



Plattelands
Ontwikkelings
Programma
Regiebureau

De boer in de keten

POP3-projecten in de schijnwerper



Voorwoord

Bij de voorbereiding van dit themanummer over korte ketens hadden wij met de grootste fantasie niet kunnen bedenken hoe actueel dit thema nu zou zijn. Natuurlijk, er was al aandacht voor korte ketens, mede door de visie over kringlooplandbouw en het rapport van de TaskForce Verdienmodellen. Dit laatste onder leiding van Hester Maij, voormalig gedeputeerde van de provincie Overijssel en onze voormalige voorzitter van het landsdelig bestuur POP.

De coronacrisis treft de samenleving hard en zet oude vanzelfsprekendheden in een ander daglicht. De waarde van korte ketens is nu volop in de actualiteit. Zo komen initiatieven met rechtstreekse verkoop aan de consument verder tot bloei. Steeds meer consumenten weten de weg naar de boerderij te vinden en te waarderen. Maar ook hier ondervinden veel ondernemers last van de geldende restricties, die hopelijk de komende tijd enigszins versoepeld kunnen worden.

Door de coronacrisis zijn we ons veel meer bewust geworden van de kwetsbaarheid van lange internationaal georganiseerde en logistiek ingewikkelde ketens. Er zat al veel energie van diverse partijen op nieuwe verdienmodellen, korte ketens en boerburgerinitiatieven, maar deze beweging werd toch nog veelal gezien als niche.

Als alle ellende achter ons ligt, zou het zomaar kunnen dat we voedsel van dichtbij en liefst met



een heel zichtbare en tastbare afzender nog meer gaan waarderen. Juist die tastbaarheid en het menselijke contact zijn een mooie basis voor vertrouwen door de consument. In deze fase is het voor sommige agrarisch ondernemers wellicht moeilijk het contact met de burger goed te onderhouden, onderling slimmer samen te werken en daar nog voldoende inkomen uit te halen. Maar ik durf te stellen dat als de coronacrisis is uitgewoed, de niche van weleer snel groter wordt.

Ik wens u als lezer, maar ook alle initiatiefnemers in korte ketens veel leesplezier en inspiratie. Dat dit themanummer ook een lichtpuntje mag zijn in deze ongekend moeilijke tijd.

Ger de Peuter
Directeur Regiebureau



Inhoud

Voorwoord

Korte ketens op de Gelderse kaart

interview met Pieter Rijzebol, Adviseur Voedsel bij de Provincie Gelderland, en Saskia Croes, Voedselcoördinator in de Gelderse streek de Liemers

Korte ketens in Europa

interview met Mariska van Koulil, Projectleider Multifunctionele Landbouw bij de ZLTO

Regionale korte ketens

Bio-economie Drentse Aa breidt verder uit

project: Bio-economie Drentse Aa

Bootcamps voor een transparante keten

project: All you need is LOF

Voedselnetwerken in de provincie



Waarden Verwaarden: het belang van juiste taal

project: Waarden Verwaarden

Bewust en betekenisvol bezig zijn met voedsel

LEADER-project: Eetbare en sociale permacultuurtuin Cabauw

Korte ketens vooral een kans voor de boer

interview met Woody Maijers, lector Integrale Voedsel- en Productieketens bij Inholland

Initiatieven in Nederland en Europa

Stop energie in het verwennen van je vaste klanten

project: "Kom 's op ons Erf"

Lokaal product op de kaart

LEADER-project: Gezonde voeding van dichtbij

Korte ketens op de Gelderse kaart

Een muziek- en smaakfestival in Babberich

De Provincie Gelderland heeft een ambitieuze doelstelling: een verdubbeling van de korte ketens voor landbouwproducten in Gelderland in 4 jaar. Pieter Rijzebol, Adviseur Voedsel bij de Provincie, en Saskia Croes, Voedselcoördinator in de Gelderse regio de Liemers, zijn het erover eens: aansluiten bij initiatieven in de praktijk en een goed functionerend voedselnetwerk zijn essentieel om deze doelen te bereiken.

Voor het beleid rondom voedsel in Gelderland ligt de focus op het stimuleren van korte ketens. “Dat betekent concreet dat aan het eind van de collegeperiode (2019-2023) 20% van de Gelderse boeren afzet heeft via een korte keten. In 2017 was dat 10%. En dat de omzet van agrariërs in de korte keten stijgt van ruim 4% in 2017 naar ruim 8%,” aldus Pieter. Korte ketens staan goed op de kaart in Gelderland. Vanuit het



Paddenstoelen uit de Liemers

Plattelandsontwikkelingsprogramma (POP3) worden gedurende 4 jaar 37 korte-keten-projecten voor ruim 2,5 miljoen euro ondersteund.

Eerlijk verhaal

Voorbeelden van projecten zijn ‘Korte ketens in het Liemers landschap, [fase 1](#) en [fase 2](#)’, waarvan Saskia de projectleider is. De Liemers bestaat uit de gemeenten Zevenaar, Duiven, Montferland en Westervoort. Als Voedselcoördinator zorgt Saskia voor verbinding tussen de provincie en de projecten, en dat binnen de Liemerse gemeenten de korte ketens voldoende voet aan de grond krijgen. “Een Voedselcoördinator is het knooppunt tussen overheden, initiatiefnemers en klanten.”

Betrokken boer en gemeente

Gelderland heeft als eis bij de POP3-regeling ‘Innovatieve concepten ten behoeve van Korte Voorzieningsketens’ dat bij de subsidieaanvraag van projecten minstens één gemeente en één agrarisch streekproducent betrokken is. “Zo zorgen we dat een gemeente meer betrokken is en zicht krijgt op dergelijke initiatieven. We hopen en verwachten



Saskia Croes



Pieter Rijzebol

dat korte ketens op die manier steviger in de samenleving landen en daarmee ook worden voortgezet als de subsidie stopt,” aldus Pieter. Saskia vindt het van grote meerwaarde dat een agrariër medeaanvrager van POP3-subsidie is. “Boeren brengen alles tot de basis terug. Daarnaast denken agrariërs breed en kijken naar het totale verhaal. Dat zorgt ervoor dat je zelf ook het brede perspectief houdt. Bovendien introduceren zij mij bij veel andere boeren.”

Gemeenten bereiken boeren

In Gelderland zijn 9.000 agrariërs actief. Pieter: “Deze producenten kun je nooit allemaal bereiken vanuit het Provinciehuis. Daarom worden gemeenten ingezet, zij staan immers ook dicht bij lokale initiatieven.” De gemeenten worden onderling verbonden via het in 2014 opgerichte [Gelders Kennisnetwerk Voedsel](#). Inmiddels is driekwart van de Gelderse gemeenten betrokken bij een samenwerking op het gebied van korte ketens. “Veel korte-keten-samenwerkingen zijn



Waterbuffel



Mozzarella van waterbuffels als streekproduct

erop gericht om de consument beter te bereiken. Maar voor producten die een bewerkingslag nodig hebben, bijvoorbeeld melk of vlees, is het ook nodig dat producenten onderling slimmer gaan samenwerken. Zij worstelen soms met de vraag: welk type verkoopkanaal is het meest bruikbaar?”, geeft Pieter aan. “Daarom willen we de verschillende verkoopkanalen nader onderzoeken.”

Liemers Trots

Ook Saskia maakt bij haar werk gebruik van een netwerk: [Liemers Trots](#). Zij stond in 2010 aan de wieg van deze gebiedscommissie en sinds 2013 is zij secretaris. Het voedselnetwerk bestaat uit private partijen en lokale overheden. En dat heeft een meerwaarde. “Men luistert naar elkaar, zet onderwerpen op de agenda van diverse gemeenten en trekt wet- en regelgeving die soms per dorp verschilt, gelijk. Je kunt zaken op Liemers niveau oppakken; hoe mooi is dat?!”



