie voor de "innovatieontwikkeling biologische bedrijfs- en ketensysteem". Dit blijft bestaan. In 2004 worden de laatste gegevens verwerkt en gerapporteerd. Deze koersverandering in het programma was voorzien bij de start en is in 2003 in overleg met LNV opnieuw bevestigd en geaccordeerd. Daarmee wordt sterker ingezet op twee lijnen, bij de bevordering van het transitieproces: namelijk enerzijds door gerichte innovatie ten aanzien van transitiepunten op weg naar toekomstbeelden 2030 en anderzijds door de ondersteuning van de veranderingsprocessen in de huidige praktijk door het praktijknetwerk BIOM.

In het proces van totstandkoming van bovenstaande projectideeën zijn veel belanghebbenden betrokken geweest. Die betrokkenheid willen we graag instandhouden door de vorming van een zogenaamd socio-technisch netwerk. Een dergelijk netwerk is breed samengesteld uit belanghebbenden uit de primaire landbouw het bedrijfsleven en (semi)overheden etc. Dit netwerk komt twee keer per jaar bijeen ter bespreking van resultaten van het project, creëren van draagvlak en inspelen op wensen en ideeën van de partners in het netwerk. In de begroting is hier ook financieel ruimte voor geschapen. De communicatie vanuit deze thema's zal gericht zijn op het vinden van draagvlak voor de oplossingen die getest worden in de systemen, op het vinden van samenwerkingsmogelijkheden ter versterking van de innovatiekracht in het systeem en op het gericht uitdragen van resultaten naar diverse groepen in de maatschappij.

Bovenstaande heeft betrekking op het overwinnen van transitiepunten. Een belangrijk onderdeel van het programma wordt echter ook gevormd door het praktijknetwerk BIOM, dat voorziet in de behoefte om voldoende voortgang te boeken met zowel de versterking als verbreding van biologische landbouw in de praktijk. Het netwerk boekt goede voortgang, met name ook op het terrein van netwerkvorming en het ondersteunen van initiatieven van ondernemers en ketenpartijen. Deze lijn zal voortgezet worden.

De voortgang zowel qua proces als inhoud van de bovengenoemde nieuwe projecten alsmede voor het praktijknetwerk BIOM zijn voor de programmaleider centrale aandachtspunten in 2004 en 2005.

Experimenteel systeemonderzoek gericht op de bovengenoemde transitiepunten, wordt in 2005 voorbereid op de diverse locaties en zal vanaf 2005 in volle omvang draaien. Dit type onderzoek is niet gericht op de korte maar op de middellange termijn, waarbij een proefperiode van minimaal 6 jaar noodzakelijk is. Een aandachtspunt is dan ook de continuïteit van dit werk, gezien de aflopende programmaperiode per 31-12-2005.

In eerdere gesprekken met het transitiebureau is ook het belang van de praktijknetwerken besproken. Naarmate deze zich meer richten op netwerken en ondersteunen van innovatieprocessen wordt hun continuïteit belangrijker. Met name wat betreft de basis structuur (bedrijven en een aantal geselecteerde activiteiten). Thematisch en dergelijke kan de inhoud natuurlijk verschuiven over de jaren. Daarom wordt hier ook vast aandacht gevraagd voor een goede voortzetting van de gezamenlijke discussie over dit instrument in de toekomst.

Kennisverspreiding (aangegeven door programmeur)

Communicatie en kennisoverdracht krijgen veel aandacht in dit programma. Immers, verbreding van systeeminnovaties en duurzame strategieën in de praktijk en het creëren van draagvlak zijn belangrijke pijlers van dit programma.

De communicatie richt zich op de hiervoor reeds aangegeven verschillende doelgroepen. Er wordt zowel gebruik gemaakt van de traditionele communicatiemiddelen zoals artikelen, rapporten, brochures, website, nieuwsbrieven, demo's als van meer op interactie gerichte werkvormen zoals, excursies, groepsbijeenkomsten (studieclubs, begeleide groepen), individuele begeleiding, open space bijeenkomsten, workshops, gesprekken, cursussen etc.

Voor een volledig overzicht wordt verwezen naar de programma rapportages. Het eerste jaar was er al een aanzienlijke stroom activiteiten die in het tweede jaar nog verder gegroeid is. Ondanks dat onderstaande lijst al lang is, is dit slechts een greep uit de producten om de verscheidenheid, breedte en omvang aan te geven. Hier een aantal bijzonderheden (tussen haakjes de projectbronnen):

2002

- Als resultante van de voorgaande onderzoeksperiode verschenen technisch en economisch inhoudelijk goed gedocumenteerde rapporten (Bulletins) over biologische akkerbouw en vollegrondsgroenten. Ook van de biologische bollenteelt verscheen een overzichtsrapport alsmede een brochure voor de biologische boomteelt.
- In maart 2002 is een studiedag gehouden over biologische landbouw (akkerbouw/vollegrondsgroente teelt.) in de samenwerking BIOM/programma 342. Hierover is een uitgebreid rapport verschenen met actuele informatie op bedrijfsniveau en op de onderliggende disciplines. Inmiddels is duidelijk dat deze informatie veel gebruikt wordt door het onderwijs op diverse niveau's.
- Het programma heeft grotendeels de inhoud geleverd voor de Biologische Kennismarkt te Meterik in september 2002 (ondersteund door Innovatie centrum Biologische Landbouw Wageningen UTR, het IBL). De gepresenteerde posters zijn alle op de site van het IBL te vinden.
- Overigens biedt het IBL de mogelijkheid om informatie over biologische teelt te ontsluiten op internet. In het afgelopen jaar zijn al een aantal rapporten en artikelen op deze site geplaatst. Dit wordt voortgezet. Via de internet nieuwsbrief worden abonnees kort ingelicht over nieuwe ontwikkelingen en verschenen artikelen en rapporten (met link naar site).
- Symposium Biologische bollenteelt: een florerende teelt? 2 mei 2002, Green Trade Lounge Floriade.
- Open dag precisielandbouw West Brabant (biologische landbouw).
- Ook het afgelopen jaar zijn er weer een groot aantal excursies ontvangen, kijkavonden gehouden of lezingen verzorgd vanuit de onderzoekslocaties waar de biologische systemen ontwikkeld worden.
- Vele onderzoeksrapporten en –verslagen, vakbladartikelen, interviews in vakbladen. Zowel wat betreft teelttechnische als economische kwesties.
- Diverse contacten met actoren uit keten en maatschappij.
- Themabijeenkomsten op het terrein van arbeidsomstandigheden en ondernemerschap met onderzoekers en stakeholders gericht op kennisuitwisseling en vraagarticulatie.

2003

- Veel informatie wordt mede ontsloten voor een groter publiek via de website van het Innovatiecentrum Biologische Landbouw IBL van Wageningen UR: www.biologischelandbouw.net. Vanuit de projecten in dit programma wordt informatie doorgegeven aan deze site.
- BIOM heeft een grote hoeveelheid gesprekken met stakeholders en keten partijen gevoerd waarbij de kansen en knelpunten voor verdere ontwikkeling van biologische landbouw centraal stonden (BIOM).
- Er is een oriëntatiecursus biologische landbouw voor zaadbedrijven opgezet die in december 2003 van start is gegaan (60 deelnemers aangemeld) (BIOM)
- Één landelijke dag voor ondernemers in de akkerbouw, vollegrondsgroenten en bollen. Thema ondernemerschap. 125 bezoekers (BIOM).
- Vijf demo's rond onkruidbeheersing en bemesting (BIOM).
- Ondersteuning initiatieven ondernemers betreffende marktversterking en communicatie (BIOM-projecten)).
- Twee oriëntatiecursussen voor gangbare akkerbouw- en vollegrondsgroentetelers in Tiel en in het zuidwesten van Nederland (BIOM).
- De BIOM nieuwsbrieven worden verstuurd naar ruim 700 adressen (BIOM).
- Zestigtal publicaties en korte berichten in de pers over BIOM of BIOM deelnemers (BIOM).
- De Nieuwsbrief 'Biologische sierteelt en boomteelt' (DLV/PPO) verschijnt 6 maal per jaar. In deze Nieuwsbrief wordt de voortgang van het BIOM project gemeld. Ook wordt in deze Nieuwsbrief bericht over het Bedrijfssystemen onderzoek Biologische Boomteelt (BIO Boomteelt en innovatie).
- Op 24 juli j.l. is door DLV en PPO een gezamenlijke BIOM boomteeltmiddag georganiseerd in Drachten. De middag stond in het teken van sectorontwikkeling in de biologische boomteelt met het accent op afzet van de producten. Ca. 20 telers namen deel aan deze bijeenkomst (BIO Boomteelt en innovatie)
- Biofruitteelt heeft een internetsite (www.biofruitteelt.nl).
- Workshops toekomstbeelden en backcasting met deelname diverse actoren (toekomstbeelden).
- Rapport 'Plannen voor planten' en Nieuwsbrief 'Toekomstverkenningen in de Nederlandse open teelten' (toekomstbeelden).
- Vakbladartikelen en rapporten rond bedrijfseconomische vraagstukken (perspectievenstudies).

