

# Verdienmodellen voor natuur-inclusieve landbouw; samen stappen zetten

2 februari 2016

Nico Polman



Theo Vogelzang

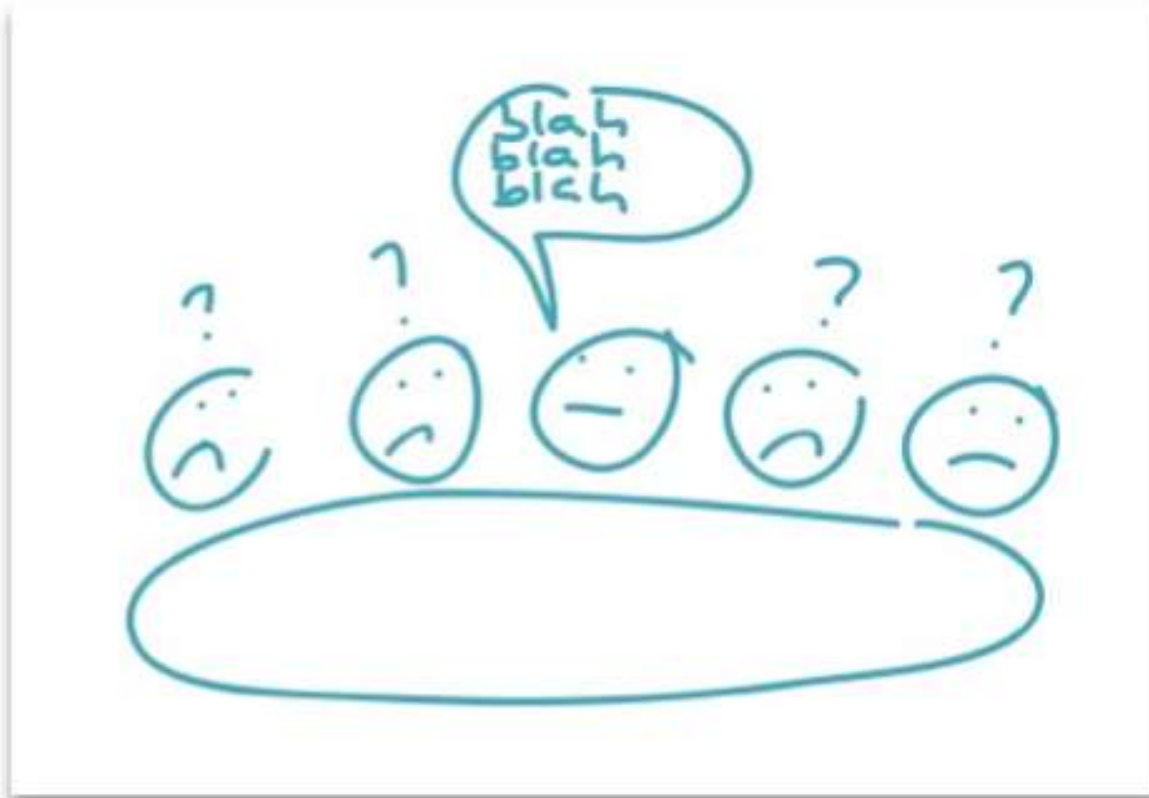


# Wat gaan we doen?

- Inleiding
  - Natuur-inclusieve landbouw en verdienmodellen
- Welke verdienmogelijkheden zijn interessant vanuit jullie perspectief?
- Hoe pakken we het aan?

Aan de slag!!