Eten bij de boerin

“Verzilveren van elkaar kennen”

Doel van [fase 1](#) en [fase 2](#) van ‘Korte ketens in het Liemers landschap’ is het versterken van de positie van Liemerse ondernemers in de korte keten en daarmee de verkoop van lokale producten stimuleren. Saskia: “Een korte keten is voor mij een zo klein mogelijke afstand tussen producent en consument. Dat betekent niet per se rechtstreekse afname van een boerderijwinkel. Het gaat om het verzilveren van elkaar kennen. Dat je als producent direct je verhaal kunt vertellen aan de consument en dat de boer een eerlijk bedrag krijgt voor zijn product door het aantal schakels te verminderen.”

Bewustwording en samenwerking

De eerste fase van het project is inmiddels afgerond en was gericht op het vergroten van de bewustwording van consumenten en andere afnemers en de samenwerking tussen gemeenten, producenten en belangenbehartigers verbeteren. “We hebben op diverse doelgroepen ingezet. Bijvoorbeeld op de producenten. Twaalf producenten, veelal gangbare boeren, hebben een bedrijfsplan voor lokaal produceren geschreven. Aan de hand van dat plan hebben ze besloten of ze al dan niet de lokale markt op wilden.”

Een tweede doelgroep waren de gemeenten. “Aan Zevenaar, Duiven, Westervoort en Mont-

ferland is bijvoorbeeld gevraagd meer integraal naar het thema korte ketens te kijken. Korte ketens is geen thema dat op zichzelf staat. Het is op verschillende beleidsdoelen van toepassing. Je kunt het inzetten voor de vrijetijdseconomie, gezond eten en landschapsbeheer. Ondernemen met korte ketens in een Liemers landschap gebeurt meestal kleinschalig. Hierdoor creëer je een aantrekkelijker landschap.”

Voedselorganisatie 2.0

In fase twee staat de samenwerking tussen ondernemers centraal. Hoe kunnen ondernemers elkaar daadwerkelijk vinden en een goede boterham verdienen? “We organiseren kennissessies voor alle partners in de keten, van producent, tot horecaondernemer, retail en verwerker. Vanuit het perspectief: hoe bereik ik mijn klant? Tijdens deze bijeenkomsten leren zij elkaar kennen en met elkaar samenwerken. Het gaat om de verbinding tussen sectoren, horizontaal in plaats van verticaal. We merken nu dat ondernemers meer zelf gaan organiseren en innoveren, wij faciliteren vooral”, vertelt Saskia.

“Ik ben tevreden als er aan het eind van het project een voedselorganisatie 2.0 staat, waarin gemeenten participeren op basis

van gelijkwaardigheid en vanuit eigen rol en kracht. Een voedselorganisatie met een sterke missie, waardoor deelnemers geraakt worden. Daarvoor willen we een streekverhaal maken dat gekoppeld is aan producten. De voedselorganisatie 2.0 moet een netwerkfunctie krijgen en inspireren. Met als uiteindelijk doel dat de ketenpartners elkaar nog meer gaan opzoeken.”

Projectnaam

Korte ketens in het Liemers landschap, fase 1 en fase 2

POP3-subsidie

Fase 1: € 72.942

Fase 2: € 99.950

Maatregel

Samenwerking voor innovatie

Projectleider

Saskia Croes

s.croes@feniksconsult.com

Meer weten over het project

‘Korte ketens in het Liemers landschap’ [fase 1](#) en [fase 2](#)

Korte ketens in Europa



Groepsfoto *Innovation Challenge Workshop* in Vlaanderen en Nederland op 24 april 2018 met afgevaardigden van de SKIN-partners en zo'n 30 Nederlandse korte afzetketen ondernemers (foto: Project SKIN)



Mariska van Koulil (foto: ZLTO)

Mariska van Koulil heeft voor Nederland deelgenomen aan het Europese project 'Short Supply Chain Knowledge and Innovation Network', in het kort SKIN. Mariska vertelt over haar ervaringen met het Europese project en hoe ze die heeft ingebracht in de Nederlandse korte keten op het gebied van voedsel.

"Bij de ZLTO hebben we het over ketenverkorting, minder schakels, directer naar de consument. Of dat nu het aantal schakels is of de afstand tussen producent en consument is minder van belang." Aan het woord is Mariska van Koulil, werkzaam als projectleider multifunctionele landbouw bij de ZLTO.

Knelpunten voor boerderijwinkels: logistiek en marketing

Mariska groeide op op het melkvee- en tuinbouwbedrijf van haar ouders. Haar ouders verbouwden 30 soorten groenten, die zij ook aan huis verkochten. De ervaringen uit haar jeugd komen haar nu goed van pas.

De afgelopen 20 jaar heeft ze een ontwikkeling gezien van verkoop aan huis naar zeer professionele boerderijwinkels. Deze boerderijwinkels lopen nu echter tegen hun grenzen aan. De bottlenecks zijn logistieke en marketingtechnische problemen.

Onderscheidend vermogen en gemak

"De huidige boerderijwinkels hebben het nu lastiger dan een aantal jaren terug. De kwaliteit van voedsel in de supermarkt is aanzienlijk verbeterd wat betreft versheid en smaak. De supermarkten zijn zich ook steeds meer gaan onderscheiden met het verhaal achter de producten. Dat is hartstikke goed en belangrijk, maar daarmee vervaagt wel het onderscheid tussen supermarkten en winkels aan huis."

Een ander punt is de keuze die de consument maakt. Gemak speelt daarbij een belangrijke rol. De consument kiest vaker voor de supermarkt en neemt niet meer de moeite om langs een boerderijwinkel te gaan. "De kaasboerderij kan zich onderscheiden met kazen met meer smaak en voor seizoensproducten als aardbeien en asperges willen de mensen ook nog wel komen. Maar als je het hebt over groenten en aardappels dan zie je wel dat boerderijwinkels die minder gunstig gelegen zijn,

het moeilijker krijgen”, geeft Mariska aan. Naar de toekomst toe ziet Mariska twee aspecten die belangrijk zijn voor de ondernemer: “Ga meer naar de consument toe, in plaats van dat de consument naar jou toe moet komen en zoek naar wegen om de afzet in de regio te vergroten.”

Het Europese netwerk SKIN

Om haar kennis en ervaringen op het gebied van korte ketens voor voedsel te vergroten, nam Mariska een kijkje in de Europese keuken door deel te nemen aan SKIN. SKIN is een Horizon2020 Thematisch Netwerk. In dit netwerk wordt vanuit 16 deelnemende Europese lidstaten kennis en ervaring op het gebied van voedsel in de korte keten uitgewisseld. Mariska was samen met haar ZLTO-collega Stefanie Langeweg projectleider vanuit Nederland. “Wat we met name wilden in het SKIN-project is successen, goede voorbeelden en ervaringen delen. Het accent lag daarbij op de praktijk.”

Belangrijke producten van het netwerk waren een [database](#) met voorbeelden uit alle landen, het opzetten van regionale knooppunten en het organiseren van thematische bijeenkomsten, zogenoemde *Innovation challenge workshops*. Mariska: “In de workshops werden korte ketens in de praktijk bezocht, en gingen deelnemers met elkaar in gesprek over beschikbare kennis en hoe deze informatie bruikbaar is voor andere initiatieven.”

“We hebben vanuit het Nederlandse regionale knooppunt, een *Innovation challenge workshop*

over verse producten georganiseerd samen met Vlaanderen. Daarbij is onder andere een bezoek gebracht aan de Brabantse zorg- en ontwikkelboerderij de Laarhoeve.”

Mooie Europese voorbeelden

Mariska heeft diverse boeiende initiatieven gezien. Het meest interessant voor de doorontwikkeling van korte afzetketens in Nederland waren de concepten waarbij serieus gewerkt wordt aan marketing of distributie. “Wat me verraste in Hongarije was dat daar producten naar de stad werden gebracht via een [webshop](#) met een eigen bezorgsysteem”, zegt Mariska.

