Duurzame pareltjes

Het meten en waarderen van initiatieven voor duurzaam voedsel



LEI
WAGENINGEN UR

Duurzame pareltjes

Het meten en waarderen van initiatieven voor duurzaam voedsel

Erik de Bakker
Marieke Meeusen
Daniella Stijnen (Wageningen UR Food & Biobased Research)
Mariët de Winter

LEI-nota 11-070
September 2011
Projectcode 2274000013
LEI, onderdeel van Wageningen UR, Den Haag

Het LEI kent de volgende onderzoeksvelden:



Sector & Ondernemerschap



Regionale Economie & Ruimtegebruik



Markt & Ketens



Internationaal Beleid



Natuurlihke Hulpbronnen



Consument & Gedrag

Duurzame pareltjes; Het meten en waarderen van initiatieven voor duurzaam voedsel

Bakker, E. de, M. Meeusen, D. Stijnen, M. de Winter

LEI-nota 11-070
49 p., fig., tab., bijl.

Project BO-08-008-03-017, 'Voedselinitiatieven'

Dit onderzoek is uitgevoerd binnen het kader van het EL&I-programma Beleidsondersteunend onderzoek; Thema: Voedsel, dier en consument, programma: Keuze goed voedsel.

© LEI, onderdeel van Stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek, 2011
Overname van de inhoud is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.

Het LEI is ISO 9001:2008 gecertificeerd.

Inhoud

Woord vooraf **6**
Samenvatting **7**

1 Inleiding **9**
1.1 Aanleiding en beleidsachtergrond 9
1.2 Betekenis en duiding van voedselinitiatieven 10
1.3 Doel van het onderzoek 11
1.4 Verschillende niveaus van effecten 11
1.5 Werkwijze 12
1.6 Opbouw van het rapport 12

2 Voedselinitiatieven in de praktijk **13**
2.1 Inleiding 13
2.2 Initiatiefnemers 13
2.3 Doel en doelgroep 14
2.4 Aanpak en activiteiten 16
2.5 Netwerk en omgeving 17
2.6. Conclusies 18

3 Voedselinitiatieven vanuit theoretisch perspectief **19**
3.1 Inleiding 19
3.2 Innovatietheorie 19
3.3 Transitietheorie 21
3.4 Netwerktheorie 25
3.5 Theorie van sociaal leren 27
3.6 Conclusie 29

4 Van evaluatie naar monitoring van voedselinitiatieven **30**
4.1 Inleiding 30
4.2 Mogelijkheden en onmogelijkheden van evaluatie van voedselinitiatieven 30
4.3 Monitoren van voedselinitiatieven 33
4.4 Conclusies 34

5 Beleidsinstrumenten en indicatoren **36**
5.1 Inleiding 36
5.2 Voedselinitiatieven in het huidige beleid 37
5.3 Huidige beleidsmaatregelen 38
5.4 Een mogelijk toekomstige rol voor de overheid? 40
5.5 Conclusies 42

6 Conclusie **43**

Literatuur **45**

Bijlage 1 **48**
Toelichting op de SROI-methode 48

Woord vooraf

Dit rapport beschrijft de rol van de vele voedselinitiatieven die in Nederland zijn ontwikkeld.
Het rapport is geschreven in opdracht van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. Het onderzoek is begeleid door Tekla ten Napel en Tonnie Greutink van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. Ook Rosanne Metaal van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport was erbij betrokken.

De financiering van het onderzoek kwam tot stand via het Beleidsondersteunend programma Voedsel, Dier en Consument (BO-08).

Wij danken Corian Hugenholtz van Greenwish voor het inspirerende gesprek en de vele trekkers van voedselinitiatieven die onze enquête hebben ingevuld. Hierdoor werd ons beeld van de voedselinitiatieven verder ingekleurd.



Prof.dr.ir. R.B.M. Huirne
Algemeen Directeur LEI

Samenvatting

In Nederland zijn tal van verschillende voedselinitiatieven ontwikkeld. Wie zijn de initiatiefnemers? Wat is hun doel? Wat willen ze? En: wat brengen zij teweeg? Deze vragen zijn beantwoord in dit rapport .
Er zijn in Nederland rondom voedsel zeker 150 initiatieven gaande. Hoewel ze onderling sterk verschillen hebben ze één gemeenschappelijk kenmerk. Alle initiatieven benadrukken aspecten van voedselkwaliteit waar ze meer aandacht voor willen. Ze brengen duurzaamheid, dierenwelzijn, gezondheid, milieu of eerlijke handel onder de aandacht. Ze willen de eetcultuur beïnvloeden en ze willen mensen bewust maken van het mooie en bijzondere van voedsel.

Voedseliniatieven gaan over duurzaamheid, gezondheid en stad-landrelaties. Veel initiatieven richten zich op consumenten en kinderen. En veel initiatieven willen de afstand tussen producent en consument verkleinen.

De initiatiefnemers kunnen burgers zijn, producenten, verwerkers en distributeurs van voedsel, of partijen buiten de voedselketen. Het zijn vooral kleinschalige initiatieven, die vaak ook kleinschalig blijven. De meeste initiatiefnemers willen dit ook, al streven velen wel naar een volwaardig inkomen uit hun activiteit. Een enkeling heeft de ambitie om te groeien en grootschalig te worden. Soms zijn grotere ondernemingen betrokken.

Voedselinitiatieven hebben een rol in het proces van verduurzaming. Ze dragen bij aan een verandering van de eetcultuur. Hun effect is echter niet eenvoudig meetbaar. Om toch een beeld te krijgen van de rol die ze vervullen bij het proces van verduurzaming, kunnen ze vanuit vier wetenschappelijke theorieën beschreven worden.

De innovatietheorie
Voedselinitiatieven richten zich voornamelijk op *innovators* en *early adopters* van meer gezonde en duurzame consumptiepatronen. Deze mensen zijn vaak de eersten die nieuwigheden accepteren. Nadat zij overtuigd zijn, nemen andere groepen mensen de innovatie over. Voedselinitiatieven dragen dus bij aan de maatschappelijke acceptatie van innovatieve producten of consumptiepatronen. Op termijn zullen hun ideeën ook ingang vinden bij rest van de consumentenpopulatie.

De transitietheorie
Voedselinitiatieven zijn niches: ontwikkelingen van 'onderop'. Het zijn nieuwe (innovatieve) ontwikkelingen die de gangbare manier van voedselproductie kunnen vervangen. Door vernieuwing van onderop worden de gangbare systemen geprikkeld tot verandering. Wanneer dat gebeurt is er een transitie: er is een andere manier van voedselproductie en -consumptie ontstaan.

De netwerktheorie
Voedselinitiatieven vormen ook een goed voorbeeld van zelforganiserende sociale netwerken. Zij hebben via politieke arena's invloed. Zij hebben als netwerk een rol in het politieke debat en het mogelijk maken van maatschappelijke doelstellingen.

Theorie van sociaal leren
Tot slot, voedseliniatieven zijn te beschouwen als een netwerk van mensen en actoren die op dynamische wijze kennis en ervaringen uitwisselen. Ze zijn te beschouwen als *next practices*. Het zijn bronnen van creativiteit die onvoorspelbare oplossingen bieden voor hedendaagse problemen.

Samenvattend zijn voedselinitiatieven essentieel in het proces van verduurzaming van de productie en consumptie van voedsel. Ze dragen bij aan de maatschappelijke acceptatie van innovatieve producten of consumptiepatronen. Ze prikkelen bestaande systemen van voedselproductie en vormen een bron van inspiratie voor ketenpartijen om te komen tot grote veranderingen in het voedselsysteem. Ze hebben als

zelforganiserende sociale netwerken politieke invloed. En ze zijn een bron van nieuw, sociaal leren waarin dynamische interactie centraal staat. Daarbij geldt: het geheel is meer dan de som der delen. Voedselinitiatieven beïnvloeden elkaar en juist door hun netwerk en onderlinge verbondenheid hebben ze effect. Het is belangrijk dat er een klimaat ontstaat waar ze gedijen en (experimenteer)ruimte krijgen. Voedseliniti-atieven moet dus ook niet te veel gestuurd worden.

1 Inleiding

Acknowledging the social meanings associated with food, its collective and group understanding, the social practices within which social groups and households relate through food ought to be central to any policy process. (Lang et al., 2009, 228)

1.1 Aanleiding en beleidsachtergrond

In de *Nota Duurzaam voedsel* (LNV, 2009) wordt de bevordering van duurzame consumptiepatronen genoemd als een belangrijk speerpunt. Naast de bekende weg van informatiecampagnes die bewustwording bij consumenten moet vergroten (waarbij kinderen en jongeren belangrijke doelgroepen zijn) en de ontwikkeling van herkenbare en begrijpelijke labels die duurzame keuzes vergemakkelijken, wordt onder dit speerpunt ook gewezen op het belang van voedselinitiatieven in de samenleving. Deze worden in de nota omschreven als initiatieven die de aandacht vestigen op gezond en duurzaam voedsel en die consumenten verbinden met de wereld achter het product:

> 'Veel burgers en bedrijven nemen (vaak lokale) initiatieven gericht op kwaliteit van voedsel. Burgers verbinden met regionale producten en de stedeling verbinden met het ommeland vormen hierbij meestal het oogmerk. Deze initiatieven dragen bij aan de (her)waardering van duurzaam en gezond voedsel en de aandacht voor de oorsprong ervan. Kwaliteit, smaak, genieten en gezond zijn sleutelwoorden. Genoemde burgers en bedrijven zijn bij uitstek ambassadeurs voor duurzamer en gezond voedsel. Zij betrekken consumenten letterlijk bij voedsel en kunnen hen verleiden tot een duurzamere en gezondere voedselconsumptie. Deze initiatieven verdienen daarom steun. Ik wil hen handvatten bieden die de kans verhogen dat hun activiteiten slagen en hen de gelegenheid bieden om hun kennis met anderen te delen.'
> (LNV, 2009: 35)

De beleidsmatige ontdekking van voedselinitiatieven is illustratief voor de toenemende aandacht binnen beleid voor de rol die burgers of bedrijven kunnen spelen. Niet alleen zijn deze activiteiten relevant vanwege overheidsdoelen op het gebied van duurzaamheid, ze zijn ook relevant als leermogelijkheden voor de overheid (*social learning*). De mensen en organisaties die invulling geven aan de voedselinitiatieven zijn als het ware de 'voelsprieten' in de samenleving die aftasten hoe we bewuster en duurzaamer kunnen consumeren. Sociologisch gesproken lijkt het hier te gaan om vormen van sub-politics (Beck et al., 1994). Hiermee zijn sociale activiteiten bedoeld die buiten het bereik van de traditionele politieke netwerken en instituties hun maatschappelijke invloed uitoefenen op de politiek.[1] Vandaar ook dat het voor beleidmakers die deze activiteiten willen ondersteunen of aanmoedigen, vaak een lastige zoektocht is welke beleidsmiddelen hier het beste benut kunnen worden zijn.

Om deze initiatieven te stimuleren, heeft de overheid gezorgd voor:

- het stimuleren van ontmoetingen
- een pilot voor een subsidieregeling 'voor kleinschalige initiatieven'[2] [3]

[1] De betrokkenen zelf zijn vaak helemaal niet bewust bezig met politieke strategieën of beïnvloeding; hun invloed op de politiek is in die zin onbedoeld. Zie hierover Van Dam et al. (2009) en Holzer en Sørensen (2003).

[2] Regeling van de Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit van 26 april 2010, nr. 127939, houdende wijziging van de Regeling EL&I-subsidies en het Openstellingsbesluit EL&I-subsidies 2010.

[3] Ze heeft 500.000 euro beschikbaar gesteld voor deze initiatieven. Ieder initiatief kan maximaal 75.000 euro ter ondersteuning ontvangen. EL&I ziet de subsidieregeling als middel om de voedselinitiatieven te stimuleren en het ziet de voedselinitiatieven als één van de instrumenten om duurzame voedselconsumptiepatronen tot verdere ontwikkeling te brengen. Er wordt alleen subsidie verstrekt aan niet-commerciële organisaties en de projecten moeten een publieksgericht of openbaar karakter hebben. De regeling is vooralsnog een pilot, waar EL&I ervaring mee wil opdoen. Die ervaring helpt bij het ontwikkelen van beleid op het gebied van maatschappelijke

- praktische ondersteuning
- één loket als centraal aanspreekpunt voor de voedselinitiatieven
- een ondersteunende mediastrategie.

1.2 Betekenis en duiding van voedselinitiatieven

In 2009 werd in de *Nota Duurzaam Voedsel* (LNV, 2009) de ambitie uitgesproken dat Nederland koploper op het gebied van duurzame voedselsystemen moet worden. Duurzaamheid wordt hier breed opgevat: een productie en consumptie met respect voor mens, dier en milieu waarbij aandacht bestaat voor een breed scala van aspecten: ruimtebeslag, gebruik van grondstoffen, emissies, water en energiegebruik met minder verspilling en met verbetering van het welzijn van mens en dier. Er wordt uitgegaan van een ruimere tijdspanne om deze ambitie te realiseren en zowel overheid, bedrijven als consumenten dienen hun verantwoordelijkheid te nemen.

> 'De overheid en het bedrijfsleven stellen [Nederlandse consumenten] in staat een duurzamere keuze te maken. De consumenten nemen echter ook hun eigen verantwoordelijkheid. Ze veranderen hun consumptiepatroon zodanig dat het patroon van de huidige voorlopers over 15 jaar de norm is qua duurzaam en gezond consumeren.' (LNV, 2009: 23)

Kunnen voedselinitiatieven in dit verband een betekenisvolle rol spelen in de bevordering van duurzame voedselproductie en -consumptie? Hoe zijn voedselinitiatieven in dit verband te duiden? In het besef dat veel voedselinitiatieven pril zijn, dat het moeilijk te voorspellen is hoe zij zich verder zullen ontwikkelen, zullen we in dit rapport enkele voorlopige antwoorden geven op deze vragen.

Voedselinitiatieven zijn een maatschappelijke reactie op de vervreemding die moderne voedselsystemen kunnen kenmerken. Moderne voedselsystemen zijn volgens sommige auteurs zelfs volledig op drift geraakt. Volgens Lang en Haesman (2004) zijn aan de arme kant van de wereld ongeveer een miljard mensen ondervoed, terwijl aan de rijke kant van de wereld ruim een miljard mensen kampen met overgewicht en obesitas. De 19e en 20e eeuw hebben ook een kentering gebracht in onze relatie tot voedsel. Gaandeweg zijn we eraan gewend geraakt dat ons dagelijkse eten *niet meer* afkomstig is van de onmiddellijke of bekende streek waar wij woonden. Historisch gezien is het nog maar sinds kort dat exotische levensmiddelen zoals koffie, thee en specerijen voor velen een betaalbare vanzelfsprekendheid zijn geworden (Giovannucci et al., 2009). Een wijdverbreide toepassing van doeltreffende en goedkope verwerkings- en bewaringstechnieken heeft ervoor gezorgd dat ons dieet niet beperkt is tot wat onze directe omgeving kan leveren. Tegenwoordig krijgen we in de supermarkten een wereldmenu voorgeschoteld. Voedsel is onderdeel geworden van de globale economie; het wordt daar geproduceerd waar dit het goedkoopste kan en het wordt daar verkocht waar het het meeste oplevert (Dicken, 2010). Nederlands voedsel is relatief goedkoop geworden en de beschikbaarheid ervan trekt zich weinig aan van de seizoenen. Dit alles heeft geleid tot een voedselvervreemding waar sommige auteurs minpunten aan verbinden. Fresco bestempelt deze vervreemding zelfs als een 'ontaarding' die haar oorzaken heeft in de verregaande verstedelijking en mondialisering van onze voedselsystemen (Fresco, 2006: 16). Wiskerke (2009) ziet drie elkaar versterkende mechanismes:

- schaalvergroting en ketenverlenging hebben geleid tot geformaliseerde relaties tussen toeleveranciers en afnemers;
- de afgenomen invloed van lokale omstandigheden (bodem, klimaat) heeft voedsel meer en meer een gefabriceerde identiteit gegeven
- toenemende specialisatie van functies zoals landschapsbeheer, natuur en recreatie is meer en meer losgekoppeld van voedselproductie.

subsidies voor het volledige beleidsterrein van EL&I. Uiteindelijk zijn uit deze eerste pilotronde negen initiatieven (uit een totaal van 87 aanvragen) uit de bus gekomen die voor een subsidie in aanmerking komen.

De betekenis en duiding van voedselinitiatieven is dus niet los te zien van de toegenomen afstand tussen producenten en consumenten, van het gevoel van vervreemding dat consumenten kunnen ervaren wanneer ze zich de herkomst van hun voedsel proberen voor te stellen of de wereldwijde effecten van onze hedendaagse voedselsystemen.[1] Vanuit dit perspectief zijn voedselinitiatieven te beschouwen als pogingen te komen tot een duurzamer en gezonder voedselsysteem waarin de relaties tussen producenten, verwerkende industrie en consumenten (weer) meer zichtbaar worden. Dit kan gestalte krijgen in fysieke ontmoetingen maar ook in 'voedselbeleving' waarin men zich deze relaties meer bewust is.

1.3 Doel van het onderzoek

Dit onderzoek geeft antwoord op de volgende vragen:
1. Welke invloed hebben voedselinitiatieven op duurzame consumptiepatronen?
2. Hoe zijn de effecten van voedselinitiatieven te meten en te waarderen en welke indicatoren helpen bij die meting?
3. Welke effecten heeft het overheidsbeleid op (de ontwikkeling en werking van) voedselinitiatieven?

Het onderzoek geeft inzicht in:
1. de diversiteit en veelzijdigheid van de huidige voedselinitiatieven (H2);
2. de rol en betekenis van voedselinitiatieven voor duurzamere en gezondere voedselsystemen (H3, H4 en H5);
3. de meetbaarheid, monitoring en evaluatie van voedselinitiatieven (H5);
4. de indicatoren en beleidsinstrumenten die bij voedselinitiatieven inzetbaar zijn (H6).

Het einddoel van deze studie is te komen tot indicatoren van (i) de beleidsinstrumenten die voedselinitiatieven stimuleren en (ii) de effecten van voedselinitiatieven op het proces van verduurzaming van voedselproductie en -consumptie. Daarbij is het uitgangspunt dat het meten, monitoren en evalueren van voedselinitiatieven afhankelijk is van hoe men voedselinitiatieven in een breder verband interpreteert en waardeert.

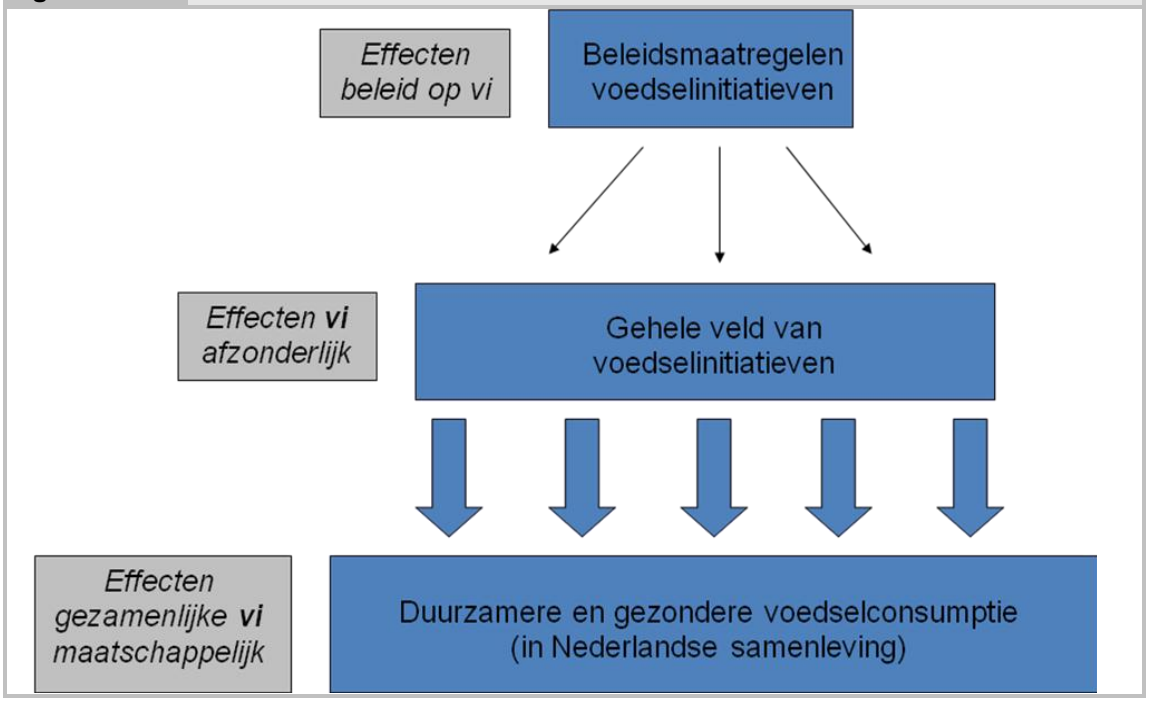
1.4 Verschillende niveaus van effecten

Er zijn drie verschillende niveaus van effecten te onderscheiden (zie figuur 1.1). Bij elk niveau horen eigen indicatoren die niet met elkaar verward moeten worden.

