

Duurzaamheid lokaal en regionaal voedsel

Jan Hassink, Ghalia Nasser en Gemma Tacke



Duurzaamheid lokaal en regionaal voedsel

Jan Hassink, Ghalia Nasser en Gemma Tacken

Deze publicatie maakt deel uit van het project "Making the connections in food provisioning", met projectnummer NWA.1418.22010 van de NWA dat (mede) is gefinancierd door de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO).

Dit onderzoek is in opdracht van Ministerie van LNV, Citydeal Gezonde en duurzame Voedselomgeving en NWO uitgevoerd door de Stichting Wageningen Research (WR): Wageningen Plant Research en Wageningen Economic Research, (KD 2022-041 / BO-109-000).

WR is een onderdeel van Wageningen University & Research, samenwerkingsverband tussen Wageningen University en de Stichting Wageningen Research.

Wageningen, juni 2023

Rapport WPR-1240

Jan Hassink, Ghalia Nasser en Gemma Tacken, 2023. *Duurzaamheid lokaal en regionaal voedsel*. Wageningen Research, Rapport WPR-1240. 34 blz.; 3 fig.; 3 tab.; 33 ref.

Dit rapport is gratis te downloaden op <https://doi.org/10.18174/631116>

Dit rapport richt zich op de vraag onder welke condities korte keten initiatieven sociaal, ecologisch en economisch duurzaam zijn. We onderscheiden sociaal gedreven, gemeenschap gerichte landbouw en economisch gerichte initiatieven, elk met hun eigen duurzaamheidsbijdrage.

Trefwoorden: Korte keten, duurzaamheid, sociaal, ecologisch, economisch

© 2023 Wageningen, Stichting Wageningen Research, Wageningen Plant Research, Postbus 16, 6700 AA Wageningen; T 0317 48 07 00; www.wur.nl/plant-research

KvK: 09098104 te Arnhem
VAT NL no. 8113.83.696.B07

Stichting Wageningen Research. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Stichting Wageningen Research.

Stichting Wageningen Research is niet aansprakelijk voor eventuele schadelijke gevolgen die kunnen ontstaan bij gebruik van gegevens uit deze uitgave.

Rapport WPR-1240

Inhoud

Samenvatting	5	
1	Inleiding/context	9
2	Vraag van LNV en Citydeal	10
3	Methode	11
4	Typen korte keten initiatieven	12
5	Motieven om in de korte keten aan de slag te gaan	16
6	Uitdagingen en kansen voor korte keten initiatieven	17
7	Hypotheses duurzaamheid lokale en regionale ketens	20
8	Duurzaamheid impact van korte ketens	21
9	Aanvullende inzichten vanuit de expertmeeting	22
10	Wat zijn de grootste obstakels om te komen tot zowel economisch, ecologisch als sociaal duurzame korte keten initiatieven?	23
11	Betrekken inwoners lage SES	25
12	Governance van de initiatieven	26
13	Overheidsinstrumenten om duurzame korte ketens te bevorderen	27
14	Conclusie	29
Literatuur		31



Samenvatting

Korte ketens zijn alleen in bepaalde condities economisch, ecologisch en sociaal duurzaam. De economische, ecologische en sociale bijdrage van korte ketens aan de maatschappij is afhankelijk van het type korte keten en de strategische keuzes en implementatie daarvan. Ook de doorontwikkeling naar andere duurzaamheidsbijdragen is afhankelijk van de ambities, de cliëntèle en klantgerichtheid van de ondernemer. In de navolgende paragrafen werken we de voorwaarden voor duurzaamheid van korte ketens verder uit. Door middel van literatuuronderzoek en een expertmeeting is de vraag beantwoord onder welke voorwaarden korte keten initiatieven bijdragen aan sociale, ecologische en economische duurzaamheid.

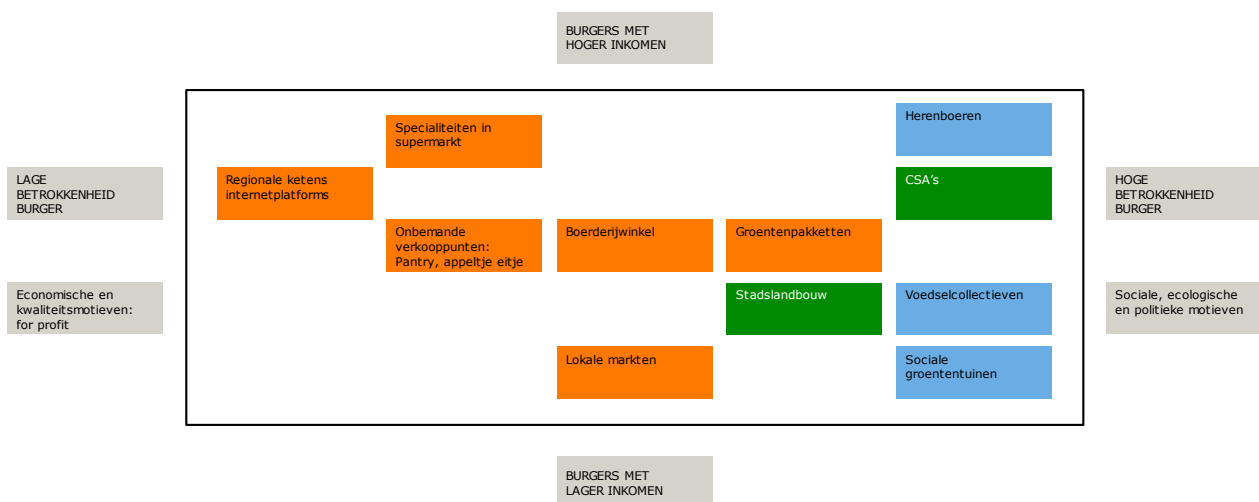
Type korte ketens

Op basis van de literatuur onderscheiden we 3 typen korte ketens, met ieder hun eigen duurzaamheidsbijdrage:

- Sociaal gedreven initiatieven van sociale ondernemers, maatschappelijke organisaties en burgers. Een optimale productie en een goed verdienmodel zijn ondergeschikt aan sociale en vaak ook ecologische waarden. Voorbeelden zijn voedseltuinen, voedselgemeenschappen, stadslandbouw initiatieven.
- Gemeenschap gerichte landbouw waarin boeren en tuinders die een volwaardige en ecologisch duurzame landbouwproductie nastreven ondersteund worden door burgers die vaak actief betrokken zijn bij de bedrijfsvoering. Voorbeelden zijn Community Supported Agriculture (CSA's) zoals Herenboeren, Lenteland en Land van Ons.
- Economisch gerichte initiatieven. Dit betreft gangbare boeren die vaak meer zijn gaan samenwerken, in gezamenlijke inkoop en/of verkoop, in (regionale) ketens en/of internet platforms om zo een deel van hun producten voor een hogere prijs in de regio te kunnen afzetten. Voorbeelden hiervan zijn Oregional, Boerschappen, Rechtstreeks en Flevofood.

Type consumenten en toegang consumenten tot korte ketens

De verschillende soorten initiatieven trekken verschillende typen burgers/consumenten die meer of minder actief betrokken willen zijn bij de productie van voedsel en meer of minder eisen stellen aan de sociale en ecologische kenmerken van een korte keten initiatief. Ook zijn niet alle korte keten initiatieven even toegankelijk voor alle consumenten. In onderstaande figuur geven we een overzicht van verschillende typen korte keten initiatieven voor de verschillende groepen consumenten.



Figuur i Typering voedselinitiatieven met lokale en regionale afzet van producten.

Oranje: initiatieven van boeren/ondernemers; groen: initiatieven van boeren/ondernemers en burgers samen; blauw: initiatieven van burgers

Ontwikkeling van korte ketens

Veel lokale en regionale initiatieven zijn in eerste aanleg onderscheidend op 1 of meerdere aspecten van duurzaamheid. Afhankelijk van de doelstellingen van de boer om lokaal af te gaan zetten en consumenten om lokale producten te kopen, is doorgroei naar andere aspecten van duurzaamheid voor de hand liggend. Interactie tussen boeren en burgers, is een belangrijke trigger om te verduurzamen op andere dan de initiële duurzaamheid.

Verschillende soorten van monitoring en benchmarking kunnen bijdragen aan verdere verduurzaming van initiatieven. Benchmarking en registratie in bijvoorbeeld het MAEX systeem, een landelijke Nederlands platform voor het maken, meten en managen van sociale impact (<https://maex.nl/>), kan bijdragen om ondernemers en participanten in lokale ketens te stimuleren duurzaam te zijn op meer dan 1 aspect. Participatory Guarantee System (PGS) kan bijdragen aan het beter aansluiten bij duurzaamheidswensen van klanten.

Niet alle korte ketens ontwikkelen zich uiteindelijk naar sociale, economische en ecologische duurzaamheid. Dat is afhankelijk van:

- De uitgangspositie en ambitie van de initiatiefnemers/ondernemers
- De mate waarin ondernemers eigenaarschap nemen, hebben en houden
- De clientèle, met name klanten met een lage sociaal economische status (SES) zullen primair lage inkoopkosten vragen in tegenstelling tot klanten met een hoge SES
- De marktgerichtheid en motivatie van de ondernemer om door te ontwikkelen naar andere vormen van duurzaamheid

Impact korte ketens op duurzaamheid

De impact van korte ketens op duurzaamheid is, volgens de literatuur, afhankelijk van (1) de diversiteit in motieven van ondernemers, (2) de interactie tussen ondernemer en consument, (3) de mate van betrokkenheid van burgers, (4) de context ofwel sociale omgeving, (5) de indicatoren die gebruikt worden, (6) de mate van doorwerking van consumentenbehoefte, (7) transparantie en vertrouwen, (8) opschalingsmogelijkheden, (9) internet of food, (10) inclusiviteit en (11) de waarden die men meeneemt in waardencreatie.