Als ander mooi voorbeeld noemt ze de coöperatieve verkooporganisatie ‘Barikama’ met een [logistiek platform](#) met bezorging in Rome. Elk initiatief heeft plussen en minnen. Dat maakt het interessant. Wat werkt bij de één en wat werkt bij de ander?

Brabants initiatief RIJP

De kennis en ervaringen vanuit SKIN is onder andere ingebracht bij de ontwikkeling van het [Brabantse initiatief RIJP](#), dat in 2019 is gelanceerd. RIJP is een korte-keten-platform, van boeren en door boeren en voor de consument. Het platform biedt ondersteuning bij logistiek en verkoop. Ondernemers worden geholpen om meer als fabrikant te kunnen optreden. Het platform is een hulpmiddel. Ze krijgen een systeem aangeboden om een markt te bereiken waar ze met hun boerderijwinkel niet bij kunnen komen. Met toch een eigen gezicht en hun eigen product.



Mariska van Koulik (foto: ZLTO)



Workshop over new skills in Dublin op 13 februari 2019. Met de Nederlandse Coöperatie Landwinkel als een van de goede voorbeelden (foto: Project SKIN)



Bezoek aan de Laarhoeve als onderdeel van de SKIN innovation challenge workshop en inspiratietour op 24 april 2019 (foto: ZLTO)

Deelnemen in een Europees netwerk

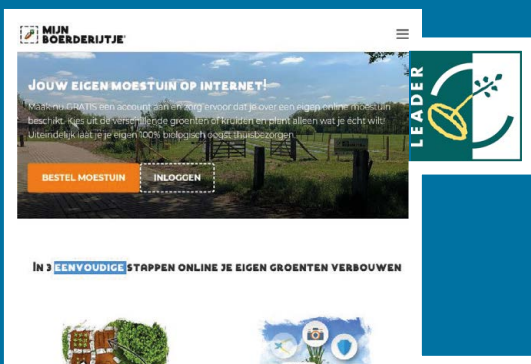
Mariska is praktisch ingesteld, deelnemen aan een Europees project moet ook iets tastbaars opleveren. Doordat 16 landen meededen, heeft zij mooi in beeld gekregen waar Nederland staat in de ontwikkeling van de korte keten. Landen als Vlaanderen, Oostenrijk en Italië zitten met hun initiatieven in dezelfde fase als Nederland. Ook zij ondersteunen regionale initiatieven bij hun logistieke en marketingtechnische problemen, om zo een grotere markt te kunnen bedienen.

Andere landen zijn meer lokaal bezig. De Oost-bloklanden pakken het weer heel anders aan. De verschillen zijn groot. “Los van de deelnemers aan het project, heb ik ook contacten opgedaan met verschillende initiatieven, bijvoorbeeld een project over weidevarkens in Oostenrijk en Hongarije. Dit heb ik onder andere met het POP3-project Weidevarkens (maatregel fysieke investeringen voor innovatie en modernisering van agrarische ondernemingen) in mijn netwerk gedeeld.

Korte Ketens

Het project SKIN is in 2019 afgerond. De landelijke Taskforce Korte Keten, waar ZLTO ook aan deelneemt, is als partner betrokken bij een projectaanvraag voor een vervolg op SKIN. De aanvraag is begin 2020 ingediend. Het is de bedoeling verder in te zoomen op succesvolle vormen van marketing, verkoop en distributie bij de diverse typen korte afzetketens voor voedsel. Voor meer informatie over het vervolg kunt je contact opnemen met [Mariska van Koulil](#).

Regionale korte ketens: Wist je dat...



...Mijn Boerderijtje, een app is waar-mee mensen uit de stad via hun telefoon kunnen 'meeboeren' op het platteland? De uiteindelijke oogst wordt in een box thuisbezorgd. Zie ook de [website](#).



...Rijp hét boerenretail-platform van boeren, door boeren en voor food outlets is? Ook boeren en afnemers buiten Brabant zijn welkom.



...op 16 februari 2020 de coöperatieve winkel 'Gedeelde Weelde' in Maastricht haar eerste verjaardag vierde? Meer info op de [website](#).



...in de Achterhoek flink aan de weg getimmerd wordt? Zie de website [Farm-foodfamily](#)

provincie Drenthe

'Rechtstreeks van boer naar bord'

- 't Vershuus staat voor duurzame, gezonde, (streek)producten
- Provincie streeft naar toekomstgerichte landbouw met duurzame en lokale producten
- Voor de regio's Zuidoost- en Zuidwest Drenthe is er in 2020 in totaal € 1.400.000 LEADER subsidie beschikbaar
- Zie ook: www.leaderzuidoostdrenthe.nl en www.provincie.drenthe.nl/leaderzuidwest

#stadenplatteland

...in de Drentse gemeente Ruinen de grootste plattelandswinkel van Noord-Nederland is gerealiseerd? 't Vershuus 2.0 is gerealiseerd mede met LEADER-subsidie. Bekijk de [video](#) en de [website](#).

Bio-economie Drentsche Aa breidt verder uit

Links Jan Reinder Smeenge en rechts Sikke Meerman



Een groeiend aantal warme bakkers bakt broden van lokaal geteelde granen in het Nationaal Park Drentse Aa onder het label 'Dubbel Drents'. Volgens vleesveehouder Jan Reinder Smeenge blijft het daar niet bij. "We willen ook uitbreiden met rund- en schapenvlees en honing uit de regio. En we willen mogelijk koolzaadolie en brouwergerst gaan afzetten", zegt Smeenge.

Het Nationaal Park Drentsche Aa bestaat voor meer dan de helft uit landbouwgrond. "Om het specifieke karakter van het gebied te benutten voor landbouw, is het project 'Bio-economie Drentsche Aa' opgezet. Met een POP3-subsidie van provincie Drenthe, zoeken boeren met andere partijen naar nieuwe duurzame ketens van agrarische streekproducten", vertelt projectleider Sikke Meerman. "We combineren dat graag met natuurinclusieve landbouw, meer biodiversiteit en verbetering van de (drink)waterkwaliteit van de Drentsche Aa." Het aantal landbouwbedrijven in het Drentsche Aa-gebied is beperkt. Het gaat om 60 professionele melkveebedrijven, 30 akkerbouw- en 10 vleesveebedrijven.



Meerwaarde belangrijk

Vleesveehouder Jan Reinder Smeenge is mede-projectaanvrager en een actieve deelnemer. Hij begeleidt de graanteelt en -afzet aan een professionele molenaar, die het verkoopt aan lokale bakkers in heel Drenthe. "Boeren krijgen voor granen een meerprijs als bakkers dit verwerken voor het streekproduct 'Dubbel Drents'-brood", zegt Smeenge. "Ook gezamenlijk onder label afzetten van vlees aan particulieren, horeca en slagerijen, levert zeker meerwaarde op ten opzichte van alleen particuliere huisverkoop. Dat lukt alleen met korte ketens."

Smeenge verstaat hieronder: boeren die in de regio hun producten op korte afstand laten verwerken, met afnemers in en rond het Drentsche Aa-gebied die deze grondstoffen gebruiken voor producten voor de lokale consument. Een ander werkbaar

verdienmodel voor akkerbouwers is het telen van veevoergewassen voor veehouders in het Drentsche Aa-gebied. "Het direct leveren van veldbonen en voederbieten aan veehouders levert een goed saldo per hectare op." De belangstelling van veehouders om met akkerbouwers samen te werken bij de teelt en verwerking van eiwithoudende gewassen, zoals veldbonen groeit. "In en rond het Nationaal Park staat nu 100 hectare veldbonen en 300 hectare voederbieten. Dat beide gewassen op het demoveld staan, heeft ongetwijfeld de teelt gestimuleerd", zegt Meerman.