- Vakbladartikelen en rapporten rond het thema intersectorale samenwerking in de open teelten met concrete voorbeelden (intersectorale samenwerking).
- Vakbladartikelen over (aspecten) van lopend systeemonderzoek, met name in de vollegrondsgroente, bomen, bollen en fruitteelt (innovatie).
- De Telen met toekomst energie en klimaat meetlat (ook voor bio, indicatoren project).
- Vele lezingen over de kansen en knelpunten van biologische systemen in de diverse sectoren (innovatie), bereik vele honderden kwekers en telers.
- Vele excursies met grote aantallen bezoekers op de locaties waar biologische bedrijfssystemen ontwikkeld worden (innovatie), bereik vele honderden telers en belangstellenden, tellen we grotere open dagen mee ligt het aantal ver over de dui-zend.
- Diverse locaties hebben meegedaan de open dagen van BIOLOGICA. Deze werden goed bezocht.(innovatie).
- In juni werd een Themamiddag Geïntegreerde Gewasbescherming in de boomteelt georganiseerd, waar ca. 60 mensen aan deelnamen. Op deze middag werd veel aandacht geschonken aan het inpassen van zomerbloemen in andere be-drijfssystemen o.a. zomerbloemstroken tussen boomkwekerijgewassen (zichtbaar in biologisch systeem) (innovatie).
- Ervaringen van bedrijfssystemenonderzoek biologische zomerbloemen zijn verwerkt in het zakboek Geïntegreerde gewas-bescherming in buitenbloemen, een uitgave van PPO en LTO-Groeiservice (innovatie).
- Begin van bundeling van krachten (landelijk) rond ontwikkelen rijpaden systemen (innovatieprocessen in de praktijk)
- Artikelen, lezingen excursie's en open dagen rond het rijpadensysteem onderzoek in West Brabant (rijpadensysteem).
- Vele gesprekken met ketenpartijen in de bollen en vollegrondsgroente ten behoeve van de ketenanalyse studies, gesprek-ken in alle sectoren vanuit de praktijknetwerken.
- Ten behoeve van beleidsmakers, beslissers en opinieleiders is in 2003 het kwartaalblad SYSCOPE gerealiseerd. Tevens is een website gerealiseerd: www.syscope.nl. waarop iedereen kennis kan nemen van opzet en voortgang van dit pro-gramma en de andere systeeminnovatieprogramma's
- Er is een biologisch onderzoekbericht verschenen (BOB 3) over dit programma

Beschikbare bronnen om verder informatie te vinden: (aangegeven door programmaleider)

- de programmarapportages over 2003 en 2004

14.5 Systeeminnovatie Biologische beschermde teelten (400-II)

Deelnemende instituten

WUR (PPO, PRI, IMAG, ATO, LEI, Alterra) LBI

Looptijd programma

Het programma loopt vanaf 2002 tot 2005

Doelstelling

Doelstelling van het programma is:

Het opleveren van kennis die praktiserende en naar de biologisch productiewijze overschakelende ondernemers nodig hebben om op een maatschappelijk verantwoorde wijze de noodzakelijke vernieuwingen in het transitieproces naar duurzame biologi-sche bedekte teelten door te voeren. Daarnaast wordt kennis opgeleverd die LNV nodig heeft om haar voorwaardenscheppen-de beleid gericht op transitie naar duurzame teelten bij te stellen.

Doelgroep

Overheden, bedrijfsleven, maatschappij, kennisintermediairen

Resultaten (aangegeven door programmaleider)

- Hulpmiddelen en strategieën om ondernemers zonder teeltrisico 's tegen een zo laag mogelijke kostprijs en met een ver-antwoorde inzet van grondstoffen vraaggestuurd te kunnen laten produceren
- Innovatietrajecten gericht op geheel nieuwe duurzame bedrijfssystemen na 2030 met evenwichtige mix van 3 P 's
- Nieuwe ketenconcepten gericht op het vergroten van aanbod aan biologische producten jaarrond (productverbreding en vernieuwing).
- Professionalisering van de biologische sector middels verbetering zwakke punten in ondernemersschap

Aandachtspunten n.a.v. voortgang programma (aangegeven door programmaleider)

- Biologische sectoren staan onder druk: geen omschakeling, daardoor ook niet of nauwelijks co-financiering vanuit bedrijfs-leven
- Ketenomkering verdient veel aandacht, people and planet in de keten. Accenten verschuiven van kostprijsbeheersing naar creëren van toegevoegde waarde (people and planet) en dit vermarkten
- Praktijknetwerken vormen basis van het programma: verder uitbouwen ook na 2005

Kennisverspreiding (aangegeven door programmaleider)

Er is een biologisch onderzoekbericht verschenen (BOB 4) over dit programma

Beschikbare bronnen om verder informatie te vinden: (aangegeven door programmaleider)

- www.syscope.nl,
- www.biokas.nl
- Voortgangsrapportage 2003 voor het programma 'Systeeminnovatie biologisch beschermde teelten (400-II)

14.6 Biologische veehouderij (PO 34)

Deelnemende instituten

ASG-PV in samenwerking met andere divisies ASG, A&F, LEI, Alterra, RIKILT, PRI. Verder bijdragen van buiten WUR: Louis Bolk Instituut, DLV en GD

Looptijd programma

Het programma loopt vanaf 2000 tot en met 2004

Doelstelling

Doelstelling van het programma is:

Het vinden van oplossingen voor verschillende technische problemen binnen de veehouderij.

Doelgroep

Primaire producenten.

Resultaten (aangegeven door programmaleider)

Het programma heeft onder meer technische kennis opgeleverd op het gebied van

- voeder gewassen voor de biologische melkveehouderij
- bemesting en gras-klover beheer
- alternatieve geneeswijzen voor de meest voorkomende gezondheidsproblemen in de biologische melkveehouderij
- economisch rendabele kraamstallen aangepast aan de gedragsbehoeften van varkens
- geschikte ruwvoerders en eiwitrijke voeder gewassen voor varkensvoer
- long – lever aandoeningen bij biologische varkens
- inrichting en beheer van uitlopen voor biologische varkens en pluimvee
- de werkelijke kostprijs van biologische melk, vlees en eieren

Aandachtspunten n.a.v. voortgang programma: (aangegeven door programmaleider)

Kennisverspreiding (aangegeven door programmaleider)

Het programma levert deze kennis direct aan veehouders via

- actieve samenwerking en betrokkenheid van veehouders bij de totstandkoming en uitvoering van het onderzoek ('participatief'), in het bijzonder via de netwerkprojecten Bioveem, Biovar en Ekopluijm
- kennisuitwisseling via activiteiten op de biologische Praktijkcentra Aver Heino (melkvee), Raalte (varkens) en Spelderholt (pluimvee)
- een interactieve website www.biologischeveehouderij.nl met als onderdeel daarvan een telefonische en elektronische vraagbaak voor technische problemen (de 'Biofoon'), die aantoonbaar goed gebruikt worden door veehouders
- Er is een biologisch onderzoekbericht verschenen (BOB 2) over dit programma

Beschikbare bronnen om verder informatie te vinden: (aangegeven door programmaleider)

Zie kennisverspreiding

14.7 Biologische productiesystemen in Akkerbouw en VGG (342)

Vooraf

Het onderzoek sloot aan bij het maatschappelijk debat over voedselproductie. Door een toenemende zorg bij consumenten over de kwaliteit van voedsel en voedselproductie was de vraag naar biologische producten groeiende. De biologische sector stond en staat voor de opgave de consument te bedienen door biologische producten van hoge kwaliteit aan te bieden. De sector moet dat doen zonder de inzet van een aantal groeiregulerende technieken die in de gangbare landbouw algemeen gebruik zijn. Vandaar de sterke focus binnen dit programma op het verhogen op de weerbaarheid van de plant. Daartoe is gezocht naar wegen om nieuwe rassen te ontwikkelen die beter aangepast zijn aan de biologische teelt en een betere weerbaarheid hebben.

Deelnemende instituten

Plant Research International
Louis Bolk Instituut

Looptijd programma

2000-2003

Doelstelling

Het programma had een tweeledige doelstelling: ondersteuning van de sector, en daarmee tevens ondersteuning van het beleid van LNV om de biologische sector te laten groeien tot 10% in 2010. Het programma had tot doel strategieën te ontwikkelen waarmee efficiënt resistente gewassen kunnen worden ontwikkeld ten bate van biologische teelt. Er is speciaal gelet op de totale plantontwikkeling, omdat opbouw en groei van het gewas onder de gewenste teeltcondities vaak een grote invloed heeft op de weerstand van het gewas tegen ziekten en plagen.

Doelgroep

- Veredelingsbedrijfsleven
- Producenten uitgangsmateriaal
- Primaire producenten
- Beleid

Resultaten (aangegeven door programmaleider)

- Voor de veredelingssector zijn een aantal onderzoeksrichtingen in gang gezet waarbij de genetische variatie voor resistentie en/of genetische variatie voor aanpassing aan biologische omgevingen is bepaald.
- Voor ui heeft het onderzoek geleid tot de identificatie van wilde soorten met een krachtiger wortelstelsel.
- Voor peen is variatie aangetoond in gevoeligheid voor *Alternaria*. De resistentie is overdraagbaar en kan dus gebruikt worden in de veredeling.
- Er is een duidelijke variatie gevonden in *Fusarium*-gevoeligheid van tarwe-rassen. Ook in de minder gevoelige rassen kan echter toxine-ophoping plaatsvinden als de rassen kunstmatig besmet worden.
- Er is een model ontworpen waarmee gras-klaver mengsels bestudeerd en geoptimaliseerd kunnen worden.
- Veredeling op rassen die speciaal profiteren van gunstige effecten van bacteriën (ondergronds veredelen) lijkt perspectiefvol.
- Er is een aanzienlijke variatie tussen paprika-rassen voor groei bij lagere temperaturen.
- Er is binnen de onderzochte gewassen in grote lijnen voldoende biologisch uitgangsmateriaal beschikbaar om te kunnen voldoen aan de Europese norm voor biologisch uitgangsmateriaal.

Kennisverspreiding (aangegeven door programmaleider)

De communicatie is vooral gericht geweest op de sector. Voor een groot deel is de communicatie verlopen binnen de reguliere projecten en daar ook beschreven. Centraal heeft de communicatie zich met name op drie onderdelen gericht.

- Streven naar groter vertrouwen en begrip tussen de sector en de projectmedewerkers
- Houden van centrale voordrachten om het programma als geheel te presenteren en te bediscussiëren.
- Houden van strategische discussies het programma te evalueren en een nieuw programma te ontwerpen.

Geraadpleegde bronnen m.b.t. dit format

Verslag tbv de ex-post evaluatie, 20 februari 2003

14.8 Koepelprogramma Biologische Landbouw (401-I)

Vooraf

Kennisontwikkeling en -verspreiding is een van de hoofdlijnen van het LNV-beleid op het gebied van de biologische landbouw. Een optimale afstemming en coördinatie van het door LNV geïnitieerde onderzoek is daarbij zeer gewenst. Dit geldt evenzeer voor de ontsluiting van kennis en informatie over biologische landbouw. Deze organisatie- en communicatiestructuur krijgt gestalte in het onderhavige programma.

Deelnemende instituten

IBL (Alle betrokken WUR-instituten)

Looptijd programma

Het programma loopt vanaf 2002 tot en met 2005

Doelstelling

Doelstelling van het programma is:

Het realiseren van een organisatie- en communicatiestructuur die zich allereerst een integrale kennisontwikkeling voor de biologische landbouw ten doel stelt (zowel inhoudelijk (b.v. kennis synthese) als procesmatig (attitude)), en parallel hieraan de ontsluiting van informatie over relevante projecten en onderzoeksresultaten. De op te leveren producten in het programma onderscheiden zich naar twee aspecten:

- A. Integrale kennisontwikkeling
- B. Kennisontsluiting.

Doelgroep

Overheid, Maatschappelijke organisaties, landbouwbedrijfsleven, kennisinstellingen en intermediairen.