De reikwijdte en moeilijkheidsgraad van effecten verschilt per niveau. In het algemeen geldt: hoe maatschappelijker de aard van de effecten, hoe ingewikkelder de interveniërende variabelen en des te lastiger het is te komen tot eenduidige indicatoren. Stimuleringseffecten van beleidsmaatregelen die zich richten op voedselinitiatieven zijn eenvoudiger om te indiceren dan de verduurzamingseffecten van voedselinitiatieven op het niveau van de samenleving. Dit komt omdat in het eerste geval de effecten zich kenmerken door kortere causale ketens waardoor er minder sprake is van interveniërende variabelen. De verder reikende maatschappelijke effecten zijn niet met lineaire verklaringsmodellen te meten: er zijn te veel factoren die de effecten afzwakken, versterken of transformeren.

[1] De term voedselsystemen wordt vaak gebruikt zonder verdere definitie. Het begrip omvat doorgaans zowel productie- als consumptieprocessen. Susan George definieert voedselsystemen bijvoorbeeld als 'de totaliteit van tastbare en niet tastbare middelen, die door een gegeven menselijke gemeenschap worden gebruikt voor het produceren, bewaren, verdelen en consumeren van voedsel.' Aangehaald in Achterhuis 1988: 316. Een brede omschrijving, maar nog niet volledig. Ook de omgang met ons voedselafval ('postconsumptieve processen') is te beschouwen als een belangrijk onderdeel is van een voedselsysteem.

Figuur 1.1 **Beleid en voedselinitiatieven: 3 niveaus van effecten**



1.5 Werkwijze

Er is tijdens literatuuronderzoek gekeken naar transitieprocessen, sociale netwerkprocessen en de literatuur over de niches, experimenten en innovaties in de landbouw. Daarnaast zijn betrokkenen bij de voedselinitiatieven die EL&I onder de paraplu 'Smakelijk Duurzaam' heeft geschaard, schriftelijk en telefonisch geënquêteerd. Deze enquêtes zijn uitgedeeld op de bijeenkomst 'Smakelijk Duurzaam' d.d. 11 oktober 2010, waarop er 18 zijn teruggestuurd. Vervolgens zijn 23 anderen uit de lijst van voedselinitiatieven die gebundeld zijn in de *Almanak Kleinschalige voedselinitiatieven* gebeld met het verzoek om een telefonische enquête over hun voedselinitiatieven af te mogen nemen.[1]

1.6 Opbouw van het rapport

Hoofdstuk 2 gaat over voedselinitiatieven in de praktijk. Daar maken we nader kennis mee. Vervolgens worden de voedselinitiatieven in hoofdstuk 3 bezien vanuit theoretisch perspectief. We laten zien dat er niet één alomvattende theorie is die de functie en het functioneren van voedselinitiatieven verklaart, ook al komen er verschillende theorieën aan de orde. Hoofdstuk 4 gaat over het monitoren van de voedselinitiatieven en hoe de effecten ervan zijn te meten. Hoofdstuk 5 toont de indicatoren waarmee effecten van het beleid kunnen worden vastgesteld. Hoofdstuk 6 sluit af met conclusies.

[1] Sommige vragen zijn alleen tijdens de telefonische enquête gesteld. Dat is aangegeven door voorafgaand aan de beschrijving van de resultaten [N=23] te tonen. In alle andere gevallen geldt N = 41 (minus eventuele 'weet niet' of niet-ingevulde antwoorden).

2 Voedselinitiatieven in de praktijk

2.1 Inleiding

Volgens het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I) zijn voedselinitiatieven kleinschalige initiatieven die ervoor zorgen dat consumenten meer betrokken worden bij hun dagelijkse voedsel. Het overkoepelende doel van de ongeveer 150 verschillende initiatieven op het gebied van voedsel die het ministerie van EL&I met elkaar in contact probeert te brengen is het herstellen van de verbinding tussen de burger en de boer, tussen de burger en het platteland en tussen mens en milieu. Omdat de pilot voor de subsidieregeling 'Draagvlak duurzaam voedsel' alleen voor stichtingen en verenigingen zonder winstoogmerk geldt, lijken voedselinitiatieven soms op particuliere initiatieven of burgerinitiatieven[1] (zie www.helpeenburgerinitiatief.nl). De term burgerinitiatieven dekt overigens ook niet de volledige lading, omdat voedselinitiatieven ook door ondernemers kunnen worden opgezet.

Het ministerie van EL&I heeft een zogenaamde groslijst van voedselinitiatieven[2] opgesteld. Die lijst is bekeken en zijn er 41 enquêtes geanalyseerd. De helft van de geanalyseerde voedselinitiatieven was jong: zij startten in 2009 of 2010. De andere helft bestaat al langer dan 10 jaar.

2.2 Initiatiefnemers

Er zijn drie grote groepen van initiatiefnemers:

- producenten, verwerkers en distributeurs ofwel ketenpartijen;
- (individuele) burgers;
- partijen buiten de directe voedselketen, denk hierbij aan maatschappelijke organisaties, overheid, zorginstellingen, scholen.

Daarnaast zijn marktpartijen 'aan het einde van de keten' initiatiefnemer, zoals de horeca/catering en retail. Ook de overheid trekt een beperkt aantal initiatieven.

Oudere voedselinitiatieven lijken vaker getrokken worden door primaire producenten, terwijl de nieuwere voedselinitiatieven buiten de agribusiness ontstaan: onderwijs, consultancy, communicatie.

Het zijn vooral kleine ondernemingen, stichtingen, verenigingen, particulieren die initiatieven ontplooien. Daardoor blijven de initiatieven overigens ook vaak kleinschalig. Soms zijn er grote ondernemingen (bijvoorbeeld AH in het geval van Klasselunch) bij betrokken.

De meeste initiatieven kennen een regionale opzet, wat niet wegneemt dat ongeveer 10% van de initiatieven op nationaal niveau wil opereren.

Een kleine 40% van de geënquêteerde voedselinitiatieven heeft geen betaalde inzet van menskracht. De overige 60% heeft vaak een enkele fte in dienst. Op 40% van de geënquêteerde voedselinitiatieven

[1] De term 'particuliere initiatieven' of 'burgerinitiatieven' is binnen de ontwikkelingssamenwerking sterk ingeburgerd en Nederland neemt bovendien een vooraanstaande positie op dit terrein in. Tegelijkertijd bestaat er in Nederland nogal wat onduidelijkheid over de precieze definitie van het begrip 'particuliere initiatieven' (of burgerinitiatieven). Sara Kinsbergen, onderzoekster aan het Centre for International Development Issues Nijmegen, CIDIN, een wetenschappelijke onderzoeksinstituut aan de Radboud Universiteit Nijmegen, heeft een eerste aanzet gegeven tot omschrijving van particuliere initiatieven op het gebied van ontwikkelingssamenwerking. Ze hanteert 8 criteria: een particulier initiatief is (1) een groep mensen, die (2) op structurele wijze actief zijn op (3) het gebied van ontwikkelingssamenwerking. Meer bepaald biedt deze groep (4) ondersteuning aan een ontwikkelingsland, en is ontwikkelingssamenwerking het (5) hoofddoel van het initiatief. Bovendien krijgt het initiatief (6) geen directe financiering van de overheid. (7) Verder geldt dat PI's gekenmerkt worden door vrijwilligheid. Het CIDIN hanteert de afbakening dat ten hoogste 20% van de medewerkers wordt betaald voor hun inzet. Als laatste is er het criteria van kleinschaligheid. Dit betekent dat het particulier niet meer dan 20 vaste medewerkers heeft of dat het jaarlijkse beschikbare budget ten hoogste 1 mln. euro bedraagt.

[2] Het is een betrekkelijk willekeurige lijst van initiatieven rondom voedsel waar EL&I mee in aanraking is gekomen. Het heeft deze initiatieven zelf de naam 'voedselinitiatieven' gegeven. Er is geen selectie geweest en de lijst is ook niet compleet.

werken twee tot zelfs tien vrijwilligers; bij de overige 60% is geen sprake van inzet van vrijwilligers. Bijna 90% van de geënquêteerde voedselinitiatieven kent geen betalende leden.

Meer dan de helft van de 41 geënquêteerde voedselinitiatieven wordt gefinancierd uit hoofdzakelijk private middelen en ruim een kwart steunt op vooral publieke middelen.

2.3 Doel en doelgroep

Belangrijkste thema's

De 41 voedselinitiatieven is gevraagd naar het doel van het voedselinitiatief en met welk thema dit te maken heeft: duurzaamheid, gezondheid of het verbinden van consument en producent? Bijna de helft van de voedselinitiatieven heeft een sterke focus op een thema (44%), waarbij het verbinden van consument en producent het vaakst voorkomt (9x)[1] gevolgd door gezondheid (6x) en duurzaamheid (3x). Ruim een derde van de voedselinitiatieven streeft een combinatie van meerdere thema's na. Tot slot zijn er 9 initiatieven die zich richten op andere doelen. Daarbij gaat het om:

- de verkoop van kwalitatief hoogwaardige producten in een markt 'die het kan betalen';
- mensen laten genieten van lekker vers uit hun eigen buurt;
- plezier in eten genereren, ook door het verbouwen van bijzondere smaken;
- ondersteuning geven aan burgers;
- het veranderen van de eetcultuur op scholen en in instellingen;
- het bewust maken van consumenten van de eetbare natuur, het op tafel brengen van 'volwaardiger' voeding.

Lokaal en eetcultuur zijn steeds terugkerende thema's. Dat de roep om lokaal niet alleen een typisch Nederlandse ontwikkeling is, laat het volgende kader zien.

[1] Bij sommige initiatieven lijkt het te gaan om activiteiten waar productie en consumptie zich met elkaar vermengen (bijvoorbeeld verkoop en afzet van streekproducten), een fenomeen dat meer recent is aangeduid als *prosumption* (Ritzer en Jurgenson, 2010).

Tekstbox 2.1 Buitenlandse ontwikkelingen

Wereldwijd hebben consumenten het gevoel van *losing local* en dat roept een tegenreactie op: *finding local*. Wereldwijd is er een groeiend aantal initiatieven dat wil komen tot een kwalitatief uitzonderlijke, meer lokaal georiënteerde manier van voedselproductie,
-verwerking, -distributie en -consumptie. Het gaat hierbij om een andere manier van voedselproductie en ketenorganisatie, met meer oog voor duurzaamheid en het concept *local for local*. Ook zoeken deze initiatieven naar een andere fysiek-ruimtelijke inkadering van de voedselketen in een behoorlijk metropolitane context: urbane en peri-urbane voedselproductie, voedselproductie en -consumptie in combinatie met andere ruimtelijke functies (Van der Schans et al., 2010). Er zijn inmiddels veel initiatieven, die bekend staan als 'alternative food networks' (AFN) (Morgan et al., 2006). De AFN's hebben drie gemeenschappelijke kenmerken, inspelend op hun ongenoegen over de industrialisatie van onze voedselproductie:

- het opnieuw creëren van vertrouwen tussen producent en consument;
- het zoeken naar nieuwe organisatie- en beheersvormen
- het zoeken naar mogelijkheden van herverdeling van de waarde in het netwerk, net andersom dan de logica van het systeem van bulk/commodities.

In hun (Amerikaanse) kinderschoenen werden AFN-producten (nog) gedistribueerd via nieuwe institutionele vormen, parallel aan de reguliere kanalen, zoals winkels van liefdadigheidsinstellingen, voedselcoöperaties, boerenmarkten, community-supported landbouw (CSA) of boxregelingen. De snelle groei van de verkoop AFN, met name bij rijkere inkomensgroepen, trok de aandacht van de grootschalige detailhandelsupermarkten. Zij ruimen nu plaats in op hun schappen voor de AFN-producten. Deze lijken voor een bepaalde groep consumenten minstens zo belangrijk als prijs. Deze groep wordt 'locavore' genoemd. Een locavore is 'iemand die probeert om alleen te voedsel geteeld of geproduceerd binnen een straal van 100 mijl te eten'. Hoewel dergelijke activiteiten dikwijls worden aangeduid met de term 'alternative', wil dit niet zeggen dat de betrokkenen zich ook als zodanig identificeren. Kneafsey et al. (2005) wijzen er op dat veel participanten van CSA of boxregelingen zich niet zien als 'alternatieve' of ethische consumenten maar vooral als mensen die zich zorgen maken, of het nu gaat om de gezondheid van henzelf en hun naasten, de gemeenschap waarin ze leven, de natuur of het mondiale voedselsysteem. Veel betrokkenen uit de casussen die zij onderzochten hadden een zekere afkeer van politiserende beschrijvingen.

Consumenten lijken te streven naar gezonder gedrag. De nieuwe voedselinitiatieven, opgericht in 2009 of 2010, richten zich veel meer dan de oudere op gezond gedrag.

Beoogde doelgroep

De meeste voedselinitiatieven willen meerdere doelgroepen doelgroepen bedienen. De 41 geënquêteerde voedselinitiatieven richten zich vooral op consumenten (33 initiatieven), gevolgd door kinderen (19) en het bedrijfsleven (18). Slechts 7 voedselinitiatieven noemen de overheid als doelgroep.

Van de voedselinitiatieven die zich richten op kinderen zijn de meesten gefocused op één van de subgroepen: kinderen uit de basisschool, middelbare school of oudere kinderen. Vijf initiatieven houden zich bezig met alle drie groepen en zes met twee subgroepen. Het lijkt dat vooral de jongere voedselinitiatieven zich richten op kinderen.

De voedselinitiatieven die hun aandacht richten op consumenten werken óf landelijk óf regionaal. Slechts 7 initiatieven richten zich op beide niveaus.

Wanneer het bedrijfsleven als doelgroep wordt genoemd, gaat het vaak om agribusiness-bedrijven of andere bedrijven. Alleen deze voedselinitiatieven noemen de overheid ook als doelgroep. Deze (kleine) groep voedselinitiatieven heeft bovendien vaak iemand uit de agribusiness als trekker en alleen deze groep heeft een groot aantal betaalde fte's in dienst. Het gaat dus om de grotere initiatieven.

Bereikte doelgroep

De geënquêteerde voedselinitiatieven vinden dat ze niet alleen of vooral burgers of consumenten bereiken die als 'donkergroen', dat wil zeggen zeer bewuste milieuvriendelijke consumenten, zijn te typeren. Veel van de mensen die hieraan deelnemen waren volgens inschatting eerder als 'lichtgroen' te betitelen. Alhoewel deze gegevens berusten op inschattingen, ondersteunen ze de constatering van Kneafsey et al. (2005) dat veel betrokkenen zich doorgaans niet als 'alternatief' beschouwen. Uit de enquête blijkt dat bij-

na driekwart van de voedselinitiatieven niet of nauwelijks mensen met het stempel 'alternatief' aantrekt. Tegelijkertijd: de mensen die een voedselinitiatief bezoeken zijn al wel enigszins bezorgd over natuur, milieu, gezondheid en voedselveiligheid. Ze willen zelf ook vaak al bewuster met eten bezig zijn en hechten aan 'goed en lekker voedsel'. Bij de motieven die een rol spelen bij de deelnemers of het publiek dat de voedselinitiatieven trekken, worden economische overwegingen het minst vaak genoemd.

Tabel 2.1	**Motivaties die een (grote) rol spelen bij bezoek voedselinitiatief op basis van aantal malen genoemd, (n = 40)**
1. Zorg om natuur en milieu	39
2. Meer en bewuster met eten bezig willen zijn	38
3. Zorg om gezondheid	37
4. Productkwaliteit overwegingen (goed en lekker voedsel)	35
5. Zorg om voedselveiligheid	33
6. Sociale overwegingen(groepsbinding/gezelligheid)	26
7. Zorg om dierenwelzijn	24
8. Economisch overwegingen	18

Contact met de doelgroep
Minder dan 20% vindt de verbinding met de doelgroep '(redelijk) oppervlakkig', terwijl meer dan de helft van de trekkers wel een stevige band met de doelgroep ervaart.

De geënquêteerden t zeggen ook dat hun initiatief invloed heeft op kennis, houding en gedrag van consumenten, waarbij ze menen dat de invloed op kennis en houding groter is dan die op gedrag.

Wens tot grootschaligheid en groei?
Niet iedereen wil grootschalig worden. Voor de helft van de voedselinitiatieven is de groei naar een mainstreamniveau of opschaling geen primaire doelstelling. Wel bestaat er een besef dat voedselinitiatieven baat kunnen hebben bij een mainstream die soortgelijke activiteiten ontplooit. Zo zegt de uitbater van de website 'Van Haver Tot Gort ' voordeel te hebben van Albert Heijn: 'Daar maken mensen kennis met biologische producten, die wij ook verkopen.'

De 23 respondenten gaven heel verschillende redenen aan waarom zij hun initiatief succesvol vonden. Waar de een refereert aan economische successen en/of grootschaligheid en zegt op eigen benen te staan, of een boterham te kunnen verdienen vindt de ander het initiatief succesvol wanneer het anderen inspireert. Voor hen geldt niet dat 'groot' hét ultieme doel is.

2.4 Aanpak en activiteiten

Activiteiten
Er zijn vier activiteiten te onderscheiden, naast de post 'overige activiteiten':

- website;
- verkoop van producten;
- fysieke ontmoetingen;
- koken, proeverijen en kookworkshops.

Veel voedselinitiatieven hebben een eigen website, maar voor geen van hen geldt dat dat de primaire activiteit is. Bij negen voedselinitiatieven ligt de eerste focus op de verkoop van (streek)producten. Eén voedselinitiatief geeft aan dat de primaire activiteit bestaat uit een combinatie van de verkoop van (streek)producten en een webwinkel en twee anderen vertellen dat zij verkoop combineren met bijvoorbeeld een rondleiding en proeverij. Elf voedselinitiatieven richten zich primair op fysiek contact, en vullen dat op verschillende wijze in. Voorbeelden hiervan zijn: de adoptievrienden, bezoeken aan de boerderij, bijeenkomsten en eerste ontmoetingen organiseren tussen consument en producent, het koken met producten uit de streek, muziek maken,

netwerken en voorlichting. Nog eens elf initiatieven zeggen niet één hoofdactiviteit te kunnen benoemen omdat hun activiteiten bestaan uit combinaties. In de meeste combinaties heeft eten een plek. Tot slot zijn er acht initiatieven die zeggen het 'anders' te doen: het aanhaken bij lokale activiteiten op het gebied van duurzaamheid, het initiatief 'boer zoekt buur voor zonnepanelen', een restaurant op het land, gesprekken met eventuele partners, gesprekken met gemeente, vergunningen en proeftuin, makelaar, verbindingen tussen partijen, producent, consument, school en boeren, projecten initiëren en advies geven en implementatiebegeleiding, promotie van keurmerken, gesprekken met telers, informatiebijeenkomsten en persberichten, schrijven over duurzaam: vakbladen, websites, producenten en ketenpartners.

Communicatie met de doelgroep
Veel initiatieven hebben een eigen website of verwijzen op de website van de trekker naar het initiatief. Uitzondering zijn de initiatieven die zich richten op specifieke doelgroepen (met name zorginstellingen en in iets mindere mate scholen/crèches/BSO). Mogelijk lopen interacties met klanten/doelgroep van de initiatieven via de persoonlijke contacten met cliënten en scholieren (en hun ouders).