Demovelden inspiratiebron

Kennisverspreiding is ook een doel van het POP3-project. "We vergroten graag de bewustwording bij de consument over landbouwproductie in ons gebied", vertelt Meerman. Daartoe is een demoveld ingericht in samenwerking met een



Jan Reinder Smeenge: “Het project verbindt warme bakkers in Drenthe, ze zien elkaar nu als collega's in plaats van als concurrent”

loonwerker en het Hilbrandslaboratorium in Wijster. “Dit jaar zaaien we spelttarwe, haver, brouwergerst, zomerkoolzaad, veldbonen, voederbieten en tagetes. En bloemenranden voor biodiversiteit, maar ook voor natuurlijke plaagbestrijding”, zegt Smeenge. Er staan bordjes met korte uitleg bij ieder veldje. “Veel boeren, burgers, recreanten en scholieren bekijken de teelten, en wij brengen daarmee de verwerking hiervan tot consumentenproducten onder de aandacht van telers, afnemers, verwerkers en detailhandel. Educatie is ook belangrijk. Dit jaar houden we bijeenkomsten in dorpen van het Drentsche Aa-gebied om inwoners te laten zien wat we in huis hebben met het onze lokale producten”, vertelt Meerman.

Verdere ontwikkeling

Meerman is in gesprek met vertegenwoordigers van een kleine bestaande mouterij en lokale brouwers om lokale moutcapaciteit voor

brouwergerst te creëren. “Met vleesveehouders en met imkerverenigingen in en rond het Drentsche Aa-gebied proberen we ook ketens op te zetten onder het Dubbel Drents-label. Daarmee kunnen we honingproducten en rundvlees onder hetzelfde label als brood afzetten.” Een regionale keten opzetten voor melkveebedrijven is lastig, omdat een lokale verwerkingsinrichting ontbreekt. Het project huurt op dit moment extra capaciteit in om boeren en afnemers te bezoeken om te zien of er toch perspectief zit in lokale ketens. Voor koolzaadolie is regionaal wel voldoende perscapaciteit. “We moeten nog ervaring opdoen met de teelt en het perspectief van zomerkoolzaad in het Drentsche Aa-gebied.”

Projectnaam

Bio-economie Drentsche Aa

POP3-subsidie

€ 163.000,00

Maatregel

Samenwerking voor innovatie

Projectleider

Sikke Meerman, Meerman Agro&Sust.
Consultancy

s.meerman@outlook.com

Jan Reinder Smeenge, vleesveehouder
JR.Smeenge@hotmail.com

Meer weten over het project

[Website Netwerk Platteland](#)



Handmatig inzaaien van tagetes



Rogge met rode klaver



Grasbaan (met klaver) als looppad



Looppad tussen veldje met rogge en met haver

Bootcamps voor een transparante keten

Deelnemers aan de eerste bootcamp bij de Rabobank

Jordie van Berkel en Karin van IJsselmuide zijn beiden initiatiefnemer van het Limburgse POP3-project 'All you need is LOF', met bootcamps als belangrijk onderdeel. Hoewel er veel van de deelnemers wordt gevraagd, zijn de LOF-bootcamps niet gericht op spiertrainingen in de buitenlucht. Wel worden hier de schakels van ketens bij elkaar gebracht en worden de deelnemers vervolgens uitgedaagd om met elkaar een positieve impact in 'hun keten' te maken.

Jordie en Karin zijn inhoudelijk trekkers van de bootcamps en kennen elkaar inmiddels 15 jaar. Ze spraken elkaar regelmatig en merkten dat ze dezelfde visie hadden. 'All you need is LOF' biedt hun de mogelijkheid om samen te werken aan hun droom: het creëren van een transparante keten, waarin voor producten een goede en eerlijke prijs wordt betaald. Ze willen laten zien in de praktijk dat het kan.

Groente

De naam LOF is bij toeval ontstaan. Lof is natuurlijk een oer-Hollandse groente, maar het staat ook voor Limburgs Offensief Food. Het onderdeel kennisontwikkeling werd helaas niet gehonoreerd, zodat alleen het onderdeel 'All you need is Lof', bestaande uit bootcamps en masterclasses, van start is gegaan. Jordie en Karin vertellen over hun aanpak van de bootcamps.

Positieve impact per schakel

In het project wordt gewerkt aan een keten met de meest positieve impact op mens, milieu en maatschappij. Dat is net een andere insteek dan de



De eerste bootcamp bij de Rabobank

gangbare ambitie van een korte keten: het streven naar een keten met zo min mogelijk schakels. "Sommige schakels heb je gewoon nodig," volgens Karin, "denk aan transport."

"Wat we doen is de keten transparant maken. Als iedereen zijn eigen moestuin heeft, is de keten superkort. Maar wij willen per schakel kijken wat de positieve of negatieve impact is. Kunnen we de schakel met negatieve impact eruit halen en de positieve impact vergroten?"



Karin van IJsselmuide (NEVI)

Eerlijke prijs

Als de schakels in de keten inzichtelijk zijn, kan vervolgens toegewerkt worden naar een eerlijke prijs, waarin de milieueffecten zijn meegenomen. Uiteindelijk wordt zo de prijs hoger op product-niveau. Jordie: "Dat is natuurlijk wel spannend. Wie gaat die eerlijke prijs betalen? Daarom hebben we in de bootcamps deelnemers nodig die vooruitstrevend zijn en creatief durven denken."

Opschalen

Bedrijven en opdrachtgevers in de regio die het verschil willen en kunnen maken zijn de primaire deelnemers aan de bootcamps, denk aan het Universitair Medisch Centrum, Provincie Limburg en Coöperatie van Limburgse Zorgboeren. "Dat heeft ermee te maken dat we uiteindelijk willen



Projectnaam

All you need is LOF

POP3-subsidie

€ 120.000,00

Maatregel

Kennisoverdracht

Projectleider

Jodie van Berkel, F-Fort B.V.

Jordie@f-fort.nl

Karin van IJsselmuide, NEVI

k.vanijsselmuide@nevi.nl

Meer weten over het project

LOF-groep op [kiempunt-limburg](https://kiempunt-limburg.nl)

opschalen. Dan moet je zorgen dat met name de grote inkopers die schaalbaarheid voor elkaar kunnen krijgen.” Jordie en Karin hebben veel kopjes koffie en thee gedronken om de huidige groep samen te brengen. “De boer zit er nu nog niet bij, die wordt betrokken zodra duidelijk is voor welke productgroepen wordt gekozen.”

Transparant en kwetsbaar

Het zijn geen fysieke bootcamps zoals de naam suggereert, maar het is wel hard werken. Gast sprekers zijn er voor inspiratie, maar de deelnemers moeten zelf met hun keten aan de slag. Met de bootcamps zijn Karin en Jordie net gestart. In de eerste twee bootcamps is vooral gewerkt aan vertrouwen en samenwerking tussen de verschillende partners in de keten. Ook is een aantal potentiële productgroepen benoemd.

“Transparant willen zijn, betekent je kwetsbaar durven opstellen, maar ook dat er onderling vertrouwen is en de andere partners daar begrip voor hebben: het begrijpen dat iemand ook gewoon winst moet maken om te blijven bestaan. Weten

hoe een kostprijs is opgebouwd, helpt daarbij. Als je weet dat een producent een reële prijs rekent, en daarmee een gezonde leverancier is, is dat een heel andere insteek, dan dat de inkoop gaat om nog meer kortingen te bedingen.”

Praktijk als inspiratiebron

Aan het eind van het project willen Jordie en Karin niet alleen workshops hebben verzorgd, maar vooral goede praktijkverhalen verzameld hebben. Deze praktijkvoorbeelden moeten zo treffend zijn, dat ze als inspiratiebron dienen om op te schalen. “We hebben laten zien dat het kan. Als het in Limburg is gelukt, kan opschalen in Nederland en daarbuiten ook.”