Resultaten en Kennisverspreiding (aangegeven door programmaleider)

De resultaten zijn samengevat in de jaarlijkse voortgangsrapportages naar LNV en zijn te vinden op de website www.biologischelandbouw.net. Het programma is geen onderzoeksprogramma, maar een communicatie en procesprogramma. Voor de doelgroepen is de output van de kennisontsluiting (project B) direct toepasbaar. Deze output bestond uit een mediamix van:

- De website biologischelandbouw.net
- De projectenbank met een overzicht van de lopende projecten op het gebied van de biologische landbouw
- De kennisbank met een overzicht van de verschenen artikelen, publicaties en rapporten (de eerste fase met 15000 titels is eind 2003 opgeleverd)
- De maandelijkse digitale nieuwsbrief IBL-actueel met recente info van het koepelprogramma
- De biologische onderzoeksberichten. Er is ook een biologisch onderzoeksbericht verschenen over dit programma zelf (BOB 6)

Binnen project A werden drie deelprojecten uitgevoerd:

- Afstemming van de 12 onderliggende programma's leidend tot o.a. 12 gezamenlijke projecten; gezamenlijke communicatie; zeven workshop resultaten en het tweede kerngroerapport.
- Kennissynthese leidend tot 6 rapporten voor beleid en onderzoek in 2002 en tot 7 kennisproducten voor het MBO-onderwijs (projecten Bioplant en Biodier)
- Trainingsprogramma's, cursussen en coaching van programma- en projectleiders op het gebied van de biologische landbouw.

Aandachtspunten n.a.v. voortgang programma (aangegeven door programmaleider)

De resultaten van het koepelprogramma zijn door de begeleidingscommissie in 2002 als goed en in 2003 als zeer goed beoordeeld. Er werd meer geleverd dan volgens het programma was afgesproken.

Beschikbare bronnen om verder informatie te vinden: (aangegeven door programmaleider)

- Programmabeschrijving Koepelprogramma Biologische landbouw
- Kennisbank en Projectbank op www.biologischelandbouw.net
- Jaarrapportages 2002 en 2003 naar de begeleidingscommissie van LNV

14.9 Intersectorale samenwerking (401-II)

Vooraf

In de nota 'Een biologische markt te winnen' heeft LNV de ambitie uitgesproken van een aandeel van 10% biologische landbouw in de Nederlandse agrisector in 2010. Deze biologische landbouw moet geleidelijk aan voor een steeds groter aandeel op basis van biologische grondstoffen produceren. Het streven is een gebruik van 100% biologische mest en voedermiddelen.

Deelnemende instituten

WUR, LBI

Looptijd programma

Het programma loopt vanaf april 2003 tot en met 2005

Doelstelling

Onderzoeken van integrale oplossingen van knelpunten in biologische productie- en ketensystemen. Deze hebben een drempelverlagend effect bij de omschakeling van gangbare naar biologische productie. Inzicht in oplossingsrichtingen geeft de overheid richting voor het begeleiden, verspreiden of ontwikkelen van kennis om knelpunten weg te nemen. Het programma is opgebouwd uit een aantal projecten. In 2003 is er gewerkt aan de projecten:

- C1: Analyse en integratie van onderzoeksresultaten met betrekking tot intersectorale samenwerking: formulering van knelpunten,
- C2: Concepten voor intersectorale samenwerking
- C5: Communicatie.

Doelgroep

De kennis die uit het programma naar voren komt is gericht op het beleid. Maar het beleid is gericht op de ontwikkeling van de biologische sector. Vandaar dat primaire producenten en de toeleverende en verwerkende industrie waarschijnlijk de belangrijkste gebruikers zijn van de output van het programma.

Resultaten (aangegeven door programmaleider)

- C1: Er is in 2003 een verslag over de analyse en integratie van resultaten van relevante onderzoeksprojecten met betrekking tot het sluiten van kringlopen opgesteld. Definitieve verschijning van de rapportage zal in 2004 plaats vinden.
- C2: Vijf concepten zijn uitgewerkt: extensieve akkerbouw gecombineerd met extensieve melkveehouderij, intensieve groenteteelt met extensieve melkveehouderij, intensieve melkveehouderij met extensieve akkerbouw, legkippenhouderij met extensieve akkerbouw, en varkenshouderij met extensieve akkerbouw. Rapportage volgt.
- Alvorens de rapportages van C1 en C2 verspreid worden zal allereerst een folder met de belangrijkste uitkomsten van project C1 en project C2 uitkomen. Geïnteresseerden kunnen daarna de rapportage van C1 en/ of C2 opvragen.
- C5: Er is in 2003 een communicatieplan opgesteld. Dit plan is afgestemd met de communicatieactiviteiten van andere biologische onderzoeksprogramma's (bijv. Biologische Veehouderij) en besproken met het Biologische Landbouw en Platform Biologica.

De resultaten in het eerste jaar van het programma waren met name gericht op inventariseren van knelpunten en mogelijke oplossingsrichtingen. De discussie over de knelpunten met stakeholders heeft een duidelijke prioritering teweeg gebracht in de problematiek waaraan gewerkt moet worden (waar ligt de kennisbehoefte van de biologische producenten). Dit jaar en komend jaar moeten antwoorden op (een deel van) de problemen gegeven worden, wat zal leiden tot direct toepasbare resultaten in de praktijk.

Aandachtspunten n.a.v. voortgang programma (aangegeven door programmaleider)

Uit de evaluatie van de programma-activiteiten in 2003 kwam naar voren dat meer aandacht / energie in de communicatie richting de doelgroep (sector) besteed moet worden. Er is een communicatieplan opgesteld om de kennisuitwisseling meer te stroomlijnen. Naast standaard rapportages is besloten dat ook makkelijk leesbare flyers of folders gemaakt gaan worden om de highlights van een deel-onderzoek snel bij de doelgroep onder de aandacht te brengen.

Kennisverspreiding (aangegeven door programmaleider)

- Kennisoverdracht vindt plaats via workshops en tot nu toe twee artikelen die rondom de workshop in Ekoland zijn verschenen.
- Er is verder een apart communicatieplan opgesteld om de gegevens te verspreiden. Folders met samenvattingen van resultaten, rapporten, workshops en lunchbijeenkomsten bij LNV maken onder andere deel uit van de communicatieactiviteiten.
- Er is een biologische onderzoeksbericht verschenen (BOB 10) over dit programma

Beschikbare bronnen om verder informatie te vinden: (aangegeven door programmaleider)

- Programmabeschrijving + werkplan 2004
- Voortgangsrapportage programma 'Intersectorale samenwerking' voor LNV 2003
- Communicatieplan

14.10 Integratie Gamma – betaonderzoek (LEI-373)

Vooraf (eventueel)

Het programma dat hierboven staat genoemd heeft maar ten dele een biologische invulling gehad.

De resultaten van dit deelonderzoek zijn beschreven in het LEI Rapport:

Biologische waarden in tweevoud; Waarden als determinanten van communicatie en samenwerking in biologische voedselketens, Meeusen, M.J.G., V. Beekman, R.P.M. de Graaff en S.M.A. van der Kroon Den Haag, LEI, Rapport 5.03.05; 114p

Dit rapport gaat over de communicatie en samenwerking binnen de biologische voedselketen vanuit het perspectief van 'waarden'. De veronderstelling was dat met de groei van de biologische voedselproductie het aantal marktactoren toeneemt en ook de diversiteit aan motivaties, drijfveren en beelden ten aanzien van de biologische voedselproductie groeit. Of er werkelijk sprake is van een grote diversiteit aan waarden en - daaruit voortvloeiend - motivaties, wensen en verwachtingen ten aanzien van de biologische voedselproductie is onderwerp van dit rapport. Verder laat dit onderzoek zien of en in hoeverre verschillen in waarden bepalend zijn voor de wensen die marktactoren hebben wat betreft communicatie en samenwerking met anderen. Tot slot geeft het rapport een beeld van de relatie tussen waarden enerzijds en gedrag ten aanzien van informatie-uitwisseling, samenwerking en aankoopgedrag anderzijds.

Deelnemende instituten

LEI

Looptijd programma

Het programma loopt vanaf 2000-2003

Kennisverspreiding

Zie boek

14.11 Verwerking en afzet van biologische producten (ATO-387)

Voor deze beschrijving is alleen gebruik gemaakt van het advies van de ex-post evaluatiecommissie. Dit programma is al afgesloten in 2001.

Deelnemende instituten

ATO

Looptijd programma

2001

Doelstelling

Het programma heeft het karakter van een programmeringstudie en richt zich op het in kaart brengen van concrete kennisbehoefte voor het opzetten van een marktgerichte, efficiënte en professionele afzetstructuur voor biologische producten welke zullen leiden tot een vergroting van de van de afzetmogelijkheden en een betere afstemming tussen kwaliteit- en leveringscondities van verkooppunten/consumenten enerzijds en producenten en verwerkers van biologische producten anderzijds.

Doelgroep

De doelgroep is vooral beleid maar er zijn ook andere doelgroepen die de gegenereerde kennis kunnen gebruiken.

Resultaten

De studie geeft een goed overzicht van de problemen in verschillende sectoren. Een prioritering daarvan ontbreekt echter, wat de lijst weinig bruikbaar maakt voor het kiezen voor de aanpak van specifieke knelpunten. De denkrant zoals in het rapport gepresenteerd is heel bruikbaar. De vaststelling van verschillende 'perspectieven' bij de verschillende stakeholders van de biologische landbouw, is voor het beleid relevant.

15 Korte beschrijving BIO-praktijkprojecten

De beschrijving is gebaseerd op informatie van de websites.

15.1 BLOKAS

De doelen van Biokas zijn:

- het verder ontwikkelen en toepassen van innovaties op praktijkbedrijven;
- het ondersteunen van biologische en omschakelende tuinders door kennis te vertalen;
- het versterken en uitbreiden van de biologische glastuinbouw.

Dit leidt tot de volgende activiteiten:

- aan de hand van de thema's samen met tuinders formuleren en uitvoeren van onderzoek, zowel op proeftuinen als op bedrijfsniveau;
- intensief kennis uitwisselen tussen onderzoekers, adviseurs en tuinders;
- begeleiden van tuinders bij het omschakelingsproces;
- doorgeven van opgedane kennis en ervaringen.

Binnen het project Biokas bestaan er vijf belangrijke thema's.

- bodemvruchtbaarheid en bemesting
- gewasbescherming en bodemziekten
- energiebesparing en duurzame energie
- produkt- en ketenkwaliteit
- economie

Financien

Project	2001	2002	2003	2004	2005	2006
BLOKAS	€ 90756	€ 90756	€ 90756	€ 90756	€ 90756	€ 90756

15.2 Bio flora: biologische sierteelt

Stichting Natuur en Milieu en Florganic hebben het project Bio Flora in het leven geroepen. De teelt en de afzet van biologische sierteeltproducten groeien. Een groot deel van de afzet vindt plaats in het buitenland, net als bij de gangbare Nederlandse sierteeltproducten. In Nederland is veel potentie voor zowel de vraag als het aanbod van biologische bloemen.

