

Burgerparticipatie in B0-12-08

Landbouw in zijn maatschappelijke omgeving

Frans van Alebeek & Andries Visser
PPO-AGV Lelystad



Burgers: enorme vraag naar beleving!



Zoeterwoude

Enkele honderden
bezoekers / zaterdag
en zondag

Enorme diversiteit en
regionale spreiding

Groot aanbod van
activiteiten op één
locatie (uniek)



Burgerwensen, -waarden, meedenken?

Wat mist u op de boerderij?

Wat trekt u naar de boerderij?

mogelijk-
heden/
wensen
voor zelf
verbouwen

bestand
delen
om
aan te
kopen



 **WAGENINGEN**
For quality

Wat hoort niet op de boerderij?

Niet te
commer-

Moraliteit

model



**PRAKTIJKONDERZOEK
PLANT & OMGEVING**

WAGENINGEN UR

Waarom burgerparticipatie in MF?

- LNV wil burger betrekken bij beleid: legitimatie
- Onze afgeleide motieven:
 - Innovaties moeten ook maatschappelijk gedragen worden
 - Ondernemers willen 'licence to produce'
 - Ondernemers willen kansen voor maatschappelijke diensten benutten
 - *Sommige* burgers voelen zich betrokken



Waarom burgerparticipatie in MF?

- In multifunctionele landbouw draait het om de consument / burger:
 - Leveren van producten, diensten en beleving
 - Zorg, kinderopvang
 - Educatie
 - Recreatie
 - Streekproducten en huisverkoop
 - Natuur- en landschapsbeheer



Onze werkwijze

- We ontwerpen en ontwikkelen potentiële nieuwe bedrijfssystemen
 - Vanuit wetenschappelijke en praktijk- kennis
 - Participatief:
 - MF boeren sturen op onderzoeksagenda
 - MF boeren/ pioniers brengen kennis in in projecten
- **Aanbodgericht?**
 - Wat kan en past bij het bedrijfssysteem
 - Vanuit onderzoekers die een landbouw achtergrond hebben
 - Vanuit ondernemers die doen wat bij ze past en wat ze kennen
 - Vanuit ondernemers die hun (potentiële) klanten **denken** te kennen
- **Vraag gestuurd!?** Hoe doe je dat?



De praktijk met vallen en opstaan

-  **Agromere:** Nieuwe concepten voor stadslandbouw
-  **Maashorst:** ontwikkelen van een vitale streek met agrarische bedrijvigheid
-  **De BoergerGroep:** meningen van burgers over MF landbouw
-  **Innoveren voor vermaatschappelijking:** samen met burgers nieuwe diensten ontwikkelen

- Wens: Burgers leveren input voor de MF onderzoeks- en beleidsagenda
- Doelgroep: zo breed mogelijk buiten bestaande netwerken werven
- Communicatiestrategie: aansprekende naam (?), wervingscampagne
- Visie op (MF)landbouw, doorbraakagenda

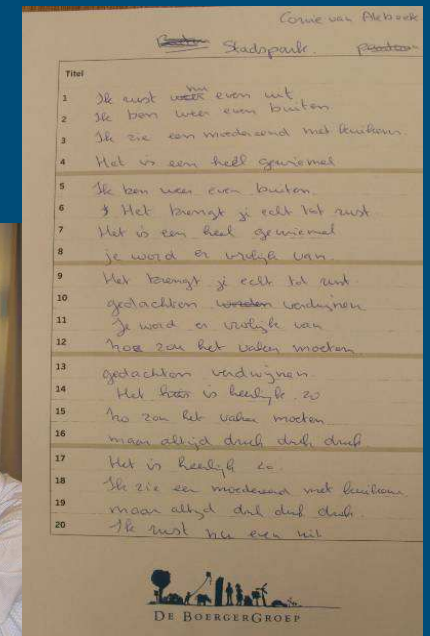
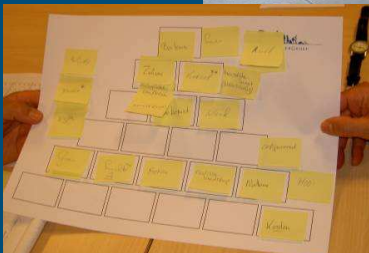
Werving deelnemers

- Tip 1 in VROM gids voor burgerparticipatie:
Werving via huis-aan-huis bladen
- In Eindhoven, Groningen en Amsterdam
advertenties (bereik: 1.1 Miljoen lezers)
 - Respons: **5** aanmeldingen
 - Alternatieve strategie:
 - Digitale burgerpanels
in 4 steden: 180 aanmeldingen!