Kiempunt Limburg

Kiempunt Limburg is het Limburgse Foodnetwerk, een partner met een mooi platform. De communicatie over het POP3-project ‘All you need is LOF’ verloopt via [Kiempunt-Limburg.nl](https://kiempunt-limburg.nl)



Voedselnetwerken in de provincie

Flevoland

[Flevofood](#) is een netwerkvereniging van en voor Flevolandse voedselbedrijven, die letterlijk en figuurlijk geworteld zijn in de polder.

Noord-Holland

[Voedsel verbindt](#) is een activerend platform dat een overzicht biedt van relevante Agri & Food initiatieven, ontwikkelingen, projecten en partijen uit de regio, en dat gericht is op een beter voedselsysteem in de Metropoolregio Amsterdam en omliggende agrarische gebieden.

Utrecht

[Lokaal Voedsel Utrecht](#) is opgezet vanuit de twee Utrechtse LEADER-gebieden. Het netwerk wil de markt voor regionaal voedsel in de provincie Utrecht een boost geven door aanbieders en afnemers van lokaal voedsel bij elkaar te brengen.

Zuid-Holland

[Voedselfamilies](#) is een open netwerk voor voedsel-innovatie in Zuid-Holland dat samen zoekt naar innovatieve oplossingen voor een duurzame voedselketen. Iedereen die zich hard wil maken voor gezond, duurzaam en betaalbaar eten is welkom!

Zeeland

[FoodDelta Zeeland](#) heeft als doel de groei in productie, verwerking, handel en consumptie van foodproducten te bevorderen. Samenwerking met en crossovers van agrarische sector en de schaal- en schelpdierensector met andere sectoren staan centraal.

Noord-Brabant

[Food Up! Brabant](#) bestaat uit mensen die mee willen bouwen aan een nieuw voedselsysteem, waarbij gezond, eerlijk en lekker voedsel centraal staat.

Friesland

In Friesland kun je als consument terecht op de website [De Streekboer](#) voor 'goed voedsel'. In tien geboden vertelt De Streekboer wat hij daaronder verstaat. Zo is goed voedsel: lekker, voor iedereen toegankelijk en geproduceerd met respect voor de natuur.

[Lokaalkiloschuiven.nl](#) is een platform waar Groningse boeren en restaurants elkaar vinden. Het brengt vraag en aanbod bij elkaar door onder andere het organiseren van veilingen, een marktplaats en een leerplek voor boeren; en dat alles online.

Drenthe

[Drents Goed](#) en [Dubbel Drents](#) stimuleren de samenwerking tussen lokale producenten en afnemers om de afzet van streekproducten te vergroten. De Gebiedscoöperatie Zuidwest-Drenthe [link] verbindt ondernemers, onderwijs en overheid. De drie initiatieven bundelen hun krachten in Dubbel Drents Goed. www.gczwd.nl

Overijssel

[HalloBoer](#) verbindt iedereen die graag streekproducten eet, ontdekt, maakt en verkoopt.

Gelderland

Het [Gelders Kennisnetwerk Voedsel](#) ondersteunt gemeenten en partners bij hun cruciale, faciliterende rol om voedselinitiatieven mede mogelijk te maken.

Limburg

Van agrariër tot onderzoeker, van veevoederbedrijf tot student: iedereen die innovatie van de Limburgse agrofood interessant vindt, is welkom bij [Kiempunt](#), Agro Food Netwerk Limburg.

Waarden Verwaarden: het belang van juiste taal

Afname van biodiversiteit is een probleem. Hoe eenzijdiger de flora en fauna, hoe kleiner het zelfregulerend vermogen om ziekten en plagen het hoofd te bieden. Meer diversiteit in de landbouw helpt een duurzame landbouwproductie. Hoe zorg je dat consumenten zich daarvan bewust zijn en daar hun koopgedrag op afstemmen? Dat onderzochten groothandel in biologische producten Odin en enkele natuurvoedingswinkels, met het project 'Waarden Verwaarden'.

"De consumenten die onze producten kopen gaan behoorlijk bewust met voeding om. Maar zelfs zij hebben geen uitgebreide kennis van wat zich afspeelt voor een gewas op de akker staat of een dier in de stal", schetst Merle Koomans van Odin de uitgangspositie van het project Waarden Verwaarden.

"We wilden dat zij een bewuste keuze kunnen maken voor rassen die de biodiversiteit ten goede komen, maar we merkten al gauw dat dit voor veel consumenten complex is. Als het over veredeling gaat, dan komen termen als F1-hybride, mannelijke steriliteit of zaadvaste rassen op tafel."

Jargon taboe

Om erachter te komen hoe je op de winkelvloer goed communiceert over deze ingewikkelde materie, ging Odin in gesprek. Met de natuurvoedingswinkels die partner in het project waren en met hun klanten, onder meer via enquêtes. Koomans: "Bij Odin bleken we eigenlijk al te veel jargon te hanteren. Onze partners hielden ons bij de les."

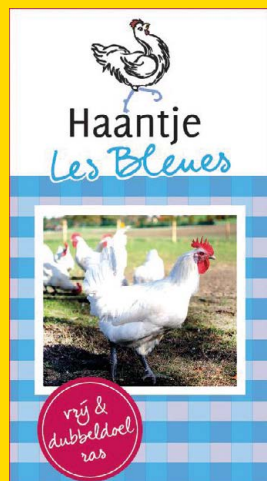
In eerste instantie was het doel symbolen te ontwikkelen om de producten te categoriseren. Bijvoorbeeld een geopend slotje als het gaat om een zaadvast gewas, waarvan boeren een deel van de opbrengst kunnen gebruiken om volgend seizoen opnieuw te zaaien. "Uiteindelijk bleken woorden betere associaties op te leveren. Bijvoorbeeld 'vrij ras'."

Simpel

Uiteindelijk leverde dat een lijst met eenvoudige termen op die bij consumenten een luikje openen naar begrip. 'Dubbel doel' voor koeienrassen die voor vlees en melk gehouden worden. 'Robuust' voor rassen die uit zichzelf al weerbaar zijn tegen ziektes.



Merle Koomans



Voorbeeld van
gekozen woorden
om de producten
te categoriseren



Voorbeeld van gekozen woorden om de
producten te categoriseren.

Deze begrippen zijn doorgevoerd op de producten waarop ze van toepassing zijn, op schapkaarten en op andere communicatiemiddelen in de winkels. Op deze manier dragen Odin en de natuurvoedingswinkels uit welke producten bijdragen aan biodiversiteit.

Koomans: “Wij oordelen niet over producten. We verkopen ook prima biologische producten waarop we het etiket ‘vrij’ of ‘robuust’ niet kunnen plakken. We willen het alleen bekendmaken aan consumenten, zodat ze een bewustere keuze kunnen maken.”

Het slot van het project liep anders dan gehoopt, zodat de eindmeting niet heeft plaatsgevonden. Daardoor is niet bekend of consumenten inderdaad anders kiezen door de nieuwe termen.

Meetbaar maken

“Het project is afgelopen, maar we kunnen met de uitkomsten van de discussies nog jaren verder”, zegt Koomans. “Er is bijvoorbeeld ook behoefte om te weten hoeveel we bijdragen aan de biodiversiteit. Zo verkopen we rodelika-wortelen, een ras

waarvan de zaden bruikbaar zijn om opnieuw te zaaien. Maar hoeveel verkopen we daarvan? Hoeveel hectare rodelika-wortelen worden voor ons geteeld en hoeveel andere, niet-zaadvaste rassen? De komende jaren willen we proberen om de bijdrage aan de biodiversiteit beter te kwantificeren.”