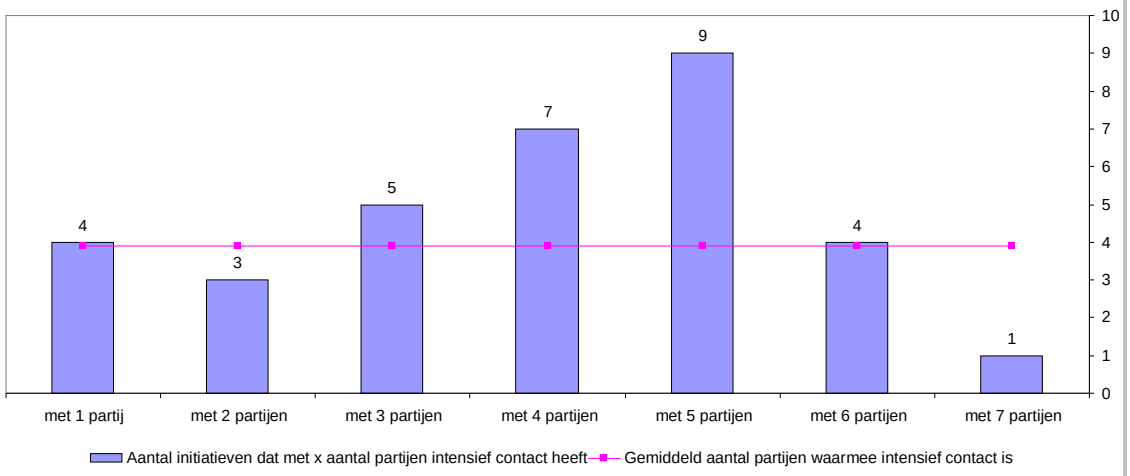
Er is vooral sprake van eenrichtingsverkeer. Er wordt veel gekozen voor het klassieke informeren en overtuigen van de doelgroep (ofwel: informationele en persuasieve communicatie). Een dialoog, een tweerichtingsverkeer, komt minder voor. Ook het zogenaamde Tweede Orde leren (niet: leren binnen bestaande kaders, maar samen nieuwe kaders ontwikkelen) zien we weinig terug. Dit geldt ook voor inzet van nieuwe (sociale) media (als meer dan een eenvoudige internetsite). Bovenstaand beeld wordt overigens niet door de 41 geënquêteerde voedselinitiatieven ervaren. Zij spreken wel vooral over 'dialoog' met de doelgroep. En in iets mindere mate over kennisoverdracht.

2.5 Netwerk en omgeving

We zien dat de bestaande voedselinitiatieven netwerken een centrale plaats geven. Men zoekt ook naar contact met anderen. Zo liet ruim 60% weten in meer of mindere mate contact te hebben met de agribusiness, waarbij ruim 40% zelfs spreekt over 'een vaste plaats in dit netwerk'. De voedselinitiatieven zijn sowieso actief in het netwerken. Van de ondervraagde voedselinitiatieven heeft 85% het afgelopen jaar intensief contact gehad met één of meerdere van de 7 partijen die zijn voorgelegd.[1] De meeste contacten worden gelegd met andere voedselinitiatieven en partijen in de agri- & voedselketen en de overheid. Gemiddeld is er met 3,9 partijen intensief contact geweest, terwijl de meeste initiatieven contact hebben met drie, vier of vijf partijen, zie ook figuur 2.1. Het contact leidt naar eigen zeggen niet altijd tot het verwerven van een vaste plaats in dat netwerk. Dat verschilt overigens per partij waarmee contact is. De initiatieven die intensief contact hebben gehad met andere voedselinitiatieven, partijen in de agri & voedselketen, maatschappelijke organisaties en de overheid geven in meer dan de helft van de gevallen aan dat zij menen een vaste plek in die netwerken verworven te hebben. Daarentegen hebben de initiatieven die intensief contact hebben gehad met media, kennisinstellingen en onderwijs in minder dan de helft van de gevallen een vaste plek in die netwerken.

[1] Andere voedselinitiatieven, agri & voedselketen, maatschappelijke organisaties, media, overhead, kennisinstellingen en onderzoek.

Figuur 2.1 **Aantal initiatieven die het afgelopen jaar intensief contact hebben gehad met andere partijen**



Overigens zegt bijna iedere geënquêteerde trekkers van een voedselinitiatieven dat ze inspirerend zijn voor de ander. Daarbij noemen ze een veelheid aan argumenten. Veel mensen krijgen reacties uit hun omgeving of signaleren dat hun initiatief navolging heeft gekregen.

2.6. Conclusies

De definitie van 'een voedselinitiatief' is niet scherp. Het ministerie van EL&I spreekt over kleinschalige initiatieven, maar kleinschaligheid in absolute zin is geen definiërend kenmerk voor een voedselinitiatief. Ook grote gevestigde bedrijven of overheidspartijen kunnen erbij betrokken zijn.

Wel is er een inhoudelijk kenmerk dat op alle voedselinitiatieven van toepassing lijkt te zijn. Ze zijn namelijk allemaal te typeren als reacties op conventionele productie- en consumptiepraktijken omdat ze aspecten van voedselkwaliteit (gezondheid, dierenwelzijn, milieu of fair trade) benadrukken waar meer bewuste aandacht voor zou moeten zijn, volgens hen. Ze geven uiting aan een gevoel van ongenoegen met 'de gang van zaken' in het bestaande regimes. Veel van de mensen die wij gesproken hebben doen dit op een actieve, positieve en enthousiasmerende wijze. Het gevoel van onbehagen zet burgers, marktactoren en actoren buiten het directe voedselsysteem aan tot actie. Iets scherper gesteld: voedselinitiatieven geven een kritisch signaal af dat er met ons voedselsysteem iets niet klopt.

Voedselinitiatieven gaan over duurzaamheid en gezondheid evenals stad-en-land, over de culturele waarden van voedsel. Ze willen de eetcultuur beïnvloeden, richten zich vooral op consumenten en kinderen, en willen de afstand tussen producent en consument verkleinen. Velen hebben een website en communiceren naar buiten toe over hun initiatief. Daarnaast zijn voedselinitiatieven ook gericht op het bedrijfsleven. Sommige voedselinitiatieven richten zich zowel op de vraagkant als op de aanbodkant en zelfs op een combinatie ervan in nieuwe arrangementen.

Er is een grote diversiteit aan voedselinitiatieven. Er is een veelheid aan (combinaties van) activiteiten, communicatietrajecten en verbindingen met de buitenwereld. Voedselinitiatieven verschillen ook wat betreft hun ambitie. Er is een groep die economische doelen nastreeft, op eigen benen wil staan, winst wil maken en uit wil groeien tot een eigenstandige onderneming. Een andere groep ambieert een inspiratiebron te zijn voor anderen, mensen bewust te maken en voorlichting te geven. Deze groep streeft niet perse naar een economische positie voor het initiatief.

3 Voedselinitiatieven vanuit theoretisch perspectief

[S]teering societal developments in area as complex as sustainability is unlikely to be succesfull when only one theory is used, especially when the relevant time frame extends over one or more generations. A broad base of different (and partially overlapping) theories is probably needed to deal with the multiple challenges that present themselves at any point in time - especially because these challenges (and available theories) will also change over time. (Dewulf et al., 2009, 48)

3.1 Inleiding

Een eenduidige theoretische duiding van voedselinitiatieven is niet voorhanden. Wel zijn er meerdere theoretische perspectieven die zich lenen voor toepassing, maar geen van deze theorieën geeft ons inziens een bevredigend totaalbeeld. Ze leggen weliswaar relevante stukken bloot van de werking en functie van de voedselinitiatieven, maar niet het geheel. Een beetje gechargeerd gesteld, geldt hier de bekende parabel van de blinde mannen die een olifant willen beschrijven. Nadat iemand zo vriendelijk was ze naar een olifant toe te leiden, bevoelden zij ieder een ander deel van het dier en vertelden ze hoe het beest eruit ziet. Het resultaat waren beschrijvingen die elk voor zich begrijpelijk zijn maar die als geheel een beeld opleveren dat weinig overeenstemt met de olifant in kwestie. In dit hoofdstuk illustreren we dit aan de hand van vier theorieën die elk voor zich relevante inzichten opleveren doch ook hun beperkingen hebben. Eerst bespreken we de innovatietheorie van Rogers (3.2), waarbij we ook een beeld schetsen van de duurzame veranderingsgezindheid van consumenten. Vervolgens gaan we in op de transitietheorie (3.3), de netwerktheorie (3.4) en de theorie rondom 'sociaal leren' (3.5). We ronden af met een samenvattende conclusie.

3.2 Innovatietheorie

Een manier om voedselinitiatieven te bekijken, is de bijdrage die ze leveren aan de maatschappelijke acceptatie van innovatieve producten of consumptiepatronen. Eén van de meest beroemde typologieën in dit verband die nog altijd actualiteit bezit, komt voort uit de diffusietheorie van Rogers (1962) uit het begin van de jaren zestig van de vorige eeuw. Hij onderscheidde vijf ideaaltypische segmenten als het gaat om de acceptatie en verspreiding van innovaties. Op de eerste plaats de innovatoren (*innovators*) die als kleine experimentele voorhoede (enkele procenten van de consumentenpopulatie) nieuw gefabriceerde producten of innovatieve technologieën uitprobeert. De daaropvolgende groep van '*early adopters*' zijn degenen die de avant-garde van innovatoren snel navolgen (een groep van meer dan 10%). Hierna volgt de vroege meerderheid die de acceptatie van een innovatieve verandering vaak voldoende kritische massa geeft, want dit segment is goed voor ruim één derde van de populatie. Daarna komt de meer sceptische late meerderheid (*late majority*) die gezamenlijk ook goed zijn voor één derde van de consumentenmarkt. De rij wordt gesloten door de achterblijvers (*laggards*) die noviteiten slechts met veel moeite aanvaarden en die samen 15% van de consumenten representeren (Van Raaij en Antonides, 1997; 369-75). Volgens de innovatietheorie zouden voedselinitiatieven te beschouwen zijn als voorbeelden van activiteiten die zich voornamelijk richten op innovators en early adopters van meer gezonde en duurzame consumptiepatronen die op termijn wellicht ook ingang zullen vinden bij rest van de consumentenpopulatie.

Veranderingsgezindheid hedendaagse consumenten

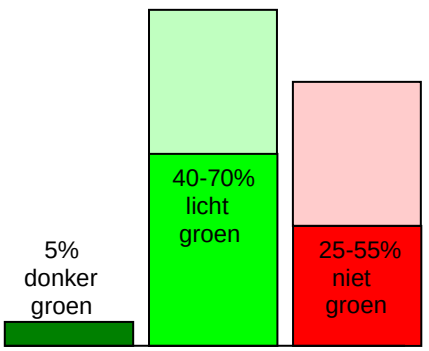
Ondanks de eenvormigheid van het geschetste verspreidingspatroon en de gemaakte generalisaties, die Rogers' theorie kwetsbaar maken voor kritiek, spreken de consumentenportretten tot de verbeelding en zijn ze goed herkenbaar. Ze worden daarom nog steeds gebruikt om aan te geven dat consumenten aanzienlijk van elkaar verschillen in de mate en snelheid waarin ze een innovatie of (culturele) verandering aan-

vaarden. Dit geldt uiteraard ook voor duurzame consumptie. Groen gedrag van consumenten vereist in meer of mindere mate een verandering ten opzichte van het gebruikelijke. Sommige mensen gaan hierin verder dan anderen. Groen consumentengedrag is er ook in vele soorten en maten. In de geest van Rogers is echter wel een grove driedeling te maken tussen donkergroene, lichtgroene en niet-groene groepen van consumenten. Aan de ene kant van het spectrum bevinden zich consumenten die daadwerkelijk een duurzame leefstijl voeren waarin hun waarden, interesses, opvattingen en gedrag consequent verbonden zijn met wat en hoe(veel) ze consumeren. Deze groep is te betitelen als donkergroene consumenten. Deze groep heeft niet alleen belangstelling voor duurzaam, maar voegt de daad bij het woord door bij voorkeur en consequent te kiezen voor ecowasmiddel, waterbesparende kranen, Fair Trade- dan wel EKO-producten of openbaar vervoer. Het gaat hier vooralsnog om een betrekkelijk kleine groep consumenten. Als bijvoorbeeld gedacht wordt aan 'heavy users' van biologische levensmiddelen (5%), het aantal vegetariërs (4%) of de hoeveelheid consumenten met een hybride auto (2%), dan blijven de percentages vooralsnog gering.

Aan de andere kant van het spectrum staan diegenen die duurzaam helemaal geen warm hart toedragen. Ook hier gaat het om een minderheid, maar wel een die doorgaans groter wordt ingeschat dan de 5 procent voor de donkergroenen. De ongeïnteresseerden lijken goed te zijn voor een kwart tot wel de helft van de consumentenbevolking. Uiteraard zijn hier gradaties aan te wijzen tussen consumenten die totaal onverschillig staan ten opzichte van alles wat met duurzaamheid te maken heeft - het consumentensegment van de 'honestly disengaged' laat zich rond de 20 procent inschatten - tot mensen die er wel 'iets' mee zouden willen maar dit nauwelijks tot nooit doen omdat ze bijvoorbeeld duurzaam te duur vinden.

Tussen de donkergroenen en de onduurzamen in bevinden zich de lichtgroenen. Het gaat hier om een breed en divers deel van het consumentenpubliek dat tal van variaties van 'weak sustainable consumption' op hun gedragsrepertoire hebben staan. Gegeven de ruwe schattingen van de consumentenpopulaties aan beide zijden van het spectrum representeren de lichtgroenen een flink deel van de consumenten: variërend van 40 tot 70 procent. In de termen van Rogers is deze brede tussengroep samengesteld uit *early adopters*, die iets meer gemotiveerd zijn, en de groep 'vroege meerderheid'. Lichtgroene consumenten weten dat hun consumptie beslag legt op natuurlijke hulpbronnen en milieu-impact heeft en willen ook wel een handje helpen. Maar dan bij voorkeur wel zodanig dat kiezen voor duurzaam weinig gevolgen heeft voor de manier waarop men gewoon is te consumeren. Meer radicale verandering van de consumptieve leefstijl is zeker niet automatisch aan de orde. Evenmin is de consequentie in het maken van groene keuzes altijd even groot. Op biologisch wordt bijvoorbeeld wel gelet als het om zuivel gaat, maar speelt geen rol van betekenis bij de aankoop van andere etenswaren. Lichtgroene consumenten kunnen voorbeelden als deze ook eenvoudiger aan zichzelf verkopen want hun duurzaamheidswaarden tellen minder zwaar.

Figuur 3.1 **Percentage consumenten met een donkergroene, lichtgroene en niet-groene leefstijl**



Tekstbox 3.1	Voedselinitiatieven als voorhoede van innovators/early adaptors

Onder de voedselinitiatieven treffen we tal van voorbeelden aan die zich richten consumenten in de duurzame 'voorhoede'. Culinaire boerderijen als Anna Haen, Boatanic die met haar rondvaartboot de stedelijke bewoners wil warm maken voor duurzaam voedsel, het initiatief van Boerderij-Beleving dat attractieve gezinsprogramma's aanbiedt voor geïnteresseerde consumenten, en zo zijn er nog talloze andere producenten en initiatieven die de voorhoede van innovators en early adopters wil aanspreken en bedienen. De woorden en spreuken die hier circuleren zijn 'bewust leven, 'gezond genieten', 'verantwoord en lekker', 'biologisch en vers', 'puur en lokaal'. Sommige initiatieven bestaan al lang. Neem bijvoorbeeld Sjek Floor in Nijmegen, de Grondlegger van Vrolijke Varkens die al vanaf 1979 scharrelvlees verkoopt en in 1986 een boerderij kocht waarin hij zelf varkens ging houden. De culinaire boerderij Anna Haen bestaat daarentegen nog maar kort (vanaf 2007), en is een voorbeeld van een initiatief dat in beweging is. Lag in de eerste jaren de nadruk op op het geven van kookworkshops en het verkopen van lokale en seizoensgebonden producten, in najaar 2009 werd besloten tot een uitbreiding van de activiteiten. In de vorm van een presentatieruimte, konden nu ook lokale ondernemers hun producten bij bezoekers onder de aandacht brengen. Daarmee werd de oorspronkelijk doelgroep van consumenten uitgebreid naar ondernemers. Veel van deze initiatieven zullen vooral aansluiting vinden bij mensen die al meer bewust met voedsel bezig zijn, maar daarnaast zijn er ook initiatieven en marktconcepten te noemen die nadrukkelijk proberen ook de groep van de 'late majority' binnen te halen als eindgebruikers van duurzame producten. Willem & Drees, GIJS en Marqt (zie de volgende tekstbox) zijn hiervan belangwekkende voorbeelden.

De theorie toegepast op de voedselinitiatieven

Hoe verhelderend en belangrijk dit soort indelingen ook kunnen zijn om de variatie aan veranderingsgezindheid onder consumenten te begrijpen, ze geen volledig beeld van de activiteiten die voedselinitiatieven belichamen. De focus in de innovatietheorie ligt namelijk op het aspect van het uiteindelijke consumptiegedrag en heeft daarom bijvoorbeeld weinig of geen oog voor activiteiten die daarbuiten vallen. Voedselinitiatieven behelzen echter ook allerlei vormen van 'prosumptie' (Ritzer en Jurgenson, 2010), waarin productie en consumptie zich met elkaar vermengen (bv. verkoop en afzet van streekproducten). Ook allerlei educatieve en opiniërende activiteiten, die niet direct gericht zijn op consumptie, zijn lastig onder te brengen. Ten slotte werpt deze theorie geen licht op de positie die voedselinitiatieven hebben in het bredere krachtenveld van stakeholders en op de maatschappelijke veranderingsprocessen die langere tijd in beslag nemen. Voor dit laatste dienen we te rade te gaan bij de transitietheorie die hier wel uitvoerig aandacht aan besteed.

3.3 Transitietheorie[1]

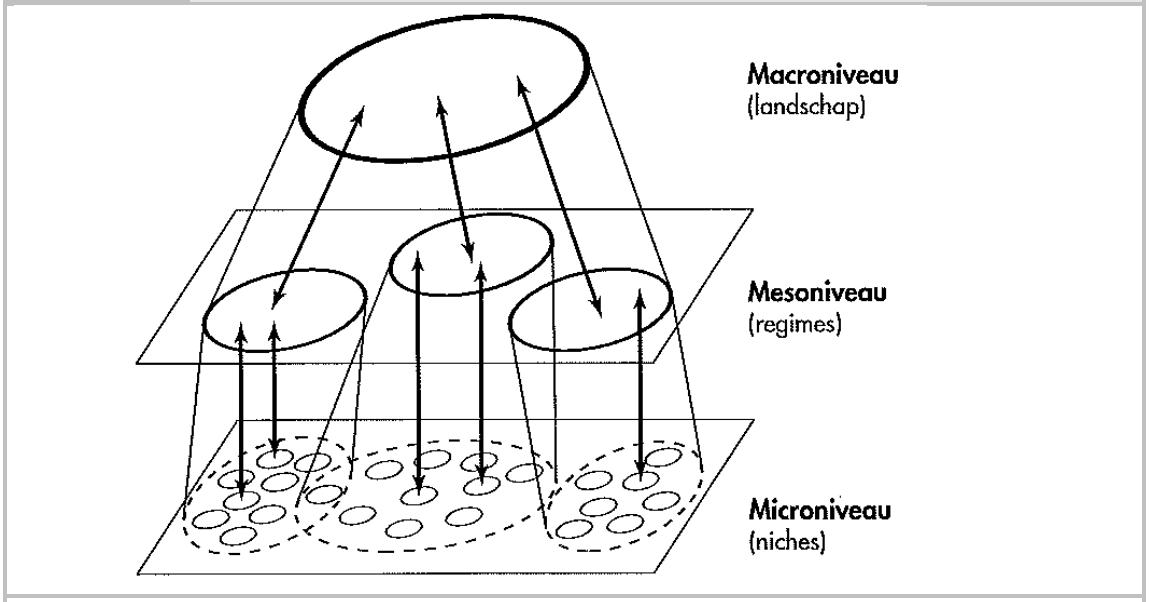
In zijn oratie omschrijft Rotmans transitie als 'een structurele maatschappelijke verandering die het resultaat is van op elkaar inwerkende en elkaar versterkende ontwikkelingen op het gebied van economie, cultuur, instituties en natuur en milieu.' (2005, 13). Hij wijst er verder op dat transities zich kenmerken door complexiteit en onzekerheid en op het belang van een pluralistische benadering waarin oog bestaat voor de veelvoud van betekenissen en interpretaties in het maatschappelijke debat (Rotmans 2005, 44). Transitiebeleid en transitiemanagement zijn daarom, dus niet echt mogelijk wanneer men vasthoudt aan de 'klassieke' vormen van centralistische sturing. Beleidsvorming dient veel meer interactief te zijn met ruimte voor 'sociaal leren'. Bestuurlijk wordt transitiemanagement ook wel gepresenteerd als een derde co-evolutionaire weg tussen incrementalisme, waarin de nadruk ligt op kortetermijnplanning terughoudend beleid, en planning die wordt gekenmerkt door blauwdrukken en centralistische sturing door experts (Kemp et al., 2007). Een cruciaal kenmerk van transitiedenken is het langere tijdsperspectief waarbij men denkt in perioden van 20 tot 50 jaar.

