

## KIGO 'Van Voedselstrategie naar werk-in-uitvoering'

Startbijeenkomst dinsdag 25 september 2012 - @Amersfoort

**Centrale vraag: 'wat is cq. waaraan voldoet een goede businesscase in wereld van korte ketens – hoe ziet de zakelijke uitwerking van de New Food Geography (Wiskerke & Viljoen, 2012) er idealiter uit?**

- Er is een balans tussen maatschappelijk meerwaarde en (sociale) bedrijfswinst; voortdurende zoektocht naar hoe maatschappelijk rendement te verzilveren in bedrijfsrendement
- Het gaat per definitie om een intersectoraal initiatief, met een bredere scope dan voedsel alleen ("voedseloverstijgende thematiek")
  - Opmerking: voor optimaliseren leereffect is het van belang om elkaars taal te verstaan (nabijheid), doch met voldoende cognitieve afstand om te kunnen leren
- Het initiatief (BC) moet potentie hebben om (op termijn) winstgevend te zijn
  - Beroepstaken moeten betaald worden
  - Winstgevendheid kan zich uiten in meer dan alleen Euro's, denk aan maatschappelijke meerwaarde, vermijden kosten, enz.
- Binnen het initiatief zijn gedeelde belangen (ook financieel!); met vereende krachten en wijsheid van velen is BC ontwikkeld en vormgegeven

### **Kader: leren van anderen...**

Nieuwe Business Modellen die meervoudig waarde creëren kenmerken zich door:

- 1) Coöperatief samenwerken als centraal beginsel; verbinden wordt van steeds grotere waarde
- 2) Bewust creatie van meervoudige waarde(n); onderdeel daarvan is beleving rond product / dienst
- 3) Geld is niet langer enige ruilmiddel; in verlengde daarvan: winst (meerwaarde) delen met deelnemers
- 4) Economie op basis van behoefte en benutten (nu & later), en als gevolg daarvan werken met tegoeden
- 5) Bezit (eigendom) van productiemiddelen staat niet langer centraal; 'toegang tot' als productiemiddel
- 6) Commitment voor lange(re) tijd – en daar mee samenhangend vertrouwen & betrouwbaarheid in relatie
- 7) Werken met alternatief 'geld'

Prof. Jan Jonker i.s.m. M. Tap & T. van Straaten. Nieuwe Business Modellen. Radboud University Nijmegen, 2012

### **We zijn op zoek naar (6) geschikte busnisscases die:**

- De diversiteit aan initiatiefnemers laten zien:
  - Stedelijk gedreven burgerinitiatieven ("*Energieke Samenleving*" – Maarten Hajer, 2011)
  - Ondernemers aan het roer
  - 'De streek' aan zet (plattelandsontwikkeling)
- Zich in verschillende stadia van rijpheid bevinden; van jong & pril tot robuust & bewezen
- Potentie in zich hebben van winstgevendheid cq. maatschappelijke meerwaarde bieden
- Afgbakende ruimte bieden voor het verrijken van een initiatief door studente (slow advice)
  - Maar, blijf weg van cruciale besluitvormende zaken!
  - Essentieel daarbij: verwachtingsmanagement > maak daar goede afspraken over!
- Óók voor (V)MBO aantrekkelijke componenten en vraagstukken bevat
  - En extra meerwaarde biedt in de keten VMBO – MBO – HBO
- Mogelijkheden bieden ook (kennis(sen) / kunde van) docenten en lectoren in te zetten

**We hebben onszelf, gedurende het project, een aantal huiswerkopdrachten cq. leervragen meegegeven:**

- Maak inzichtelijk cq. definieer wat een (voedsel) business model is:
  - Kom tot een kern van enkele onderscheidende modellen, die gebruikelijk zijn in wereld van voedsel (op basis van praktijk en literatuur)
- Voor verdere begripsvorming: kom tot een definitie van wat ‘regionaal voedsel’ is
  - Gaat het om inpassing van regio voor wereldmarkt of om produceren voor regio?
- Analyseer meerdere ketens en bekijk welke competenties nodig zijn per ketenpartij
  - Neem zowel bestaande voedselketens (‘de Sligro’s & DELI XL’en van deze wereld), alsmede nieuwe initiatieven (à la Boerenhart)
    - Destileer uit de literatuur welke competenties nodig zijn
    - En toets of en hoe deze competenties gebruikt worden
  - Maak onderscheid naar competenties nodig vanuit sector (organisatie) alsmede van betrokkenen (samenwerkingsverband en individu)
- Onderzoek mogelijkheden van nieuwe media: welke vormen, hoe effectief in te zetten?
- Bestaande competenties ‘toevoegen’ aan ‘nieuwe mensen’ en “nieuwe competenties” toevoegen aan bestaande mensen

**Ter overdenking: met welke voedsel-bril kijken we zelf naar de wereld?**

	Corporate Food Regime		Voedselbeweging (‘food movement’)	
<b>Politiek</b>	Neoliberal	Hervorming	Progressief	Radicaal
<b>Discours</b>	Voedsel als onderneming	Voedselzekerheid	Voedselrechtvaardigheid	Voedselsoevereiniteit
<b>Oriëntatie</b>	Corporate / global markts	Ontwikkeling/hulp	Empowerment	Herschikking / re-distributie
<b>Model</b>	Overproductie; concentratie macht grote bedrijven; monopolie & ongereguleerde markten; mono-cultuur; GMO’s; agro-fuels; wereldwijde consumptie industrieel voedsel; uitfasen van familiebedrijven en lokale retail	Mainstreamen / certificeren niche markten (bio / fair / lokaal / duurzaam); subsidiesgeoriënteerd (bv. EU); ronde tafels voor ‘duurzame’ productie (denk aan soja); marktgeoriënteerde land hervorming	(Lokale) agro-ecologische productie; investeren in achtergestelde communities; nieuwe businessmodellen met voordelen lokale community (productie / verwerking / retail); solidaire economie; toegang tot land; gereguleerde markten	Ontmantelen monopolie agro-industrie; commity rechten voor water / zaden; regionaal / democratisch voedselsysteem; duurzame buurten; bescherming tegen dumpen/ over-productie; revival kleinschalige agro-ecologische landbouw;
<b>Aanpak voedselcrisis</b>	Toenemende industriële productie; ongereguleerde machtsconcentraties; land grabs; expansie GMO; publiek-private partnerships; international georiënteerde voedselhulp	Hetzelfde als neoliberal, maar met toename van peasant-productie en lokale voedselhulp; microcredit; meer agrarische hulp, maar gekoppeld aan GMO / ‘corporate-crops’	Recht op voedsel; betere vangnetten; duurzaam geproduceerd; lokale herkomst voedsel; agro-ecologisch agriculturele ontwikkeling	Menselijk recht op voedsel; lokale herkomst; duurzaam geproduceerd; cultureel ; democratisch gecontroleerd;