Projectnaam

Waarden Verwaarden

POP3-subsidie

€ 68.980,00

Maatregel

Samenwerking voor innovatie

Projectleider

Merle Koomans, Odin

m.koomans@odin.nl

Meer weten over het project

Website [Netwerk Platteland](https://www.netwerkplatteland.nl)



Bewust en betekenisvol bezig zijn met voedsel

Workshop voor de leden van de LAG gegeven door Chanel Schriever.

In de polders van de Krimpener- en Lopikerwaard ligt Both BoerenZorg, een melkvee-, schapen- en zorgboerderij. Op de boerderij staat de zorg voor boerderij, mens, dier en plant centraal. Dit is ook te herkennen in het project 'eetbare en sociale Permacultuurtuin Cabauw'. Nicolien Both en Chanel Schriever vertellen met passie over korte ketens, voedselverspilling en de betekenis van het project voor hun hulpboeren, hulpkoks en bezoekers. Nicolien als eigenaar van de locatie en aanvrager van het project en Chanel als kok bij Both BoerenZorg.

Samen met de LEADER-groep Weidse Veenweiden bezochten Nicolien en Chanel in 2017 de Duitse Eetbare stad Andernach. In Andernach zijn allerlei eetbare planten aangeplant die door de bevolking vrij geoogst mogen worden. Chanel en Nicolien: "Het was mooi om te zien hoe daar kinderen genoten van de aardbeien die ze midden in de stad konden plukken." Deze ervaring vormde inspiratie om zelf verder initiatieven te ontwikkelen rond voedsel en de verbinding stad en platteland.



Bewustzijn over je voedsel

Met het project is een permacultuurtuin gerealiseerd en is een gebouw geschikt gemaakt als TheeHUIS voor het verwerken van producten van de tuin en het geven van workshops. Ook biedt het TheeHUIS mogelijkheid voor gasten om bijvoorbeeld hun verjaardag te vieren of om een vergadering te houden. Door de tuin en het TheeHUIS zijn er nieuwe mogelijkheden voor dagbesteding op de zorgboerderij gekomen maar

ook mogelijkheden om via lokale producten verbinding te maken met bezoekers. Permacultuur speelt een belangrijke rol in het project. Het is een breed begrip. Voor Nicolien en Chanel gaat het om het rondkrijgen van de biologische cirkel, waarbij een balans ontstaat tussen wat er in- en uitgaat. Ook educatie maakt onderdeel uit van het permacultuurontwerp. Maar geeft Chanel aan: "De permacultuurtuin ook gewoon heel mooi." Dit komt omdat het goed past in het landschap.



Leren over voedsel

De educatie geeft Both BoerenZorg op verschillende manieren vorm. Aan de ene kant leren de bewoners – ook wel de hulpboeren en hulpkoks genoemd – over het verzorgen van planten, oogsten en helpen bij de verwerking en bereiding van producten. Hulpkoks leren dat

weggooien eigenlijk niet hoeft. Met een pompoen kan je eindeloos variëren. Een kleine greep uit de mogelijkheden: pompoenkoffie, pompoentaart, pompoen in zoetzuur, pompoensnoepjes pompoenmousse. En als er iets overblijft, kan dit nog dienen als compost of voer voor konijnen of koeien. Aan de andere kant zijn het de bezoekers die leren. Chanel licht toe: “Als zij komen, krijgen ze het verhaal erbij. Bijvoorbeeld waar de munt vandaan komt in hun kopje muntthee. En ze kunnen in de tuin kijken hoe het groeit.”



Overzichtsfoto van de boerderij

Betekenis voor het gebied

Inmiddels is Both BoerenZorg bij een aantal lokale voedselinitiatieven in de gemeente Lopik betrokken. Nicolien en Chanel: “Er zijn best veel organisaties die het Both BoerenZorg een warm hart toedragen. In korte tijd hebben we in de verbinding stad-platteland en korte ketens ook op het vlak van samenwerking al heel wat bereikt.” Een voorbeeld is de eetbare tuin ‘Eetbaar Lopik Bloeit’.

Bij dit initiatief werken verschillende partijen samen om in Lopik stukjes groen en plantentuin toegankelijk te maken voor iedereen. Both BoerenZorg levert een bijdrage in het beheer.

De oogst: blijе gezichten

Als gevraagd wordt naar het succes van het project is het eerste dat Chanel en Nicolien noemen: “De blijе gezichten.” Ze doelen hiermee op blijе gezichten van gasten en voorbijgangers maar ook op die van de hulpboeren en hulpkoks. Door te helpen in de tuin en het TheeHUIS doen zij ertoe, het project draagt bij aan zingeving.

Projectnaam

Eetbare en sociale permacultuurtuin Cabauw

POP3-subsidie

€120.181,92 (€60.090,96 EU,
€ 45.090,96 provincie en € 15.000 gemeente)

Maatregel



Projectleider

Nicolien Both, Both Boerenzorg
info@bothboerenzorg.nl

Meer weten over het project

Website [LEADER weidse veenweiden](https://www.leaderweidseveenweiden.nl)



Nicolien Both-De Jong
zorgboerin



Chanel Schriever



Workshop voor de leden van de LAG gegeven door Chanel Schriever.

Korte ketens vooral een kans voor de boer



“Korte ketens moet je niet zien als DE oplossing voor het voedselsysteem, want we hebben een heel efficiënt voedselsysteem in Nederland. Vanuit die kant hoeft je niet te veranderen. Vanuit het perspectief van boeren en tuinders ligt dat anders, omdat er kansen zijn en soms zelfs de noodzaak is om te veranderen.” Aan het woord is Woody Majers, lector Integrale Voedsel- en Productieketens bij Inholland.

Visie

Je houdt je bezig met keteninterventiestrategieën rond agrofood. Wat zijn dat?

Stel je bent boer en je besluit om het op een andere manier te gaan doen, omdat je huidige positie in de keten niet meer past. Keteninterventiestrategieën gaan erover hoe je dat kan aanpakken. Vaak kom je erachter dat je meerdere of andere partners nodig hebt. Niet alleen in de keten maar ook wat betreft ondersteuning rond marketing, logistiek. Dan komt het erop aan: hoe ga ik dat stuk van de keten die ik voor ogen heb oppakken? Voor mij is het vertrekpunt van het gesprek altijd de waardenoriëntatie. Aan welke waarden denk je bij het vermarkten en hoe kan je het bedrijf, de capaciteiten die je hebt en de locatie waar je zit

tot waarde brengen. Anders dan het klassieke waardenmodel in de landbouw: ik maak een product, het wordt opgehaald en het wordt afgerekend. Bij multifunctionele landbouw probeert de boer meerdere waarden slim te combineren, waardoor hij een business-case kan opbouwen en inkomen kan garanderen.

Wat is jouw definitie van een korte keten?

Je kunt het bekijken vanuit een geografische insteek. Afzetten van het streekproduct binnen een straal van 30-50 kilometer. Het regiobegrip is wel wat rekbaar. Een andere insteek is dat je er schakels tussenuit haalt en zo de afstand tot de consument verkort. Dat kan je bijvoorbeeld via een boerderijwinkel doen. Dat is een hele korte keten, er zit geen schakel tussen.

De WUR heeft becijferd dat ongeveer 25% van de boeren en tuinders bezig is met een vorm van multifunctionele landbouw.

Je kunt je afvragen wat de toegevoegde waarde is van de boer als ondernemer. Als de boer ervoor kiest om zo efficiënt mogelijk te produceren, dan kan hij beter opgaan in de keten. Dan ben je geen ondernemer, maar manager van het primaire proces. In Amerika is dat al het geval.