# Natuur-inclusieve landbouw



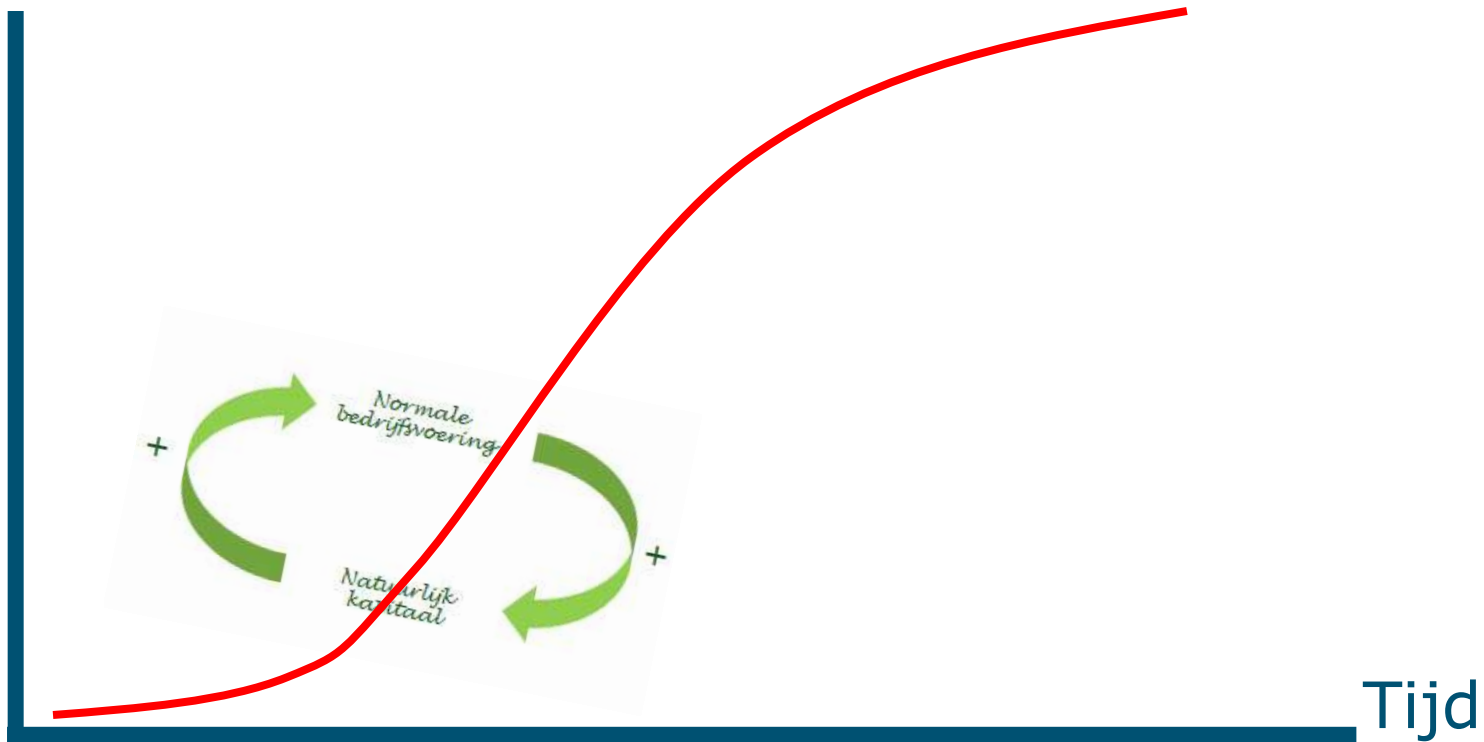
# Barrières en verandering

- Natuurinclusiviteit sluit (nog) niet goed aan bij bestaande praktijken rond verwerking, distributie en consumptie:
  - Regelgeving
  - Bewustwording bij ondernemers en het verdienmodel
- Van belang zijn:
  - Leerprocessen
  - Netwerken (bijv. samenwerking in afzet)
  - Vormgeven van verwachtingen bij grote groep volgers (voorbeelden)