Obstakels voor verduurzaming van korte ketens

De belangrijkste obstakels voor duurzaamheid van korte keten producten zijn:

- De grote diversiteit aan typen initiatieven, maakt dat maatwerk advies nodig is hoe sociale, economische en ecologische duurzaamheid kan worden bereikt
- Meer transparantie over ambities en resultaten is nodig om te kunnen bepalen of lokale producten ook duurzamer zijn (anders greenwashing)
- Korte ketens vragen meer van de consument/burger dan reguliere ketens
- Het ondernemersmotief om met korte ketens te starten is niet altijd duurzaamheid op alle dimensies vaak wordt gestart vanuit een sociaal of economisch motief
- Korte ketens zijn nog niet inclusief: Het beeld is dat lokale producten duurder zijn, dat belemmert de deelname van klanten met een laag inkomen. Het beeld klopt soms niet. Lokale producten zijn regelmatig niet duurder

Verbeteringen voor de governance van korte ketens

De governance ten aanzien van lokale en regionale ketens zou op een groot aantal punten kunnen verbeteren:

- wetgeving: de regelgeving ten aanzien van korte ketens zouden kunnen worden verbeterd. Ondernemers die in de korte keten willen gaan ondernemen of activiteiten willen professionaliseren of verbreden lopen tegen allerlei m.n. lokale wetgeving aan. Met name lokale overheden zouden hier kunnen steunen.
- Maar ook de nationale overheid heeft voedselveiligheidsrestricties die hoge kosten met zich meebrengen voor individuele ondernemers. Door samenwerking kan hier mogelijk kostenreductie worden gerealiseerd.
- stimulering: de COVID-periode heeft geleerd dat consumenten producten uit de korte keten als het premium product zien. Er liggen dus kansen die kunnen worden opgepakt. De overheid kan het korte keten product op allerlei manieren aantrekkelijker maken (b.v. door marktregulering, prijsinstrumenten en gebruik te maken van Sustainability Agreements)

- facilitering: de nationale en lokale overheden kunnen ondernemers ook faciliteren door communicatie of duidelijke vergunningstrajecten, waardoor omschakeling minder kostbaar wordt. Ook zou de overheid cursussen kunnen initiëren waar ondernemers vaardigheden kunnen opdoen die noodzakelijk zijn voor professionele bedrijfsvoering in de korte keten.

Met name sociaal gedreven initiatieven zijn vaak gericht op mensen in de lage SES groep en ze zijn vaak succesvol als wensen en behoeften van deze groep goed in acht worden genomen. Voor andere korte keten initiatieven geldt dat ze laagdrempelig en betaalbaar beschikbaar moeten zijn, willen mensen uit de lage SES groepen hiervan gebruik kunnen maken. Weekmarkten zijn bij uitstek een kanaal dat hiervoor aantrekkelijk kan zijn.



1 Inleiding/context

Lokaal en regionaal voedsel staat steeds meer in de belangstelling van ketenpartners en consumenten, het aanbod en de vraag neemt toe. Traditioneel werden lokale en regionale producten vooral aangeboden in de boerderijverkoop of op boerenmarkten, maar op veel plekken zijn nieuwe lokale voedselinitiatieven gestart. Ook reguliere ketenpartijen communiceren vaker dat ze lokale en regionale producten in het assortiment hebben. Kennelijk is er dus ook in reguliere ketens vraag naar.

De ontwikkeling naar verkoop van lokaal en regionaal voedsel is op zich een goede ontwikkeling, want daardoor ontstaat weer contact tussen leverancier en consument en hiermee kan voedsel in potentie uit de bulkmarkt worden gehaald, waardoor meer aandacht ontstaat voor (Zoll e.a. 2021; Hebinck et al., 2021):

- Een eerlijke prijsvorming
- De echte prijs van voedsel
- Een beter verdienmodel voor betrokkenen
- Kwaliteitsproducten die aansluiten bij de behoeften van consumenten
- De relaties tussen voedselproductie en de regio (zoals landschap, economie en lokale gemeenschap)

In de markt voor lokaal en regionaal voedsel zijn verschillende soorten initiatieven actief, bijvoorbeeld voedselcollectieven, Community Supported Agriculture (hierna CSA's), Herenboerderijen en initiatieven als Lenteland die grond beschikbaar maken voor regeneratieve en gemeenschapsgerichte landbouw.

Uit een inventarisatie van Van Kampen (2020) blijkt dat er minstens 500 initiatieven zijn waar 150.000 burgers in totaal bij zijn aangehaakt. Er zijn ook steeds meer netwerken van vaak meer reguliere boeren die hun productie of een deel van hun productie zelf vermarkten en afzetten via supermarkten, speciaalzaken en/of de horeca. Ook zijn er partijen opgestaan die individuele boeren en tuinders ondersteunen bij de vermarkting, zoals Oregional, Boerschappen, Rechtstreeks en Flevofood.

Voor boeren kan het aantrekkelijk zijn om zelf te vermarkten vanwege eigen prijsbepaling (vaak hoger) en direct contact met de consument en/of omwonenden om zo een hogere waardering en meer marktinzicht te verkrijgen. Voor burgers kunnen korte ketens aantrekkelijk zijn vanwege extra vers en gezond voedsel dat op een duurzame manier is geproduceerd en dat de lokale gemeenschap ondersteunt. Maar dat is niet altijd het geval. Korte ketens kunnen ook puur economisch gedreven zijn en niet duurzamer dan het reguliere aanbod in een supermarkt.

Als de boer en burger directe interactie hebben kan dit ertoe leiden dat bedrijven marktgericht gaan opereren en maatschappelijke eisen zoals duurzaamheid in de bedrijfsvoering worden geïncorporeerd. Lokale en regionale voedselnetwerken van boeren en burgers kunnen zich ontwikkelen tot mooie voorbeelden van ecologisch, sociaal en economisch duurzame vormen van voedselproductie en voedselconsumptie waarbij consumenten niet alleen keuzes maken voor goedkoop voedsel maar ook andere aspecten zoals de bijdrage aan biodiversiteit, landschap en gemeenschap en bedrijven deze aspecten meenemen in de bedrijfsvoering (Tittarelli et al., 2020). In korte ketens zijn boeren niet langer anonieme producenten van voedsel maar zichtbaar voor hun omgeving, waaraan ze rekenschap moeten afleggen. Dit kan een goede stimulans zijn om meer aandacht te besteden aan biodiversiteit, landschap en andere waarden die burgers en omwonenden belangrijk vinden en waarmee een bedrijf zich kan onderscheiden.

We zien dus een grote verscheidenheid aan initiatieven rond lokaal en regionaal voedsel, die allen hun eigen motivatie, ambitie en soort initiatiefnemer hebben. Door de grote verscheidenheid is het nu niet duidelijk welke korte ketens sociaal, ecologisch en economisch duurzaam zijn. Dat wordt met dit onderzoek verder verkend evenals wat de overheid kan doen om hier verbetering in aan te brengen.

2 Vraag van LNV en Citydeal

Vanuit economisch, ecologisch en sociaal oogpunt kunnen korte ketens meerwaarde leveren in de maatschappij. Aanbieders van korte keten producten / lokale producten / streekproducten claimen vaak dat hun producten duurzamer zijn dan reguliere producten. Echter, korte keten producten zijn niet per definitie duurzamer, dat is afhankelijk van de inrichting van de keten van de producent tot en met consument. De ambitie, diversiteit en organisatie varieert tussen korte keten initiatieven en mogelijk daarmee ook sociale, ecologische en economische impact. In dit onderzoek gaan we na in welke mate en onder welke voorwaarden verschillende archetypen van korte ketens een duurzaamheidsverbetering opleveren.

Kernvragen daarbij zijn:

1. Onder welke voorwaarden dragen korte ketens economisch, ecologisch en sociaal bij aan verduurzaming?
2. Wat is nodig om die bijdragen te versterken?
3. Wat zijn de grootste obstakels in de praktijk en beleid en wat voor lessen kunnen we trekken uit verschillende invulling van korte ketens?
4. Welke governance vragen duurzame korte ketens?
5. Aan welke voorwaarden moeten korte ketens voldoen en welke governance is noodzakelijk om ook mensen in lage Sociaal Economische Status (SES) doelgroepen toegang te bieden?

3 Methode

Dit onderzoek is gebaseerd op een literatuuronderzoek, waarbij met Google Scholar is gezocht met de zoekterm "sustainable short food chains". Dat leverde 5 peer reviewed metastudies op, die de duurzaamheid van verschillende typen korte ketens geanalyseerd hadden. De onderliggende literatuur in deze studies is vervolgens bestudeerd, waaruit naar voren kwam dat in de meta analyses allerlei verschillende typen korte ketens waren meegenomen, zonder daar in de analyse rekening mee te houden. Daardoor zijn conclusies getrokken, die naar onze mening niet kunnen worden getrokken, omdat het type korte keten wel degelijk een rol speelt. In dit onderzoek is de literatuur anders gecategoriseerd dan in de meta analyses, waardoor ze wel bruikbaar werd voor de onderzoeksvragen. Daarnaast is ook wetenschappelijke Nederlandse literatuur bestudeerd over korte ketens en een Nederlandse inventarisatie naar sociale en maatschappelijk gerichte initiatieven (Van Kampen, 2020) meegenomen.

Door middel van literatuuronderzoek is dus eerst nagegaan wat al bekend is over de economische, ecologisch en sociale impact van korte ketens. Dat leverde eerste inzichten op die nog niet helemaal volstonden om de onderzoeksvragen te beantwoorden. Vervolgens is een focusgroep discussie georganiseerd met experts binnen en buiten Wageningen UR. De uitkomsten daarvan hebben nieuwe literatuursuggesties opgeleverd, maar ook aanvullende inzichten met name op het gebied van governance.