De transitietheorie richt zich met name op het begrijpen van de opkomst, transformatie en neergang van sociotechnische systemen. Denk aan de introductie van stoomkracht en fossiele brandstoffen die tot volledig nieuwe vervoerssystemen en industrievormen leidde. De dynamiek van dergelijke transities be-

[1] Mede op basis van het werk van Kemp et al. (2007); Loorbach (2010), Geel et al., (2008) en Ten Pierick en Van Mil (2009).

staat volgens deze theorie uit een wisselwerking van talloze processen op drie verschillende schaalniveaus.

Figuur 3.2 **Schaalniveaus van transitie**



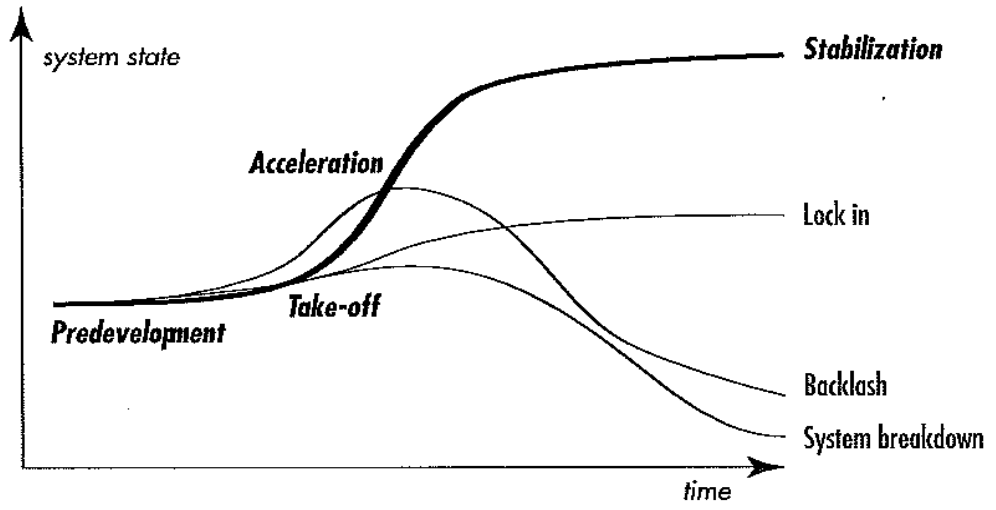
Bron: Rotmans 2005, 32.

Het landschap op macroniveau zijn de relatief traag verlopende trends en ontwikkelingen met een hoog autonoom karakter, denk aan maatschappelijke trends als individualisering, het proces van globalisering, algehele politiek veranderingen. De regimes op mesoniveau zijn de netwerken van bestaande organisaties en instituties en de stelsels van dominante praktijken, regels en belangen. De niches op microniveau ten slotte zijn nieuwe (innovatieve) ontwikkelingen, de afwijkingen van onderop, ondernemers of organisaties met vernieuwende producten of initiatieven die de dominerende sociotechnische systemen op mesoniveau kunnen desintegreren en mogelijk vervangen. Wanneer een bestaand regime van sociotechnische systemen op termijn wordt vervangen door lokale nichepraktijken die zijn doorgebroken, kunnen we spreken van een transitie. Vanuit het perspectief van de transitietheorie zijn voedselinitiatieven op te vatten als niches die op den duur kunnen zorgen voor een regimeverandering die vervolgens kan leiden tot een waardenverschuiving in het landschap.

Transitiefasen en transitiepaden

De transitietheorie is zeker niet op te vatten als een deterministische theorie die uitgaat van lineaire ontwikkelingen. Er worden wel verschillende fasen onderscheiden die zich laat kenschetsen door de bekende S-curve (zie figuur 3.3). Na een periode van voorontwikkeling een dynamische fase, komt er een fase van accelaratie, die vervolgens overgaat in een stabilisatiefase.

Figuur 3.3 **Transitiefasen en transitiepaden**



Bron: Rotmans 2005, 30.

Het is evenwel niet te voorspellen of beginnende aanzetten tot een transitie al deze fasen zullen doorlopen. Het is zeer wel mogelijk dat het in de accelaratiefase misgaat, dat het transitieproces via ingesleten gedrag en al geframede denkbeelden uitmondt in een lock-in of dat er binnen een te smal denkraam keuzes worden gemaakt die leiden tot een backlash. Wanneer er geen enkel vruchtbaar perspectief in beeld komt en het systeem 'in zichzelf gekeerd' op de oude voet verder gaat, kan er zelfs een system breakdown optreden.

Vandaar dat in de theorie van transitiemanagement dikwijls wordt gepleit voor subsidies en R&D-investeringen die nieuwe niches de kans geven zichzelf te ontwikkelen en in zekere zin afschermen tegen de heersende regimes. Niches kenmerken zich vaak door een (nog) lage technologische performance, slechte inpasbaarheid in het bestaande regime, hoge kosten. Ze redden het ook niet direct in het bestaande regime. Er is een zekere bescherming nodig om ze verder te doen ontwikkelen. Daarbij kunnen zogenaamde 'product champions' een rol spelen. Dit zijn marktactoren die de potentie van de niche zien en waarderen en de niche ondersteunen. De complexiteit en onzekerheid die kenmerkend is voor transities, maakt het echter onmogelijk te weten welke niches uiteindelijk zullen doorbreken op het niveau van regimes.

Tekstbox 3.2 Voedselinitiatieven als kansrijke niches

De voorbeelden die hier voor de hand liggen zijn vernieuwende aanbieders of marktconcepten die de ambitie hebben om door te dringen in de main stream. Een mooi voorbeeld is Willem&Drees, een bedrijf dat in juni 2009 is ontstaan en zich als doel stelde om aardappels, groenten en fruit van boeren uit de buurt verkrijgbaar te maken in winkels in de buurt. In een proces van vallen en opstaan hebben ze hun eerste successen weten te boeken. De beide ondernemers, die voordien bij Unilever hebben gewerkt, hebben een logistiek en distributief systeem opgezet dat lokale producten op lokale supermarktschappen brengt. De ambitie is om hun activiteiten tot meer regio's uit te breiden. Naast Willem&Drees kan hier op het GIJS-label worden gewezen, opgezet door René Bink in 2007. Bink die de consument weer kennis wilde laten maken met eerlijke producten van eigen bodem. GIJS-producten zijn tegenwoordig te vinden in Plus supermarkten, boerderijwinkels en speciaalzaken. Ten slotte is er het initiatief van Marqt dat als illustratie kan gelden van een interessante niche met opschalingsambities. Marqt is een nieuwe supermarktformule (in eigen termen: 'een versmarkt', daar men zichzelf niet wil neerzetten als een alternatief voor een traditionele supermarkt), die zich focust op een doelgroep die 'opgeleid en bewust levend' is. Streven van Marqt is het promoten van wat men noemt 'echt eten', dat wil zeggen voedsel waarbij in de productie en consumptie de waarde gezondheid, rechtvaardigheid en milieuvriendelijkheid/duurzaamheid centraal staan. Doelstelling van Marqt is om producenten die hun producten niet via de gebruikelijke kanalen kunnen of willen verkopen een verkoopkanaal te bieden dat past bij het publiek dat ze trachten te bereiken. Marqt streeft naar opschaling; Binnen 5 jaar streeft men naar een opschaling van 20 tot 25 winkels in de Randstad, en op langere termijn hoopt men mogelijk landelijke dekking te krijgen. Dit soort initiatieven lijken potentie voor 'take-off' te hebben, al maken de ervaringen van deze ondernemingen ook duidelijk dat er talloze hobbels en obstakels zijn die een doorbraak en in bestaande regimes bemoeilijken, laat staan dat deze voedselinitiatieven in staat zouden zijn deze regimes structureel te veranderen (ofwel te desintegreren en te transformeren volgens het jargon van de transitietheorie).

Kritiek op de transitietheorie

De transitietheorie heeft de laatste jaren opgang gemaakt in het wetenschappelijk discours en wordt ook door een aantal Nederlandse auteurs een warm hart toegedragen. Ook is er de kritiek dat de theorie erg abstract geformuleerd is en de handvatten, hoe leerzaam ook, erg algemeen blijven. Er lijkt ook een zekere spanning te bestaan tussen de transitie*theorie*, die wijst op contingentie, openheid en sociaal leren ('laat duizend bloemen bloeien'), en de ideeën van transitie*management* waarbij experts en wetenschappelijke kennis sleutelrollen worden toegewezen. Meer kritisch kan men zich met Shove en Walker (2007) afvragen of er niet ongemerkt op obscure wijze (technocratische) politiek wordt bedreven die (onbewust) een bepaalde blauwdruk van ontwikkeling propageert die in feite binnen de grenzen van bestaande regimes blijft opereren. Zij merken verder op dat veel beschrijvingen van transities zich te zeer concentreren op nieuwe innovatieve niches die mogelijkerwijs uitgroeien tot nieuwe regimes. Maar een even belangrijke vraag is hoe bestaande regimes 'overlijden', welke randvoorwaarden voor hun desintegratie bevorderlijk en noodzakelijk zijn. Daarover wordt weinig gezegd. Van der Ploeg (2009) wijst in dit verband op de simultane strijd tussen meerdere transitiescenarios die volgens hem altijd gaande is. In wezen, stelt hij, is transitie sociale strijd. Omdat de transitietheorie naar zijn mening dit elementaire inzicht mist of te weinig doorgrondt, dringt zich de suggestie op dat een transitie een 'uniek' en goed af te bakenen eenmalig proces is dat door netwerken van deskundigen kan worden gemanaged. De chaos en strijd die eigen is aan structurele veranderingsprocessen, verdwijnt dan uit beeld of wordt zelfs als een controleprobleem gezien. Wat er onder de noemer van transitie in gang wordt gezet door bepaalde expertsnetwerken, mogelijk gefaciliteerd door de overheid,[1] kan daarom ver afstaan van de werkwijze en belevingen van niches die een andere route willen bewandelen.

De theorie toegepast op de voedselinitiatieven

Een belangrijke meerwaarde van de transitietheorie is dat zij, in vergelijking met veel andere theoretische perspectieven, oog heeft voor structurele veranderingen over een langere tijdsspanne. Sociale krachtenvelden worden in een historisch perspectief geplaatst, waarbij de analyse op meerdere niveaus wordt aan-

[1] Van der Ploeg noemt hier het voorbeeld van Transforum.

gezet. Een aantal voedselinitiatieven is ook zeker op te vatten als kansrijke (markt)niches die op termijn bestaande (markt)regimes kunnen desintegreren en transformeren richting meer duurzame voedselsystemen. Inzichten uit transitiemanagement die wijzen op de afscherming die zulke niches in het beginstadium behoeven, bieden hier waardevolle handvatten hoe om te gaan met de obstakels en weerstanden die er zijn in bestaande regimes. Denken vanuit een transitieperspectief draagt ook bij aan het besef dat er op lange termijn moet worden nagedacht en dat toekomstige ontwikkelingen contingent. Het laat zich niet van te voren voorspellen welke niches zullen doorbreken, net zoals voor voedselinitiatieven geldt dat het moeilijk te zeggen is welke daarvan de beste kansen bieden voor opschaling.

Aansluitend op de theoretische kritiek hierboven, is te wijzen op de mogelijke bias dat voedselinitiatieven als niches hoofdzakelijk interessant worden bevonden in de mate waarin ze regimes op mesoniveau kunnen openbreken en transformeren. Opschalingskansen en ontwikkelingskansen richting mainstream worden dan normerende criteria waarop voedselinitiatieven worden beoordeeld. Dit zou echter een groot aantal voedselinitiatieven tekort doen dat geen ambitie heeft om tot iets groters uit te groeien, dat het - om het populair te zeggen - bij 'hun ding' wil houden. Een gebruiksmanco van de transitietheorie is dat ze in haar toepassing vooral is toegesneden op innovatieve technologieën of nieuwe technologische systemen en de daaraan gekoppelde lokale praktijken. Zonder veel problemen is de theorie weliswaar uit te breiden tot nieuwe, visionaire marktconcepten (zoals Marqt of Willem en Drees), maar het punt blijft dat veel andere voedselinitiatieven eenvoudigweg niet zijn te reduceren tot een vorm of uiting van een vernieuwend sociotechnisch systeem of een innovatief marktconcept. Denk aan allerlei educatieve of meer publicitaire projecten die niet als zodanig zijn te typeren maar daarom niet minder interessant. Dergelijke projecten kunnen namelijk substantiële invloed hebben op het maatschappelijke debat over voedsel. Daarmee is ook een werking van voedselinitiatieven aangegeven die binnen het raamwerk van de transitietheorie relatief weinig aandacht krijgt, namelijk de directe beïnvloeding van publieke discussies, waarden en normen (het landschap) van onderop door lokale praktijken (op nicheniveau) waarbij het mesoniveau van regimes als het ware wordt overgeslagen.

3.4 Netwerktheorie

Een andere ingang om voedselinitiatieven te benaderen is via de theorievorming waarin netwerken centraal worden gesteld. In onze beschrijving van voedselinitiatieven hebben we ook apart aandacht besteed aan 'netwerken en omgeving'; ook wezen we al op de 'alternative food networks' (AFN) die een belangrijk voorbeeld zijn van voedselinitiatieven. We beperken ons hier tot de netwerktheorie zoals die binnen de bestuurskunde wordt behandeld in het kader van *governance*. *Governance* staat voor een verschuiving van hiërarchisch en geïnstitutionaliseerde bestuursvormen naar minder geformaliseerde en interactieve vormen van overheidsbestuur. Rhodes (1996) omschreef *governance* als een nieuwe sturingsfilosofie die uitgaat van zelf-organiserende netwerken. Vandaar dat binnen de bestuurskunde ook wel gesproken wordt over *network governance*. Uitgangspunt in deze benadering zijn netwerken van actoren die van elkaar afhankelijk zijn. Hierin zijn meerdere machtscentra te identificeren en de sociale interactie kenmerkt zich door een horizontaal karakter, flexibiliteit en dynamiek.

Netwerken en politiek beleid

Publieke en private actoren zijn met elkaar verbonden in netwerken, waarbij de verschillende partijen politieke strategieën zowel kunnen hinderen als ondersteunen. Een overheid die hier sturend wil optreden, zou zich daarom, dus kunnen richten op coöperatieve vormen van samenwerking waarin ze in dialoog gaat met de partijen die ze nodig heeft om haar beleidsdoelen te realiseren. Voedselinitiatieven zijn hier dus op te vatten als netwerken die relevant zijn voor beleidsdoelen als duurzaam en gezond voedsel en verantwoord consumptiegedrag. Net zoals bij de transitietheorie wordt gesproken over transitiemanagement, kan men bij network governance spreken over netwerkmanagement. Het verschil met transitiemanagement is dat de focus uitgaat naar actoren in politieke netwerken, terwijl bij transitiemanagement de nadruk ligt op actoren in innovatieve niches (Dewulf et al., 2009, 37). De taken van een netwerkmanager zijn ook

meer gevarieerd te beschrijven, uiteenlopend van het opbouwen en faciliteren van netwerken tot het actief ingrijpen in de netwerken zelf. In de bestuurskunde wordt hier onderscheid gemaakt tussen (1) procesmanagement en (2) netwerkconstituering. Bij het procesmanagement ligt de nadruk op de verbetering en ondersteuning van de sociale interactie, en bij netwerkconstituering wordt geprobeerd de structuur van het netwerk meer fundamenteel te veranderen, bijvoorbeeld door de posities van bestaande actoren te veranderen en nieuwe actoren te introduceren. De beleidsactiviteiten ten aanzien van voedselinitiatieven, zijn een voorbeeld van procesmanagement. Er komen echter ook hiërarchische relaties voor door bijvoorbeeld de subsidieregeling die men heeft bedacht om voedselinitiatieven te ondersteunen. Klijn en Koppejan (2000, 153-154) wijzen erop dat een overheid weliswaar meerdere rollen kan spelen in de sturing van netwerken, maar dat het belangrijk is deze rollen goed uit elkaar te houden. Gebeurt dit niet dan kan het leiden tot verkeerde verwachtingen of teleurstellingen veroorzaken bij de netwerken die men wil aansturen en/of ondersteunen.

Tekstbox 3.3 Voedselinitiatieven als netwerken

Een mooie illustratie van de werking van netwerken en *governance* is het voedselinitiatief Lekker Utregs dat we hier beschrijven. Doel van het initiatief is om het Utrechtse platteland en stad dichter bij elkaar te brengen, om een korte lijn tussen boer en consument te creëren. Lekker Utregs streeft er naar dat Utrechters hun voedsel zoveel als mogelijk uit Utrecht halen, waardoor de persoonlijke contacten tussen boeren en consumenten worden bevorderd. Op langere termijn verwacht Lekker Utregs dat deze regionalisering een belangrijke bijdrage zal leveren aan sociale, economische en ecologische duurzaamheid. Zoals Lekker Utregs het zelf verwoordt: 'Regionalisering en verduurzaming van de voedselketen helpt Utrechters aan werk, stimuleert onze boeren en de regionale economie, en is beter voor ons prachtige landschap en ons milieu'.

Lekker Utregs is in 2006 gestart als een gelijknamige promotiecampagne om regioproducten in het zonnetje te zetten. In het kader van deze promotiecampagne werden diverse activiteiten en evenementen georganiseerd die vele bezoekers wisten te trekken. Voor deze activiteiten werd samengewerkt met en door Utrechtse voedselproducenten, winkeliers, koks, handel, consumentenorganisaties, adviesbureaus enzovoort. Om er voor te zorgen dat Utrechtse regionale producten meer herkenbaar zijn, werd in augustus 2006 het logo/keurmerk 'Lekker Utregs' gepresenteerd.

Vanwege het succes van deze campagne werd in 2008 toenadering gezocht tot politiek en bestuurders van de stad en provincie Utrecht (politiek-bestuurlijke netwerken). De strategie hierbij was het initiatief Lekker Utregs bekendheid te geven in het politiek-bestuurlijke netwerk van de stad en provincie Utrecht. Verder werd steun gevraagd en verkregen voor het opstellen van een Lekker Utregs Regioconvenant. Op 14 november 2008 tekenden vertegenwoordigers van het Rijk, Provincie, Regio en Gemeente Utrecht de Intentieverklaring Lekker Utregs, waarmee door hen de maatschappelijke baten van een regionale voedseleconomie worden erkend en wordt toegezegd deze te stimuleren. Tegelijk met het ondertekenen van de intentieverklaring werd de 'Groene Participatiemaatschappij Lekker Utregs' opgericht, een samenwerkingsverband dat regionaal voedsel in Utrecht stimuleert en organiseert en waarin wordt deelgenomen door diverse partijen (producenten, winkeliers, koks, handelaren, diverse organisaties; economische netwerken).

Op 30 juni 2009 werd de Stichting Lekker Utregs opgericht. Hierin wordt samengewerkt tussen 2 Utrechtse plattelandsgebieden (Weidse Veenweiden, en Krommerijnstreek en Langbroekerwetering), het Milieucentrum Utrecht, Stichting Aarde en enkele onafhankelijke deskundigen. Een van de organisaties waarmee Stichting Lekker Utregs samenwerkt is Van Dichtbij BV, een initiatief van Odenwald Organic, een handelsorganisatie die zich sterk maakt voor producenten en producten uit eigen regio. De samenwerking tussen Stichting Lekker Utregs en Van Dichtbij is nauw en ambitieus (economische netwerken): doel is om Utrechtse producten vanaf 2011 in winkels, grootkeukens, kantines en horeca verkrijgbaar te maken. Bovendien wordt hiervoor de media gezocht: de lancering van deze producten zal gepaard gaan met een mediacampagne richting pers, klanten en andere belangstellenden.

De theorie toegepast op de voedselinitiatieven

De meerwaarde van de netwerktheorie is de aandacht die hier bestaat voor de verschillende politieke beleidsarena's, de rol van netwerken in het geheel en de verschillende rollen die de overheid hier kan spelen. Vanuit het *governance*-denken, waarop deze theorie stoelt, biedt deze benadering ook meer mogelijkheden tot reflectie. Vooral wat betreft de machtsrelaties en spanningen die er kunnen optreden bij netwerksturing en hoe zich bepaalde netwerken, die men wil inzetten voor beleid, verhouden tot het democratisch stelsel.