# Mate van verspreiding groen in de stad

## Strategisch Niche Management (SNM)

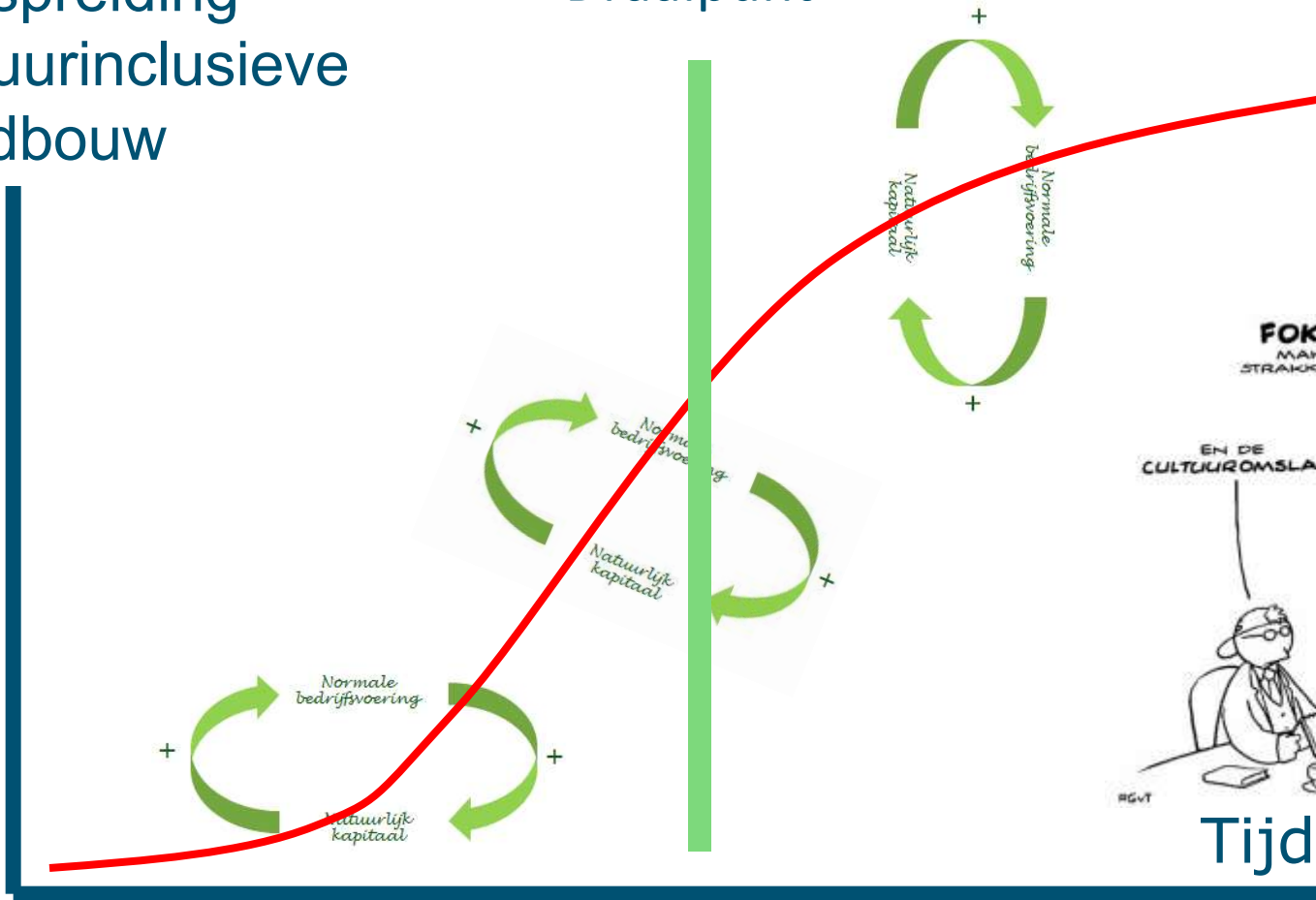


Experimenten en niches

Verspreiding en verdieping

# Mate van verspreiding natuurinclusieve landbouw

Draaipunt



Tijd

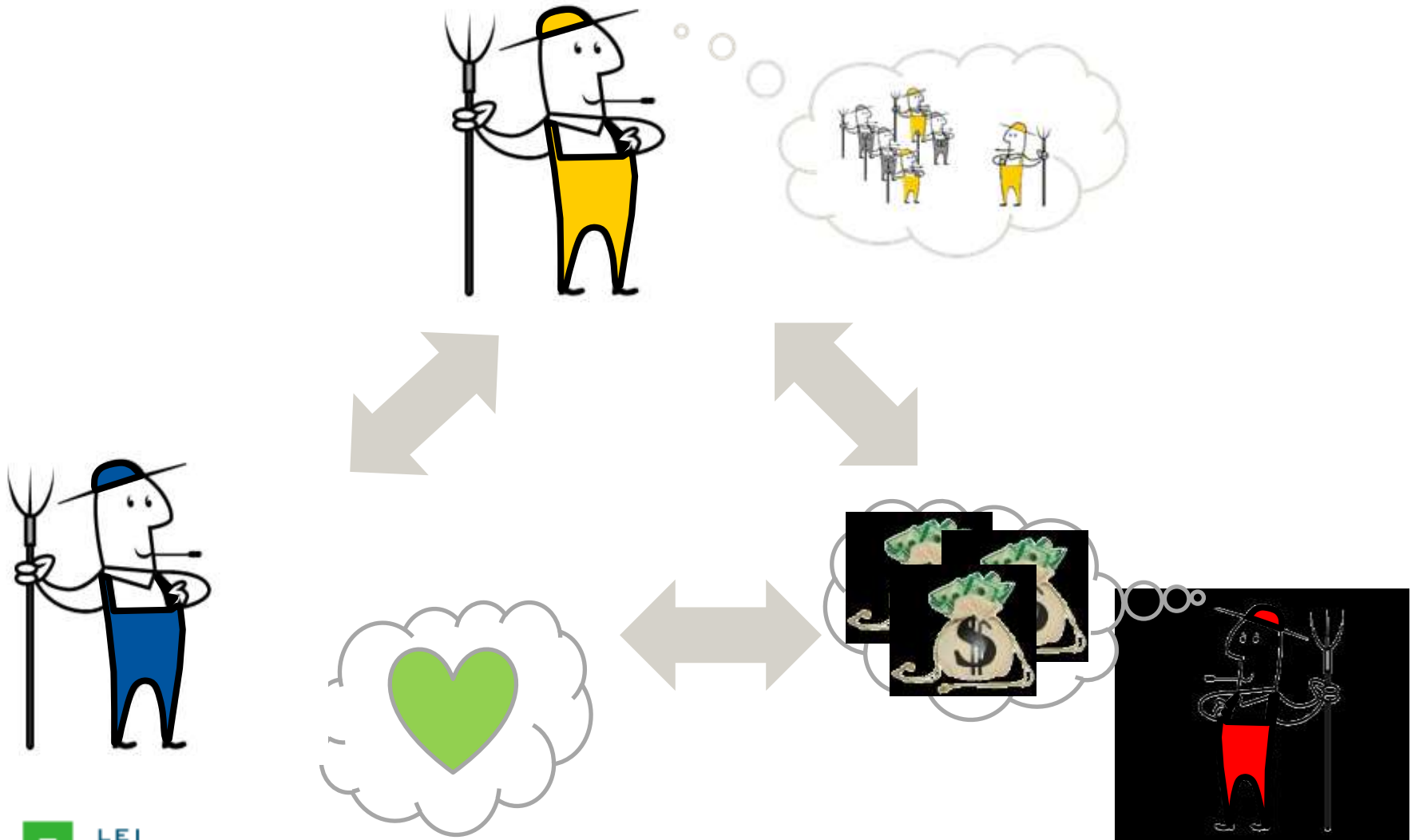


Living lab



Tools

# Van hart naar netwerk en verdienmodel





# Ervaringen met verdienmodellen

NATUURDOELEN REALISEREN DOE JE MET KENNIS,  
NIET MET BEHEERSMAATREGELEN

## Kwaliteit

Terreinb  
len. Piet  
mers de  
areaal k  
voor zijn  
Wanneer  
bloemer  
moet aa  
de kwali  
beteren.  
minder)

## Verbu

Wanneer  
landbou  
Een inte  
terreinb  
meer se  
balans g  
lokaal h  
werken )  
Dat leidt

## Aanda

Ook kun  
den nat  
veren. C  
dit zelf  
aandach  
Interess

## RECLAME MAKEN VOOR DE BLOEMENRANDEN

### Samenwerken aan bloemenranden

Het initiatief  
maatschap  
de aanleg v  
sels kunnen  
en en ander  
Samen met  
boeren te in

### Sponsor

Het leuke va  
(www.burge  
inleg is 10 e  
dingen erg t  
geleegd. Dit  
laten inzaai  
we zijn beg  
tikelen opge  
Voor een re  
(financiële)  
bloemenran  
is de bloeme  
leerzaam, z  
is er een sd

### Succesfa

Agrarisch na  
economisch  
zijn op overl  
sponsors, i  
reclame te r

## SAMENWERKEN GEEFT MEERWAARDE VOOR LANDBOUW EN NATUUR

### Echte gru

Je zou Klaas  
Skrizekrite  
elkaar 1750  
twintig proce  
euro aan be  
moest aank  
zijn manier  
agrarisch na

### Biodivers

Klaas Oeverl  
waarin een e  
in zouden zij  
uiting moete  
melkstroom  
bekijkt same  
de relatief in

### Staatsbos

Klaas Oeverl  
gaan. Hij wil  
andere boer  
heel goed na  
Wel wil hij in  