Het project Bio Flora probeert deze prille keten te managen en vraag en aanbod met elkaar in contact te brengen. Daarnaast brengen we de knelpunten in de keten in kaart en bedenken we, samen met andere ketenpartijen, oplossingen voor die knelpunten. Voor eind 2006 moet de verkoop van biologische sierteeltproducten (bloemen, bollen en planten) een zodanige omvang hebben dat het areaal biologische sierteelt in Nederland wordt verdubbeld.

15.3 BIOM

In november 2002 startte de tweede fase van het BIOM-project. BIOM-II als vervolg op BIOM-I

BIOM staat voor Biologische landbouw Innovatie en Omschakeling. BIOM is gericht op het realiseren van twee doelen:

- Versterken van de biologische bedrijfsvoering
- Verbreden van de biologische praktijk

BIOM is een samenwerkingsproject van:

- 40 biologische akkerbouwers, vollegrondsgroentetelers en bloembollentelers
- Praktijkonderzoek Plant & Omgeving (PPO)
- DLV Adviesgroep NV

Centraal in de aanpak van BIOM staan 40 praktijkbedrijven. Op deze bedrijven wordt samen met de ondernemers gewerkt aan innovatie en verbetering van de biologische bedrijfsvoering, zowel teeltechnisch als op het gebied van de afzet. Resultaten, ervaringen en knelpunten stromen snel door naar ondernemers, adviseurs, onderzoek, ketenpartners en andere belanghebbenden. Dit niet alleen via de gebruikelijke media-aandacht, maar ook via excursies, themadagen, regiobijskomsten en activiteiten samen met landelijke en regionale ketenpartijen. Daarnaast besteedt BIOM veel aandacht aan versterking van de regionale samenwerking rond biologische landbouw.

Het project Biom komt uit de koker van het ministerie van Landbouw en loopt tot en met 2005. Het moet telers overhalen om over te schakelen op biologische akkerbouw, vollegrondsgroenten- en bloembollenteelt. Jaarlijks is hiervoor 680.000 euro in kas. Omdat in Biom I is gebleken dat vooral op het punt van bemesting en vruchtwisseling veel winst valt te behalen, zijn dit belangrijke aandachtsgebieden in de tweede fase.

Studie naar spelers biomarkt

Begeleiding van telers is niet alles. Binnen het project Biologische landbouw Innovatie en Omschakeling; uitgerekend biologisch! (Biom II) is ook onderzoek gedaan onder de spelers op de biomarkt. Er zijn veertig interviews gehouden met vertegenwoordigers van diverse schakels in de bedrijfskolom. Zo is een beeld ontstaan van de knelpunten bij de afzet van biologische producten en zijn mogelijke oplossingen in kaart gebracht.

15.4 Ekopluijm

In februari 2003 heeft het ministerie van LNV toegezegd het EKOpluijm-project te financieren. EKOpluijm is een initiatief van Louis Bolk Instituut, Praktijkonderzoek Veehouderij (voorheen het Spelderholt) en DLV Adviesgroep. In dit project wordt onderzoek op pluimveebedrijven in de nieuwe biologische proefstallen van het Praktijkonderzoek direct gekoppeld aan voorlichting via studieclubs en individuele bedrijfsbegeleiding.

Thema's

Opfok: Er is veel onderzoek gedaan naar de relatie tussen omstandigheden tijdens de opfok en het gedrag tijdens de legperiode. Samen met opfokkers worden de resultaten bekeken van verschillende maatregelen op het gebied van management, stalrichting en uitloopgebruik.

Voeding: Uit onderzoek is gebleken dat verstrekken van ruwvoer leidt tot een betere gezondheid en natuurlijker gedrag. Verschillende typen ruwvoer zullen met pluimveehouders geëvalueerd worden.

Rassen/merken: Het onderzoek ondersteunt boeren die verschillende soorten kippen op hun bedrijf houden door gegevens over productie, gezondheid en gedrag van deze koppels bij te houden en te analyseren.

Diergezondheid en voedselveiligheid: Samen met pluimveehouders wordt gekeken met welke maatregelen dioxine en wormen in eieren teruggedrongen kunnen worden.

Natuur en landschap: Gekeken wordt naar de mogelijkheden voor een natuurlijke beplanting op het bedrijf, met name in en rond de kippenuitloop.

Intersectorale samenwerking. Biologische landbouw streeft naar een kringloop. Waar deze niet op één bedrijf gerealiseerd kan worden, biedt samenwerking tussen bedrijven uitkomst. Tijdens het project wordt gekeken of er behoefte is aan samenwerking met akkerbouwers en tuinders en waar mogelijk wordt bemiddeld.

Pluimveehouderij als neventak: Er wordt gekeken naar mogelijkheden en rentabiliteit van zowel leg- als vleespluimvee als neventak. Het Praktijkonderzoek Veehouderij zal in haar biologische stallen kijken naar verschillende huisvestingssystemen en uitloopgebruik en bij vleeskuikens ook naar voermanagement.

Overigens staan alleen de hoofdlijnen van onderzoek nog maar vast. Detaillering hangt af van de belangstelling van de deelnemende bedrijven. Het onderzoek zal worden afgestemd met onderzoek dat in andere Europese landen plaats vindt. In Denemarken, Duitsland en Zwitserland vindt namelijk ook onderzoek plaats ten behoeve van de biologische pluimveehouderij. Waar mogelijk zoekt het project voor de kennisoverdracht aansluiting bij bestaande studieclubs.

15.5 BIOVEEM

In dit project staan 17 pioniers op het gebied van de biologische melkveehouderij centraal. Begeleid door DLV, LBI en PV. In samenwerking met GD, PRI, LEI en ID. Participatief onderzoek is een van de pijlers van Bioveem. Is dat nieuw voor het Praktijkonderzoek Veehouderij? Ja en nee. Praktijkonderzoek is onderzoek in de praktijk (op praktijkcentra en praktijkbedrijven) voor direct toepasbare resultaten voor de praktijk. Ook dat is binnen Bioveem aan de orde. Nieuw is dat er nadrukkelijk met de veehouders op hun bedrijven gezocht wordt naar (nieuwe) oplossingen.

Dus de ideeën en de oplossingen van de veehouder zijn het uitgangspunt, en niet de ideeën van de onderzoeker of begeleider. Beter gezegd: Samen met de veehouder zoeken naar mogelijkheden en toetsbare oplossingen op zijn bedrijf. Geen standaard oplossingen, maar wel oplossingen waar andere bedrijven en de verschillende kennisinstellingen van kunnen leren.

Naast dit ontwikkelingstraject is de tweede pijler van Bioveem de kennisoverdracht. Nieuwe kennis en ervaringen voor biologische melkveehouders, maar ook nadrukkelijk voor alle andere melkveehouders. Veel nieuwe ervaringen zullen immers ook voor de niet-biologische veehouders toepasbaar zijn. Denk aan het gebruik van alternatieve voedergewassen, de zorg voor een vruchtbare bodem, het onderdrukken van onkruiden en het verminderen van antibiotica.

15.6 BIOVAR:

Biologisch varkensvlees. De activiteiten in de biologische varkenshouderij komen voort uit het project Ketenmanagement Biologisch Varkensvlees en het demonstratieproject Biovar van Biologica. Voor de biologische varkenshouderijketen lopen diverse projecten en onderzoeken. Ze staan hierna in een overzicht en zijn vervolgens kort getypeerd.

1. Eerlijke prijs, Heerlijke prijs
2. Kritische punten in de borging van regelgeving voor de biologische varkenshouderij
3. Concurrentieanalyse biologische varkenshouderij Nederland, Duitsland, UK en Denemarken
4. Positionering EKO-vlees en voorbereiding van EKO-vleescampagne
5. Toename van biologische landbouw in Nederland: mogelijkheden en knelpunten
6. Knelpunten in de voeding van biologische varkens
7. Monitorsysteem voor gebruik diergeneesmiddelen op biologische varkensbedrijven
8. Onbeperkt voederrantsoen voor zeugen in groepshuisvesting
9. Inventarisatie parasitaire infecties en de salmonella-status op biologische en scharrelvarkensbedrijven en conventionele bedrijven met groepshuisvesting en stro
10. Demonstratieproject Stichting Biologische Varkenshouderij Gemert

- 11. Praktijkonderzoek programma biologische veehouderij:
 - 11a. Kostprijs biologische varkenshouderij
 - 11b. Economisch perspectief biologische varkenshouderij
 - 11c. De kraamstal in de biologische varkenshouderij
 - 11d. Uitlopen voor de biologische varkenshouderij
 - 11e. Gefermenteerd voer voor biologische gespeende biggen
 - 11f. Oriënterend onderzoek homeopatie speendiaree

16 Mogelijke RSBP-wijzigingen

Voor de openstelling in 2004 zijn de volgende aanpassingen in de RSBP overwogen, maar deze zijn uiteindelijk om praktische redenen niet doorgevoerd (aanpassen zou te lang duren en sommige aanpassingen bleken niet mogelijk). Daarom is voor 2004 aslnog de 'oude' RSBP voor de laatste keer gehandhaafd.