Maar deze meerwaarde van *network governance* heeft, althans voor wat betreft de toepassing op voedselinitiatieven, ook een zwakte. Het uitgangspunt zijn namelijk doorgaans netwerken die hun doelen redelijk duidelijk omschreven hebben en die daardoor voor de overheid ook een redelijke duidelijke strategische of beleidspolitieke plaats innemen. Dat is echter bij het huidige veld van voedselinitiatieven niet automatisch het geval. Het betreft hier een brede diversiteit van initiatieven met een mengelmoes van doelen en intenties. Duurzaamheid en gezondheid zijn weliswaar belangrijke concepten, maar worden gebruikt als een grote paraplu waaronder de meest uiteenlopende activiteiten worden ondernomen. Het is hier wellicht ook meer opportuun te spreken over een netwerk van netwerken dan over één netwerk. Daarmee onttrekken voedselinitiatieven zich voor een belangrijk deel aan de theoretische assumptie van een actor of groep actoren die strategisch vrij helder valt te positioneren. Kortom, de nadruk in de theorie van network governance ligt wel heel sterk op het 'politieke' waardoor de bredere maatschappelijke of culturele dimensies van het fenomeen voedselinitiatieven, ook op lange termijn, buiten beeld blijven.

3.5 Theorie van sociaal leren

Het begrip *social learning* behelst een grote diversiteit van perspectieven en methoden, maar kernpunt is dat bijna al het leren is op te vatten als een proces waarin men zich op anderen oriënteert. Harold Glasser (2007, 50-51) stelt dat het meeste leren een vorm van *passief* sociaal leren is. Wanneer we bijvoorbeeld kranten lezen of wanneer we in het alledaagse leven aannemen en overnemen wat tradities en instituties ons vertellen. Maar daarnaast is ook *actief* sociaal leren te onderscheiden, waarbij we - het woord zegt het al - actief en bewust betrokken zijn bij een leerproces. Bij dit actief sociaal leren zijn verschillende vormen van participatie te onderscheiden: hiërarchisch (vastgestelde leraar-leerling verhoudingen), non-hiërarchisch (tweezijdige leerprocessen waarbij iedere participant als 'deskundige' wordt gezien) en co-educatief (gebaseerd op niet-hiërarchische relaties, samenwerking en wederzijds vertrouwen). Het voert hier te ver de talloze discussies en studies met betrekking tot sociaal leren te behandelen (zie Wals 2007 voor een interessant overzicht), maar enkele algemene indelingen en inzichten die hier zijn ontwikkeld in het kader van duurzame ontwikkeling, lijken ook op voedselinitiatieven toepasbaar.

Een instrumenteel versus een emancipatoir perspectief

In zijn inaugurele rede voor de leerstoel 'Social Learning and Sustainable Development', maakt Wals (2010, 16-19) een onderscheid tussen een instrumenteel en een emancipatoir perspectief bij educatieve activiteiten die in het teken staan van duurzaamheid. In het instrumentele perspectief wordt uitgegaan van een 'kennispakket' dat door deskundigen hiërarchisch wordt overgedragen op doelgroepen. De grondgedachte is dat duurzame gedragsverandering zal optreden wanneer mensen zich bewust worden van allerlei zaken die spelen rond natuur en milieu. Dit causale gedragsmodel is in de loop der tijd echter steeds meer onder vuur komen te liggen; het is te eenvoudig en doet onvoldoende recht aan de vele lagen van motieven en mechanismes die van invloed zijn op ons duurzaam of juist niet-duurzaam gedrag.

Het kritische antwoord op dit instrumentele perspectief is een emancipatoir perspectief waarin educatie op de eerste plaats wordt opgevat als een middel dat mensen in staat stelt om zelf kritisch na te denken over hun eigen gedrag en allerlei maatschappelijke ontwikkelingen, en over wat er gedaan moet worden om te komen tot een meer duurzame samenleving. Mensen moeten niet door deskundigen worden verteld hoe ze moeten veranderen, ze moeten leren dit aan zichzelf en aan elkaar te vertellen. Het gaat hier dus veeleer om een vorm van co-educatie.

So in short, an instrumental approach assumes that a desired behavioral outcome of an environmental education activity is known, more or less agreed upon, and can be influenced by carefully designed interventions. An emancipator approach, on the other hand, assumes that the dynamics in our current world are such that citizens need become engaged in an active dialogue to establish co-owned objectives, shared meanings, and a joint, self-determined plan of action to make changes they themselves consider desirable and of which the government hopes they, ultimately, contribute to a more sustainable society as a whole. (Wals 2010, 19)

Dit emancipatoire perspectief lijkt ook van toepassing op de voedselinitiatieven die in een gedeeld netwerk op dynamische wijze kennis en ervaringen uitwisselen en waarvan de overheid hoopt dat zij zullen bijdragen aan een meer duurzame samenleving. Sociaal leren wordt hier verbonden met pluralisme en heterogeniteit, twee pijlers die belangrijk zijn wanneer men creatieve oplossingen met elkaar wil vinden. Leren is hier ook niet te associëren met onzekerheidsreductie en maximale voorspelbaarheid. Het is eerder het leren omgaan met de onzekerheid die bij een wereld hoort die in toenemende mate 'een complex systeem' is geworden waarin allerlei zaken (economie, milieu, armoede enzovoort) met elkaar samenhangen.

De educatieve netwerken die op basis van een emancipatoir perspectief functioneren, zijn dus bronnen van creativiteit die onvoorspelbare oplossingen kunnen bieden voor hedendaagse problemen. Oplossingen die niet kunnen steunen op bestaande 'handleidingen en die verankerd zijn in de praktijk waar ze worden uitgeprobeerd en ontwikkeld'. Wals spreekt hier over *next practices*: exemplarische praktijken die bakens en inspiratiebronnen kunnen zijn voor de mainstream of voor toekomstige transities. Voedselinitiatieven zijn zo beschouwd te typeren als een bron van 'next practices' die een belangrijk (praktische) voorbeeldfunctie hebben in het proces van duurzame ontwikkeling, en in het optimale geval zelfs een *stepping stone* zijn voor het gangbaar maken van nieuwe duurzame praktijken.

Tekstbox 3.4 Voedselinitiatieven als next practices

Talloze voedselinitiatieven profileren zich op het educatieve vlak waarbij men allerlei programma's en activiteiten organiseert die in het teken staan van bewustwording en 'leren over voedsel'. Daarbij is het opvallend dat vaak een instrumenteel perspectief wordt gehanteerd. Ter illustratie gaan we hier in op het fenomeen van de 'Smaaklessen' dat duidelijk een meer instrumenteel traject bewandelt. 'Tijd voor eten' lijkt daarentegen een educatief project te zijn waarin meer ruimte is voor emancipatoire vormen van sociaal leren. Stichting Vriendelijke Keukens lijkt, afgaande op de beschrijving van het initiatief, hier wat tussenin in te zitten. Niettemin geldt voor al deze projecten dat ze als next practices zijn te beschouwen die inspirerend kunnen werken in het kader van duurzame ontwikkeling.

Smaaklessen is een lesprogramma over voedsel en eten voor kinderen in basisschoolleeftijd. Het lesprogramma wordt (via een lespakket) verzorgd door de basisschoolleraar in zijn of haar klas. Het doel van Smaaklessen is kinderen al op jonge leeftijd te interesseren voor voedsel. Smaaklessen is ruim tien jaar geleden begonnen vanuit een persoonlijke missie van Pierre Wind. Zoals hij het zelf omschrijft: 'Wel seksuele voorlichting op school, waarom geen eetvoorlichting? Immers, eten is een eerste levensbehoefte.' Smaaklessen is begonnen als een project. Uiteindelijk streven van Wind is dat deze lessen een verplicht vak op alle basisscholen in Nederland zal worden, vergelijkbaar met rekenen, taal, gymnastiek en muziekles. Achterliggende gedachte is dat kinderen van jongs af aan moeten leren omgaan met voedsel (consumptie en productie) en beleving van voedsel. In de huidige maatschappij is het aanbod van voedselproducten zo groot, dat consumenten veelal moeite hebben met het maken van de 'juiste' voedselkeuze, en dat terwijl de voedselkeuze in belangrijke mate bepalend is voor de gezondheid van mensen.

Stichting Vriendelijke Keukens (SVK), opgericht in 2006, is erop gericht professionele (publieks-, bedrijfs- en institutionele) restaurants en keukens te stimuleren om meer regionaal-biologische producten te gebruiken. Daarbij probeert SVK vragers en aanbieders van dergelijke producten met elkaar in contact te brengen (marktontwikkeling). Doelgroepen zijn daarom, dus zeer uiteenlopend: consumenten (die een verantwoord voedselkeuzegedrag nastreven), horeca (restaurants, cateraars) en zorginstellingen (die zich met verantwoorde voeding bezighouden). Daarnaast besteedt zij veel aandacht aan promotie en communicatie van geslaagde initiatieven, bijvoorbeeld tijdens de Week van de Smaak.

Tijd voor Eten is een initiatief dat erop gericht is ouders en basisschoolleerlingen bewust te maken van het nut van gezond en lekker eten. Men wil de beleving van het gebruik van maaltijden als sociale gebeurtenis bij zowel ouders als leerlingen bevorderen. Via Tijd voor Eten wordt getracht ouders en leerlingen (weer) in contact te brengen met een gezond voedingspatroon en bijhorende producten. Uitgangspunt en middel hiertoe is een kinderrestaurant op de basisschool waar de kinderen twee keer per jaar tussen de middag 'uit eten' gaan op school. Uit Tijd voor Eten zijn diverse initiatieven voortgekomen, zoals het creëren van stageplekken voor koks en keukenmanagement (die bovendien leren te koken met streekproducten). Ook wordt het kinderrestaurant gerund door herintredende moeders, die op deze wijze de mogelijkheid krijgen om werk en zorg voor hun kind te combineren. In de nabije toekomst past Tijd voor Eten mogelijk prima in de ontwikkeling naar brede scholen, waarin basisonderwijs en tussen- en naschoolse kinderopvang, tezamen met sport- en spelactiviteiten worden gecombineerd.

De theorie toegepast op de voedselinitiatieven

De toepassing van theoretische inzichten uit het onderzoeksdomein van sociaal leren, beperkt zich tot processen en methoden die met kennisoverdracht en -ontwikkeling te maken hebben. Maar binnen deze focus, die eigen is aan dit onderzoeksdomein, kan het wel verduidelijken in hoeverre voedselinitiatieven op instrumentele of emancipatoire educatiemethoden steunen en welke wegen hierbinnen worden bewandeld. Ook sluit de gedachte van emancipatoir leren goed aan bij allerlei ideeën en werkwijzen die worden geopperd in transitiemanagement en *network governance*. Daarbij zou dit perspectief niet alleen leerzaam kunnen zijn om toe te passen op de 'leerpraktijken' zoals die gestalte krijgen in het netwerk van voedselinitiatieven zelf, maar ook op de 'educatieve relatie' die de overheid met dit netwerk onderhoudt of nastreeft.

3.6 Conclusie

Zoals het openingscitaat van dit hoofdstuk benadrukt, is het onwaarschijnlijk dat complexe processen als duurzame ontwikkeling met één theorie zijn te begrijpen. De theoretische perspectieven die we in dit hoofdstuk hebben besproken, illustreren dat dit ook geldt voor het fenomeen van voedselinitiatieven. Ze leveren elk relevante inzichten op maar hebben ook, zoals aangegeven, hun beperkingen.

Alle theorieën laten vanuit hun eigen perspectief de functie en rol van voedselinitiatieven zien. Het is duidelijk dat voedselinitiatieven ertoe doen, toegevoegde waarde hebben of zelfs essentieel zijn in het proces naar duurzame voedselconsumptie. In tabel 3.1 is de kern van elke theorie en hun vertaling naar voedselinitiatieven nog eens in een paar trefwoorden weergegeven.

Tabel 3.1 De verschillende rollen van voedselinitiatieven

Innovatietheorie	**Transitietheorie**	**Netwerktheorie**	**Theorie van sociaal leren**
Verspreiding van nieuwe producten of ideeën	Dynamisch multi-level-perspectief, meerdere paden	Meerdere centra en horizontale relaties, belang governance	Instrumenteel en emancipatoir perspectief
vi = innovator/early adopters	*vi = niche*	*vi =sociaal netwerk*	*vi = next practice*

De innovatietheorie van Rogers en onderzoek in het verlengde daarvan wijzen op de rol van voedselinitiatieven als zijnde de voorhoede van duurzame consumenten en de grote tussengroep van consumenten of burgers waarvan aannemelijk is dat die ook ontvankelijk zijn (of kunnen worden) voor de duurzaamheidsideeën van voedselinitiatieven. De transitietheorie vestigde de aandacht op kansrijke niches en de dynamiek van structurele veranderingsprocessen die op verschillende niveaus moet worden geanalyseerd. Deze theorie benadrukt de rol van niches als initiator om nieuwe bewegingen in de regimes van bestaande structuren en spelregels te brengen. Vanuit netwerktheorieën en governance komen voedselinitiatieven naar voren als relatief autonome netwerken die hun weg zoeken in verschillende politieke beleidsarena's, die zich kenmerken door horizontale relaties, dynamiek en flexibiliteit; ze stellen ook aan de orde welke verschillende rollen de overheid hier kan spelen. Meer recente inzichten uit het vakgebied van 'sociaal leren en duurzame ontwikkeling' maken duidelijk dat voedselinitiatieven zijn te beschouwen als inspirerende praktijken (*next practices*) en dat het daarbij interessant is om na te gaan in hoeverre die praktijken steunen op instrumentele dan wel emancipatoire vormen van sociaal leren.

Kortom, ofschoon er geen allesomvattende plaatsbepaling van het fenomeen 'voedselinitiatieven' vanuit één theorie te maken is, wordt de rol en functie van voedselinitiatieven door verschillende theorieën benoemd en erkend. Voedselinitiatieven hebben een functie in het proces om te komen tot duurzame consumptie, zo wijzen de verschillende theorieën uit.

4 Van evaluatie naar monitoring van voedselinitiatieven

Marco Polo beschrijft een brug, steen voor steen.
'Maar welke is de steen waar de brug op rust?' vraagt Kublai Kan.
'De brug rust niet op de een of andere steen,' antwoordt Marco, 'maar op de lijn van de boog die de stenen vormen.'
Kublai Kan blijft zwijgen, en denkt na. Dan voegt hij eraan toe: 'Waarom heb je het met me over de stenen? Alleen de boog interesseert me maar?'
Polo antwoordt: 'Zonder stenen is er geen boog.'
(Calvino 2010 [1972], 90)

4.1 Inleiding

In de voorgaande hoofdstukken hebben we een beeld gekregen van de functies, diversiteit en veelzijdigheid van voedselinitiatieven.

In dit hoofdstuk gaan we in op de meetbaarheid van voedselinitiatieven en hoe de effecten ervan zijn te monitoren en te evalueren. Dit hoofdstuk wil duidelijk maken dat het evalueren van de effecten van de voedselinitiatieven op grenzen stuit. In paragraaf 4.2 benoemen we de elementen die de evaluatie bemoeilijken en zelfs niet zinvol maken. Liever bevelen we aan om de voedselinitiatieven te monitoren en te volgen. Hoe dat kan wordt in paragraaf 4.3 verteld. Daarna volgen de conclusies, in paragraaf 4.4.

4.2 Mogelijkheden en onmogelijkheden van evaluatie van voedselinitiatieven

In deze paragraaf stippen we een aantal elementen aan dat ons brengt naar de conclusie dat het evalueren van de afzonderlijke voedselinitiatieven geen eenvoudige opgave is. Sterker nog, we vragen ons af of dat zinvol is. We laten een aantal overwegingen de revue passeren.

De culturele dimensie van duurzame transitie is moeilijk meetbaar
Een transitie naar duurzame voedselsystemen behelst meerdere dimensies. Een daarvan is de culturele dimensie. In het kader van duurzame voedselsystemen zou men deze dimensie kunnen omschrijven als de eetcultuur die van invloed is op de bereidheid van mensen om zich een meer duurzame leefstijl aan te meten. Cultuur is een essentiële factor in de transitie naar duurzame voedselsystemen. Of deze transitie zich maatschappelijk zal doorzetten, hangt namelijk voor een groot deel af van culturele waardenverschuivingen die duurzaam gedrag (op termijn) tot een 'normale' en vanzelfsprekende sociale norm maken. Zoals we inmiddels gewenst zijn geraakt aan het roken buiten kantoorruimten, zo zouden we als voedselconsumenten gewend moeten raken aan duurzame leefregels en routines met betrekking tot ons eten, zowel voor onze individuele gezondheid als voor een gezonde (mondiale) leefomgeving.

Eetcultuur, meetbaarheid en waardenverschuivingen
Een verandering van onze eetcultuur is dus een centraal onderdeel van een duurzame transitie. Maar wat is een eetcultuur en is deze te meten? In een meer recente studie omschrijven Tim Lang en Michael Heasman het begrip *food culture* als volgt:

> 'it refers to a constellation of socially produced values, attitudes, relationships, tastes, cuisines and practices exhibited through food. (...) Food culture comprises both social 'cement' - binding groups together with shared assumptions- and opportunities for difference and distinction: people express their identities, and classes through food and derive cultural meanings from it.' (Lang en Haesman 2004)

Het begrip eetcultuur drukt uit dat maaltijden niet alleen een fysiologische functie hebben, namelijk de (noodzakelijke) instandhouding van het lichaam, maar ook allerlei culturele functies die daar boven uitgaan. In haar cultuurgeschiedenis van de dagelijkse maaltijd in Nederland spreekt Jozien Jobse-van Putten (1995, 26 e.v.) onder meer over de sociale of groepsonderscheidende functie, de identiteitsfunctie, de culinaire of genotsfunctie of de communicatieve functie.

Omdat een eetcultuur niet op zichzelf staat en verweven is met allerlei factoren (bijvoorbeeld emoties, houdingen, sociaal-economische condities), laat deze zich ook moeilijk operationaliseren in meetbare variabelen en indicatoren. Volgens Lang et al. (2009) is het niet zozeer de definitie van eetcultuur die het grootste probleem oplevert, maar is dit vooral onenigheid over hoe de talloze processen die daarmee samenhangen ontleed en geanalyseerd moeten worden. In het verleden is er in de wetenschap lange tijd gedebatteerd over de vraag in hoeverre eetcultuur direct bepalend is of ons individuele gedrag daardoor min of meer wordt gedetermineerd. Uit talloze onderzoeken is echter naar voren gekomen dat een causaal-deterministische benadering te simplistisch is. Lang et al. (2009) stellen dat cultuur deel uitmaakt van een 'net' van individuele en sociale factoren die op elkaar inwerken en die langs verschillende 'verknopingen' meer of minder direct van invloed kan zijn.

> 'The insights of social science are that such connections are networked, not causal. Culture influences food choice just as attitudes, feelings and circumstances do.' (Lang et al., 2009, 231)

Eetcultuur wordt hier dus opgevat als een dynamisch netwerk van sociaal geproduceerde waarden, attituden, sociale relaties en verbanden, smaakbeleving, culinaire gewoonten en praktijken. Hoe de impact van onze eetcultuur in het kader van maatschappelijke verduurzaming gemeten of ingeschat moet worden, is een lastige en moeilijke vraag die tot nu toe betrekkelijk weinig aandacht heeft gekregen. Hetzelfde geldt voor de vraag hoe de verschillende dimensies van milieu, economie en cultuur zich tot elkaar verhouden in het licht van duurzame voedselsystemen. Dit is braakliggend onderzoeksterrein vol met vragen die niet of nog onvoldoende beantwoord zijn. Een interessante vraag is bijvoorbeeld of in de laatste decennia een verschuiving gaande is in onze (eet)culturele waarden of niet. Bijvoorbeeld hoe we aankijken tegen een gevestigd consumptiecultureel icoon als vlees. Is dit veranderd of niet? Hier is wel wat onderzoek naar gedaan (Roos, Prättala en Koski, 2001; Holm en Møhl, 2000), waaruit aanwijzingen naar voren komen dat er sprake lijkt te zijn van een sluimerende waardenverandering, maar het onderzoek naar verschuivingen in eetculturele waarden is te beperkt (of te gedateerd) om betrouwbare conclusies uit te kunnen trekken.