der te kunne  
hangen volg  
en natuurlijk  
nog niet te v  
mogelijkerwi

## MARKTGESTUURD MET ZORG VOOR NATUUR

### Zoek

Pelleb  
en is g  
naar b  
zorgla

### Ande

Samer  
heer w  
blik he  
Pelleb  
durige  
geving  
vele g  
natuur  
baar k  
een in  
resulta  
er mee  
eindda  
met de

### Voor

Pelleb  
rassen  
vlees.  
van be  
kingen  
dan de  
het aa  
te inv

## SYNERGIE AKKERBOUW, MELKVEE EN NATUURBEHEER

### Ook recreanten profiteren van agrarisch natuurbeheer

Scholten heeft  
dernermer een  
graslanden va  
en jongvee. V  
hoeft aan te  
goeding voor  
flora en fauna  
heer. Zij fietse

### Uitbreiden

Voor het melk  
20 uur arbeid  
een voerrobot  
heeft hij ai de  
Op een deel v  
mag Scholten  
Botanisch hoc  
mingsmiddelen  
afvoeren. Sch  
wil hij gericht

### Volg de on

Als ondernem  
beleidsregels)  
natie van mel  
voor samenwe  
akkerbouw- er  
melkveebedrij  
Scholten vindt  
doet dit actief  
varingen met

## TIPS

# 1 Canvas-denken

Het CANVAS businessmodel is in 2010 ontwikkeld door Alexander Osterwalder en Yves Pigneur. Het is een handig hulpmiddel bij het in kaart brengen en toetsen van verschillende bedrijfsideeën voor het verwaarden van een product of dienst. Dit gebeurt door alle bedrijfsactiviteiten op een overzichtelijk en visuele manier weer te geven. Het model geeft daarbij inzicht in de belangrijkste witte vlekken voor het realiseren van een idee en helpt bij het nadenken over het toetsen van de aannames. CANVAS kan individueel of in een groepsproces gebruikt worden als handvat om mogelijkheden voor landbouw met natuur te ontwikkelen, te toetsen en uiteindelijk te realiseren.