4 Typen korte keten initiatieven

Het literatuuronderzoek leert dat de sociale, economische EN ecologische impact van korte keten initiatieven nog nauwelijks is onderzocht. Slechts weinig studies kijken naar de ecologische impact en economische impact van korte ketens, maar naar de sociale impact is vaker gekeken. De meeste wetenschappelijke studies zijn uitgevoerd in de VS en in Italië. Wetenschappelijke artikelen, die ingaan op de impact van korte keten initiatieven in Nederland, zijn er nauwelijks. Verschillende review studies (Chiffolleau en Dourian, 2020; Evola e.a. 2022; Kumar e.a. 2019; Michel-Villareal e.a. 2019) geven geen eenduidig beeld van de sociale, ecologische en economische impact van korte keten initiatieven. Deze studies onderscheiden wel verschillende typen korte ketens, maar nemen deze verschillende typen niet mee in hun analyse en trekken daardoor slechts generieke conclusies over verschillende typen korte ketens heen. Hoewel de conclusies dus niet bruikbaar zijn voor ons onderzoek, zijn de achterliggende korte ketens wel bruikbaar om een typering van korte ketens te ontwikkelen. Op basis van de literatuur onderscheiden we drie typen korte keten initiatieven: Sociaal gedreven initiatieven, gemeenschap gerichte landbouw en economisch gerichte initiatieven.

Sociaal gedreven initiatieven

Dit zijn initiatieven van sociale ondernemers, maatschappelijke organisaties en burgers. Een optimale productie en een goed verdienmodel zijn ondergeschikt aan sociale en vaak ook ecologische waarden. Voorbeelden zijn voedseltuinen, voedselgemeenschappen, stadslandbouw initiatieven. Uit de inventarisatie van Van Kampen (2020) bleek dat bij al dit soort non-profit communities burgers zeer betrokken zijn en sociale en ecologische waarden belangrijk vinden. De meerwaarde van dit soort initiatieven liggen volgens betrokkenen bij deze initiatieven op sociaal, ecologisch, economisch, gezondheid en politiek gebied (Van Kampen 2020):

- Sociaal: toename in sociaal contact, betrokkenheid, gemeenschapsvorming, zingeving, bewustwording, educatie en leefbaarheid
- Ecologie: Minder inputs, vaak geen gebruik van bestrijdingsmiddelen en kunstmest, toename biodiversiteit en minder verpakking
- Economie: Burgers investeren in grond, bijdrage aan lokale economie, inkomen boer variabel afhankelijk van model
- Gezondheid: verandering in eetpatroon, meer groente, minder bewerkte producten en minder vlees
- Politiek: Meer autonomie en zelf verantwoordelijkheid nemen.

Er zijn ook sociale ondernemingen of maatschappelijke organisaties die zich specifiek richten op het betrekken van meer kwetsbare inwoners en hun participatie wil bevorderen door middel van samen groenten telen en samen eten. Hierbij kan gedacht worden aan sociale moestuinen en bepaalde stadslandbouw initiatieven waar vaak groenten worden geteeld en soms ook samen wordt gekookt en gegeten. Voorbeelden zijn van Tuin tot Bord (Nijmegen), Food for Good (Utrecht) en de Vlindertuin in Arnhem.

Uit Brodie et al. (2020) blijkt dat voedseltuinen, stadslandbouw en voedselcommunities kunnen bijdragen aan een inclusieve, democratische samenleving. De meeste potentie hebben tuinen die bottom-up zijn opgezet door burgers. Voedseltuinen opgezet door welzijnsorganisaties dragen bij aan de integratie van kwetsbare groepen en voedseltuinen opgezet door NGO's bieden meer ruimte voor educatie over gezond duurzaam lokaal voedsel. Voedseltuinen opgezet door woningbouwverenigingen dragen ook bij aan gemeenschapsvorming en revitalisering van de sociale woningbouw locaties. De meerwaarde van voedseltuinen, stadslandbouw of voedselcommunities zijn dus deels afhankelijk van de initiator, de betrokkenheid van de consument/burger en de doelstelling die wordt nagestreefd door de initiator. De meta-analyse van Hebinck et al. (2021) bevestigt het beeld dat communitytuinen vooral bijdragen aan sociale cohesie en weerbaarheid van de wijk (zie Tabel 1). Aanvullend vinden zij dat voedselnetwerken en -beleid vooral bijdragen aan veranderingen in het voedselsysteem, participatie en inclusie van partijen. Korte keten netwerken dragen vooral bij aan de verbindingen tussen stad en platteland, oftewel consument en producent, en aan de transparantie in de keten (Hebinck et al. 2021).

Bovendien leidt actieve betrokkenheid bij alle typen korte ketens door burgers/consumenten tot opbouw van sociaal kapitaal, vertrouwen en transparantie (Bernardi et al, 2020 en Gugerell et al, 2021). Toename van sociaal kapitaal, vertrouwen en transparantie leiden op hun beurt weer tot toename in de consumentenverkopen en de mate waarin burgers willen investeren in de gemeenschap (Gugerell et al., 2021). Het delen van waarden en kennis met verwante netwerken blijkt ook belangrijk voor het voortbestaan van sociaal gedreven initiatieven (Gugerell et al 2021).

Tabel 1 Effect van verschillende typen korte ketens (uit Hebinck et al., 2021)

	Peri-urban agriculture	Community gardens	Food networks and policy	Food justice organisations	Short food supply chains	Care and educational initiatives	Total
Transformative processes	<i>n = 25</i>	<i>n = 20</i>	<i>n = 17</i>	<i>n = 9</i>	<i>n = 6</i>	<i>n = 5</i>	<i>n = 82</i>
Average processes per initiative	~1.5	~1.2	~2.4	~2.0	~0.8	~2.0	–
Adoption of a city-region perspective	6	4	4	3	1	1	19
Creation of spatial synergies	10	1	10	4		1	26
Influencing of consumer decisions	1		4	2		3	10
Mobilisation of key actors	1		2		1		5
Reclaiming or recreating urban space	4	7		1	1		13
Strategic planning for the future	3	5	4	2		1	15
Taking an integrated approach	4	2	8	2		1	17
Using participatory approaches	9	4	9	5	2	3	32
Transformative outcomes							
Average outcomes per initiative	~2.8	~2.0	~1.9	1.7	~1.8	~2.4	–
Changed diets	1	2	3	1		2	9
Connected flows of resources	9	4	4	1	1	1	20
Enhanced transparency	2		2	1	2		7
Established food governance arrangements	4	5	8	1			18
Greened urban spaces	2	3					5
Improved food quality	4		2		1	2	9
Increased (re-)connection to nature	12	7	3	3	1	3	29
Increased ecological resilience	12	3	2	3	2	1	23
Increased economic opportunities	4	3	1		2		10
Increased equity in the food chain	7	6	3	1	1	1	19
Increased self-sufficiency	11	6	5	4	1	1	28
Increased social resilience	2	1				1	4

For the total scoring: best reported signposts (20+) are marked in bold, averagely represented (10–19) in italic and least represented signposts (1–9) in normal font. For the individual UFPs: higher (7+) processes and outcomes are represented in bold font, medium (3–6) in italic font and low (1–2) in normal font.

Gemeenschap gerichte landbouw initiatieven

Bij deze groep initiatieven worden boeren en tuinders die een volwaardige en duurzame landbouwproductie nastreven ondersteund door burgers die vaak actief betrokken zijn bij de bedrijfsvoering. In de literatuur gaat het dan met name om Community Supported Agriculture (CSA). Een ander voorbeeld zijn de Herenboerderijen (waarbij de boer in dienst is van een groep burgers) en initiatieven als Lenteland en Land van Ons waar burgers investeren in grond voor boeren die regeneratief/agro-ecologisch willen boeren. De studies van Van Oers et al. (2018) en Ribero et al. (2021) leren dat CSA's afhankelijk zijn van de betrokkenheid van de leden als investeerders en allround vrijwilligers. Bij dergelijke initiatieven opgezet door burgers is de uitdaging zelforganisatie en behoud van betrokkenheid van de leden. Initiatieven opgezet door inwoners krijgen vaak veel steun voor het vinden van plekken om voedsel te produceren en verkopen. Leden hebben dus invloed op de kwaliteit van de investeringen, maar ook op de productie en de rendement van de CSA. Binnen CSA wordt sociaal kapitaal, reciprociteit en vertrouwen opgebouwd. Het zijn belangrijke criteria voor succes van een CSA: (1) dat er een goede wederkerigheid is en (2) dat nieuwe leden worden "opgevoed" in de cultuur van een CSA en (3) dat die zich niet als "consument" gaan opstellen (Van Oers et al. 2018). In CSA's worden mensen aangesproken op hun burgerschap en minder op hun consument zijn. Voor het voortbestaan van CSA is het bovendien noodzakelijk dat iemand investeert in de externe contacten met de gemeente en andere relevante partijen om het rendement, en belang zichtbaar te maken zodat het financiële model op de lange termijn gegarandeerd wordt.

Economisch gerichte initiatieven

Dit zijn initiatieven van gangbare boeren die in de afgelopen decennia meer zijn gaan samenwerken in regionale ketens en/of internet platforms om zo een deel van hun producten voor een hogere prijs in de regio te kunnen afzetten. Hun motivatie is vooral economisch. De afzonderlijke boeren leveren hun producten aan de regionale organisaties zoals Oregional, Boerschappen, Rechtstreeks, Flevofood, die ze verkopen.

Een tussenvorm zijn initiatieven als de Pantry en Appeltje Eitje waar individuele boeren hun producten in onbemande uitgiftepunten verkopen. Hierbij werken bedrijven nog individueel, maar komen hun producten samen op een verkooplocatie.

Verder bestaan al heel lang de lokale versmarkten waar relatief veel inwoners met een kleine beurs naar toe gaan om goedkoop voedsel te kopen. Dit is voor een deel lokaal voedsel, waarbij de boer iets meer kan verdienen door hier zelf te verkopen of een handelaar te voorzien van producten. Omdat hier (nog) geen statistieken van zijn, is niet duidelijk op welke schaal dit reeds plaatsvindt.