Werving deelnemers

- 4 avonden in Amsterdam, Groningen, Almelo & 's-Hertogenbosch
- Dichten en discussiëren over waarden van de landbouw en stad-land relaties
- Hiërarchie van waarden



Website ontworpen



Herkenbare huisstijl

Medium om te werven, te informeren en te verbinden

(Nog) geen functie als platform, uitwisseling en discussie

Technisch beheer

Financieel beheer

Inspiratiedag Almere juni 2009



Landgoed &
stadsboerderij
45 deelnemers
Halen & brengen
Bouwstenen Visie
Schrijfclub



Resultaat :

- 6 thema's voor de Visie:
 - Landschap
 - Natuur
 - Evenwicht stad - land
 - Boerenbedrijf
 - Respect voor mens en dier
 - Duurzaam voedsel
- Uitgangspunten, ontwikkelingen, wensen, activiteiten



Vervolgstappen

- Visie aanbieden aan LNV
 - In gesprek met LNV Consumentenplatform
- Visie aanbieden aan andere maatschappelijke organisaties, gesprekken organiseren
- Netwerk in gesprek met Waardewerken Netwerk (innovatieve MF ondernemers)
- Netwerk betrokken bij project “Innoveren voor Vermaatschappelijking” (co-design nieuwe diensten)
- Netwerk betrokken bij ontwerp Agromere (stadslandbouw)
-

Evaluatie & lessen (1)

Rol als onderzoeker:

- Proces staat centraal, burgers zijn inhoud gedreven, maar kennis is ondergeschikt
- Focus op doelen en resultaten belangrijk; is bij de burgers vaak minder (“exploderende” discussies, de hele wereld!)
- Wees duidelijk en transparant (doelen, planning, stappen, resultaten, hun invloed)
- Spannend! Wie heeft de regie, wie is “eigenaar”, wat levert het op?



Evaluatie & lessen (2)



Rol als onderzoeker:

- Wat wil jij er uit halen, wat heb je hen te bieden? Balans! Relatie voor méér dan éénmalig contact, verbinding aangaan!
- Omgaan met diversiteit
- Deskundigheid versus gevoel en waarden
- Wat roepen we op, wat verwachten burgers van ons? Hoe maken we dat waar en wat niet? Hoe 'beheers' je de communicatie? Tijd en budgetten, technische ondersteuning

Evaluatie & lessen (3)



Vanuit de opdrachtgever gedacht:

- Doel van de Visie: *in gesprek* met beleid, ondernemers, overheden, andere burgers (agenda, geen stellingen)
- Boergers brengen geen kennis maar:
 waarden, uitgangspunten, wensen en zorgen
- Terugkoppeling met opdrachtgever moet nog plaats vinden
- Geen representativiteit. Geen marktonderzoek.
 - Feitelijk nu: Blank, 50+, hoog opgeleid, maatschappelijk actief

Verdere ontwikkelingen

- Hoe vernieuwend en bijzonder is de Visie?
- Bruikbaar netwerk als vraagbaak voor andere WUR projecten en onderzoeken?
- Hoe houd je achterban betrokken? Hoe krijg je daar vrijwilligers en trekkers actief?
- Website onderhoud & dynamiek van communicatie (technisch, inhoudelijk, beheer, kosten...)
- Houdbaarheid en zin van een structureel netwerk?



Dank voor uw aandacht

frans.vanalebeek@wur.nl

www.boerergroep.wur.nl

© Wageningen UR



PRAKTIJKONDERZOEK
PLANT & OMGEVING
WAGENINGEN UR