# 2

# 3

# 4

Het model bestaat uit negen bouwstenen (zie figuur) die alle facetten beslaan van de omschrijving van een bedrijf of een bedrijfsidee. Centraal staat de waardepropositie: wat kan het bedrijf als onderscheidende waarde de klant bieden? Vervolgens gaat het er om de vragen rechts van het midden te beantwoorden: voor wie is het product bedoeld (klantsegmenten), hoe wordt waarde geleverd en hoe worden relaties met klanten onderhouden? Daarna volgt de vraag hoe het bedrijf de waarde tot stand brengt (met welke partners, welke (hulp)bronnen/middelen nodig zijn en welke activiteiten

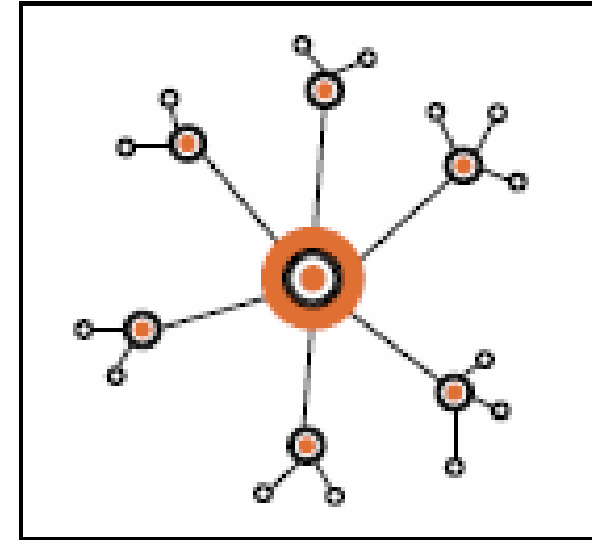
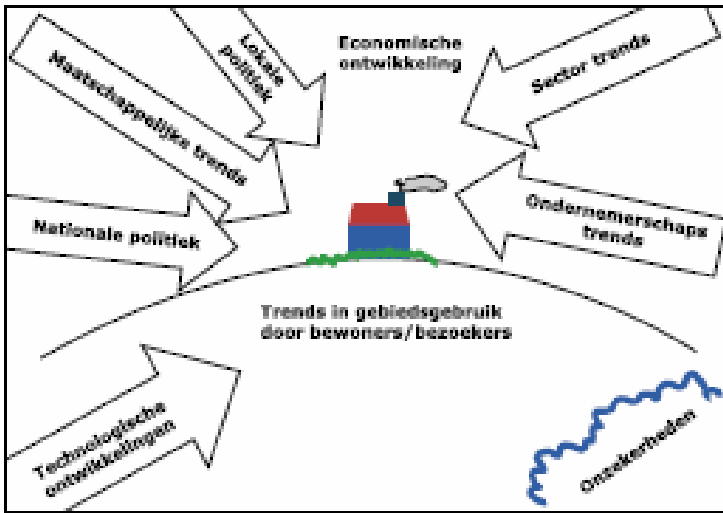
worden ondernomen). Uiteindelijk kan de balans worden opgemaakt van de kosten en baten.

Door deze bouwstenen invulling te geven, is een landbouwbedrijf in staat om elk bedrijfsidee helder en doordacht te omschrijven (zie ook canvas praktijk).

[klik hier voor een uitgebreider model](#)

hoe	wat	voor wie
kosten - baten		

WAGENINGEN  
For quality of life



Verdienmodellen voor natuurinclusieve landbouw: Een omgevingsanalyse en netwerkanalyse zijn noodzakelijk





Kans: Overheid heeft expliciet doelstellingen gezet

Aandacht: Partijen overtuigen

Kans: Aanpakken gebiedsoverlast met gebiedsplan

NATIONALE POLITIEK

KADERRIJKTUUN WATER  
DOELSTELLINGEN  
KWAALITEITSDOEL

2021  
GEBIEDSPLAN  
KLAAR

PROMOTIE VAN  
NATUUR MET  
LEEF DOEV

CONSERVATIEVE  
WATERSCHAPPEN

WATERSCHAP  
LOOFT NIE  
LOOFT NIE  
LOOFT NIE

LOKALE POLITIEK

ZECHT  
WATERSCHAP

INVOELLING  
KRW ERG  
ZECHT

GEREGULEERDE  
GEBIEDS  
GEBIEDS  
WAAR OF  
GEBIEDS

WANSEN

ECONOMISCHE ONTWIKKELING

OVERHEID  
HEEFT  
MIDDELEN  
GROEID



TRENDS IN GEBIEDSGEBRUIK  
DOOR BEWONERS/GEBOUWERS

NOODTOEGANG  
VERPANDERT  
NOODTOEGANG  
VERPANDERT

REST GEBIED  
VOLT LAAG-  
LIJNIGE TREND

NIET LANG  
GEEN PROBLEEM!