Vergelijking van de typen

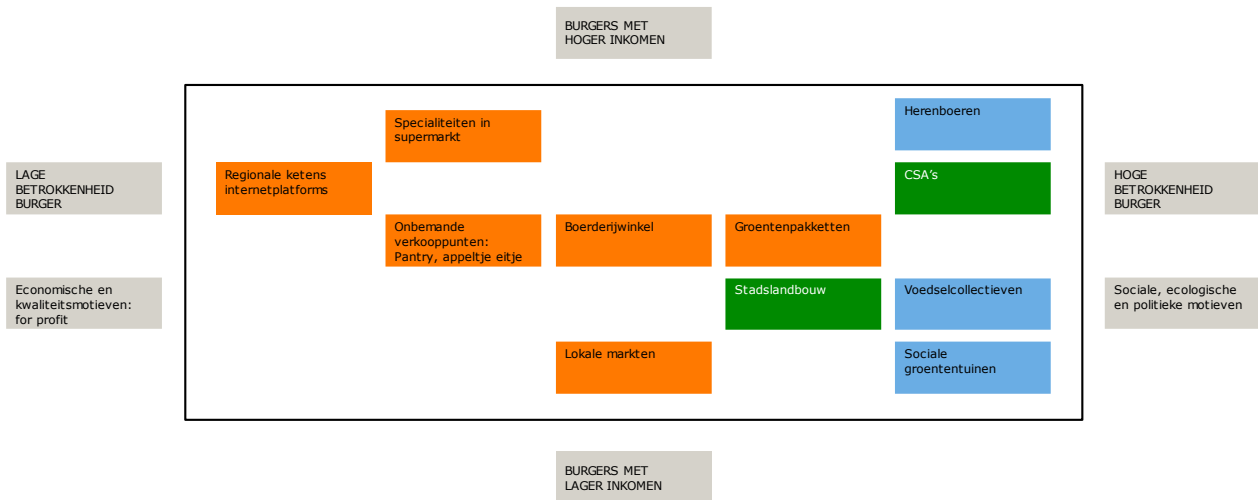
Uit dit overzicht komt naar voren dat typen initiatieven verschillen in motivatie, in type burgers dat ze trekken en in mate van betrokkenheid van burgers.

Ook zien we dat de motieven van consumenten, die lokale en regionale producten kopen, soms ego motieven (economische en gezondheidsmotieven) maar ook eco motieven (sociale en ecologische motieven) hebben. Ook bij producenten zijn de motieven verschillend. Soms komen die bij elkaar, maar soms zijn die ook heel verschillend, maar passen ze toch. In de tabellen op de volgende bladzijde schetsen we eerst welke kenmerken deze lokale en regionale ketens hebben en vervolgens schetsen we enkele voorbeelden.

Schmutz et al (2017) hebben de resultaten van verschillende typen korte ketens vergeleken. In hun onderzoek hebben ze CSA (gemeenschapsgerichte type) vergeleken met directe verkoop op de boerderij en directe verkoop via andere kanalen (beide veelal behorend bij het economisch gerichte type). De basis van dit duurzaamheidsassessment is een onderzoek onder lokale voedsel stakeholders. Uit dit onderzoek blijkt dat de CSA het hoogst scoort op sociale, economische en ecologische duurzaamheid; directe verkoop vanaf boerderij en ook verkoop via andere kanalen scoort lager op alle aspecten. Boerderijverkoop scoort weer hoger dan verkoop via andere kanalen op het gebied van sociale duurzaamheid. Bij initiatieven van boeren (Ribeiro et al., 2021) is de belangrijkste uitdaging vergroting van het bewustzijn bij burgers. Het risico van onvoldoende vraag speelt daar met name. Bij business platforms zijn vergelijkbare uitdagingen, namelijk opschaling van logistiek en marketing om de vraag van consumenten te laten toenemen.

Verdiepende indeling van korte keten initiatieven

Op basis van de bovenstaande literatuur, hebben we de initiatieven binnen de drie groepen die we hebben onderscheiden verder ingedeeld op 2 assen: De horizontale as geeft de mate van betrokkenheid van consumenten weer (grote vs geringe betrokkenheid) en de verticale as de koopkracht van de consument (hoge vs lage SES). Oranje zijn initiatieven van boeren/ondernemers (deze zijn veelal van het type economisch gericht); groen zijn initiatieven van boeren/ondernemers en burgers (deze zijn vaak van het type gemeenschapsgericht) en blauw zijn initiatieven van burgers (deze zijn vaak van het type sociaal of gemeenschapsgericht).



Figuur 1 Typering voedselinitiatieven met lokale en regionale afzet van producten.
 Oranje: initiatieven van boeren/ondernemers; groen: initiatieven van boeren/ondernemers en burgers samen; blauw: initiatieven van burgers

In Figuur 1 zien we in het kwadrant met hoge SES en betrokkenheid initiatieven als Herenboerderijen en CSA's waarbij burgers actief betrokken zijn bij het boerenbedrijf en niet alleen producten afnemen maar ook meehelpen op het land of financieel investeren. Het betreft boeren en burgers die sociale en ecologische waarden belangrijk vinden. Veelal wat hoger opgeleide consumenten nemen daarin deel, hier zien we weinig deelname van consumenten in de categorie lage SES.

We zien in het kwadrant met lage SES en veel betrokkenheid initiatieven van consumenten die zich organiseren als voedselgemeenschap/collectief en gezamenlijk hun producten betrekken bij veelal (agro) ecologische bedrijven in de omgeving. Dat soort initiatieven zijn wel weer toegankelijk voor consumenten in de categorie lage SES. We vinden daar ook sociale initiatieven (kwadrant rechtsonder) als de Blauwe Tomaat in Arnhem die zich helemaal richten op het toegankelijk maken van lokaal voedsel voor minima. Bij deze initiatieven is ecologische duurzaamheid ondergeschikt aan inclusiviteit.

In het kwadrant met hoge SES en minder betrokkenheid zien we vooral initiatieven waar consumenten verwachten betere kwaliteit te krijgen dan in andere kanalen, voor een prijs die daar kennelijk bij hoort. De ondernemers die hierin opereren onderscheiden zich door ecologische waarden of andere product meerwaarde.

In het kwadrant met lage SES en minder betrokkenheid waar consumenten tegen een lage prijs zo goede kwaliteit producten verwachten te krijgen, zien we nu nog nauwelijks initiatieven. De weekmarkten kunnen dit gat vullen eventueel.

Aan de linkerkant van Figuur 1 zien we dus initiatieven waar het economische motief centraal staat, de betrokkenheid van burgers minder is en er vaak een tussenschakel is, en aan de rechterkant initiatieven waar het om sociale en ecologische duurzaamheid gaat en er meestal geen tussenschakel is omdat burgers actief zijn betrokken.

In de focusgroep wordt de figuur door de experts als waardevol en nuttig beoordeeld, omdat ze duidelijk maakt dat de initiatieven aan de rechterkant van de figuur direct contact hebben met consumenten (0 schakels) terwijl bij de initiatieven links er vaak sprake is van een tussenschakel is. Ook maakt de figuur duidelijk dat boeren verschillende strategieën kunnen hebben in de markt voor lokale en regionale producten. Tevens laat de figuur duidelijk zien dat niet alle consumenten toegang hebben tot alle lokale en regionale initiatieven. De initiatieven boven de horizontale as zijn alleen toegankelijk voor koopkrachtige consumenten, de initiatieven onder de horizontale as ook voor minder koopkrachtige consumenten. De verschillende typen initiatieven, die zijn benoemd, worden herkend.

5 Motieven om in de korte keten aan de slag te gaan

Hierboven hebben we verschillende typen korte keten initiatieven onderscheiden. We gaan nu op basis van de verkenning van de literatuur verder in op de verschillende motieven van consumenten en boeren om met lokale en regionale ketens aan de slag te gaan. Verschillen in motieven leidt tot de verschillende typen van lokale en regionale initiatieven die we hebben onderscheiden. Vervolgens zetten we op een rij wat verschillen in motieven betekent voor economische, maatschappelijke en sociale duurzaamheid.

Tabel 2 Typen van lokale en regionale ketens ingedeeld naar motieven van boeren en motieven van consumenten om mee te doen in deze initiatieven.

Motivation of Farmer	Motivation of Consumer			
	Economic	Environmental	Social	Health
Social	Farmer's shops/ Road side sales	Farmer's markets/ Road side sales CSA's	On farm sales/ Solidarity groups CSA's	Farmer's markets
Environmental	Box schemes/ Delivery	CSA's/ Alternative food networks (AFNs)	Pick your own/ Food collectives/ CSA's/ AFNs	Could be any/ No specific example
Economic	Speciality shops/ Fresh market/ Regional organizations	Box schemes/ Delivery	Local shops/ Food co-operatives	Could be any/ No specific example

Bron: Integratie van de literatuur en expertmeeting.

Zoll et al, (2021) geven verschillende motieven van ondernemers en consumenten voor deelname in alternatieve voedselnetwerken, zoals CSA's, voedselcollectieven van burgers en zelfpluktuinen:



- De initiatiefnemers hebben allemaal een sterke motivatie om het anders te gaan doen:
 - Burgers hebben vooral onvrede met huidig voedselsysteem en richten daarom CSA's en voedselcollectieven op. Met name milieuproblemen van de huidige (onacceptabele) landbouwmethoden zijn een motief. Bij boeren speelt dit motief minder;
 - Voor zelfplukklanten is voedselveiligheid vaak een driver;
 - Boeren die zelfpluk aanbieden en CSA's is het verkrijgen van een meerprijs voor de producten ook vaak een driver
 - Consumenten en producenten betrokken bij voedselcollectieven noemen transparantie als driver
 - Regionaal, gezond voedsel is een driver bij alle typen
- Bij alle drie vormen van lokale en regionale voedselvoorziening ontstaat een ander perspectief op voedsel verkrijgen en het kopen, koken en eten van voedsel. Consumenten die deelnemen gaan vaak meer groente eten. Het kost weliswaar meer tijd, maar de betrokkenen nemen dit op de koop toe.
- Betrokkenheid burgers leidt tot nieuwe community building bij alle 3 vormen. Participatie in lokale en regionale ketens leidt ook tot meer empowerment van de boer:
 - vooral bij de CSA's en meer onafhankelijkheid bij burgers;
 - educatie en vaardigheden ontwikkeling bij burgers ontstaat vooral in de zelfpluktuin
- Sociaal ondernemerschap is ook een sterke driver en motivatie bij alle 3 voorbeelden. Door actief te zijn in lokale ketens ontstaan veel nieuwe netwerken, en nieuwe samenwerkingsverbanden met andere partners dan in de traditionele ketens.
- Lokale en regionale ketens krijgen meer institutionele steun vanuit de politiek en het legal framework is vaak ruimer, waardoor de drempels voor deelname lager worden.