Mogelijke aanpassingen RSBP
Schrappen/op nul zetten voortzettingspremie
Premie voedergewassen verlagen of op nul
Verhogen premie glastuinbouw/fruitteelt
Lagere bijdrage extensieve fruitteeltgewassen, zoals hoogstamfruit
Splitsing in productierichting appels en peren
Nadere eisen tot teelten in de regelingstekst opnemen (bijv. aantal bomen per hectare)
Uitbetalingritme aanpassen: meer geld in eerste twee jaren?
Verlagen minimumbedrag glastuinbouw (4500 -> bijv. 2000 €)

17 Onderzoek arbeidsbesparende middelen

Kritische succesfactoren bij het aantrekken en behouden van personeel in de biologische landbouw	Hendrix, Smits	1999 IMAG Nota 99-142	Oude Vrielink (A&F) 0317-476460	Van Leeuwen (LNV-DL) 070-3784263
Quick Scan arbeidsknelpunten biologische productiemethoden	Lokhorst	2000 IMAG Nota P2000-38	Rechtstreekse opdracht vanuit LNV.	Breimer (LNV-DWK) 070-378....
Liggend wieden minder efficiënt dan lopend wieden	Lokhorst Hendrix Looije	Landbouwmechanisatie mei 2001, 14-15	Oude Vrielink (A&F)	Van Leeuwen (LNV-DL)
Aanpassing teelt en mechanisatie oplossing voor arbeidsprobleem bij onkruidbestrijding.	Kurstjens, D.A.G. & R.Y. van der Weide	2000. <i>Landbouwmechanisatie</i> 51 (5): 20	Lotz (PRI) 0317-475925	
Sensoren voor onkruiddetectie; een verkenning.	Vermeulen, G.D. & J. Hemming,	2000. Wageningen, IMAG-Nota P 2000-33, 20 pp	Lotz (PRI)	
Regionale arbeidsknelpunten bij groei van de biologische landbouw	Koole Smits	2001 LEI		Van Leeuwen (LNV-DL)
Onkruidbestrijding in de biologische landbouw	Hendrix Looije Lokhorst	2001 IMAG Nota P2001-14	Oude Vrielink (A&F)	Van Leeuwen (LNV-DL)
Arbeidskwaliteit bij biologische open teelten	Hendrix Looije Lokhorst Oude Vrielink	2002 IMAG Rapport 2002-06	Wijnands (PPO-agv) 0320-291621	Van de Wijnboom (LNV-DL) 070-378....
Bedrijfseconomische beoordeling van onkruidbestrijdingsstrategieën	Bleeker Jukema Van der Weide Schoorlemmer	2002 PPO Rapport 1303551	Wijnands (PPO-agv)	Van de Wijnboom (LNV-DL)
Wieden zonder handwerk	Lokhorst, C, Achten, V., Bakker, Goense, D. en G.D. Vermeulen	Ekoland 3-2003, pp. 12-13.	Lotz (PRI) 0317-475925	
Een technology assessment studie naar de wiedrobot.	Smits, M.J., M. Hoorweg, H. Donkers en B. Gremmen	LEI rapport, 2003.	Lotz (PRI) 0317-475925	
Biologische Landbouw goed af met permanent rijpad. (interview met Bert Vermeulen).	Zevenbergen, G.	2003. Landbouwmechanisatie februari 2003	Wijnands (PPO-agv)	Van de Wijnboom (LNV-DL)
Rondvraag mechanische onkruidbestrijding in de biologische landbouw. (concept).	Vermeulen, G.D., D.A. van der Schans en H.J. Dibbits	IMAG nota.	Lotz (PRI) 0317-475925	?

18 Financiële Overzichten onderzoeksprogramma's

18.1 Projecten Louis Bolk Instituut

Projecten Louis Bolk Instituut (bedragen in Euros per jaar)									
Titel	totaal 1992-2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Start voor 1999									
Biol. pootaardappelteelt	175.481								
Zaaizaadverm. biol. groenteteelt	15.882								
Vruchtzetting biol. fruitteelt	20.420								
Schurft in biol. fruit (NRLO)	9.076								
Bemestingsstrategie biol. fruitteelt	20.874								
Kennisuitwisseling Biologische landbouw 1994	24.958								
Perspectieven biologische glasteelt	48.033	5.277							
Optimalisatie doorzaai biol. grasland	28.134								
Kennisuitwisseling Biologische landbouw 1995	20.420								
Kennisuitwisseling Biologische landbouw 1996	20.420								
Alternatieve middelen Phytophthora inf.	7.365								
Duurzame biologisch plantenveredeling	163.654	2.140							
Kennismarkt Biologische akkerbouw en VGG	46.512	3.403							
Start 1999									
Bemesting biologische groenteteelt onder glas	117.983	36.302	36.302	9.076					
Product verbetering appel en peer	252.302	56.723	56.723	56.723	23.143				
Oplossing Phytophthora probleem	423.377	95.294	97.563	102.101	37.664				
Modellering stikstofdyn. tbv bedrijfsinnovatie	254.571	70.336	74.874	18.151	16.336				
Witte klaver op zand en org. mest	34.034	4.538	2.269						
Start 2000 e.v.									
Kennismarkt Biologische landbouw veehouderij	48.441	29.496	18.945						
Biologisch fokken een weg te gaan	183.616	74.874	68.067	40.675					
BIOVEEMI (2000)	36.302	29.042	7.260						
Bemesting gras/klaver tbv koppelbedrijven PO-34	141.216	7.260	32.672	40.160	50.596	10.528			
Tolerantiedrempels zaadoverdraagbare ziektes DLO-388	16.016	12.706	3.310						
Knelpunten bemesting en bodemgebruik biola	22.653		18.151	4.501					
Homopathie diergezondheid PO-34	21.291		17.244	4.048					
Appels van stand (deel1)	191.579		82.361	91.437	17.781				
Appels van stand (deel2)	71.697				45.832	25.865			
Passende rassen (deel 1)	135.661		59.672	63.756	12.233				
Passende rassen (deel 2)	147.932				50.823	81.227	15.882		
Koppelbedrijven Noord Holland PO-34	74.046		19.739	24.686	24.686	4.935			
Koppelbedrijven Flevoland PO-34	59.187		17.697	19.286	18.605	3.598			
Koppelbedrijven Noord Brabant PO-34	59.187		15.882	19.739	19.739	3.825			
Internationale afspr. biol. plantenvered. met draagvlak	40.629		32.672	7.957					
BIOVEEMI (2001)	23.549		18.832	4.717					
BIOVEEMI PO-34	408.402		36.302	81.680	72.605	108.907	90.756	18.151	
Eko-pluim 2003/4	510.049				204.201	255.024	50.823		
Eko-pluim 2005/6	510.049						204.201	255.024	50.823
EU-policy	50.370				18.151	18.151	4.084	9.983	
Bijzondere bemesting	320.080				80		100.000	100.000	120.000
Subtotaal	4.755.449	427.391	716.539	588.692	612.475	512.062	465.747	383.159	170.823
GBP-programma									
Akkerbouw & vollegrondsgroente	171.529								
Fruitteelt	118.210								
Boomteelt	42.882								
Bloembollenteelt	17.017								
Melkveehouderij	46.286								
N-mineralisatie en org. stof	20.420								
Subtotaal	416.343								

18.2 Onderzoeksprogramma's DLO/PO

PO nr.	DLO nr.	Titel werkplannen lopende programma's	ROB	relatie advies prioritaire thema's commissie Beckers	Looptijd	Biologisch
SECTORGEBONDEN PROGRAMMA'S						
PO-1	-	Duurzame boomteelt			1998-2001	100%
PO-2	-	Duurzame fruitteelt en vruchtboomkwekerij additioneel bij PO-2			1998-2002	100%
PO-3	-	Duurzame bedrijfssyst. i/d akkerbouw en VGG			1998-2001	100%
PO-5	-	Duurzame bedrijfssystemen i/d bloembollenteelt			1998-2001	100%
PO-7	-	Duurzame teelt van eetbare paddestoelen			1998-2001	100%
PO-15		Duurz. bedrijfssystemen bloemisterij en glasgroenten			1998-2001	100%
SAMENWERKINGSPROGRAMMA'S PO/DLO						
PO-32	388	Kwaliteit uitgangsmateriaal	1	biologisch uitgangsmateriaal	2001-2004	90%
	388-II	veredeling biologisch materiaal	9			?
	400-I	Ontwikkeling biol. bedrijfssystemen open teelten	3	bedrijfssystemen ontwikkeling (2000)	2002-2005	100%
	400-II	Ontwikkeling biol. bedrijfssystemen bedekte teelten	4	bedrijfssystemen ontwikkeling (2000)	2002-2005	1
PO-34		Biologische veehouderij (incl BIOVEEM II)	2	bedrijfssystemen ontwikkeling (2000)	2000-2003	100%
				diergezondheid en dierenwelzijn (2000, 2001)		
	401-I	Koepelprogramma Biologisch (databanken)	10	koepelprogramma met databanken (2000)	2002-2005	100%
	401-II	Intersectorale samenwerking (onderdeel koepelprogr)	6	intersectorale en regionale ontwikkeling (2001)		
	343 (397-V?)	Onkruidbeheersing en bestrijding	5	onkruidbeheersing (2000, 2001)	2002-2004	80%
	423	Contrafinanciering AKK-programma vanuit DLO/PO	7	ketenontwikkeling (2000)		100%
	342	Biologische productiesyst. in akkerbouw en VGG (veredelingsonderzoek)		biologische veredeling (2002)	1998-2003	100%
	LEI-373	Integratie gamma-beta-onderzoek			??	?
	ATO-387	Verwerking en afzet biol prod.in voedingsm.			2001	100%
		Totaal biologisch onderzoek via PO/DLO				
		Totaal programma-middelen PO en DLO				
		Percentage biologisch / totaal onderzoek				

OVERIG ONDERZOEK BIOLOGISCH						
	397	gewasbescherming (gangbaar+biologisch)		gewasbescherming (2000)	2002-?	10%
	398	mest en mineralen (gangbaar en biologisch)		bodem en mest (2000)	2002	10%
	-	monitoring voedselveiligheid		productkwaliteit/-veiligheid (2000,2001)	2003	100%
		PM (open programmering)		verwerking biologische producten (2001,2002)	2003?	
		RenD fondsen WUR, open programmering		strategische studies (2000)	2002	
		PM (open programmering)		productkwaliteit (2002)	2004	
		agrobiodiversiteit (vervolg 352 LTO-project)		groene ruimte (2002)	2004	
	374	Ondernemerschap en markt (vervolg 374 in 2004)		markt en consument (2002)	2000	25%
		PM (open programmering)		gentechvrje productie (2002)	2003	
		-		mens en maatschappij (2002)	-	