De (gewenste) maatschappelijke effecten van voedselinitiatieven zijn niet eenduidig en absoluut vast te stellen

In het kader van voedselinitiatieven is de hamvraag of en in hoeverre deze uiteindelijk bijdragen aan een duurzame ombuiging in onze eetcultuur. Voedselinitiatieven zijn namelijk op de eerste plaats te beoordelen op hun symbolisch-culturele betekenis. Impliciet lijkt dit ook de aanname van het beleid zelf te zijn, zoals blijkt uit het zogenaamde tweede spoor in de Nota Duurzaam Voedsel (Ministerie van LNV, 2009). Daarom zou het vreemd zijn om voedselinitiatieven alleen en uitsluitend af te rekenen op hun gebrekkige economisch succes of het feit dat ze kleinschalig opereren en daarom relatief weinig betekenen voor het milieu. Het woord initiatieven is letterlijk te nemen: eerste stappen die nodig zijn om iets op gang te brengen wat er nog niet is. Zou men de veelal regionale en kleinschalige voedselinitiatieven beoordelen op hun economische effecten of milieu-impact, dan is de te verwachten conclusie dat deze initiatieven (nog) slechts een druppel op de gloeiende plaat zijn. Het is mogelijk dat sommige voedselinitiatieven (op langere termijn) doorgroeien naar een indrukwekkende economische en milieuprestatie, maar dan zijn ze in feite geen voedselinitiatief meer. Dan zijn ze een nieuw mainstream-leven begonnen en het stadium van het initiatief ontstegen.

Voedselinitiatieven zijn te zien als brandpunten of 'verspreiders' van culturele waarden die duurzame ontwikkeling kunnen bevorderen. Ze zijn echter ook zo divers en verschillend dat het moeilijk is hier theo-

retisch grip op te krijgen, zo leren we uit hoofdstuk 3. Ook al gaven deze theorieën geen pasklare antwoorden of directe handvatten voor een indicatorenset voor voedselinitiatieven, ze boden wel belangrijke inzichten voor de meetbaarheid en indicering ervan. Daarbij viel vooral op dat ze op de een of andere manier te maken hebben met sociale veranderingen die zich kenmerken door grote wetenschappelijke onzekerheid en maatschappelijke onvoorspelbaarheid. De doelen en middelen staan voortdurend ter discussie. Voedselinitiatieven zijn zoals gezegd letterlijk te beschouwen als eerste stappen die nodig zijn om iets op gang te brengen wat er nog niet is, maar - en dit is cruciaal - zonder dat echt duidelijk of zeker is *wat* er precies op gang moet worden gebracht en *wat* er precies dient te komen. Zoals de transitietheorie en theorieën van *social learning* ons leren, is deze onzekerheid inherent aan maatschappelijke veranderingsprocessen die raken aan de sociale fundamenten van een samenleving. Volgens deze theorieën moet men deze onzekerheid over doelen en middelen niet ontkennen maar met een open geest tegemoet treden om in het proces samen succesvol verder te kunnen komen. Dit impliceert ook dat het wetenschappelijk onmogelijk is betrouwbare indicatoren te formuleren waarmee de maatschappelijke effecten van voedselinitiatieven zijn te evalueren. Gezien de onzekerheid over het einddoel van duurzame ontwikkeling en de middelen die hier het beste werken, blijft elke poging in die richting *a shot in the dark*.

De methode Social Return On Investment (SROI) kan wel helpen de directe maatschappelijke effecten beter in zicht te krijgen en helpt bovendien om deze te kwantificeren. SROI is een methodiek waarmee het maatschappelijk rendement van een investering of een donatie berekend en in kaart gebracht kan worden. Daarbij worden diverse partijen gevraagd naar de door hen ervaren effecten van het initiatief. Het geeft inzicht in de verhouding tussen de totale investering (kosten) en de gerealiseerde of de te verwachten maatschappelijke effecten (baten). SROI is bedoeld voor investeerders en managers van projecten en bedrijven met een financiële en maatschappelijke doelstelling. De methodiek is nog jong, maar heeft een zekere wetenschappelijke erkenning en wordt breed toegepast. Ze is ook toepasbaar om de directe effecten van de voedselinitiatieven zoals de stakeholders om de voedselinitiatieven heen ervaren, te meten. Voor meer uitleg over deze methode verwijzen wij naar bijlage 1.

Voor voedselinitiatieven geldt: het geheel is meer dan de delen

De beschrijving van voedselinitiatieven in hoofdstuk 2 maakte duidelijk dat we te maken hebben met een bonte verscheidenheid van activiteiten. Te zien valt hoe *civil society*, maatschappelijk verantwoord ondernemerschap en reflectieve consumptie een kweekvijver creëren van duurzame alternatieven. Hoewel het mogelijk is een aantal 'lelies van duurzaamheid' te onderscheiden dat op weg is om een doorbraak(je) te realiseren in bestaande marktstructuren of regimes, waarbij de overheid veelbelovende lelies eventueel een duw in de rug kan geven om hun doorbraak te bespoedigen, is het vooral zaak de vijver als geheel niet uit het oog te verliezen. Zoals we met het openingscitaat van dit hoofdstuk hebben willen benadrukken, zijn het geheel en de delen hier niet van elkaar los te denken. Het geheel is meer dan een optelsom van de afzonderlijke delen en dankzij de aanwezigheid van de diverse delen bestaat het geheel. De voedselinitiatieven zijn als gezamenlijke kweekvijver een bron van energie en creativiteit voor duurzaamheid. Ze vormen tezamen een brug naar duurzaamheid, maar dan vooral een brug met een culturele functie; een brug waarover innovatieve ideeën en activiteiten hun weg vinden naar de samenleving en daar het debat over duurzaamheid verlevendigen en aanjagen. Dat een aantal innovatieve ideeën onderweg van de brug in het water valt en de andere oever niet bereikt, hoort bij het sociale leerproces.

Het doet de voedselinitiatieven tekort wanneer men alleen de uiteindelijke 'doorbraken in de mainstream' als succesvol waardeert en de rest als een leuke bijzaak apprecieert. Deze economische doorbraken zijn namelijk mede afhankelijk van een publieke opinie en samenleving die openstaat voor duurzame veranderingen. En juist het *geheel* van voedselinitiatieven speelt hierin een actieve rol, althans als de totale vijver van voedselinitiatieven dynamisch en vitaal is. Om het in de termen van de transitietheorie te zeggen: de verandering van het landschap gaat niet alleen via veranderende regimes maar ook via de directe invloed van niches op publieke discussies, waarden en normen. Ten slotte kan nog gewezen worden op de inspiratie die voedselinitiatieven kunnen uitoefenen op de overheid zelf in het kader van beleidsontwikkeling voor verduurzaming. In dit opzicht zijn voedselinitiatieven ook een brug naar de overheid voor innovatieve ideeën. Ze vormen leerkansen voor beleidsmakers.

4.3 Monitoren van voedselinitiatieven

Over indicatoren die de culturele dimensie meten
Het formuleren van indicatoren die de effecten van de voedselinitiatieven meten is een heikele onderneming, zo liet de vorige paragraaf zien. Wel kan er, rekening houdende met het complexe karakter van culturele invloeden, een aantal indicatoren worden opgesteld die de ontwikkeling van de voedselinitiatieven *monitoren*. Deze indicatoren staan dan in het teken van sociaal leren. Indien nodig kunnen deze indicatoren worden aangepast op basis van voortschrijdend inzicht. Het is mogelijk dat in eerste instantie factoren over het hoofd worden gezien die naderhand belangrijk zijn voor de instandhouding en ontwikkeling van het netwerk van voedselinitiatieven.

De basis voor monitoring zijn platte indicatoren die voor de hand liggen en waarvan een aantal reeds is opgenomen in de *Almanak Kleinschalige voedselinitiatieven in Nederland* die het daglicht zag op de netwerkdag van 11 oktober 2010:
- Aantal initiatieven, jaarlijkse groei en afname;
- Doelen van duurzaamheid;
- Primaire doelgroepen;
- Secundaire doelgroepen;
- Aard activiteiten en omvang;
- Aard van sociale interactievormen;
- Samenwerking met andere voedselinitiatieven;
- Locatie en geografisch bereik.

Een niet onbelangrijk inzicht dat een dergelijke eerste monitoring verder kan verschaffen is de mate waarin voedselinitiatieven een brede groep burgers bereikt. Gaat het hier alleen om de zogenaamde 'donkergroene' consumenten waarmee de intrinsiek gemotiveerde, bewuste groep wordt bedoeld? Uit onze empirische verkenning kwam naar boven dat dit niet het geval is en dat de groep veel breder is en zich uitstrekt tot allerlei varianten van lichtgroene consumenten. Dit is wel belangrijk om te volgen indien men voedselinitiatieven beleidsmatig wil en blijft ondersteunen: de legitimiteit hiervan is minder makkelijk te verdedigen als de voedselinitiatieven alleen een select gezelschap van donkergroene burgers bestrijken.

Daarnaast kan men denken aan indicatoren die in beeld brengen hoe voedselinitiatieven zich mengen in publieke debatten over duurzaamheid en in hoeverre zij naast deze invloed in de media ook invloed uitoefenen op markt en bedrijven in het kader van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO), educatie en scholing, en uiteraard ook op beleidsdiscussies zelf:
- Positieve/negatieve berichtgeving in de media;
- Aanwezigheid als opinieleider in publieke debat;
- Aansluiting (institutioneel) op educatieve netwerken;
- Aansluiting (institutioneel) op economische netwerken;
- Aansluiting (institutioneel) op beleidsnetwerken.

Uiteraard blijft het moeilijk vast te stellen in hoeverre voedselinitiatieven bijdragen aan culturele waardenveranderingen omdat bedrijven of overheden die nieuwe wegen richting van verduurzaming inslaan lang niet altijd zullen bekennen dat (kritische) voedselinitiatieven hier een belangrijke rol hebben gespeeld. Doorgaans is het verhaal dan dat men die afweging 'zelfstandig' gemaakt heeft.

Over aanvullende inzichten en onderzoeken
Aanvullend op bovenstaande indicatoren is een select aantal casestudies waarin meer diepgaand onderzoek wordt gedaan naar de sociale processen die bij voedselinitiatieven werkzaam zijn. Hoe worden doelgroepen bereikt, hoe werken voedselinitiatieven in op algemene kennis, attitudes en gedragingen op het gebied van voedselconsumptie, welke obstakels hebben ze te overwinnen, welke kansen benutten ze, enzovoort?

Voedselinitiatieven zijn te zien als proeftuinen van verandering. Door, aanvullend op de monitoring van voedselinitiatieven, meer kwalitatief onderzoek te doen naar hun sociale werking en effecten kan bijvoorbeeld meer geleerd worden over welke factoren bepalend zijn voor maatschappelijke verbreding of economische opschaling. Door zulke casestudies te verbinden met de kennis en bevindingen van de (in ontwikkeling zijnde) 'Voedselbalans', die in brede zin allerlei attitudes, koopgedrag en verwachtingen meten van consumenten en burgers, kan (op termijn) een meer integraal inzicht worden verwerven in de sociaal-economische mechanismes die van belang zijn bij een transitie naar duurzame voedselsystemen.

Over milieutechnische en economische indicatoren

Voor de indicering van voedselinitiatieven zijn milieutechnische of economische indicatoren weinig zinvol als deze worden gebruikt als directe succesindicatoren[1]. Wel zou het interessant zijn indicatoren te formuleren waarmee de potentiële milieu-impact of economische effecten van bepaalde voedselinitiatieven kunnen worden doorberekend als deze zouden uitgroeien tot breed nagevolgde voorbeelden van produceren en consumeren. Dergelijke exercities op het vlak van de potentiële economische en milieueffecten zouden kunnen verhelderen dat voedselinitiatieven een groot effect hebben wanneer ze in brede zin zouden doorbreken en een gevestigde positie veroveren in onze samenleving. Zulke exercities zouden van strategische waarde kunnen zijn om te verduidelijken waarom voedselinitiatieven, in weerwil van hun momentane kleinschaligheid, serieus zijn te nemen. Dergelijke scenario-kennis kan waardevol zijn om de milieutechnische en economische effecten van voedselinitiatieven meer inzichtelijk en concreet te maken. Maar dit zou een aparte uitwerking vergen die buiten het bestek van deze studie valt.

4.4 Conclusies

De effecten van voedselinitiatieven zijn vooral te zien in hun culturele betekenis, hoe deze bijdragen aan discussies en activiteiten die een veranderende eetcultuur als doel hebben, hoe ze het openbare debat hierover voeden en aanjagen.

Maar het is om verschillende redenen onmogelijk of ondoenlijk de maatschappelijke impact van deze culturele invloed betrouwbaar te meten en te evalueren.

Hoewel evaluatie van voedselinitiatieven problematisch is, is het wel zinvol om voedselinitiatieven goed te monitoren, de ontwikkeling hiervan goed te volgen en in kaart te brengen zonder dat men daar direct een waarderend oordeel aan vast wil knopen. De waardering en beoordeling van voedselinitiatieven ligt uiteindelijk in het netwerk van de voedselinitiatieven zelf; het kan zelfs averechts werken als de overheid een beoordelende rol of al te initiërende rol speelt. Het zich als buitenstaander onthouden van een evaluerende of trekkende rol wil uiteraard niet zeggen dat de overheid of andere externe partijen het dynamische veld van voedselinitiatieven niet mogen confronteren met analyses of empirische beschrijvingen die aan het nadenken kunnen zetten over de aannames van waaruit men opereert.

Aan de hand van de volgende punten kunnen de voedselinitiatieven worden gevolgd:

- Aantal initiatieven, jaarlijkse groei en afname;
- Doelen van duurzaamheid;
- Primaire doelgroepen;
- Secundaire doelgroepen;
- Aard activiteiten en omvang;
- Aard van sociale interactievormen;
- Samenwerking met andere voedselinitiatieven;

[1] Innovaties laten niet altijd direct (hoge) scores op de gewenste ambities en doelstellingen zien. Transforum maant tot enige voorzichtigheid wanneer het gaat om de concrete bijdragen aan duurzaamheid van innovaties. Ze zegt hierover dat “het is nog te vroeg om al te kunnen concluderen in hoeverre […] bij gaat dragen aan duurzaamheid”. Ze haalt enkele voorbeelden aan waar dat wél mogelijk is, maar Transforum is voorzichtig om het succes van innovaties af te meten aan de direct meetbare bijdragen aan duurzaamheid. Ze wijst juist op de andere functies van de innovaties. (Transforum, 2010)

- Locatie en geografisch bereik;
- Positieve/negatieve berichtgeving in de media;
- Aanwezigheid als opinieleider in publieke debat;
- Aansluiting (institutioneel) op educatieve netwerken;
- Aansluiting (institutioneel) op economische netwerken;
- Aansluiting (institutioneel) op beleidsnetwerken.

Ter aanvulling hierop wordt gepleit voor meer inzicht in de werking van de voedselinitiatieven. Dit kan door gerichte case-studies en kwalitatief onderzoek, waarmee meer inzicht in de mechanismen en effecten van de voedselinitiatieven kan worden verkregen.

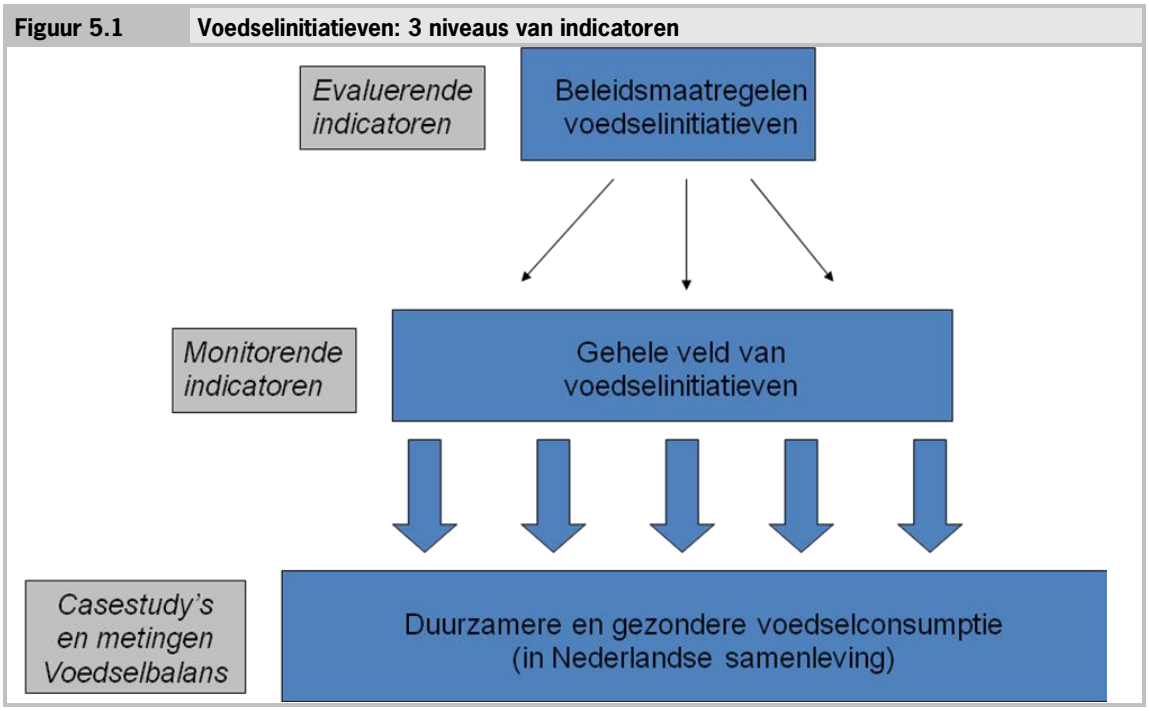
5 Beleidsinstrumenten en indicatoren

De meest belangrijke en noodzakelijke sturing is netwerksturing. Volgens ons heeft dergelijke netwerksturing de vorm van wat wij 'maatschappelijke sturing noemen' noemen. (..) Een dergelijke vorming van sturing, en de overheidsrol die daarbij past, is te typeren als een optreden in betrokken bescheidenheid. (Van der Steen et al., 2010, 4-5)

5.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat over beleidsinstrumenten die voedselinitiatieven willen stimuleren. Centraal staat de wijze waarop de effecten hiervan kunnen worden vastgesteld. We grijpen hier terug op de drie verschillende niveaus van effecten die we eerder bij het vraagstuk van voedselinitiatieven hebben onderscheiden (zie figuur 1.1 in de Inleiding). Schematisch ziet ons antwoord op indicatorensets voor voedselinitiatieven er als volgt uit.

Figuur 5.1 **Voedselinitiatieven: 3 niveaus van indicatoren**



We zullen eerst - in paragraaf 5.2 - ingaan op het huidige beleid. Hoe de voedselinitiatieven passen bij welke rol van de overheid. Vervolgens beschrijven we de huidige beleidsinstrumenten die voedselinitiatieven willen stimuleren. Daar worden indicatoren voor benoemd. Dit is onderwerp van paragraaf 5.3. In paragraaf 5.4 laten we ons verleiden tot een vooruitblik op een mogelijk andere rol van de overheid, die past bij voedselinitiatieven. We kijken daarbij kort terug op het verloop van de subsidiepilot voor voedselinitiatieven en de landelijk Netwerkdag Smakelijk Duurzaam. Op basis van deze ervaringen zal de overweging worden meegegeven dat in plaats van subsidieverstrekkking ook andere beleidsinstrumenten mogelijk zijn om voedselinitiatieven te ondersteunen en aan te wakkeren. Instrumenten die wellicht efficiënter en productiever zijn. We hopen hiermee een bijdrage te leveren aan de discussie over welke overheidsrol passend is bij autonome netwerken die bijdragen aan duurzame ontwikkeling.