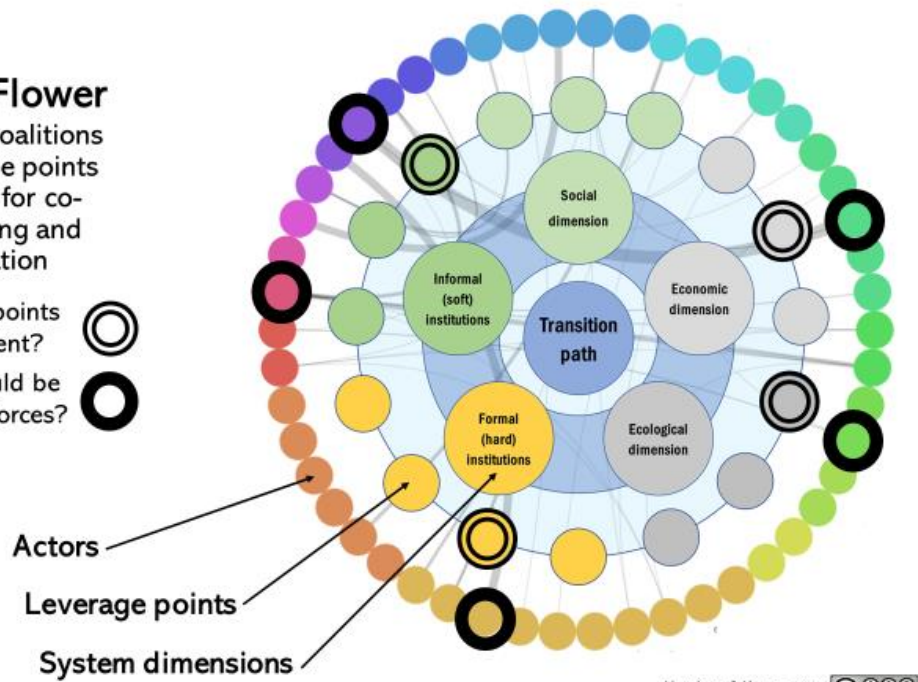
6 Uitdagingen en kansen voor korte keten initiatieven


Zorer en Cappellini (2022) zien op basis van literatuur en interviews met korte keten stakeholders in Amsterdam en Maastricht uitdagingen en kansen op sociaal, ecologisch, economisch, technisch, maatschappelijk en institutioneel gebied voor het versterken van de duurzaamheid van korte keten initiatieven in Nederland en specifiek rond Amsterdam en Maastricht. Dat doen ze aan de hand van onderstaand transitie model (Huntjens en Kemp, 2022).

The Transition Flower

Connecting actor-coalitions & systemic leverage points to identify options for co-evolutionary steering and multiple value creation

- 1) Which leverage points are interdependent? 
- 2) Which actors could be involved & join forces? 



Huntjens & Kemp, 2022 

Figuur 2 Transition flower (uit Huntjens & Kemp, 2022).

Hieruit blijkt dat korte ketens pas sociaal, economisch en/of ecologisch duurzaam kunnen worden als er oplossingen worden gevonden voor de uitdagingen waar ze voor staan. Zorer en Cappellini (2022) onderscheidde de volgende uitdagingen:

Sociale uitdagingen

- Gebrek aan duidelijkheid en doel van initiatieven
- Perceptie bij burgers dat de producten duurder zijn

Economische uitdagingen

- Hogere kosten (o.a. voor logistiek, marketing) en hogere prijs
- Werkdruk van de boer
- Bereik burgers
- Gebrek van financiële middelen en gebrek aan financiële steun overheid en banken
- Kleinschaligheid

Ecologische uitdagingen

- Inefficiënt transport en daardoor meer broeikas gassen

Institutionele uitdagingen

- Gebrek aan overheidssteun: belemmerende regelgeving
- Privatisering/ opkopen van korte keten initiatieven: dominantie grote partijen
- Noodzaak van ander economisch model:
 - nu bv advertenties voor goedkoop bulk voedsel
 - banken zien korte keten als hoger risico
 - banken waarderen duurzame productie niet middels lagere rente
- Ruimte voor initiatieven: er is behoefte aan meer fysieke plekken in en rond de stad

Zachte institutionele uitdagingen

- Problemen met samenwerken en bereidheid van boeren daarin te investeren
- Dominant beeld nog dat voedsel goedkoop moet zijn
- Kennis en skills boeren vaak nog te beperkt; bv over consumenten gedrag, marketing

Daarnaast hebben Tacken et al. (2021) professionalisering van de waardeketen geïdentificeerd als een uitdaging voor korte ketens.

Nationale uitdagingen

De landelijk Taskforce Korte Keten en Local2Local verbinden netwerken van regio's en promoten GAIN transitie model. De betrokkenen ervaren samenwerking met steden en regio's als belangrijk (www.amped.nl). Desalniettemin geven sommigen aan dat het vertrouwen tussen lokale en regionale initiatieven en de Taskforce Korte Keten broos is, omdat de angst bestaat dat het sociale karakter verloren gaat door de opschaling.

Ook signaleren Zorer en Cappellini (2022) de volgende kansen, die korte ketens sociaal, economisch en ecologisch duurzamer kunnen maken:

Sociale kansen

- Bewustzijn over korte keten
- Interactie tussen boeren en burgers en invloed van burgers op motivatie van boeren
- Transparantie en ontwikkelen van vertrouwen
- Ontwikkelen van sociaal kapitaal
- Aandacht voor gezondheid en smaak
- Emancipatie en gevoel van autonomie van boeren en

Economische kansen

- Betere en eerlijke prijs voor boeren
- Echte prijs calculatie
- Bereidheid burgers te betalen
- Autonomie ook om zelf de prijs te bepalen
- Koppelen van lokaal voedsel met andere activiteiten en diensten zoals landschapsbeheer, recreatie, zorg en educatie
- Verschillende afzetkanalen en hybride constructies in combinatie met conventionele keten

Ecologische kansen

- Duurzame productiemethode
- Minder afval
- Beter dierenwelzijn
- Versterken landschappelijke kwaliteit

Institutionele kansen

- Steun van overheden (stad Amsterdam, regionaal, provincie en EU)
- Focus in beleid van "business systeem naar circulair innovatie systeem"

Zachte institutionele kansen

- Kantelend beeld waarbij gezond, toegankelijk, vers en lekker voedsel belangrijk is
- Sterke netwerken die ontstaan
- Veel positieve aandacht voor lokaal voedsel
- Veel enthousiaste trekker
- Veel bereidheid tot vrijwilligerswerk

Technologische kansen

- Delen van data
- Online verkoop en E-commerce

7 Hypotheses duurzaamheid lokale en regionale ketens

Op basis van bovenstaand literatuuronderzoek, ervaringen bij verschillende soorten korte keten initiatieven en gesprekken met collega onderzoekers die betrokken zijn verschillende initiatieven komen we tot een aantal hypothesen over verwachte sociale, economische en ecologische duurzaamheid impact van verschillende soorten korte keten initiatieven. We gaan ervan uit dat motivatie van boeren en burgers en mate van interactie tussen boeren en consumenten grote invloed heeft op de impact van korte keten initiatieven.

De hypothesen zijn:

- Dat bij de initiatieven met grote betrokkenheid van consumenten/burgers sociale en ecologische waarden centraal staan en de economische waarden ondergeschikt zijn en dat dit ook consumenten/burgers trekt die deze waarden in voedsel en de maatschappij belangrijk vinden:
 - deze initiatieven zullen hoog scoren op sociale en ecologische duurzaamheid.
- Dat bij de initiatieven waarbij de betrokkenheid van consumenten/burgers meer economisch is, de noodzaak tot ecologisch en sociale innovatie bij boeren veel minder gevoeld wordt. Dergelijke consumenten/burgers voelen zich waarschijnlijk ook minder betrokken en meer een klant:
 - Bij deze initiatieven zal de ecologische en sociale duurzaamheid relatief gering zijn.
- Een bepaald type initiatief trekt een bepaald type boer en een bepaald type consument. Als dat niet matcht, dan haakt een van beiden af:
 - De duurzaamheid die de consument zoekt, matcht met de duurzaamheid die de ondernemer beoogt. Dat kan sociaal, economisch en/of ecologische duurzaamheid zijn.
- Directe interactie tussen boeren en consumenten/burgers kan leiden tot een veranderings- en leerproces waarbij boeren hun bedrijf aanpassen aan de wensen van consumenten/burgers en consumenten/burgers zich meer bewust worden van hun eigen voedingspatroon en keuzes waar boeren voor staan. De kans is het grootst bij veel interactie, maar kan ook optreden bij minder interactie. Dit kan door de interactie tussen boeren en burgers maar ook tussen boeren onderling:
 - De hypothese is als zowel boer en consument/burger een economisch motief hebben, er weinig ecologische en sociale innovatie zal plaatsvinden. Als een van beiden wel ecologische en/of sociale motieven heeft zal interactie ontstaan en is de kans op doorgroei naar een andere dimensie van duurzaamheid groter.
- De lokale markten zijn onderbelicht in wetenschappelijk onderzoek. Dat is bij uitstek een plek waar inwoners met lage SES komen en waar aanbieders zich specifiek (ook) richten op lokaal voedsel:
 - Juist op lokale markten kunnen lage SES groepen betrokken worden bij lokaal voedsel, lokale productie, ecologische en sociale meerwaarde.