PO nr.	DLO nr.	Titel werkplannen lopende programma's	TOTAAL 2001 x € 1.000,-			TOTAAL 2002 x € 1.000,-			TOTAAL 2003 x € 1.000,-			TOTAAL 2004 x € 1.000,- [indicatief]			TOTAAL 2001 2004	
			PO	DLO	TOT	PO	DLO	LB1	TOT	PO	DLO	LB1	TOT	DLO	LB1	TOT
SECTORGEBONDEN PROGRAMMA'S																
PO-1	-	Duurzame boomteelt	195		195											195
PO-2	-	Duurzame fruitteelt en vruchtboomkwekerij	227		227	320			320							547
	-	additioneel bij PO-2	91		91											91
PO-3	-	Duurzame bedrijfssyst. i/d akkerbouw en VGG	703		703											703
PO-5	-	Duurzame bedrijfssystemen i/d bloembollenteelt	313		313											313
PO-7	-	Duurzame teelt van eetbare paddestoelen	34		34											34
PO-15		Duurz. bedrijfssystemen bloemisterij en glasgroenten	681		681											681
SAMENWERKINGS PROGRAMMA'S PO/DLO																
PO-32	388	Kwaliteit uitgangsmateriaal	205	579	784	209	581		790	215	597		812	725		725
	388-II	veredeling biologisch materiaal												460	200	660
	400-I	Ontwikkeling biol. bedrijfssystemen open teelten				1.718	318		2.036	1.892	327		2.219	1.980		1.980
	400-II	Ontwikkeling biol. bedrijfssystemen bedekte teelten				1.134	318	220	1.672	1.169	327	185	1.681	1.320	185	1.505
PO-34		Biologische veehouderij (incl BIOVEE M II)	1.128		1.128	1.151	272		1.423	1.483	1.180	37	2.700	2.380		2.380
	401-I	Koepelprogramma Biologisch (databanken)				136	182		318	340	387	120	847	645	120	765
	401-II	Intersectorala samenwerking (onderdeel koepelprogr)														
	343 (397-V?)	Onkruidbeheersing en bestrijding				45	227		272	420	490		910	800		800
423		Contrafinanciering AKK-programma vanuit DLO/PO				69	204		273	116	469		585	500		500
342		Biologische productiesyst. in akkerbouw en VGG (veredelingsonderzoek)	1.925	1.925	1.925		1.965		1.965		578		578			
	LEI-373	Integratie gamma-beta-onderzoek	136	182	136	136			136		140		140			412
	ATO-387	Verwerking en afzet biol prod.in voedingsm.	182	182	182											182
		Totaal biologisch onderzoek via PO/DLO	3.577	2.822	6.398	4.782	4.203	220	9.205	5.635	4.495	342	10.472	8.810	505	35.390
		Totaal programma-middelen PO en DLO	22.779	93.385	116.164	24.006	90.689	220	114.915	24.251	91.951	342	116.544			112.426
		Percentage biologisch / totaal onderzoek	15,7%	3,0%	5,5%	19,9%	4,6%	100,0%	8,0%	23,2%	4,9%	100,0%	9,0%			8,3%

OVERIG ONDERZOEK BIOLOGISCH																
397		gewasbescherming (gangbaar+biologisch)											ca 600			
398		mest en mineralen (gangbaar en biologisch)											ca 300			
-		monitoring voedselveiligheid											350			
		PM (open programmering)											pm			
		R en D fondsen WUR, open programmering											pm			
		PM (open programmering)											pm			
		agrobiodiversiteit (vervolg 352 LTO-project)											pm			
374		Ondernemerschap en markt (vervolg 374 in 2004)											300			
		PM (open programmering)											pm			
		-											pm			

19 Begeleidingscommissie, klankbordgroep, onderzoeksteam

Begeleidingscommissie

Drs. D.W.H. (Niek) Joanknecht, projectleider evaluatie biologische landbouw, Directie Landbouw, LNV
Ir. L. (Lianne) Kersbergen, beleidsadviseur, Expertisecentrum LNV

Onderzoeksteam

Drs. R.J.M. (Robert) Taen, projectleider IMEconsult
Drs. L.H. (Bert) van Dalen, senior adviseur IMEconsult
Drs. P.P.M. (Pieter) de Ruijter, adviseur IMEconsult

Deelnemers Klankbordbijeenkomst

Mw. G. Nuytens, LNV
N. Joanknecht, LNV
G. Westenbrink, LNV
T. Breimer, LNV
Mw. M. de Lange, Task Force
A. Brouwer, Task Force
M. Steverink, ketenmanager vlees, zuivel
K. Rijnhout, ketenmanager AGF
J. Meijs, Biologica
M. Jansen, CBL
J.W. Straatsma, LTO
H. Bor, LTO

Interviewlijst		
Naam	Organisatie	Type gesprek
LNV		
mw. G. Nuytens	Ministerie van LNV	mond
N. Joanknecht	Ministerie van LNV	mond
G. Westenbrink	Ministerie van LNV	mond
B. Jol	Ministerie van LNV	mond
mw. M. de Lange	Ministerie van LNV	mond
D. Ooteman	Ministerie van LNV	mond
J.W.H. Stegehuis	Ministerie van LNV	mond
J.J. Ursulmann	Ministerie van LNV	mond
G.G. van Leeuwen	Ministerie van LNV	mond
Dr. T. Breimer	Ministerie van LNV	mond
M. Valstar	Ministerie van LNV	mond
Taskforce		
U. Schnier	Task Force MBL	mond
A. Monteny	Stichting Agro Keten Kennis	mond
C.A. Brouwer	Task Force MBL	mond
mw. M. de Heide	Task Force MBL	mond
mw. E. Klitsie	SMA	tel
J. Remmers	stichting Natuur&Milieu	tel
J.W. Straatsma	LTO	mond
M. Jansen	CBL	mond
B. van Ruitenbeek	Biologica	mond
A. Beuzel	Rabobank	mond
B. Ruter	Triodos bank	mond
mw. J. Kuilboer	Ketenmanager Sierteelt	tel
K. Rijnhout	Ketenmanager AGF	mond
M. Steverink	Task Force MBL / Biologica	mond
Ketenpartijen		
E.J. van den Brink	Udea BV	tel
I. Schwagermann	Stichting Biologische Landbouw Flevoland	tel
D.P.P. van den Dries	Commissie Beckers/Nautilus	mond
mw. S. Aalbers	AH	mond
F. Gerritsen	C-1000	tel
A. Gies	Laurus	tel
E. Crombags	Ecomel	tel
mw. S. van Beekveld	Oerlemans	tel
P. van de Loo	Nautilus	tel
F. Witteveen	NWO	tel
mw. T. Schaap	NWO	tel
Biologica		
A. van de Brand	voorzitter bestuur	tel
B. van Ruitenbeek	Biologica	mond
Dr. J.A.C. Meijs	Biologica	mond
Ir M. Steverink	Task Force MBL / Biologica	mond
B. van den Idsert	PBS, VBP	mond
H. Bor	bestuurslid	mond
W. Meijer	bestuurslid	mond
Interviewlijst		
Naam	Organisatie	Type gesprek
LNV		
mw. G. Nuytens	Ministerie van LNV	mond
N. Joanknecht	Ministerie van LNV	mond
G. Westenbrink	Ministerie van LNV	mond

Naam	Organisatie	Type gesprek
Onderzoekers WUR		
Dr.H.A.M. (Hans)Spoolder	Animal Sciences Group - PO (WUR)	mond
Dr. J. (Ina) Enting	Animal Sciences Group - PO (WUR)	mond
G.W.H.(Gerard) Welles	Praktijkonderzoek Plant en Omgeving (WUR)	mond
Dr. L.A.P.(Bert) Lotz	Plant research International (WUR)	schr
Dr.R.W. (Ruud) van den Bulk	Plant research International (WUR)	mond
F.G.(Frank) Wijnands	Praktijkonderzoek Plant en Omgeving (WUR)	tel
Dr.H.H.E. Oude Vrielink	Wageningen UR	tel
Onderzoekers LBI		
Dr.E.T.(Edith) Lammerts van Bueren	Louis Bolk Instituut	mond
Eugene J.M. Thijssen	Louis Bolk Instituut	mond
Dr.ir.C.J. (Chris) Koopmans	Louis Bolk Instituut	mond
DLV-Adviesgroep		
F. Lutteken	DLV adviesgroep	mond
E.J.(Edith) Finke	DLV adviesgroep	tel
J. (Leen) Janmaat	DLV adviesgroep	tel
D.J.M.(Derk) van Balen	DLV adviesgroep	tel
Onderwijs		
D.H. Bosch	AOC de Groene Welle	tel
C.G. Knook	Groenhorst College	tel
M.J. Creemers	AOC Limburg	tel
D.F.J. Ettema	AOC-raad	mond
W.J.A .Melgers	Werkgroep biologische open teelten	mond
Primaire producent		
N.C.Q. van den Broek	primaire producent	tel
J.P.M. van Alphen	primaire producent	tel
E.W.M. Hereijgers	primaire producent	tel
H. de Lange	primaire producent	tel
F.M.A.M. van Wagenberg	primaire producent	tel
A.C.M. Smits	primaire producent	tel
H. Bijl	primaire producent	tel
B.C.R. Holdijk	primaire producent	tel
H. van Beek	primaire producent	tel
J. Sterken	primaire producent	tel
W.G.M. Kleinlangevelsloo	primaire producent	tel
J.D. Klein Schaarsbergen	primaire producent	tel
J. Sterken	primaire producent	tel
J. Dunnink	primaire producent	tel
C.W.A. de Bresser	primaire producent	tel
De Vries	primaire producent	tel
J. van Alphen	primaire producent	tel
T.H.M. van Kessel	primaire producent	tel
H. de Lange	primaire producent	tel
S.J. Anssems	primaire producent	tel
W. van Aart	primaire producent	tel
G.M.Rongen	primaire producent	tel
K. Stoker	primaire producent	tel
A.E.M. van Vilsteren	primaire producent	tel
P. van Sabben	primaire producent	tel
L.Vosselman	primaire producent	tel
A.R. van Galen	primaire producent	tel
H.A. Beumer	primaire producent	tel
J .Boons	primaire producent	tel

21 Literatuurlijst

Retailgericht innoveren en integreren in de versector / Marcel van Aalst, Leo Kivits. – Erasmus Food Management Institute, Stichting Agro Ketten Kennis, 2003

Trekken of duwen aan het biologisch product : antwoorden op evaluatievragen omtrent de regeling Stimulerende Biologische Productiemethode en de "Ketenaanpak" zoals geformuleerd in de LNV-beleidsnota "Een biologische markt te winnen". / Wilma Arendse, Jenneke Leferink, Eric Regouin. – Expertisecentrum LNV, 2002

Van grond tot mond : transparantie van de voedselmarkt / Wilma Berends ; Jelka Both & Eveline de Bruin (red.). – Stichting Natuur en Milieu, 2004-06-04

Biologische landbouw bij Wageningen UR (2) : aanbevelingen voor onderzoek en onderwijs 2004-2008 / Kerngroep Biologische Landbouw. – Wageningen Universiteit en Researchcentrum, 2003

Biologische landbouw: een historische kans! : advies aan de minister van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, mr. L.J. Brinkhorst ten behoeve van het plan van aanpak biologische landbouw 2001-2004 ; inventarisatie van knelpunten en oplossingsrichtingen / Adviesgroep Plan van aanpak. – Biologica, 2000

Biologische waarden in tweevoud : waarden als determinanten van communicatie en samenwerking in biologische voedselketens / Marieke J. G. Meeusen et al. - Landbouw Economisch Instituut, 2003

Evaluatie Plan van Aanpak Biologische Landbouw, 1997-1999 / R. Bok, T. Lössbroek. – Expertisecentrum LNV, 2000

Convenant marktontwikkeling biologische landbouw, 2001

10% biologische landbouw in 2010: mag het ook ietsje meer zijn? / Ludger van der Eerden, Joost Hoogendoorn, Maurits Butter. - TNO Strategie, Technologie en Beleid, 2003