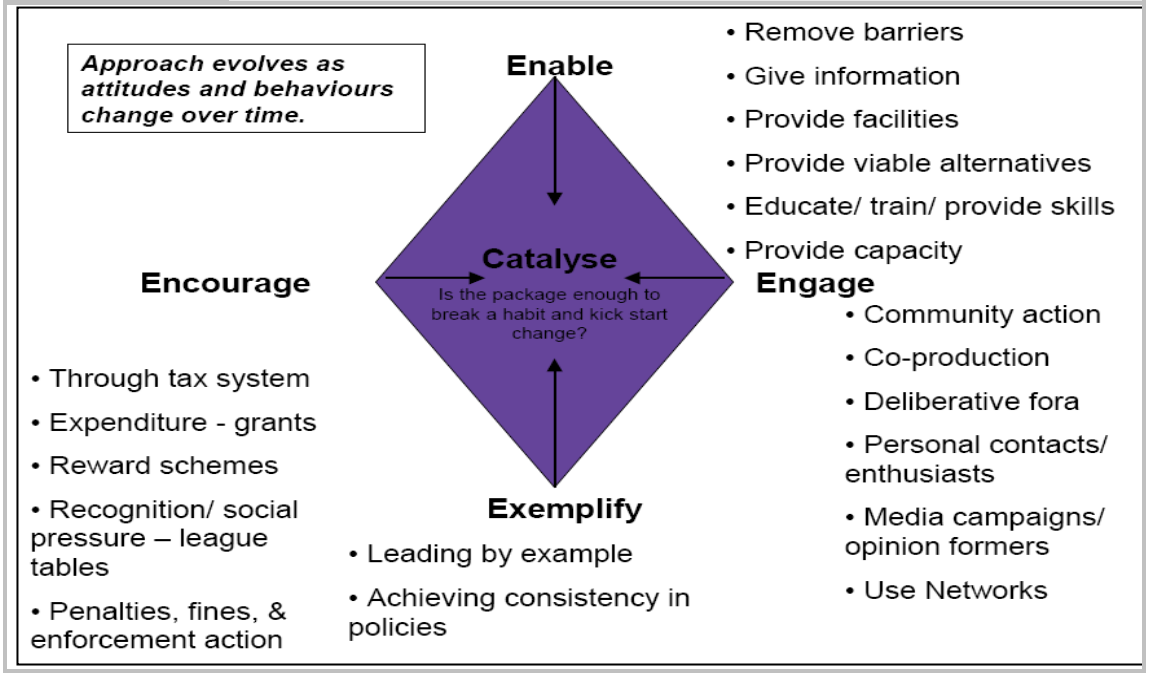
5.2 Voedselinitiatieven in het huidige beleid

Om de culturele betekenis maar ook de invloedsgrenzen van voedselinitiatieven nog wat scherper voor ogen te krijgen, positioneren we deze in het 4E-model ontwikkeld door het Department for Environmental, Food and Rural Affairs in Groot-Britannië. In dit model wordt uitgegaan van vier E's bij duurzame ontwikkeling: *Enable*, *Engage*, *Exemplify* en *Encourage* (zie figuur 5.1). We lichten deze vier E's (of dimensies) kort toe.

- *Enable (maak mogelijk*
  Deze dimensie betreft zaken zoals de beschikbaarheid van duurzame alternatieven. Het heeft uiteraard weinig zin consumenten op te roepen om meer biologische voedingsartikelen te kopen, wanneer deze artikelen slechts zeer beperkt in de winkels liggen. Ook het verstrekken van informatie over duurzame alternatieven of opleiding en training in het kader van duurzaamheid behoort hiertoe.
- *Engage (creëer betrokkenheid van mensen)*
  Hier staat het besef centraal dat het belangrijk is om mensen te betrekken bij veranderingsprocessen. De mens is immers een wezen dat is ingebed in sociale relaties. Sociale normen en gewoontes veranderen pas wanneer hele gemeenschappen in beweging worden gebracht. Overheden, zeker op lokaal niveau, kunnen deze initiatieven helpen opstarten en ondersteunen.
- *Exemplify (geef het goede voorbeeld)*
  Dit houdt in dat gezaghebbende organisaties zoals de overheid zelf het goede voorbeeld geven en hun beleid met het oog op duurzaamheid consistent formuleren en uitdragen. Een voorbeeld hiervan is dat alle overheidsinstellingen duurzaam inkopen. Dit geeft niet alleen een economische push aan duurzame ontwikkeling maar is ook symbolisch belangrijk. Het zendt namelijk de boodschap uit naar burgers en consumenten dat de overheid duurzaamheid in woord én daad serieus neemt[1].
- *Encourage (moedig goede keuzes aan)*
  Hieronder vallen alle maatregelen die duurzame keuzes aanmoedigen, of het nu gaat via ondersteunende subsidies, prijsbeleid of het uitloven van erkenningsprijzen die zich kenmerken door een grote publicitaire waarde. Aan de andere kant kunnen niet-duurzame keuzes met behulp van prijssignalen ook ontmoedigd worden.

[1] Overigens kwam dit signaal ook uit de telefonische enquête onder de voedselinitiatieven. Daar werd herhaaldelijk de wens geuit dat de overheid het initiatief zou ondersteunen door bijvoorbeeld de aankoop van het product.

Figuur 5.2 **Het 4E-model om te komen tot duurzame ontwikkeling**



Bron: DEFRA.

Het model van DEFRA vestigt de aandacht erop dat structuur en cultuur onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn en dat er bij duurzame ontwikkeling gelijktijdig gewerkt moet worden aan zowel structurele als culturele veranderingen. Alleen structuren veranderen terwijl de cultuur ongewijzigd blijft, is weinig productief, net zoals een culturele verandering weinig doet bewegen als structuren niet mee-veranderen. Een breed scala van beleidsinstrumenten, zo kan men uit het model afleiden, is nodig om zowel structurele als culturele veranderingen op gang te krijgen in het kader van verduurzaming. Daarbij zullen deze instrumenten onderling goed afgestemd moeten zijn en goed gekozen met het oog op de 'E' waarop ze zich richten.

Voedselinitiatieven zijn hoofdzakelijk onder de 'E' van *Engagement* te classificeren; daarnaast kunnen ze in symbolische zin ook een (bij)rol spelen in het kader van *Exemplify*. Vanuit deze hoek kunnen voedselinitiatieven bijdragen om duurzame ontwikkeling op de rails zetten en zijn ze belangrijk voor een overheid die streeft naar een duurzame economie en samenleving. Maar even belangrijk in het licht van dit model is dat alle E-schijven moeten draaien. Pas dan treedt er een katalyserend effect op die duurzame ontwikkeling kan doen versnellen. Er zijn dus grenzen aan de reikwijdte van voedselinitiatieven als een vorm van *Engagement*. Wanneer de overheid weinig doet aan als het gaat om *Enable*, *Encourage* en *Exemplify*, kan een sterk en actief *Engagement* weinig vaart geven aan duurzame ontwikkeling. Ook het bedrijfsleven dient zijn verantwoordelijkheid te nemen door het toegankelijk aanbieden van een duurzaam aanbod en het verstrekken van betrouwbare informatie. Uit een oefening die de Engelse overheid met het model deed, bleek in ieder geval dat de E van *Enable* cruciaal is voor gedragsverandering van burgers en consumenten. Overigens valt het ons op dat voedselinitiatieven vaak ook starten vanuit de gedachte de consumenten te enablen om duurzaam voedsel te kopen.

5.3 Huidige beleidsmaatregelen

Sinds december 2008 heeft het ministerie van EL&I contact met initiatiefnemers van voedselinitiatieven. Deze contacten hadden tot doel de voedselinitiatieven te leren kennen en inzicht te verwerven in hoe men deze voedselinitiatieven beleidsmatig zou kunnen ondersteunen. De voedselinitiatieven vestigen namelijk de aandacht op gezond en duurzaam voedsel en trachten verbindingen tot stand brengen tussen voed-

sel(productie) en burgers. Dit zijn doelen die ook het ministerie EL&I een warm hart toedraagt in het kader van duurzame voedselsystemen. Uiteindelijk heeft dit geleid tot beleidsplannen en maatregelen voor:

- *Het stimuleren van ontmoetingen*
  Daarbij gaat het zowel om fysieke als virtuele ontmoetingen van initiatiefnemers met elkaar en met (beleidsmedewerkers van) EL&I. Zo heeft het ministerie van EL&I de landelijke Netwerkdag Smakelijk Duurzaam (11 oktober 2010) georganiseerd en geld uitgetrokken voor het ondersteunen van regionale bijeenkomsten. Ook de website van Smakelijk Duurzaam, die bedoeld is als digitale ontmoetingsplek van voedselinitiatieven, is gebouwd met steun van het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I). Op deze manier hoopt men de kracht van het netwerk van voedselinitiatieven te versterken en wederzijdse leerprocessen op gang te brengen die het netwerk verder kunnen doen groeien.
- *Financiële ondersteuning*
  Nadat een aantal mogelijkheden zijn overwogen, is hier - zoals eerder genoemd- gekozen voor een subsidieregeling waarvoor in de eerste pilot € 500.000 is uitgetrokken. Met deze subsidie wil men een aantal kleine initiatieven een steuntje in de rug geven. Zij kunnen werken als aanstekelijke voorbeelden voor andere voedselinitiatieven. Om voor subsidie in aanmerking te komen, worden de aanvragen van voedselinitiatieven beoordeeld en gerankt op basis van scoringscriteria zoals de maatschappelijke relevantie van het initiatief, aantoonbaar succes op kleine schaal van een initiatief, grootte van het werkgebied, potentie tot opschaling en de mate waarin ook andere financiers het initiatief ondersteunen. Verder moet het bijvoorbeeld gaan om niet-commerciële organisaties die het initiatief ook zelf uitvoeren.
- *Praktische ondersteuning en verzelfstandiging*
  Dit kreeg vorm door de inschakeling van Greenwish. Greenwish is een stichting die sinds 2003 ongeveer 200 initiatieven op het brede veld van duurzaamheid heeft geholpen. Zij geeft initiatiefnemers praktische ondersteuning, zoals het opstellen van een projectplan, het in contact brengen met relevante partners of het adviseren in mogelijkheden tot het verkrijgen van subsidies. Greenwish heeft expertise met betrekking tot kleinschalige groene 'projecten', zowel nationaal als internationaal, en beschikt over een database voor kennismanagement en kennisverspreiding.
- *Toegankelijke ingang bij EL&I*
  Omdat voedselinitiatieven regelmatig zoekende bleken te zijn in hun contact met EL&I en tegen allerlei knelpunten aanliepen op het gebied van regelgeving, is er een loket in het leven geroepen om de toegankelijkheid te verbeteren. EL&I heeft een loket dat per mail bereikbaar is waar alle binnengekomen verzoeken en vragen verzameld worden.
- *Ondersteunende mediastrategie*
  Hierbij gaat het om zichtbare en publiekelijke ondersteuning van de overheid. Een voorbeeld hiervan was de aanwezigheid en toespraak van Minister Verburg op de Netwerkdag Smakelijk Duurzaam in 2010. Ook de Almanak Kleinschalige Voedselinitiatieven kan hier worden genoemd.

Dit stimuleringsbeleid van voedselinitiatieven kan geëvalueerd worden aan de hand van indicatoren die zijn af te leiden uit de intenties en doelen van de verschillende maatregelen. Bereiken deze wat ze beogen te bereiken? We geven hieronder voor de bovengenoemde beleidsdoelen een aantal algemene indicatoren aan (die eventueel zijn uit te werken in meerdere subindicatoren). Sommige indicatoren vertonen een overlap.

Het stimuleren van ontmoetingen
- Aantal bezoekers van een webforum (waar virtuele ontmoetingen plaatsvinden).
- Aantal connecties/leden van een webforum.
- Aantal en de diversiteit in onderwerpen waarover op een forum gediscussieerd wordt.
- Aantal fysieke ontmoetingen dat wordt georganiseerd.
- Aantal deelnemers aan fysieke ontmoetingen.

- Aantal nieuwe voedselinitiatieven dat zich aansluit bij het netwerk.
- Aantal aanvragen voor subsidies voor voedselinitiatieven (bestaande of in oprichting) als gevolg van contacten met andere initiatiefnemers.

Financiële ondersteuning
- Nagaan of aan de subsidievoorwaarden en -doelen is voldaan. De subsidiecriteria vormen hier de leidraad voor indicatoren. Een aantal criteria zijn echter lastig om te toetsen met indicatoren: bv. maatschappelijke relevantie van het initiatief, aantoonbaar succes op kleine schaal van een initiatief of potentie tot opschaling. Dit hangt af van wat als maatschappelijk relevant en succesvol wordt gedefinieerd. We komen hierop op terug bij de discussie over beleidsinstrumenten.

Praktische ondersteuning en verzelfstandiging
- Aantal deelnemende partijen.
- Aantal succesvolle subsidies via bemiddeling van Greenwish.
- Verbindingen van nationale initiatieven met internationale initiatieven.
- Nieuwe deelnemende partijen (naar verwachting bijvoorbeeld meer hele kleinschalige, eenmansinitiatieven die voorheen mogelijk in een eerdere fase zouden hebben afgehaakt).
- Toenemende zelfstandigheid van voedselinitiatieven door ondersteuning Greenwish.

Toegankelijke ingang bij ministerie (eerst LNV, nu EL&I)
- Aantal aanvragen/verzoeken dat bij het loket binnen komt.
- Positieve/negatieve feedback over toegankelijkheid van het loket (automatisch inbouwen evaluatievragen over toegankelijkheid).
- Positieve/negatieve feedback over service en beantwoording vraag (automatisch inbouwen evaluatievragen vraagbehandeling).

Ondersteunende mediastrategie
- Positieve/negatieve mediaberichten naar aanleiding van publiekelijke ondersteuning van de overheid.

5.4 Een mogelijk toekomstige rol voor de overheid?

Op de landelijke Netwerkdag Smakelijk Duurzaam werd tijdens een plenaire discussie met het publiek ingegaan op de verbinding met de markt. Een deelnemer meldt 'het is heel moeilijk om zelf de toegang tot de grote commerciële partijen te zoeken en te vinden', waarop een luid applaus weerklinkt. Wanneer vanuit EL&I wordt gezegd dat de subsidieregeling mede ten doel heeft dergelijke verbindingen tot stand te brengen, klinken er echter ook tegengeluiden uit de zaal: 'We willen niet afhankelijk zijn van subsidies.' Ook hier applaus! Op deze dag werd ook de website die in opdracht van EL&I was opgezet ter ondersteuning van de voedselinitiatieven met gemengde gevoelens ontvangen. Rondom de subsidieregeling zijn ook ambivalente gevoelens gesignaleerd. Immers, voedselinitiatieven voelen zich beoordeeld op criteria 'die hen in een bepaalde richting sturen', die ze niet perse zelf zo zien. Deze observaties illustreren dat de relatie tussen overheid en voedselinitiatieven gevoelig ligt en dat deze relatie zich kenmerkt door ambivalentie. Het sociale netwerk van voedselinitiatieven wil enerzijds ondersteuning en erkenning van overheidswege, anderzijds klinkt binnen dit netwerk ook de roep om autonomie en wil men onafhankelijk zijn van de overheid. Welke beleidsrol kan de overheid zich het beste aanmeten om met deze spanning om te gaan?

Meer recent hebben Van der Steen et al. (2010) de bovenstaande spanning beschreven in een bestuurskundig essay dat de titel draagt *De Boom en het Rizoom*. Daarbij staat de boom voor een verticale overheidsorganisatie die, ondanks alle verwoede pogingen tot governance, wordt gekenmerkt door een bureaucratische logica waarin hiërarchische verhoudingen, 'rationele' regels en gestandaardiseerde werkprocedures sterk bepalend zijn. Het rizoom, een metafoor die afkomstig is van de Franse filosofen Gilles

Deleuze en Félix Guattari, is de samenleving die zich daar tegenover juist openbaart als een onontwarbare verstrengeling van netwerken.

> Een rizoom is in letterlijke zin een veelal horizontaal vertakte wortelstructuur, die niet te herleiden is tot één hoofdtak of tot één plant aan de oppervlakte, maar bestaat uit ondergronds voortwoekerende worteltakken waartussen steeds nieuwe verbindingen kunnen ontstaan. (Van der Steen et al., 2010, 10)

Van der Steen et al. (2010) pleiten voor netwerksturing waarbij een overheidsrol past die te typeren is als *betrokken bescheidenheid*. Het sturen 'op' en 'met' netwerken, aldus de auteurs,

> 'vereist een intermediaire functie in de organisatie die de verbinding aanbrengt tussen enerzijds de noodzakelijkerwijs verticaal hiërarchisch georganiseerde binnenwereld van (in dit geval) een departement en anderzijds de horizontaal, ad-hoc gekoppeld en a-structureel georganiseerde netwerken.' (Van der Steen et al., 2010, 38)

Het zou hier te ver voeren het gehele betoog van dit essay te behandelen. Wat we wel ter discussie willen inbrengen is het beleidsinstrument van de 'tussenfuncties' die door de auteurs wordt gezien als een mogelijke beleidsbenadering om productief om te gaan met het spagaat en de spanning die onvermijdelijk vanwege de boom en het rizoom ontstaat. Ze pleiten voor tussenfuncties in het openbaar bestuur die zich, aan de rand van het overheidsapparaat, specifiek richten op de interface tussen overheid en samenleving. Het zijn ambtenaren met een vrije rol die in sommige opzichten weerspannig is met bureaucratische logica (vandaar dat tussenposities zich ook niet een-twee-drie laten organiseren binnen ambtelijke organisaties). Enkele overwegingen ten aanzien van de professionaliteit van deze tussenfuncties (Van der Steen et al., 2010, 50):

- Tussenfuncties moeten rugdekking hebben op hoogambtelijk of bestuurlijk niveau, en dus ingericht worden rondom zwaarwegende en complexe vraagstukken die niet binnen de staande organisatie belegd kunnen worden.
- Tussenfuncties moeten klein en flexibel georganiseerd worden om geen 'nieuwe bureaucratische laag' te worden, waarbij ook ter overweging kan worden meegegeven om tussenfuncties een tijdelijk karakter mee te geven (zolang de geselecteerde maatschappelijke problemen daarom vragen).
- Tussenfuncties moeten kracht zonder meer ontwikkelen: tussenfuncties gedijen juist bij een beperkte hoeveelheid formele ambtelijke bevoegdheden of formele macht, aangezien ze daarmee de vrijheid behouden om in een netwerkcontext te opereren

Het monitoren van voedselinitiatieven aan de hand van een aantal indicatoren is ongetwijfeld belangrijk, maar een efficiënte en effectieve beleidsondersteuning zou vooral gebaat zijn bij enkele beleidsmedewerkers die tussenfuncties vervullen tussen het rizoom van de voedselinitiatieven en het centrale beleidsapparaat. Een investering in tussenfuncties zou te overwegen zijn. Voor voedselinitiatieven zou dit meer (grondige) ervaringskennis, meer begrip en vertrouwensrelaties kunnen opleveren. Ambtenaren vanuit een tussenfunctie zouden met de kerngroep van voedselinitiatieven kunnen afstemmen waar financiële ondersteuning mogelijk en nodig is. Ze kunnen ook veelbelovende voedselinitiatieven die een sprong willen maken naar de economische mainstream wellicht veel directer helpen door ze in verbinding te brengen met het Platform Verduurzaming Voedsel. Voedselinitiatieven, die daarvoor rijp zijn, kunnen worden geleid naar bestaande subsidiestromen in het kader van innovatie en verduurzaming. Maar bovenal is het de taak van beleidsmensen in een tussenfunctie om de vitaliteit van het netwerk van voedselinitiatieven in de gaten te houden, innovatieve ideeën op te pikken voor beleid, en er - waar mogelijk - voor te zorgen dat deze kweekvijver als geheel blijft bestaan en haar aanjagende functie voor duurzaamheid vervult.

5.5 Conclusies

De overheid heeft een aantal maatregelen genomen ter stimulering van de voedselinitiatieven, te weten: (1) het stimuleren van ontmoetingen, (2) een financiële ondersteuning van de voedselinitiatieven, (3) praktische ondersteuning en verzelfstandiging, (4) vergroting van de toegankelijkheid bij EL&I en (5) ondersteunende mediastrategie. De directe effecten daarvan zijn middels een aantal indicatoren te volgen. Ze zeggen echter minder over de mate waarin de maatregelen bijdragen aan de uiteindelijke beleidsdoelen.

De ondersteuning van de initiatieven past in de rol van 'Engagement' die de overheid aan kan nemen ter verdere ontwikkeling van de duurzame transitie. Engagement duidt op het creëren van betrokkenheid van mensen bij dit thema. Daarnaast kan de overheid middels drie andere E's duurzame transitie verder brengen, te weten Enable (mogelijk maken), Exemplify (het goede voorbeeld geven) en Encourage (aanmoedigen van de goede keuze; ontmoedigen van de minder goede keuze).

Ook andere strategieën ter stimulering van de voedselinitiatieven kunnen overwogen worden. De overheid zou meer een tussenfunctie kunnen vervullen: een intermediaire functie, die zich richten op de interface tussen overheid en samenleving, waarin ambtenaren een vrijere rol hebben. Deze functie zou goed passen ter stimulering van netwerkachtige initiatieven zoals voedselinitiatieven dat zijn.

6 Conclusie

Dit onderzoek wilde antwoord geven op de volgende vragen:
1. Welke invloed hebben voedselinitiatieven op duurzame consumptiepatronen?
2. Hoe zijn de effecten van voedselinitiatieven te meten en te waarderen en welke indicatoren helpen bij die meting?
3. Welke effecten heeft het overheidsbeleid op (de ontwikkeling en werking van) voedselinitiatieven?