8 Duurzaamheid impact van korte ketens

Op basis van bovenstaande literatuurverkenning komen we tot de volgende bevindingen en aannames ten aanzien van duurzaamheid van korte ketens:

- Diversiteit: De motieven van ondernemers en het type ondernemer lijkt invloed te hebben op de impact van een korte keten initiatief op sociaal, ecologisch en economisch gebied. Hier is echter nog niet systematisch naar gekeken.
- Verschillende motieven: initiatiefnemers van korte keten initiatieven hebben verschillende motieven om een korte keten te starten. Sociale, ecologische en economische komen vaak voor, maar ook gezondheid en politieke motieven worden gevonden.
- Interactie: de mate van interactie tussen boeren onderling als ook tussen boeren en consument/burger lijkt impact te hebben op het overdragen van waarden, behoeften en wensen en dus de maatschappelijke impact van het initiatief op sociaal gebied en duurzaamheid. Systematisch onderzoek is echter nog nodig.
- Soorten betrokkenheid: de vorm van betrokkenheid van burgers bij korten keten initiatieven - van afnemen van producten tot meewerken op de boerderij en financieel investeren en mede eigenaar worden - bepaalt de maatschappelijke impact. Een actieve betrokkenheid leidt over het algemeen vooral tot een grotere sociale impact.
- Context/sociale omgeving: de maatschappelijke impact van een korte keten wordt ook bepaald door de kenmerken van de fysieke omgeving, en kenmerken en kwantiteit van consumenten/burgers in een straal van 10 kilometer. De omgeving is bepalend voor het aantal aanbieders en het type bedrijven.
- Indicatoren: In de literatuur worden diverse indicatoren vermeld om impact te meten. Deze sluiten niet goed aan bij de effecten die burgers noemen, die betrokken zijn bij korte ketens.
- Impact op marktgericht werken: er is nog nauwelijks onderzoek gedaan wat het meest bepalend is voor investeringen door boeren, zoals hun klanten (consumenten/burgers) of andere stakeholders. En al helemaal niet wat bepalend is voor duurzame investeringen. Ook is onduidelijk in welke situaties het meest wordt geleerd over marktgericht werken, bv in meer homogene of meer heterogene groepen.
- Transparantie: de transparantie over hoe en waar voedsel is geproduceerd is geringer bij regionale ketens en netwerken, zoals Oregional, Rechtstreeks en Boerschappen, dan bij echt lokale ketens. Soms zijn er geen of weinig eisen aan de wijze van productie en soms komen producten niet uit de regio omdat er druk is jaarrond te leveren. Soms is er wel een intentie om meer duurzaam te gaan produceren, maar is er geen methodiek om voortgang te monitoren. CSA initiatieven experimenteren met het Participatory Guarantee System wat de transparantie vergroot en gebruikt kan worden als een tool om het gesprek tussen boeren en burgers te faciliteren.
- Opschaling: de wens tot gemeenschapsvorming bij initiatieven en op grotere schaal impact maken kan tot spanning leiden. In hoeverre ondernemers daar tegenaan lopen is nog weinig onderzoek gedaan. Er zijn verschillende beelden van opschaling: het kan gaan over de groei van individuele initiatieven of over de groei in aantal initiatieven. Belangrijk lijkt dat initiatieven lokaal/regionaal zijn ingebed.
- Internet of Food: automatisering/internet biedt ondernemers kansen om zelf producten te verkopen en een groot afzetgebied te bedienen. Voorbeelden zijn Localfoodworks, een Vlaams-Nederlands bestelplatform voor voedselcollectieven, Local2Local, dat regionale platforms verbindt, en Voedselwerkplaats, dat een netwerk is van duurzame dorpen dat lokale voedselgemeenschappen ondersteunt.
- Inclusiviteit lage SES consumentengroepen laag: consumenten/burgers met lage SES zien we vaker terug in reguliere ketens dan in korte ketens, want veel initiatieven trekken vooral de rijkere bevolking. Meer onderzoek is nodig hoe met name de versmarkt - waar ook veel inwoners met een laag inkomen naar toe gaan - zich meer kan richten op lokaal voedsel.
- Waarde creëer je niet alleen met de voedselproducten, maar ook door andere zaken mee te nemen in je bedrijfsvoering, zoals bv leefbaarheid van het platteland, gezondheid en welbevinden. Je moet juist niet beogen er eenheidsworst van te maken. Maar wel bij initiatieven het reflecteren en leren stimuleren zodat ze meer duurzaam worden; leren dat plaatsvindt bij boeren en bij burgers.

We kunnen concluderen dat er wel enig onderzoek is gedaan naar de duurzaamheidsimpact van verschillende typen korte keten initiatieven, maar nog niet echt systematisch.

9 Aanvullende inzichten vanuit de expertmeeting

De deelnemers aan de expertmeeting benoemen naast bovenstaande bevindingen nog een aantal aspecten die van belang zijn om de potentie van korte keten initiatieven te realiseren:

- Profiel en gemeenschap: Het is belangrijk een helder profiel van het initiatief te creëren waarmee burgers zich kunnen identificeren en zo een sterke gemeenschap kunnen vormen.
- Zingeving voor ondernemers en burgers. Burgers en ondernemers ervaren dat “hun” korte keten initiatief bijdraagt aan een zinvol leven. Dit mag meer benoemd worden.
- Vertrouwen in het product. Het initiatief moet zijn beloftes waarmaken. Er zijn te veel voorbeelden waarbij de naam de lading niet dekt. Als klanten dat doorhebben, dan schaadt dat het vertrouwen in de hele korte keten sector.
- Gezondheid en welzijn voor de consumenten/burgers die betrokken zijn. Gezondheid en welzijn wordt een steeds belangrijker maatschappelijk thema. Korte ketens kunnen een belangrijke rol spelen in een gezondere leefstijl en gezonder eetpatroon.
- Brede welvaart op het platteland. Brede welvaart wordt in toenemende mate genoemd als overkoepelend thema om sociale, ecologische en economische aspecten te verbinden. Korte ketens kunnen onderdeel zijn van het brede welvaartsverhaal.

Ondernemers die deze aspecten in acht nemen of hiernaar ontwikkelen, verkrijgen meerwaarde voor zichzelf en zijn doelgericht bezig. Gezondheid, zingeving en brede welvaart, eigenaarschap en identiteit als opbrengsten en motivaties zijn thema's die in de literatuur weinig worden genoemd maar in Nederland zeker belangrijk zijn.

Een discussiepunt is of korte ketens zowel sociaal, economisch als ecologisch duurzaam moeten zijn om als duurzaam te kunnen worden geratificeerd? De meeste korte ketens zijn op 1 of 2 van de 3 domeinen duurzaam, en soms werken ze elkaar op verschillende domeinen zelfs tegen. De conclusie van de experts is dat we ons vooral moeten focussen op het proces naar meer duurzaamheid en dat de weg er naar toe wordt gestimuleerd. En die kan verschillen tussen initiatieven. De MAEX, een landelijke Nederlands platform voor het maken, meten en managen van sociale impact (<https://maex.nl/>), wordt genoemd als een simpele zelf evaluatie tool en kan inzicht geven in de duurzaamheidsaspecten van initiatieven. In de database van de MAEX staan al vele voedselinitiatieven, door deze database als benchmark te gebruiken kan ontwikkelperspectief ontstaan.

10 Wat zijn de grootste obstakels om te komen tot zowel economisch, ecologisch als sociaal duurzame korte keten initiatieven?

Korte keten vraagt meer van de koper

Kopen in korte ketens vraagt een extra inspanning van consumenten in Nederland, zoals extra reisafstand en extra reistijd, omdat we een land hebben met een hoge supermarktdichtheid. Bijna alle consumenten die naar speciaalzaken of boerderijwinkels gaan, komen daarnaast in de supermarkt. Initiatieven die producten van meerdere aanbieders bundelen, zoals Landwinkel of Local2Local, voeren lang niet de hoeveelheid producten die supermarkten bieden, dus rechtstreeks van de boer kopen vraagt dat mensen bij verschillende aanbieders langs moeten gaan. Ook voeren formules als Landwinkel soms een assortiment dat niet alleen uit de regio komt.

Schaalvoordelen beperkt mogelijk

Schaalvergroting biedt voordelen op financieel gebied. Tegelijk lijkt dat haaks te staan op kleinschaligheid en vertrouwen tussen boeren en burgers. Schaalvergroting in de klassieke zin leidt tot minder direct contact tussen boer en consument en minder druk om te investeren in duurzaamheid. Schaalvergroting gaat ook vaak over vergroting van het afzetgebied en daarmee ook verlenging van ketens. De uitdaging lijkt te zijn het aantal lokale/regionale initiatieven te laten groeien en door netwerken en uitwisseling van data en systemen regionaal en landelijk om zo te profiteren van schaalvoordelen.

De uitdaging is vaak hoe je duurzame groei realiseert. Marktontwikkeling en productieontwikkeling moeten gelijk op gaan. Initiatieven lopen bij opschalen het risico dat de vraag niet snel genoeg meegroeit. Het is een kip-ei verhaal. Ga je aanbod of ga je vraag stimuleren. Voor wie is het risico? Hoe ga je dat gezamenlijk dragen?

Motief niet altijd breed verduurzamen

De motieven om in een korte keten deel te nemen verschillen per ondernemer en klant. De mate waarin sprake is van verduurzaming wordt in een belangrijke mate beïnvloed door deze motieven. Ondernemers die om economische redenen deelnemen zullen meer druk nodig hebben om investeringen in ecologisch of sociaal duurzame oplossingen te doen, dan ondernemers die al sociale of ecologische motieven hebben om in de korte keten te investeren. Ook consumenten die om economische of gezondheid redenen in de korte keten kopen, zullen minder snel een ondernemer aanspreken op zijn duurzaamheidskeuzes als klanten die wel om sociale of ecologische redenen kopen.