GROENE RIJ  
PROBLEEM  
"GOLDFISCH"

WENIG  
RECREATIEVE  
VOORZIENINGEN

KANalen IN  
REGIO  
ROTTERDAM

MARKT IN  
ROTTERDAM

MARKT GROEN  
PRODUCTEN  
GROEIT

5.1200 PRODUCT  
= KANS

SECTOR TRENDS

300 (ROW)  
BESCHIKBAAR  
MET MEER TONNEN

RECREATIEVE  
NATUUR  
BESCHIKBAAR  
IN DE  
NOODTOEGANG!

600 GROEN  
KOMEN  
BESCHIKBAAR  
TONNEN?

BESCHIKBAAR  
NOODTOEGANG  
VERKOPEN?

OVERNEMERSKAMP  
TRENDS

SOETELIJKE  
BESCHIKBAAR  
VANS FORT

WEGINGE  
NATUUR  
TOEGANGEN

OFFICIEEL  
NAKEN OF  
DOEL STREVEN

WEDUWERS  
HEBBEN HET  
ELKAND  
HET!

GOOP 6- JAAR  
PACT

GROND ONDER  
DE GOOP

Hoe	Wat	Voor wie
Kosten - baten		

Activiteiten

Propositie

Relatie

Partners

Klanten

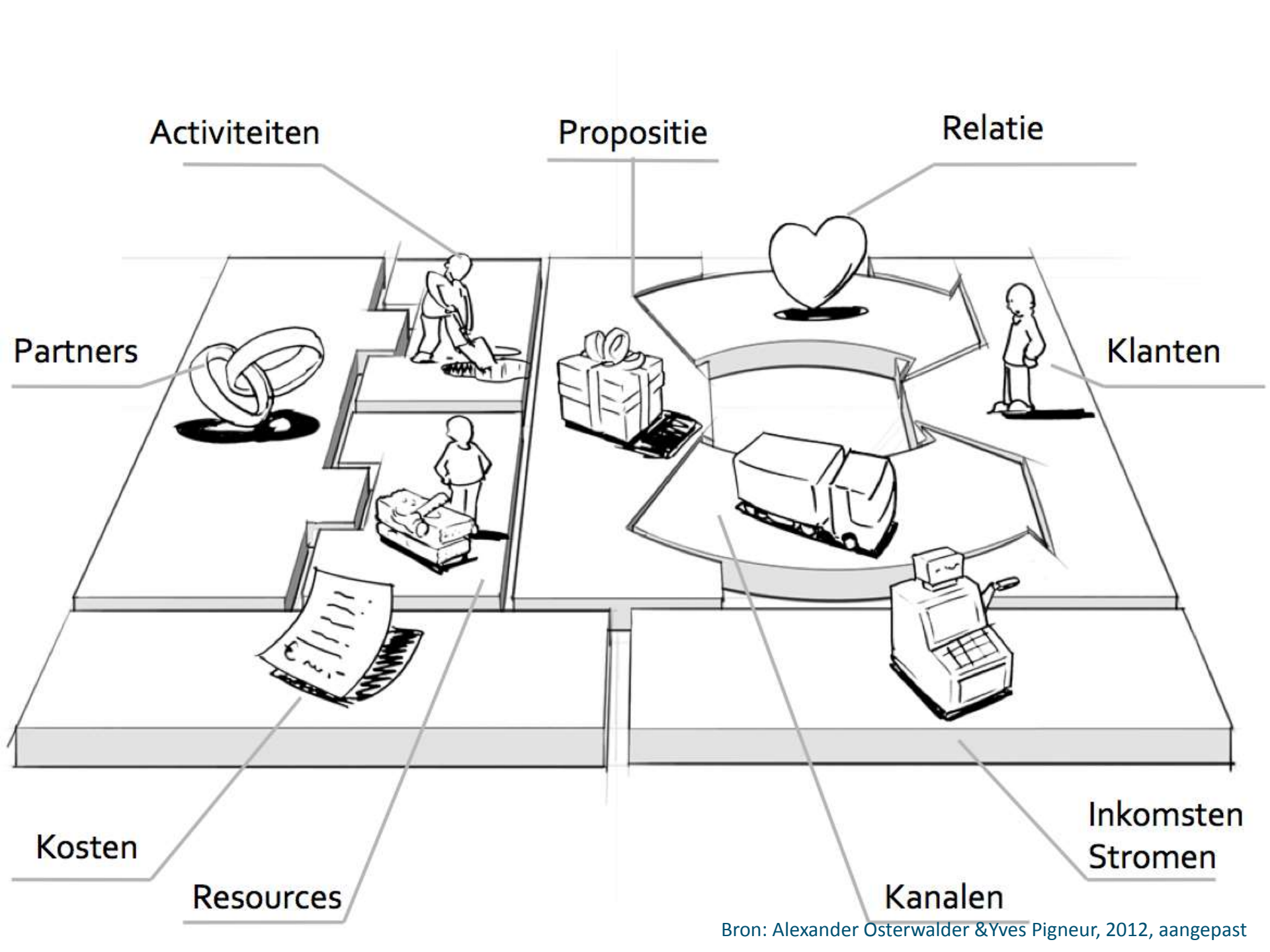
Kosten

Resources