Het onderzoek maakt duidelijk dat deze vragen niet eenvoudig te beantwoorden zijn. Wél maakt dit onderzoek duidelijk dát er effecten zijn en dat de voedselinitiatieven ook op andere manieren - dan een vastomlijnde rij aan indicatoren - zijn te beoordelen op hun effecten.

De eerste vraag is: wat zijn voedselinitiatieven? Ofschoon de definitie ervan niet helemaal scherp is, is er een aantal terugkerende kenmerken voor de verschillende initiatieven vast te stellen. Ze zijn namelijk, hoe verschillend van aard ook, allemaal te typeren als reacties op conventionele productie- en consumptiepraktijken omdat ze aspecten van voedselkwaliteit (gezondheid, dierenwelzijn, milieu of fair trade) benadrukken waar meer bewuste aandacht voor zou moeten zijn, volgens hen. Actieve, enthousiaste burgers willen 'iets doen' aan de huidige manier van voedsel productie en consumptie. Een gevoel van ongenoegen met 'de gang van zaken' wordt omgezet in actie. Ze gaan over duurzaamheid en gezondheid evenals stad-en-land, over de culturele waarden van voedsel. Ze willen de eetcultuur beïnvloeden, richten zich vooral op consumenten en kinderen, en willen de afstand tussen producent en consument verkleinen. Velen hebben een website en communiceren naar buiten toe over hun initiatief. Daarnaast zijn voedselinitiatieven ook gericht op het bedrijfsleven. Sommige voedselinitiatieven richten zich zowel op de vraagkant als op de aanbodkant en zelfs op een combinatie ervan in nieuwe arrangementen. Het moge duidelijk zijn: het geheel aan voedselinitiatieven kent een grote diversiteit. Er is een veelheid aan (combinaties van) activiteiten, communicatietrajecten en verbindingen met de buitenwereld. Voedselinitiatieven verschillen ook wat betreft hun ambitie. Er is een groep die economische doelen nastreeft, op eigen benen wil staan, winst wil maken en uit wil groeien tot een eigenstandige onderneming. Een andere groep ambieert een inspiratiebron te zijn voor anderen, mensen bewust te maken en voorlichting te geven. Deze groep streeft niet perse naar een economische positie voor het initiatief.

Vanuit heel verschillende perspectieven wordt de waarde van de voedselinitiatieven duidelijk. Ze zijn van grote betekenis om te komen tot transitie. Waar de ene theorie ze ziet als innovators, positioneert de ander ze als niches, benoemt de derde theorie de functie van het sociale netwerk terwijl de vierde theorie wijst op de rol van 'next practices' (zie tabel 6.1).

Tabel 6.1 Voedselinitiatieven en theoretische perspectieven

Innovatietheorie	**Transitietheorie**	**Netwerktheorie**	**Sociaal leren**
Verspreiding van nieuwe producten of ideeën	Dynamisch multi-level-perspectief, meerdere paden	Meerdere centra en horizontale relaties, belang governance	Emancipatoir perspectief en actieve dialoog
Voedselinitiatief als innovator	*Voedselinitiatief als niche*	*Voedselinitiatief als sociaal netwerk*	*Voedselinitiatief als next practice*

Ofschoon er geen alomvattend theoretisch perspectief is dat alle rollen en functies van voedselinitiatieven verklaart is het duidelijk dat de voedselinitiatieven als waardevol worden gezien door verschillende theorieën op verschillende manieren.

Voedselinitiatieven beïnvloeden via de - lastig meetbare - culturele dimensie het proces van transitie naar duurzame voeding. Voedselinitiatieven zijn met name te waarderen vanwege hun culturele betekenis, de bijdrage die ze leveren aan veranderingen in onze eetcultuur. Dit maakt de effecten lastig meetbaar. Het is om verschillende redenen onmogelijk of ondoenlijk de uiteindelijke impact van deze culturele invloed op het beleidsdoel' duurzame consumptie' betrouwbaar te meten en te evalueren. Het is zelfs niet of moei-

lijk te bepalen wat (op termijn) succesvolle initiatieven zullen zijn omdat doelen en middelen voortdurend in discussie zijn.

Het is dus niet goed mogelijk om voedselinitiatieven aan de hand van een set indicatoren te beoordelen op hun effect. Wel is het zinvol en goed mogelijk om het geheel aan voedselinitiatieven *te volgen*: Welke komen erbij? Welke verdwijnen? Waarom? Wat doen ze? Daarbij kunnen de volgende aspecten helpen: aantal initiatieven, jaarlijkse groei en afname, doelen van duurzaamheid, primaire doelgroepen, secundaire doelgroepen, aard van de activiteiten en omvang, aard van sociale interactievormen, samenwerking met andere voedselinitiatieven, locatie en geografisch bereik, positieve/negatieve berichtgeving in de media, aanwezigheid als opinieleider in publieke debat, aansluiting (institutioneel) op (i) educatieve netwerken, (ii) economische netwerken en (iii) beleidsnetwerken. Ter aanvulling op het volgen van de initiatieven vinden we meer inzicht in de werking van de voedselinitiatieven gewenst. Dit kan door gerichte case-studies en kwalitatief onderzoek, waarmee meer inzicht in de mechanismen en effecten van de voedselinitiatieven kan worden verkregen.

De overheid ziet ook de waarde van de voedselinitiatieven - vooral vanuit haar rol als verhoging van het zogenaamde engagement - en heeft beleid ontwikkeld om de voedselinitiatieven te stimuleren. Verschillende indicatoren kunnen helpen om dit beleid te evalueren. De ondersteuning en stimulering van de voedselinitiatieven past uitstekend in de rol van Engagement om te komen tot duurzame productie en consumptie. Daarnaast wijzen we op een aanvullende strategie. De overheid zou meer een *tussenfunctie* kunnen vervullen: een intermediaire functie, die zich richt op de interface tussen overheid en samenleving, waarin ambtenaren een vrijere rol hebben. Deze zogenaamde tussenfunctie tussen boom (van de centraal geleide overheid) en rizoom (van de vele horizontale netwerken in de samenleving) zou goed passen ter stimulering van netwerkachtige initiatieven zoals voedselinitiatieven dat zijn.

Literatuur

Achterhuis, H., *Het rijk van de schaarste. Van Thomas Hobbes tot Michel Foucault.* Ambo, Baarn, 1988.

Beck, U., A. Giddens en S. Lash, *Reflexive modernization. Politics, tradition and aesthetics in the modern social order.* Polity Press, Cambridge, 1994.

Calvino, I., *De onzichtbare steden*. Atlas, Amsterdam, 2010 [1972].
Dam, R. van, J. Eshuis en N. Aarts, 'Transition starts with people: self-organizing communities ADM and Golf Residence Dronten.' In: K.J. Poppe, K. Termeer en M. Slingerland 2009.

Dewulf, A., C. Termeer, R. Werkman, G. Breeman en K. Poppe, 'Transition management for sustainability: towards a multiple theory approach.' In: K.J. Poppe, K. Termeer en M. Slingerland, *Transitions towards sustainable agriculture and food chains in peri-urban areas.* Wageningen Academic Publishers, pp.25-50, 2009.

Dicken, P., *Global Shift. Mapping the changing contours of the world economy*. Sage Publications. London/Thousand Oaks/New Delhi: 5th Edition, 2007.

Fresco, L., *Nieuw spijswetten. Over voedsel en verantwoordelijkheid.* Bert Bakker, Amsterdam, 2006.

Geels, F. et al., *Historische systeem-innovaties in de veehouderij en glastuinbouw.* 2008.

Giovannucci, D., E. Barham en R. Pirog, 'Defining and Marketing Local Foods: Geographic Indicators for US Products.' In: *Journal of World Intellectual Property*. Wiley-Blackwell, 2009. (Special issue on GIS).

Glasser, H., 'Minding the gap: The role of social learning in linking our stated desire for a more sustainable world to our everyday actions and policies.' In: A.J. Wals (ed.), *Social learning towards a sustainable world*. Wageningen Academic Publishers, pp. 35-61, 2007.

Holm, L. en M. Møhl, 'The role of meat in everyday food culture: an analysis of an interview study in Copenhagen.' In: *Appetite* 34 (2000), pp. 277-283.

Holzer, B. en M.P. Sørensen, 'Rethinking Subpolitics: Beyond the Iron Cage of Modern Politics.' In: *Theory, Culture & Society* 20 (2003), pp. 79-102.

Jobse-Van Putten, J., *Eenvoudig maar voedzaam: cultuurgeschiedenis van de dagelijkse maaltijd in Nederland*. P.J. Meertens-Instituut/SUN Memoria, Amsterdam, 1995.

Kemp, R., D. Loorbach en J. Rotmans, 'Transition management as a model for managing processes of co-evolution towards sustainable development.' In: *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* 14 (1) 2007, pp. 78-91.

Klijn, E.-H. en J.F.M. Koppenjan, 'Public management and policy networks. Foundsations of a network approach to governance.' In: *Public Management* 2 (2) 2000, pp. 135-158.

Kneafsey, M., R. Cox, L. Holloway, E. Dowler, L. Venn en H. Tuomainen. *Reconnecting consumers, producers and food: Exploring alternatives.* Berg, Oxford, 2008.

Lang, T., D. Barling en M. Caraher, *Food policy. Integrating health, environment and society*. Oxford University Press, 2009.

Lang, T. en M. Heasman, *Food wars: the global battle for mouths, minds and markets*. Earthscan, London, 2004.

Loorbach, D., *Transition management for sustainability - research in action, action in research.* Presentatie cursus 'Innovation for Sustainability', Wageningen, 2 november, 2010.

Loorbach, D., 'Transition Management for Sustainable Development: A Prescriptive, Complexity-Based Governance Framework.' In: *Governance: An International Journal of Policy, Administration and Institutions* 23 (1), 2010, pp. 161-183.

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, *Nota Duurzaam voedsel: naar een duurzame consumptie en productie van ons voedsel.* Ministerie van LNV (nu EL&I), Den Haag, 2009.

Morgan, K., T. Marsden en J. Murdoch, *Worlds of food: Place, Power, and provenance in the food chain*. Oxford University Press, Oxford, 2006.

Pierick, E. ten en E. van Mil, *Multi-Level Perspective nader beschouwd - Aangrijpingspunten voor transitie richting biobased economy?* LEI Wageningen UR, Den Haag, 2009.

Ploeg, J.D. van der, 'Transition: contradictory but interacting processes of change in Dutch agriculture.' In: K.J. Poppe, K. Termeer en M. Slingerland, *Transitions towards sustainable agriculture and food chains in peri-urban areas.* Wageningen Academic Publishers, 2009, pp. 293-307.

Poppe, K.J., K. Termeer en M. Slingerland, *Transitions towards sustainable agriculture and food chains in peri-urban areas.* Wageningen Academic Publishers, pp. 81-92.

Raaij, W.F. van en G. Antonides, *Consumentengedrag: een sociaalwetenschappelijke benadering.* Uitgeverij Lemma, Utrecht, 1997.

Ritzer, R. en N. Jurgenson, 'Production, consumption, prosumption: the nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer.' In: *Journal of Consumer Culture* 10 (1) 2010, pp. 13-36.

Rhodes, R.A.W., 'The New Governance: Governing without government.' In: *Political Studies* 44 (1996), pp. 652-667.

Rogers, E.M., *Diffusion of innovations*. Free Press, New York, 1962.

Roos, G., R. Prättala en K. Koski, 'Men, masculinity and food: interviews with Finnish carpenters and food engineers.' In: *Appetite* 37 (2001), pp. 47-56.

Rotmans, J., *Maatschappelijke innovatie: tussen droom en werkelijkheid staat complexiteit*. Erasmus Universiteit Rotterdam, Rotterdam, 2005.

Schans, J.W. van der, K. Hoogendam, M. Winter en L. Dvortsin. (*in press*)

Shove, E. en G. Walker, 'Caution! Transitions ahead: politics, practice and sustainable transitions management.' In: *Environment and Planning A* 39, (2007), pp. 763-770.

Staatscourant, Regeling van de Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (nu EL&I) van 26 april 2010, nr. 127939, houdende wijziging van de Regeling EL&I-subsidies en het Openstellingsbesluit EL&I-subsidies, 2010.

Starr, M.A., 'The social economics of ethical consumption: Theoretical considerations and empirical evidence.' In: *Journal of Socio-Economics* 38 (2009), pp. 916-925.

Steen, M. van der, R. Peeters en M. van der Twist, *De boom en het rizoom. Overheidssturing in een netwerksamenleving.* Ministerie van VROM, Den Haag, 2010.

Transforum, *Sneller en gemakkelijker innoveren in stedelijke gebieden - conclusies en aanbevelingen uit studies die TransForum liet doen naar veranderingen richting meer duurzame landbouw.* 2010.

Wals, A.J. (ed.), *Social learning towards a sustainable world*. Wageningen Academic Publishers, 2007.

Wiskerke, H., 'On places lost and places regained. Reflections on the alternative food geography and sustainable regional development.' In: *International Planning Studies* 14 (4) 2009, pp. 369-387.

Bijlage 1

Toelichting op de SROI-methode

SROI is een nieuwe manier van kijken naar het rendement van investeringen

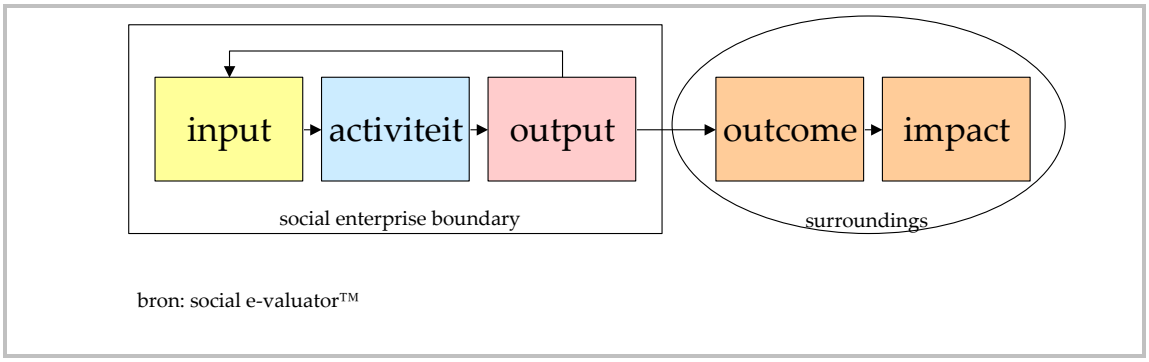
SROI vindt haar oorsprong in ROI of Return on Investment, een klassieke bedrijfseconomische methodiek die financiers gebruiken om investeringen te beoordelen. Daarin worden de geplande investeringen uitgezet over meerdere jaren en daar tegenover worden de toekomstige omzetten geplaatst. Op basis van het ondernemingsplan maakt de ondernemer een voorspelling van de te verwachten investeringen en uitgaven (cashflow). Wanneer de opbrengsten groter zijn dan de investeringen, kan gesproken worden van een rendabel project.

SROI brengt vernieuwing door ROI toe te passen op het maatschappelijke. Uitgangspunt van SROI is dat iedere bijdrage van een investeerder, dus ook van een subsidiegever (fonds, overheid), aan een sociaal-maatschappelijke onderneming of project feitelijk *een 'investering' is* en dus ook als zodanig, op zijn rendement, beoordeeld kan worden.

Een tweede uitgangspunt is '*blended value*', gemengde waarde. Iedere onderneming, profit of nonprofit, creëert waarde. De onderscheiden maatschappelijke waarden zijn: ecologische waarde, economische waarde en sociale waarde (planet, profit, people). De impact van een onderneming of project op deze aspecten kunnen positief zijn, maar ook negatief. Ze kunnen gewenst of niet gewenst zijn en ook verwacht of niet-verwacht. Ieder bedrijf of project creëert op één of meerdere onderdelen waarde. Het is de uitdaging deze zichtbaar, meetbaar en kwantificeerbaar te maken voor stakeholders[1]. Zo komt men tot een 'gemengd waarde', die met de SROI-methodiek geplaatst wordt in het financieel-economisch domein, door deze (zoveel als goed als mogelijk) in euro's uit te drukken.

Een met het vorige punt samenhangend derde uitgangspunt is dat niet de output, maar *de impact* centraal staat bij SROI. Maatschappelijke ondernemingen hebben naast het doel van geld verdienen ook een maatschappelijke doel. Wat is de daadwerkelijke bijdrage daaraan? Veel van wat nu gemeten wordt bij kwaliteit en resultaten van bijvoorbeeld het fenomeen 'verbrede landbouw' is gebaseerd op de output. Zo laat de website www.landbouwzorg.nl het aantal zorgboerderijen zien en aantal deelnemers zien als indicator van het succes van de investeringen in deze sector. De output zegt echter niet veel over de kwaliteit en de impact die een verbredingsactiviteit heeft als het gaat om het oplossen van het maatschappelijk probleem. Ook maakt de output niet zichtbaar in hoeverre daarmee daadwerkelijk een bijdrage geleverd wordt aan het realiseren van de missie en doelstellingen de onderneming. De SROI-methodiek steekt in op het 'meten van impacts'. Impact is de toegevoegde waarde die aanwijsbaar als gevolg van de activiteiten en uitkomsten van een uitvoeringorganisatie of project is gerealiseerd. Onder impact is dus begrepen de outcome, minus wat toch al gebeurd zou zijn zonder de inbreng van de organisatie of een ander initiatief, de zogenoemde 'deadweights'. De SROI-ratio is de verhouding tussen de impacts en de investeringen (input).

[1] Klanten/gebruikers, potentiële klanten/gebruikers, kritische volgers, eigen beroepsgroep, beleidsmakers, politici, investeerders, toezichthouders enzovoort.



bron: social e-valuator™

Het meten van de impact is soms moeilijk, maar levert voordelen op

SROI is niet onomstreden. Immers diverse opbrengsten laten zich moeilijk kwantificeren en kapitaliseren. Hoe kwantificeer je 'beter gaan voelen' of 'meer betrokken zijn bij voedsel'. Toch blijkt dat er meer te meten is dan gedacht. Zo kan 'gezonder eten' een vertaling vinden in ander gedrag, dat mogelijk leidt tot minder ziekteverzuim.

Een veel gebruikte methode om impacts uit te drukken in geld, is door besparingen die de activiteit van een maatschappelijke onderneming elders opleveren inzichtelijk te maken, of door de extra inkomsten te bepalen die door het maatschappelijk initiatief gegenereerd worden.

Het uitvoeren van een SROI analyse

Het maken van een SROI analyse wordt in een aantal stappen onderverdeeld, te weten:

- *De missie van het bedrijf of het initiatief vaststellen*
  Op deze manier wordt het duidelijk wat het doel is van het bedrijf/initiatief en kan aan bij de afsluiting ervan worden bepaald of dit doel is behaald.
- *Stakeholderanalyse*
  Met behulp van een stakeholderanalyse wordt bepaald welke mensen en organisaties belangrijk zijn voor het bedrijf/initiatief, wie een belangrijke input levert en/of impact beleven van het bedrijf/initiatief.
- *Impactmap*
  Hierin wordt bepaald welke input, activiteit, output en impact een stakeholder heeft.
- *Monetariseren*
  Om de impact meetbaar te maken worden indicatoren vastgesteld waar vervolgens een waarde in euro's aan wordt toegekend.

Stakeholderanalyse en impactmap

Binnen een stakeholderanalyse wordt een onderscheid gemaakt op basis van een aantal criteria welke partij de key-stakeholders zijn. Deze hebben het grootste belang bij het bedrijf/initiatief. Het is aan te raden om bij een SROI analyse uit te gaan van maximaal zes key-stakeholders. Voor de voedselinitiatieven kunnen dit (1) mensen in andere voedselinitiatieven zijn, (2) marktactoren in het 'bestaande' voedselsysteem, (3) overheden, (4) consumenten en burgers. Deze worden benaderd voor het maken van de impactmap. Voor het maken van een impactmap worden de volgende onderwerpen besproken: (1) Welke input heeft de key-stakeholder? En als deze input levert: (2) Welke activiteiten voert de key-stakeholder uit? En (3) Welke impact heeft het bedrijf/initiatief op deze key-stakeholder? Op basis van de uitkomsten van de impactmap worden indicatoren vastgesteld die gemonetarieerd kunnen worden.

Het LEI ontwikkelt voor overheden en bedrijfsleven economische kennis op het gebied van voedsel, landbouw en groene ruimte. Met onafhankelijk onderzoek biedt het zijn afnemers houvast voor maatschappelijk en strategisch verantwoorde beleidskeuzes.

Het LEI is een onderdeel van Wageningen UR (University & Research centre). Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR Centre for Development Innovation de Social Sciences Group.

Meer informatie: www.lei.wur.nl

LEI-nota 11-070