Een andere optie is het verbrede waardenmodel, de korte keten. De keuze is afhankelijk van de situatie van het bedrijf en het type product. In een foodhall in Shanghai liggen Nederlandse producten. Producten met een zeer hoge kwaliteit, daar wordt veel geld voor betaald. In je denken over waardenstrategieën zou je dat ook mee kunnen nemen. Voor een deel heb je korte ketens en parallel daaraan mooie producten op een internationale markt afzetten.



Woody Majers, lector Integrale Voedsel- en Productieketens bij Inholland

POP3-projecten

Welke lijn zie je in de POP3-projecten rond nieuwe markten en korte ketens gestart?

Bij veel POP3-projecten zie ik dat er door overheden vanuit het probleem wordt geredeneerd. Het overzicht van POP-projecten roept bij mij de vraag op in hoeverre de ondernemer als initiatiefnemer hierachter zit. Of wordt een bepaalde initiatiefgroep opgezet, waar dan een boer wordt bijgehaald? Het push-model van provincie of gemeente zou kunnen, als je maar kijkt wat de ondernemer nodig heeft om de complexe stap naar een nieuwe vorm van afzet te kunnen zetten. Het bouwen van dit soort korte ketens is heel moeilijk en kwetsbaar. Ik heb initiatieven voorbij zien komen waarbij ik van tevoren kan zeggen: "Dat gaat het niet worden." De ondernemer wordt in een kwetsbare positie gebracht en die is vervolgens de probleemeigenaar als het mis gaat.

Bij de POP3 korte-keten-projecten worden ondernemers betrokken die de kanteling al hebben gemaakt en die nieuwe markten worden geboden. Dat zou kunnen werken. Ik zou in ieder geval als ondernemer via een dergelijk initiatief onderzoeken welk deel van de productie ik via een korte keten kan afzetten en aan welke kwaliteit producten behoefte is. Je hebt immers directe feedback van de consumenten.

Hindernissen

Wat zijn de grootste bottlenecks bij de verdere ontwikkeling van korte-keten-initiatieven?

De grootste hindernis is de kennis van de ondernemer over wat er in de eigen keten gebeurt. Dat hoeven ze nu ook niet, want het wordt allemaal



voor ze gedaan. De bestaande keten is een heel professionele markt. Er wordt in deze keten veel geïnvesteerd in kennis en efficiency om de competitie te voeren. Je moet van goede huize komen om dat zelf te gaan doen. Eerste vereiste is dat de boer een kwalitatief goed product heeft met een verhaal. Vervolgens is een aanpak in samenwerking met bepaalde partijen nodig. De logistieke kosten per eenheid product zijn vaak hoog. Een lastig punt. Er zijn voorbeelden, zoals de online supermarkt Picnic, die het anders aanpakken. Dit initiatief heeft nu een behoorlijke schaal en acceptatie bij de consument gekregen. Een dergelijk concept biedt kansen. De initiatiefnemers komen vaak niet uit de traditionele food sector. Een ander voorbeeld is PostNL, die ook aan het kijken is of ze hun productstroom kunnen vergroten.

Rol van de overheid

Waar zou de overheid op in moeten zetten?

Inzetten op het ondernemersperspectief. Het

zou een mooi experiment zijn als je als overheid participeert in de marktoriëntatie en het ontwikkelen van verdienmodellen. Daar leer je van waar je allemaal tegenaan loopt bij het komen tot iets succesvols. En dan vanuit die kennis het beleid ontwikkelen en wellicht de gemeente als eerste klant inzetten.

Waar zou POP3/het GLB zich op moeten richten rond de positie van de boer in de keten?

Faciliteren van het ontwikkelen van het ondernemerschap in de korte keten. Vanuit een breed waardenmodel en nieuwe partnerschappen in de regio. Neem daarbij stakeholders als boekhouders, erfbetreders en overheden mee in die ontwikkeling. Bij de korte keten zijn die stakeholders veel meer met elkaar verweven dan in de grootschalige keten. Het is een vorm van sociale innovatie: vanuit de complexiteit samen bouwen aan vernieuwing. Elke partij heeft zijn eigen rol om dit tot een succes te maken.

Initiatieven in Nederland en Europa: **Wist je dat...**

SUPPORT YOUR LOCALS

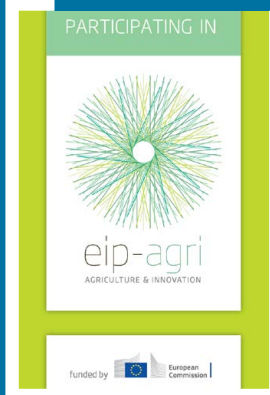
#SUPPORTYOURLOCALSNL

... Support Your Locals een landelijke campagne is met als doel lokale voedselproducenten te steunen, zowel tijdens als na de coronacrisis? Heel Nederland wordt opgeroepen zoveel mogelijk te kiezen voor producten van dichtbij. #supportyourlocalsNL



... SMARTCHAIN een Europees Horizon 2020 Thematic Network is, dat de samenwerking tussen Short Food Supply Chains (SFSC) en de verbinding tussen producent en consument wil versterken? Acties worden in gang gezet die leiden tot nieuwe bedrijfsmodellen en sociale innovaties gericht op verbeteren van de concurrentiekracht en de duurzaamheid van de landbouw.

...vanuit Nederland Anneke Faes van Hecke, Marjon Krol en Jan Willem van der Schans hebben deelgenomen aan de EIP-AGRI focus groep 'Innovative Short Food Supply Chain management'? Meer info op de website van de Europese Commissie.



...de Taskforce Korte Keten zich inzet voor het samenbrengen van korte-keten-ondernemers, het delen van beschikbare kennis en ervaringen met elkaar en te komen tot het wegnemen van knelpunten? Op dit moment worden drie programmalijnen uitgevoerd op de onderwerpen Logistiek, Data en Multichannel verkoopbenadering.

...in de City Deal Voedsel op de Stedelijke Agenda' 12 Nederlandse steden, 3 ministeries en de Provincie Gelderland de handen ineen hebben geslagen om lokaal voedselbeleid te versterken en zo bij te dragen aan de voedseltransitie? Samen zoeken zij naar oplossingen voor stedelijke voedseluitdagingen, waarbij ze zich richten op het voedselsysteem als geheel – van boer tot bord.



"Stop energie in het verwennen van je vaste klanten"

Iris van de Graaf (midden) bij biologische boerderij de Buitenman in Noord-Brabant

Iris van de Graaf van Stichting Biologisch Goed van Eigen Erf voert twee POP3-innovatieprojecten uit, één in Noord-Brabant en één in Zuid-Holland. Het project ondersteunt biologische boeren die hun producten direct aan de consument willen verkopen. Het belangrijkste advies van Iris aan de ondernemer is: “Focus je niet op te veel dingen, doe waar je goed in bent. Stop energie in het verwennen van je vaste klanten. Als de klant eenmaal op het erf is geweest en de boer en de boerin kent dan blijven ze komen.”

Stichting Biologisch Goed van Eigen Erf promoot biologisch eten ‘rechtstreeks van de boer’ uit eigen regio. Kun je wat meer vertellen over wat jullie doen?
De stichting brengt lokale biologische producten onder de aandacht van de burger. Het initiatief is ontstaan in Limburg en uitgegroeid naar heel Nederland. Als je op de [website](#) kijkt, zie je een kaartje met de plekken waar de deelnemende boeren zitten. Het gaat niet alleen om vlees en groenten, maar ook om bewerkte producten, zoals zelfgemaakte pasta van tarwe of spelt. De verkoop gaat deels via boerderijwinkels en deels via online verkoop.



Wat is jullie definitie van een korte keten?

Een korte keten is een keten zonder schakels tussen producent en consument. De afstand tussen productie en consumptie speelt daarbij een rol. Dat is soms lastig. Bijvoorbeeld bij olijven. Die kunnen niet in Nederland geteeld worden. Een rechtstreekse verbinding met de boer in Sicilië vindt ik een behoorlijk korte keten. Je hebt dus een handels korte keten en een geografische korte keten. Onze insteek is dat wanneer producten uit Nederland kunnen komen, je die dan ook eet. Dat betekent dat je seizoenproducten eet.