EKO monitor Cijfers en trends : jaarrapport 2002. – Biologica, 2002

EKO monitor Cijfers en trends : jaarrapport 2003. – Biologica, 2003

Stimulerende van de biologische landbouw, Deelonderzoek verkenning maatregelen ter stimulerende van de biologische sector via het primaire gedeelte van de sector in het kader van de nieuwe nota biologische landbouw 2004 – 2008, conceptrapport / L. Meijer, Th. Janssen - Expertisecentrum LNV, mei 2004

Evaluatie ketenaanpak en RSBP : onderdeel extern onderzoek door IMEconsult ; conceptrapport versie 3. – IMEconsult, 2002
[in opdracht van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Directie Landbouw, Expertisecentrum LNV]

Evaluatie ketenaanpak en RSBP : onderdeel extern onderzoek door IMEconsult ; bijlage 1 resultaten enquête omgeschakelden eindrapport. – IMEconsult, 2002
[in opdracht van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Directie Landbouw, Expertisecentrum LNV]

Evaluatie ketenaanpak en RSBP : onderdeel extern onderzoek door IMEconsult ; bijlage 2 resultaten enquête potentiële eindrapport. – IMEconsult, 2002
[in opdracht van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Directie Landbouw, Expertisecentrum LNV]

Evaluatierapport van de adviescommissie onderzoek biologische landbouw : periode oktober 2000 – juni 2003. – Biologica, 2003

Beelden van de biologische landbouw : een notitie ten behoeve van het C-SEO-project "Visies op de biologische landbouw" / S.T. Goddijn en M.J.G. Meeusen. – Landbouw Economisch Instituut, 2003

Analysis of the european market for organic food : organic marketing initiatives and rural development: volume one ; summary / Ulrich Hamm, Friederike Gronefeld, Darren Halpin. – School of Management and Business, 2002

Werkconferentie Biologische Landbouw : verslag van de discussie op 12 december 2002 / Frank Ingelaat, Jenneke Leferink. – Expertisecentrum LNV, 2003

Jaarverslag 2002 Biologica / samenst. Ellen Winkel. – Biologica, 2003

Kraamkamer van duurzaamheid : de innovatieve kracht van biologische landbouw voor verduurzaming van de gangbare landbouw / samenst. en red. Eddy Teenstra. – Koepelprogramma Biologische Landbouw, 2004

Biologisch varkensvlees in het Verenigd Koninkrijk en Duitsland : een inventarisatie voor strategische besluitvorming in de Nederlandse keten / M. J. G. Meeusen, R. Hoste. - Landbouw Economisch Instituut, 2002

Biologische ketenkennis: vraag en aanbod in beeld : ten behoeve van "Professionalisering Biologische Ketenkennisinfrastructuur (PROBIK)" / M. J. G. Meeusen, D. A.J.M. Stijnen, K. Booij. - Landbouw Economisch Instituut, 2003

Biologische ketenkennisvragen: een inventarisatie : notitie in het kader van Workshop "Professionalisering Biologische Ketenkennisinfrastructuur (PROBIK)" / Marieke Meeusen, Daniëlle Stijnen. - Landbouw Economisch Instituut, 2002

Biologische ketens in 2001 / Marieke J. G. Meeusen (red.) et al. - Landbouw Economisch Instituut, 2002

Biologische landbouw in Denemarken : leerervaringen voor Nederland / M.J.G. Meeusen, C.J.A.M. de Bont, S.T. Goddijn. – Landbouw Economisch Instituut, 2003

Biologische vollegrondsgroenten in het Verenigd Koninkrijk en Duitsland : een inventarisatie voor de strategische besluitvorming in Nederland / M. J. G. Meeusen, J. Smid, J.T. Nienhuis. - Landbouw Economisch Instituut, 2002

LEI-bijdrage aan de Evaluatie van de LNV-beleidsnota "een biologische markt te winnen" / Marieke J. G. Meeusen et al. - Landbouw Economisch Instituut, 2002

De relatie tussen prijs en vraag van biologische producten in de supermarkt : een quick scan / Marieke J. G. Meeusen, Hubert H.W.J.M. Sengers. - Landbouw Economisch Instituut, 2001

Stimulering van de biologische landbouw : Rapportage deelonderzoek verkenning maatregelen ter stimulering van de biologische sector via het primaire gedeelte van de sector in het kader van de nieuwe nota biologische landbouw 2004 – 2008 / Laurens Meijer, Theo Janssen. – Expertisecentrum LNV, 2004

Arbeidsknelpunten en groei biologische landbouw : een verkenning van oplossingsrichtingen / M.J.W. Smits, B. Koole. - Landbouw Economisch Instituut, 2002

Hoe zit de vork aan de steel? : een onderzoek naar de biologische consument / Mariska Viester. – Universiteit Twente, 2003 [Afstudeerscriptie in opdracht van Biologica]

Het knopje gaat niet zomaar om... : een onderzoek naar de worsteling van boeren in de keuze tussen gangbare of biologische teelt / Elisabeth de Vries. – Wageningen universiteit, 2003 [afstudeerscriptie]

Werkconferentie Biologische landbouw. Achtergronddocumentatie. Expertisecentrum LNV, 12 december 2002

22 Onderzoeksvragen

Vragen evaluatie Biologische Landbouw
1. De mate van doelbereiking
Areaal: Wordt het gewenste aandeel van het areaal biologisch in 2010 naar verwachting gerealiseerd?// Is de gewenste groei van het areaal biologisch gerealiseerd? Streefwaarde 2,8%
Consumptie: Behoort de Nederlandse consument eind 2010 tot de topgebruikers van biologische producten in Europa? Streef: * 5% in 2004 voor de belangrijkste productgroepen * in top 10 van Europa (absoluut en in groei)
Internationale Concurrentie: Concurrereet de sector eind 2010 internationaal op eigen kracht?
2 tm 7. Doeltreffendheid beleid
Heeft het gevoerde beleid voldoende bijgedragen aan de groei van het biologisch areaal en de consumentenbestedingen aan biologische producten?
2. Professionaliseren ketens
Hebben de maatregelen/instrumenten in het kader van het professionaliseren van de ke-ten voldoende bijgedragen aan: // Professionalisering biologische keten // Verhoging van het aandeel consumentenbestedingen aan biologisch voedsel? // Verbetering van het marktperspectief van de Nederlandse biologische boeren en tuinders? // Groei van het biologisch areaal/aantal biologische bedrijven? // De concurrentiekracht van de sector?
2a. Taskforce/convenant
Is er een convenant/zijn deelconvenanten gesloten met voldoende concrete afspraken?
Is er een Taskforce gevormd met voldoende vertegenwoordigers uit diverse schakels van de keten?
Zijn wijzigingen in aanpak voldoende onderbouwd en afgestemd met Task Force leden?//
Welke leerervaringen kunnen worden afgeleid uit de aanpak van de Task force?
Had het convenant MBL op een efficiëntere wijze kunnen worden uitgevoerd?
2b. Ketenplannen en activiteiten
Zijn voldoende concrete integrale ketenplannen* gecombineerd met marktactiviteiten opgesteld?
Is er een evenwichtige verdeling van integrale ketenplannen*/ marktactiviteiten over de verschillende ketens?
Heeft de Task force ketenmanagers in cruciale ketens aangesteld?
Hebben de integrale ketenplannen*/ marktactiviteiten geleid tot meer samenwerking in de keten?
Heeft de aanstelling van ketenmanagers geleid tot meer samenwerking in de keten?
Hebben de integrale ketenplannen*/ marktactiviteiten geleid tot een verbeterd aanbod?
Heeft verbeterde samenwerking geleid tot een verbeterd aanbod?
Heeft verbeterde samenwerking geleid tot meer efficiency?
Hebben resp. het verbeterde aanbod en efficiency geleid tot verlaging van://de kostprijs in de keten//de consumentenprijs//de meerprijs //voor biologisch?
In welke mate hebben activiteiten in het kader van de taskforce/convenant geleid tot een professionelere biologische keten?
Heeft een verbeterd aanbod geleid tot verhoging van de consumentenbestedingen aan biologisch voedsel in Nederland?
Heeft een verlaging van de meerprijs voor consumenten (door verbeterd aanbod en verbeterde efficiency) geleid tot verhoging van het aandeel consumentenbestedingen in Nederland?
In hoeverre hebben externe factoren (o.a. koopkracht) de consumentenbestedingen in Nederland beïnvloed?
Hebben integrale ketenplannen*///marktactiviteiten geleid tot een beter marktperspectief voor de Nederlandse primaire producent en de rest van de keten? //Of is hierdoor een verdere verslechtering voorkomen?
Hoe efficiënt zijn de ketenbusinessplannen tot stand gekomen? Streef: Geen substantiële afwijking
2c. Co-innovatieprogramma
Zijn co-innovatieprojecten ondersteund en uitgevoerd?
Zijn co-innovatieprojecten evenwichtig over de ketens ondersteund en uitgevoerd?
Heeft de uitvoering van co-innovatie projecten (gericht op commerciële activiteiten) geleid tot meer samenwerking in de keten?
2d. Mediacampagne
Is een gezamenlijke communicatiecampagne uitgevoerd zoals gepland?
Zijn vooraf de doelgroepen van de communicatiecampagne gedefinieerd en zijn ze ook bereikt?