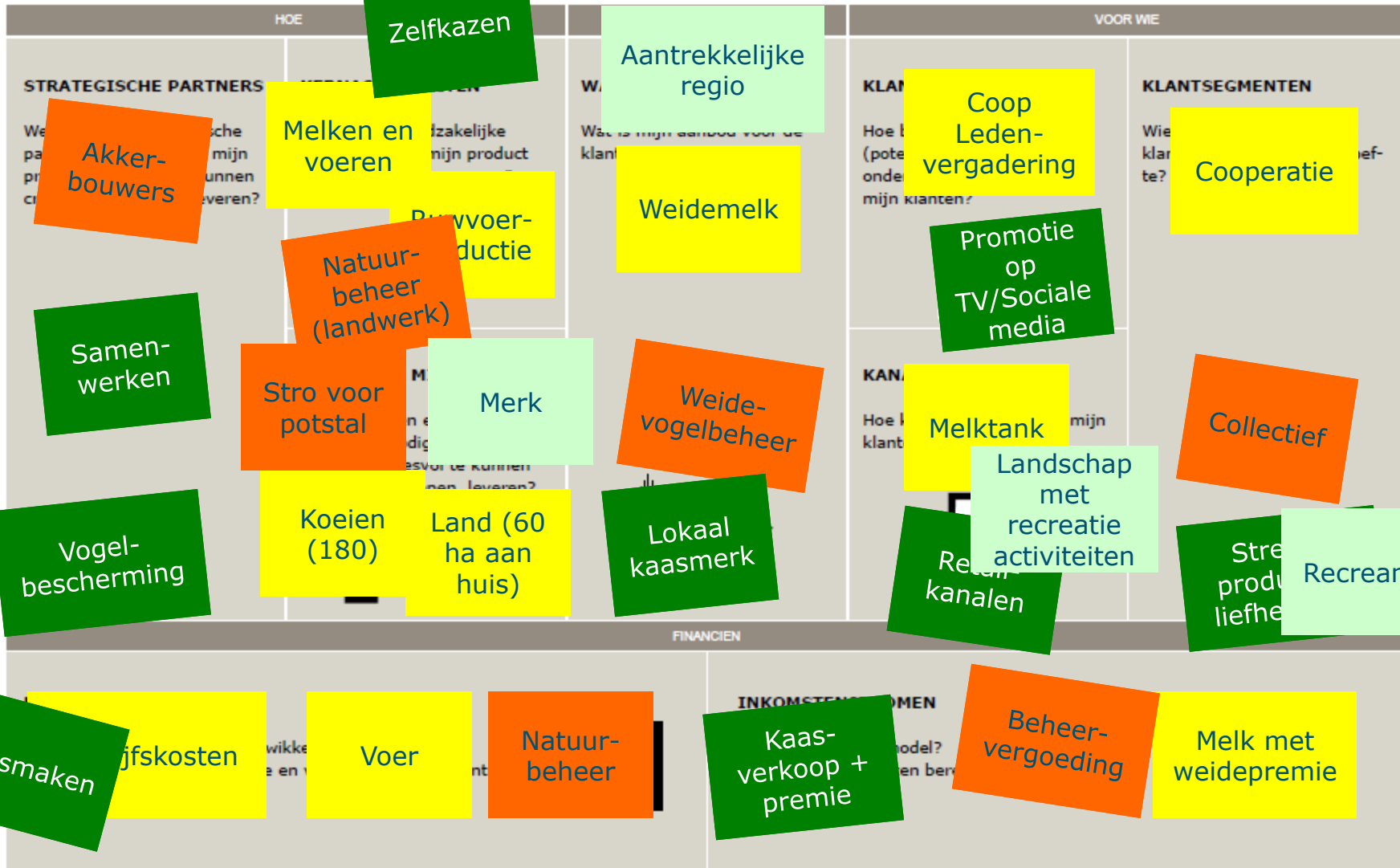
Inkomsten  
Stromen

Kanalen

Bron: Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2012, aangepast

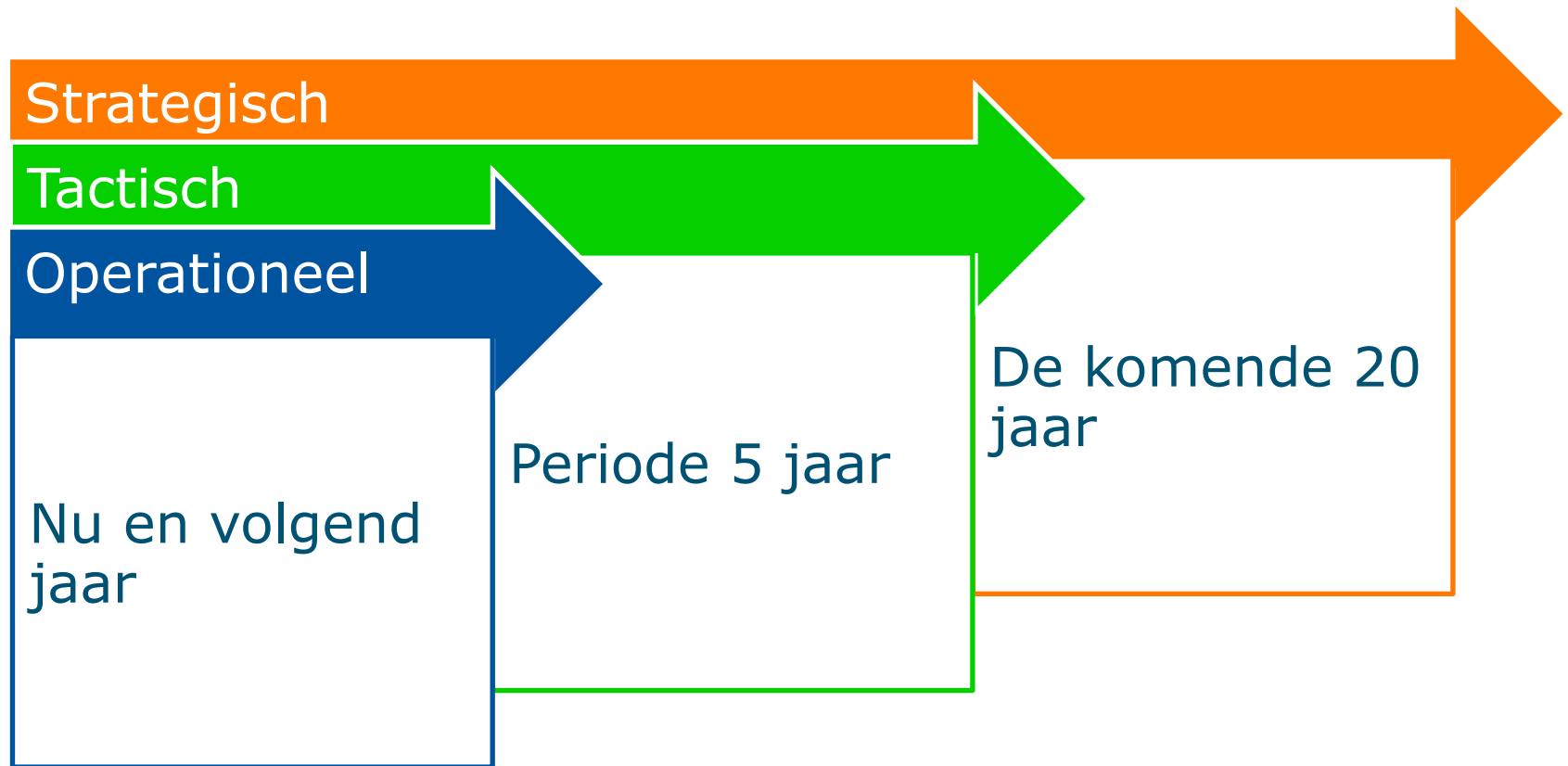








# Natuurinclusief: een beslissing op strategisch niveau



# “Een vuistregel voor natuurinclusiviteit?”

- In de praktijk is tot 10% van eigen areaal/... geen probleem bij de huidige vergoedingen (publiek/privaat).
- Tussen 10% en 20% wordt beloning voor veel bedrijven een probleem.
- Voor aandelen groter dan 20% van het areaal/... van een bedrijf is de vergoeding te laag.

# Onderwijs, onderzoek en overheid, ondernemer en omgeving hebben hun eigen rol

- Leerprocessen voor nieuwe ondernemers: ook inbedding in het onderwijs
- Vorming van (praktijk)netwerken voor kennisdelen (leren van elkaar)
- Het vormgeven van verwachtingen bij alle stakeholders, inclusief de consumenten/burgers

Vragen:

Welke verdienmogelijkheden zijn interessant vanuit jullie perspectief?

Wat is vernieuwend?

Wat is het meest kansrijk (top 3)?

# Onderwijs, onderzoek en overheid, ondernemer en omgeving hebben hun eigen rol

- Nico Polman, Marijke Dijkshoorn, Bart Doorneweert, Piet Rijk, Theo Vogelzang en Stijn Reinhard, en Antoine Heideveld (2015) **Verdienmodellen natuurinclusieve landbouw**, LEI Wageningen UR.
- John Grin, Nico Polman, Marijke Dijkshoorn-Dekker, Theo Vogelzang (2015) **Verdienmodellen voor natuurinclusieve landbouw; wat ondernemers al doen, en wat de overheid kan doen om opschaling te bevorderen**. LEI Wageningen UR

# Vragen / opmerkingen