Eigen behoefte aan interactie vs inhuur derden

Interactie met de klant kost veel tijd, maar die tijd werpt gelijk vruchten af omdat het marktinzicht oplevert. Ondernemers die zelf behoefte hebben aan interactie met hun klanten, zullen eerder zelf het contact met de klant zoeken en suggesties en ideeën in de beleidsvoering meenemen, dan ondernemers die iemand inhuren om de boerderijwinkel te bemannen. Zelf interactie zoeken, moet wel passen bij de vaardigheden van de ondernemer om dit effect te realiseren

Compensatie voor sociale en ecologische duurzaamheid

Boeren worden niet gecompenseerd voor sociale en ecologische duurzaamheid. Ze moeten zelf een verdienmodel ontwikkelen om sociale duurzaamheid of ecologische duurzaamheid te verwaarden. Een optie kan zijn het doorvoeren van true cost accounting, waarbij werkelijke kosten van negatieve externaliteiten en baten van positieve externaliteiten in de verkoopprijs zijn verwerkt waarmee sociaal duurzame of ecologische duurzame producten uit de korte keten zichzelf zouden verwaarden.

Lage investeringsbereidheid

Zelf investeren in netwerk tussen boeren onderling doen boeren minimaal. Boerenbedrijven in Nederland zijn van oudsher familiebedrijven, waartussen nauwelijks samenwerking bestond, behalve in afzetcoöperaties. Om de korte keten rendabel te maken, moet er ook bereidheid zijn om erin te investeren. Dat zullen ondernemers doen als risico en rendement acceptabel zijn.

Vaardigheden

Acteren in de korte keten vraagt om andere vaardigheden dan afzetten in de gewone keten. Ondernemers moeten zelf hun producten vermarkten, beprijzen, positioneren in de markt, klantgericht handelen, de logistiek en planning op orde hebben en zelf het uithangbord voor hun producten zijn. Actief zijn in de korte keten, betekent dus dat de value chain op orde is (Tacken et al, 2021). Als ondernemers zelf niet de vaardigheden hebben om de marketing, logistiek, financiering, etc. te regelen, zal dit extern moeten worden ingekocht.

Verbinding houden met klanten

Een deel van de consumenten, horeca en retail vragen van leveranciers dat ze verbinding houden en niet alleen producten leveren. Korte ketens bieden die mogelijkheid, maar ondernemers moeten hier wel belangstelling voor hebben.

Verlies autonomie

Als je je laat leiden door de consument, hebben ondernemers het gevoel dat ze autonomie kwijtraken. Dat hoeft echter niet zo te zijn. Je kunt juist meer maatwerk leveren, waardoor je ook betere rendementen kunt maken.

Opleidingsmogelijkheden en kennisopbouw beperkt

Mensen die in een korte keten willen werken moeten ondernemer zijn, en dat kun je maar in beperkte mate leren. Je moet multi-getalenteerd zijn. Dit gaat verder dan kostprijs minimaliseren. Je moet meer kunnen en extern inhuren is al snel niet rendabel. Er zijn slechts beperkte praktijkopleidingen waar deze vaardigheden (deels) te leren zijn.

Regelgeving

Voor kleinschalige productie is (te) weinig regelgeving. Ook past lokale verkoop niet altijd in het bestemmingsplan of kan bij succes hinder voor omwonenden ontstaan. Het is belangrijk dat ondernemers de regelgeving kennen, of net dat ene stapje verder gaan dan de wet vraagt, bijvoorbeeld door het aanleggen van een parkeerplaats, zodat hinder voor omwonenden achterwege blijft voordat de overheid om handhaving vraagt.

Public procurement

Steeds meer overheden benoemen lokale voeding tot speerpunt. Het leveren aan de overheid moet voldoen aan alle voedselveiligheidsvereisten en vraagt ook een professionele value chain. Als public procurement het doel van een lokale ondernemer is, zal hiermee rekening gehouden dienen te worden. Vaak zijn primaire ondernemers echter helemaal niet thuis in dit soort regelingen.

Kwaliteit van het eindproduct moet leidend zijn

Smaak en kwaliteit is wel voorwaardelijk voor het slagen van korte ketens. Je moet echt onderscheidend zijn op product. Ondernemers overschatten vaak de kwaliteit van hun eigen product in het totaalassortiment dat beschikbaar is. Eerlijkheid en zelfreflectie zijn hiertoe onontbeerlijk.

11 Betrekken inwoners lage SES

Een thema wat we expliciet aandacht willen geven is toegang tot lokaal voedsel voor inwoners met een lage sociaal economische status (SES); veelal inwoners met een laag inkomen. Het gaat bij toegang tot lokaal voedsel om affordability (kun je het betalen), accessibility (is het bereikbaar als je bv geen auto hebt) en availability (wordt aangeboden wat aansluit bij je behoefte). Lage SES inwoners van Nederland zijn in te delen in verschillende groepen:

- Degenen die niet kunnen werken door lichamelijke of psychische beperkingen en daardoor weinig te besteden hebben
- Degenen die om andere redenen niet werken en daardoor weinig te besteden hebben
- Degenen die wel werken, maar nog steeds niet rond kunnen komen

Voor de eerste en de laatste groep is het belangrijk dat korte keten producten dichtbij beschikbaar zijn omdat ze weinig tijd hebben om langs verschillende winkels te gaan of omdat ze niet in staat zijn ver te reizen. Alleen de mensen die in de middelste lage SES groep zitten, met vervoer en tijd, zullen beter in de gelegenheid zijn om lokale producten te kopen op andere plekken dan in de supermarkt, speciaalzaak, of lokale markt in het dorp/de stad. Veel korte keten initiatieven verkopen producten alleen op het platteland, en dus relatief ver weg van stedelijke gebieden. Deze zijn dus lastiger bereikbaar voor de eerste en laatste lage SES groep. Wel is er een ontwikkeling gaande dat steeds meer initiatieven gaan verkopen in dorpen of stedelijke kernen en er meer sociaal gedreven initiatieven ontstaan, die zich juist richten op de lage SES groep in stedelijke wijken. Dergelijke initiatieven zijn wel goed bereikbaar voor de eerste en laatste groep.

Interactie tussen boer en consument/burger is ook afhankelijk van de taalvaardigheid van de klanten. Lage SES is gecorreleerd met allochtonen en laag geletterden, die niet altijd voldoende goed Nederlands spreken. Voor diegenen die een taalachterstand hebben, is de kans op interactie ook klein, dus de kans is kleiner dat deze consumenten invloed hebben op de duurzame keuzes van de boer.

Onderzoek van Meeusen et al (2010), Meeusen et al (2012) en Koelen et al (2001) leert dat mensen in de lage SES groepen heel veel aandacht hebben voor prijs/kwaliteit verhouding van wat ze kopen. Ze hebben dus niet alleen economische motieven, maar kwaliteit en voorkomen van verspilling zijn relatief belangrijk. Ze willen vaker 'waar voor hun geld'.

Sociaal gedreven initiatieven bereiken juist de lage SES groep. Doel daarbij is vaak het verbeteren van het brede welzijn door te verbinden. Gezond voedsel is een basisrecht en door dit soort initiatieven kunnen mensen geholpen zijn. Er zijn steeds meer initiatieven rond lokaal voedsel en armoedebestrijding. Het zijn vaak bottom-up initiatieven van burgers en maatschappelijke organisaties. Ze verbinden meerdere beleidsterreinen zoals armoede bestrijding, sociale cohesie, lokaal voedsel en duurzaamheid. Ze verbinden de systeemwereld van de gemeente met de leefwereld van burgers. Voorbeelden van dergelijke initiatieven zijn:

- Van Tuin tot Bord: samen moestuinieren, koken en eten in Nijmegen;
- de Blauwe Tomaat: goedkope groenten voor inwoners in lage SES wijken in Arnhem;
- Resto van Harte over heel Nederland;
- de Volkskeuken in Almere; gezonde en goedkope maaltijden en acties voor gezond voedsel als een basisrecht; en
- Stichting het Eetschap is actief op dit gebied en heeft veel succes met het betrekken van inwoners door samen met hen activiteiten te ontwikkelen die aansluiten bij de interesse van de inwoners.

De initiatiefnemers en deelnemers in deze initiatieven hebben met elkaar gemeen dat ze behoefte aan erkenning en steun vanuit verschillende gemeentelijke domeinen krijgen, zonder dat gemeenten het overnemen.

Belangrijk is dat er niet over de doelgroep wordt gepraat maar dat de doelgroep zelf actief aan het roer staat.

12 Governance van de initiatieven

Er zijn ook verschillende governance modellen van korte ketens: product gestuurde initiatieven hebben een ander model dan consument gestuurde initiatieven.

Governance van lokale initiatieven moet liggen bij de initiatiefnemers. In het verleden zijn er allerlei subsidieregelingen geweest om korte ketens te stimuleren, maar alleen die initiatieven die zelf het roer in handen hadden van het begin af aan zijn succesvol gebleken. Belangrijk is dat de ondernemers van begin af aan bekend zijn en dat ze zelf hun businessmodel bouwen en dat ze niet afhankelijk zijn van subsidies, erfbetreders, adviseurs etc. Het vraagt dat de leden zelf actief investeren in de samenwerking binnen de korte keten en zo spoedig mogelijk op eigen benen staan. Adviseurs dienen de rol van adviseur aan te nemen en niet op de stoel van de ondernemer te gaan zitten.

Samenwerkingsverbanden tussen ondernemers in korte ketens gaan vaak moeizaam, omdat ondernemers dan moeten investeren buiten het eigen bedrijf en dat doen ze niet graag. Ze willen vaak weinig delen met anderen, en vaak te weinig om van de korte keten een succes van te maken. Samenwerking is een tijdsinvestering maar kan ook vanuit concurrentieoogpunt aftasten zijn. Er zijn veel initiatieven die zijn mislukt, zoals de Groene Hart Coöperatie, omdat boeren niet wilden investeren in het netwerk. Boeren zijn vaak heel terughoudend in het inzichtelijk maken van kosten en opbrengsten aan elkaar.