Heeft de mediacampagne (incl. opleiding winkelpersoneel) geleid tot://grotere bekendheid consument met biologische producten (inclusief de neerwaarde hiervan)?//Meer aankoop door nieuwe en bestaande consumenten?
Heeft de grotere bekendheid van biologisch bij consument geleid tot groter aandeel consumentenbestedingen aan biologisch?
Hoe efficiënt is de mediacampagne uitgevoerd? Streef Geen substantiële afwijking
2e. Algemeen, finale effecten PK
Heeft vergroting van de consumentenbestedingen geleid tot een beter marktperspectief voor de Nederlandse biologische boer/tuinder?//Of is hierdoor een verdere verslechtering voorkomen?
In hoeverre hebben externe factoren (EU-beleid, ontwikkelingen op biologische markt in andere (EU) landen) het marktperspectief van de Nederlandse primaire producent beïnvloed?
Heeft een beter marktperspectief (door Nederlands beleid) geleid tot meer omschakeling naar biologische landbouw?
In hoeverre hebben externe factoren (EU-beleid, ontwikkelingen op biologische markt in andere (EU) landen) de omschakeling van de Nederlandse primaire producent beïnvloed?
Is sprake van ongewenste neveneffecten van instrumenten?//Wat zijn daar de consequenties van voor de doelen?
3. Transparantie/sluiten ketens (GNO)
Hebben de activiteiten in het kader van GNO bijgedragen aan een verbeterde bedrijfsvoering op het primaire bedrijf?
Is er gewerkt aan vereenvoudiging van de toelating van GNO's? Streef: vereenvoudigd
Is de instelling van een tijdelijk stimuleringsfonds voor de toelating van GNO's onderzocht? Streef: aanwezig
Waarom is aansluiting gezocht bij het project GENOEG t.b.v. toelating GNO's?
Heeft vereenvoudigde toelating van GNO's geleid tot verlaging van de toelatingskosten? Streef: daling
Heeft project "GENOEG" geleid tot verlaging van de toelatingskosten?
Heeft verlaging van de toelatingskosten geleid tot meer toegelaten GNO's?//Zo nee, waarom niet?
Leidt het (nog) niet toegelaten zijn van GNO's tot knelpunten in de bedrijfsvoering van biologische primaire producenten?
Is voldaan aan de randvoorwaarde van een voldoende gesloten keten en voldoende transparantie om een groeiend marktaandeel mogelijk te maken?
4. Kennisontwikkeling en verspreiding (KO)
Hebben de activiteiten in het kader KO bijgedragen aan meer omschakeling door gangbare bedrijven naar biologisch?
4a. Onderzoek bedrijfsvoering
Hebben de activiteiten gericht op de ontwikkeling en verspreiding van kennis voldoende bijgedragen aan verbetering van de biologische bedrijfsvoering en productieomstandigheden?
Hoe is het proces van vraagarticulatie verlopen? //Welke bijdrage heeft de commissie Beckers geleverd aan een betere vraagarticulatie?//Hoe zijn overige vragen tot stand gekomen? Streef: tevreden
Zijn de adviezen van de commissie Beckers overgenomen door LNV en de andere financiers van onderzoek? //Zo nee, waarom niet? Streef 100% tenzij goede motivatie
Hebben kennisvragen geleid tot onderzoeksresultaten?//Zo nee, waarom niet?
Zijn de kennisvragen naar tevredenheid beantwoord?//Zo nee, waarom niet? Streef: tevreden
Zijn de onderzoeksresultaten verspreid onder de doelgroep?
Zijn agrarische ondernemers op de hoogte van de resultaten van het onderzoek? Streef: geïnformeerd
Sluit de met steun van LNV ontwikkelde kennis voldoende aan op de kennisbehoefte van de agrariërs? Streef: positief
4b. Voorlichting en onderwijs
Zijn de activiteiten op het gebied van kennisverspreiding uitgevoerd? // Hebben de activiteiten op het gebied van kennisverspreiding voldoende geleid tot toegenomen kennis bij agrariërs?
Heeft de overheid financieel bijgedragen aan voorlichting aan (potentiële) biologische ondernemers en hebben zij daar gebruik van gemaakt (demoregeling)?
Zijn er in het kader van de innovatieregeling voor het agrarisch onderwijs financiële middelen ter beschikking gesteld voor integratie van biologische landbouw en is daar gebruik van gemaakt?
Heeft de overheid cursussen voor huidige ondernemers financieel ondersteund (PM regeling)?
Is optimaal gebruik gemaakt van de demo-regeling door ondernemers?//Zo nee, waarom niet? Streef: Uitgeput // Goede match// Geen // positief

Is optimaal gebruik gemaakt van de innovatieregeling door het agrarisch onderwijs? //Zo nee, waarom niet? Streef: Uitgeput // Goede match// Geen // positief
Is optimaal gebruik gemaakt van de cursussen voor ondernemers? //Zo nee, waarom niet? Streef: Uitgeput // Goede match// Geen // positief
Hebben de overheidsactiviteiten op het gebied van voorlichting, onderwijs en cursussen geleid tot toegenomen kennis bij (toekomstige) biologische ondernemers? Streef: positieve mening
4c. Effecten KO
Heeft de toegenomen kennis bij biologische agrariërs in de praktijk geleid tot verbetering van de bedrijfsvoering?//Zo nee, waarom niet?//In welke mate is dit afhankelijk van de onderzoeksinstelling die het onderzoek uitvoert? Streef: positieve mening
Heeft de toegenomen kennis bij niet-biologische agrariërs over de biologische bedrijfsvoering en productieomstandigheden geleid tot meer omschakeling?//Heeft toegenomen kennis bij niet-biologische agrariërs over de biologische bedrijfsvoering geleid tot verbeterde bedrijfsvoering? Streef: positieve mening
Wat zijn de belangrijkste externe factoren die de kennistoename bij ondernemers beïnvloeden?
5. Stimuleren productie (SP)
Hebben de activiteiten om de productie te stimuleren geleid tot meer omschakeling van bedrijven naar biologische productie?
5a. RSBP
Wanneer is de RSBP in de periode 2001-2004 opengesteld?
In welke mate is gebruik gemaakt van de RSBP? Streef: plafond per openstellings-periode // Inschatting potentiële doelgroep.
Heeft de RSBP bijgedragen tot meer omschakelaars?
Hoe efficiënt is de RSBP uitgevoerd? Streef: Geen substantiële afwijking
5b. Garantstelling/IBV
Wanneer is de IBV in de periode 2001-2004 opengesteld? Streef: Afhangelijk van vraag naar biologisch varkensvlees
In hoeverre is gebruik gemaakt van de Investeringsregeling Biologische Varkenshouderij? Streef: Plafond per openstelling-periode. // Afhangelijk van vraag naar biologisch varkensvlees //
Heeft de IBV geleid tot meer omschakelaars?
Heeft de vraaggerichte koppeling in de IBV afzetproblemen voorkomen? //
Hoe efficiënt is de IBV uitgevoerd? Streef: Geen substantiële afwijking
5c. Kaderregeling kennis& advies
Is de Kaderregeling Kennis en Advies in de periode 2001-2004 opengesteld voor biologische boeren?
Hebben indieners RSBP voorafgaand gebruik gemaakt van bedrijfsdoorlichting (kaderregeling Kennis & Advies)?Alleen van toepassing voor 2004. Kan wellicht niet meer worden meegenomen in evaluatie.// Streef: Alle aanvragers RSBP (omschakeling)
In hoeverre is gebruik gemaakt van subsidie voor doorlichting binnen kaderregeling Kennis & Advies? Streef: plafond per openstelling-periode
Leidt een positief resultaat uit doorlichting tot omschakeling?
Welk deel van de omschakelaars heeft een bedrijfsdoorlichtingplan laten opstellen? //
5d. Algemeen: uitvoering, effecten
Zijn eventuele wijzigingen in deze regelingen voldoende onderbouwd?
Is de doelgroep tevreden over de uitvoering van deze regelingen (RSBP, kaderregeling K&A en IBV)?
In welke mate hebben resp. de bedrijfsdoorlichtingen en subsidie in het kader van RSBP en IBV bijgedragen aan verlaging van de drempel bij primaire producenten voor omschakeling? Streef: positief
In hoeverre hebben externe factoren (EU beleid, ontwikkelingen op de biologische markt in andere(EU) landen) de omschakeling van de Nederlandse primaire producent beïnvloed?
In welke mate maakt Nederland gebruik van directe stimulering van de productie d.m.v. steunen van primaire producenten in vergelijking tot andere EU-landen?
In welke mate beïnvloedt dit de concurrentiepositie van de Nederlandse primaire producent?
Is sprake van ongewenste neveneffecten van de stimuleringsregelingen?
6. Fiscale maatregelen (FM)

Hebben de bestaande en nieuwe fiscale instrumenten een extra impuls gegeven aan de ontwikkeling van biologische landbouw (door gunstiger rentabiliteit en daar-door meer omschakeling)?
6a. DOA, btw-tarief
Waarom is de DOA niet ingevoerd?//
Waarom is er geen lager BTW-tarief voor biologische producten ingevoerd?//
Welke leerervaringen kunnen worden afgeleid uit de wijze waarop de invoering van de DOA en het BTW-tarief zijn aangepakt?//
6b. Groenregeling, VAMIL, EIA, MIA
Hebben biologische ondernemers gebruik kunnen maken van de fiscale regelingen VAMIL, EIA, MIA en Groen beleggen?
Hebben deze fiscale regelingen geleid tot een gunstiger rentabiliteit voor biologische ondernemers?//(eventueel alleen naar Groen beleggen kijken)
Hebben deze fiscale regelingen geleid tot meer omschakeling?
Hoe verhoudt de invloed van deze regelingen op de rentabiliteit van biologische bedrijven zich tot die van externe factoren?
Is sprake van ongewenste neveneffecten van deze regelingen?
7. Arbeidsmaatregelen (AM)
Hebben de maatregelen gericht op het verbeteren van de arbeidsvoorziening en op arbeidsbesparing geleid tot meer omschakeling?
7a. Onderzoek arbeidspools
Is onderzoek naar arbeidspools uitgevoerd?
Hebben biologische agrariërs gebruik kunnen maken van arbeidspools?//Zo niet, waarom niet?
7b. Onderzoek arb.besparende middelen
Is in het onderzoek aandacht besteed aan arbeidsbesparing in de bedrijfsvoering?
Zijn er arbeidsbesparende technieken ontwikkeld en beschikbaar voor ondernemers?
Heeft de ontwikkeling van arbeidsbesparende technieken geleid tot een verbeterde bedrijfsvoering bij biologische agrariërs?
7c. Finale effecten
Hebben verbetering van de arbeidsvoorziening en arbeidsbesparing geleid tot meer omschakeling?
8. Platform Biologica
8a. Effectiviteit Biologica
In welke mate heeft Biologica met haar door LNV gefinancierde activiteiten bijgedragen aan de doelstellingen van de nota (ex post)?
Is het vaste subsidiebedrag jaarlijks aan Biologica verstrekt? Streef: Jaarlijks € 408.400
In welke mate heeft Biologica m.b.v. deze subsidie bijgedragen aan://sluiten van de keten?//vergroten van kennis bij primaire producenten over de biologische productiewijze? //samenwerking met gangbare sector?//stimuleren publieke en private initiatieven?
Heeft Biologica m.b.v. de subsidie andere bijdragen geleverd aan de doelstellingen van de nota (o.a. publieksvoorlichting en advisering over regelgeving)?
8a. Bijdrage LNV
Wat zijn de gevolgen van het wegvallen van de jaarlijkse vaste subsidiebijdrage van LNV aan Biologica voor de doelstellingen van de nota (ex ante)?
Welke maatregelen gaat Biologica nemen wanneer de vaste subsidie wegvalt op het gebied van: //Efficiënter werken?//Andere financieringsbronnen?//Taakinvulling? //Overdracht van taken aan andere organisaties?
Wat is het effect daarvan op de doelstellingen van de nota en het organiseren van visies en standpunten van de biologische sector (o.a. regelgeving)?