De doelstelling van beide projecten is om biologische boeren te helpen bij het versterken en verbreden van hun korte keten. Hoe doen jullie dat?
We willen vooral een sterkere verbinding tussen boer en burger creëren. Zodat de consument beter weet waar zijn voeding vandaan komt. Om dat te

bereiken stimuleren we de uitwisseling van kennis tussen de korte ketens. Onder andere door bij een boer een workshop te organiseren, waar we gaan proeven van de producten van het bedrijf en waar een rondleiding wordt gehouden. De boer en boerin leggen dan uit wat de werkwijze op het bedrijf is en vervolgens is er een brainstorm over waar je tegenaan loopt, wat je kunt verbeteren en wat nieuwe ideeën zijn. Dat leggen we vast in een handboek voor alle deelnemers.

Levert het project nieuwe marktperspectieven op voor de biologische boer?

Daar streven we naar, maar het project loopt nog te kort om te kunnen constateren dat die ontstaan. Het ontbreekt de biologische boer vaak niet aan ideeën, het is vooral van belang dat het verdienmodel goed is. Het zijn vaak kleine bedrijven, die daarmee ook kwetsbaar zijn.



Boergondisch feestmaal op de biologische boerderij

Projectnaam

Kom 's op ons erf (Noord-Brabant),
Kom 's naar ons erf (Zuid-Holland)

POP3-subsidie

Kom 's op ons erf (Noord-Brabant):
€ 125.590,00
Kom 's naar ons erf (Zuid-Holland):
€ 68.933,40

Maatregel

Kennisoverdracht

Projectleider

Iris van de Graaf, Stichting Biologisch
Goed van Eigen Erf
iris@vaneigenerf.nl

Meer weten over het project

www.vaneigenerf.nl

Geef eens in drie punten aan wat je aan het eind van het project bereikt wil hebben?

1. Het handboek is gemaakt en verspreid.
2. Ook na het project is er een netwerk tussen de Brabantse en Zuid-Hollandse biologische boeren en tuinders. Ze blijven elkaar opzoeken.
3. Meer burgers zijn betrokken bij het platteland en bij de landbouw.

Je bent nu een jaar bezig, waar ben je het meest trots op?

Ik ben vooral trots op de bedrijven zelf waar we met het project mogen komen. Ik vind dat daar hele mooie bijeenkomsten voor de burgers georganiseerd worden.

Lokaal product op de kaart

Een rondleiding door de pompoentuin tijdens een kookworkshop

Aan de virtual reality fietstoer wordt n t de laatste hand gelegd. Daarmee is weer een punt van de actielijst 'Gezonde voeding van dichtbij' in Veere en Noord-Beveland afgevinkt. Het project beoogt inwoners, toeristen, horecaondernemers en boeren dicht bij elkaar te brengen. Dat lukt. Zij het met hobbels.

Fiets je de virtual reality toer door Veere? Dan krijg je op verschillende plaatsen onderweg een virtuele rondleiding door het agrarisch bedrijf dat je passeert. "Veel van die bedrijven hebben een boerderijwinkel. Het contact tussen consument en boer is zo heel direct", zegt projectleider Maja van Putte van boerenorganisatie ZLTO. Ook twintig



grote informatieborden op akkers verspreid over Noord-Beveland vertellen wat er groeit en wat daarvan gemaakt wordt.

Korte keten

Een kortere keten en meer kennis bij consumenten en ondernemers van wat er lokaal te koop is. Dat zijn de doelen van het project 'Gezonde voeding van dichtbij'. Gemeente Veere en gemeente Noord-Beveland zijn erbij betrokken als co-financiers. ZLTO trekt het project. ZLTO kan gebruikmaken van de kennis van mede-aanvrager Kenniscentrum Kusttoerisme van Hogeschool Zeeland.

Verbazing

Voor consumenten (bewoners van het eiland en toeristen) ligt het project op koers. Via een aantal activiteiten, zoals kookworkshops, onder meer tijdens een festival, ontdekten ze lokale producten, zoals pompoen. "Mensen verbazen zich erover wat er allemaal op het eiland wordt geproduceerd",

zegt Van Putte. Consumenten gaan ook graag de boer op. Ze zoeken de boerderijen op waar ze verse producten kunnen kopen. Om dat te vergemakkelijken is een kaart gemaakt met een overzicht van bedrijven waar ze lokale producten kunnen scoren.

Training storytelling

Ook ondernemers in de horeca en vrijetijds-industrie bracht het project in contact met agrarisch ondernemers. Met een meet & greet bij bedrijven, een training storytelling. Een bus-toer waarmee horecaondernemers langs boerderijen gaan, zit nog in de pen. "De training storytelling zorgde echt voor nieuwe kennis bij de ondernemers. Als je restaurant bomvol zit, vind je geen tijd om je gasten te vertellen waar je voor staat. Maar ook met de aankleding, informatie op de kaart of op de wanden kun je je verhaal vertellen. Ook het verhaal over lokale producten", zegt Van Putte.

Extra schakel

Zorgen dat restaurants rechtstreeks bij lokale boeren en tuinders producten kopen, was ingewikkelder. Van Putte: “We wisten bij de start al dat koks graag meer verse Zeeuwse producten op de kaart zetten, maar dat ze niet altijd bekend zijn met producten uit de regio en vooral dat ze het omslachtig vinden om ze te kopen. Koks gaan geen vijf boerderijen af.”

Daarom voorzag het project in een keten met één schakel meer. De organisatie die de levering van boer naar horeca zou gaan verzorgen is echter in het voorjaar van 2019 gestopt. Inmiddels is Van Putte in gesprek met RIJP. Deze van oorsprong Brabantse ondernemerscoöperatie wil ook Zeeuwse agrariërs laten aansluiten. De coöperatie levert producten aan elkaars boerderijwinkels en ambieert om ook aan grote cateraars en horecagroothandels te leveren.

“Nog een schakel erbij dus. Het is gewoon lastig om aan horecabedrijven rechtstreeks te leveren. Er zijn bijvoorbeeld strandpaviljoens waarvoor maar één partij over een duinovergang mag. Horecaondernemers die in de zomer elke avond 180 couverts verzorgen, willen vooral leveringszekerheid en snelheid. Boeren zijn

doorgaans niet ingesteld op 24/7 leveren. Door de meet & greets is er meer bewustwording van elkaars werkwijze gekomen. Dat kan leiden tot nieuw gedrag, maar via een groothandel leveren is ook een praktische oplossing.”

Projectnaam

Gezonde voeding van dichtbij

POP3-subsidie

€ 92.263,20 (60%, 30% Europa en 30% bijdragen gemeente Veere + Noord-Beveland)

Maatregel



Projectleider

Maja van Putte, ZLTO

maja.van.putte@zlto.nl

Meer weten over het project

Website [Netwerk Platteland](#)

Website [ZLTO](#)





**Plattelands
Ontwikkelings
Programma**
Regiebureau



Europees Landbouwfonds voor
Plattelandsontwikkeling:
Europa investeert in zijn platteland

Uitgave

Regiebureau POP

Publicatiedatum

Mei 2020

Foto's

Foto's zijn van het Regiebureau,
tenzij anders vermeld

Vormgeving

Xerox Osage

Foto voorkant: Phil Nijhuis

Foto achterkant: Erika Frankhuizen

Websites

regiebureau-pop.eu

www.netwerkplatteland.nl

Bezoekadres

Regiebureau POP

Graadt van Roggenweg 500
3531 AH Utrecht

Postadres

Postbus 2755

3500 GT Utrecht

Regiebureau@rb.agro.nl