13 Overheidsinstrumenten om duurzame korte ketens te bevorderen

Met de focusgroep is ook verkend op welke manier overheden korte keten initiatieven kunnen ondersteunen. Dit werd belangrijk gevonden om overheden ook handelingsperspectieven te bieden. In de uitwisseling kwam naar voren dat de overheid (zowel nationaal als lokaal van provincie tot gemeente) verschillende rollen kan aannemen in het stimuleren van korte ketens:

- Mandateren: de overheid definieert standaarden die de minimale normen voor gedrag en prestaties wettelijk vastleggen op het gebied van korte ketens;
- Faciliteren: overheidsinstellingen richten zich op het bevorderen en stimuleren van verbeterde prestaties op het gebied van korte ketens;
- Partnerschappen aangaan: gericht op stakeholderengagement en -dialogo. De overheid kan daarbij een participerende, voorzittende of faciliterende rol op zich nemen;
- Bekrachten: stimuleren van de korte ketens door deze telkens naar voren te brengen in publieke uitingen, beleidsstukken, publiek inkoop- en aanbestedingsbeleid.

Bij deze primaire rollen horen primaire middelen, processen, sturingsmiddelen en betrokkenheid van actoren in de keten als weergegeven in Tabel 3.

Tabel 3 *Potentiële rollen en instrumenten van overheidsbetrokkenheid.*

Rollen	Primair middel	Proces	(Bij)sturing	Stakeholder betrokkenheid
Mandatering	Wet- en regelgeving	Verordeningen, inspecties, controle	Juridisch en fiscale beloning	Stakeholderconsultatie als vereiste bij vergunningverlening
Facilitatie	Gelegenheid creërende wetgeving; subsidiering	Aanmoedigingspremies; bewustwording stimuleren	Capaciteits-ontwikkeling; stimuleren specifieke markten	Ondersteuning debat; bijstaan specifieke groepen
Partnerschap	Samenbrengen van middelen en kennis	Stakeholder engagement	Dialogo	Initiatief nemen tot maatschappelijk debat
Bekracting	Politieke steun	Publieke aanprijzing	Publieke afkeuring	Participatie in fora en publiek debat.

Uit: Tulder, R, M. Kaptein, E. van Mil and R. Schilpzand (2004).

Vertaald naar korte ketens zou dit, volgens de betrokken experts, kunnen resulteren in overheidsacties als:

- Stimuleren dat de duurzaamheid van korte ketens zo groot mogelijk is.
- Systemische fouten van het voedselsysteem benoemen en aanpakken.
- Door marktregulering, korte ketens zich tot een tegenmacht laten ontwikkelen voor de reguliere keten.
- Voedsel uit de speculatieve sfeer houden.
- Gezondheid en welzijn van de consument meer centraal stellen.
- Goede voorbeelden van korte ketens naar voren halen.
- Boeren transparanter laten worden. Herenboeren werken bijvoorbeeld aan transparantie middels het RISE model, maar Herenboeren zijn weer niet inclusief voor alle inkomens. Ook in Latijns-Amerika zijn voorbeeld van transparantie in korte ketens, zoals het Participatory Guarantee System (PGS) waar CSA initiatieven nu mee experimenteren.
- True cost accounting approach adopteren: dit meenemen als pijler naast gezondheid / welzijn, sociaal, ecologisch en economische duurzaamheid.

Er zijn nu ontwikkelingen die overheden juist nu kansen bieden om concrete stappen te zetten.

- Korte ketens worden juridisch nu geholpen, doordat de mededingingsautoriteit heeft besloten dat Sustainability agreements zijn toegestaan. De Kip van morgen mag dus nu wel, wat eerder niet mocht. Dat biedt openingen voor korte keten samenwerkingsverbanden. Hiermee kunnen korte ketens unieke

oplossingen bieden tegenover globale langere ketens. LNV zet in op gebiedsgerichte benadering, en dat is het momentum voor korte ketens, want die zijn het ultieme voorbeeld van local4local.

- Korte ketens zijn nu minder kwetsbaar omdat ze een vaste afzetmarkt hebben, regionaal sourcen, en minder afhankelijk zijn van inputs uit andere landen. De aanvoerlijnen van de reguliere ketens zijn nu kwetsbaar. Dat biedt bijvoorbeeld kansen om lokaal kippenvoer te telen.
- Er is meer aandacht voor voedselbewustzijn in de samenleving. Korte ketens kun je stimuleren door boerderij educatie (basisonderwijs en middelbaar onderwijs) zodat kinderen leren over voedsel. Daarmee kan de basis gelegd worden voor meer voedsel bewustzijn.

Er liggen ook governance uitdagingen:

- Belemmerende regelgeving rond voedselveiligheid.
- Banken en overheid zien korte ketens vaak niet als een volwaardig initiatief voor globale ketens en willen vaak niet investeren in korte ketens omdat ze het te risicovol vinden.
- Boeren zijn vaak weinig enthousiast financieel te investeren in samenwerking om de korte keten te professionaliseren.

14 Conclusie

Korte keten initiatieven starten vanuit verschillende soorten motieven: we onderscheiden sociale, ecologische en economische motieven. Als ze uit een van deze motieven ontstaan, zijn ze niet noodzakelijk ook meteen duurzaam op de andere duurzaamheids-criteria. Lokale en regionale producten zijn niet automatisch sociaal, economisch en ecologisch duurzaam. Afhankelijk van het motief om te starten, zijn producten sociaal, economisch en/of ecologisch duurzamer. Factoren die meespelen om korte ketens vanuit alle 3 de invalshoeken duurzamer te maken:

- Korte keten vraagt meer van de koper; het is essentieel dat de doelgroep in de omgeving aanwezig is, die hier aandacht voor heeft.
- Schaalvoordelen zijn beperkt mogelijk; doelen kunnen onder druk van het economisch verdienmodel soms afzakken.
- Motief niet altijd breed verduurzamen; sommige ondernemers hebben slechts 1 van de 3 duurzaamheidsdoelen.
- Eigen behoefte aan interactie vs inhuur derden; als ondernemers de korte keten uitbesteden, kan het zijn dat ze de andere doelen niet zien.
- Compensatie voor sociale en ecologische duurzaamheid; niet alle consumenten zijn geïnteresseerd om voor sociale en/of ecologische duurzaamheid te betalen.
- Lage investeringsbereidheid; economisch rendement is nodig om in duurzaamheid te investeren. Die ruimte is er niet altijd.
- Vaardigheden; niet alle ondernemers hebben de vaardigheden om sociaal, ecologisch EN economisch te verduurzamen.
- Verbinding houden met klanten; verbinding met de klanten is essentieel om die duurzaamheidsverbeteringen door te voeren die aanspreken.
- Verlies autonomie; sommige ondernemers hebben het gevoel autonomie te verliezen als ze marktgericht gaan werken, hoewel dit niet het geval hoeft te zijn.
- Opleidingsmogelijkheden en kennisopbouw beperkt; marktgericht ondernemen is een werkwijze, waarvoor inzicht nodig is.
- Regelgeving; de regelgeving stimuleert niet altijd alle vormen van duurzaamheid.
- Public procurement; overheden kopen steeds vaker duurzamer in, maar niet iedereen heeft dergelijke klanten.
- Kwaliteit van het eindproduct moet leidend zijn; kwaliteit is essentieel om meerprijs te krijgen en daardoor in duurzaamheid te investeren.

Veel lokale en regionale initiatieven zijn in eerste aanleg onderscheidend op 1 of meerdere aspecten van duurzaamheid. Afhankelijk van de doelstellingen van de boer om lokaal af te gaan zetten en consumenten om lokale producten te kopen, is doorgroei naar andere aspecten van duurzaamheid mogelijk. Interactie met burgers door de ondernemer zelf, is belangrijke trigger om te verduurzamen op andere aspecten dan het initiële duurzaamheidsaspect.

Benchmarking en registratie in bijvoorbeeld het MAEX systeem maar ook een participatieve lerende aanpak van bijvoorbeeld een Participatory Guarantee System (PGS) systeem, kan bijdragen om ondernemers en participanten in lokale ketens te stimuleren duurzaam te zijn op meer dan 1 aspect.

Er zijn uitdagingen op sociaal, ecologisch, economisch en institutioneel gebied. De belangrijkste uitdagingen voor betrokkenen om de duurzaamheid van lokale en regionale producten goed in de vingers te krijgen zijn:

- De grote diversiteit aan typen initiatieven, maakt dat er niet in het algemeen iets gezegd kan worden over waar korte keten initiatieven voor staan en over de duurzaamheid van korte keten producten en er geen advies gegeven kan worden hoe sociale, economische EN ecologische duurzaamheid kan worden bereikt.
- Het economische systeem en het landelijk beleid dat gericht is op export en de exportpositie van de landbouw.

-
- Meer transparantie over ambities en resultaten is nodig om te kunnen bepalen of lokale producten ook duurzamer zijn (anders green washing).
 - Kopen in korte ketens vraagt meer van de consument/burger dan kopen in reguliere ketens, zoals extra reisafstand en extra reistijd; het is niet duidelijk in welke mate verschillende typen korte keten initiatieven bereikbaar zijn voor met name inwoners met lage SES en minder inkomen.

De governance ten aanzien van lokale en regionale ketens zou op een aantal punten kunnen verbeteren. Overheden zouden op verschillende manieren de ontwikkeling van korte ketens kunnen stimuleren door belemmerende regels weg te halen en actief korte keten initiatieven te ondersteunen. Op hoofdlijnen kunnen zij mandateren, reguleren, stimuleren of bekrachtigen. Dit is vooral een taak van lokale overheden, omdat zij de verbinding aan kunnen gaan met ondernemers en ook de ruimte kunnen scheppen om verdere groei te stimuleren.

Met name sociaal gedreven initiatieven zijn vaak gericht op mensen in de lage SES groep en ze zijn vaak succesvol als wensen en behoeften van deze groep goed in acht worden genomen. Voor andere korte keten initiatieven geldt dat ze laagdrempelig en betaalbaar beschikbaar moeten zijn, willen mensen uit de lage SES groepen hiervan gebruik kunnen maken. Weekmarkten zijn bij uitstek een kanaal dat hiervoor aantrekkelijk kan zijn.

Literatuur

- Bernardi, P. de., Bertello, A., Venutti, F and E. Foscole. 2020. How to avoid the tragedy of alternative food networks? The impact of social capital and transparency on AFN performance. *British Food Journal* 122, 2171-2186.
- Blanquart, C., Gonçalves, A., Vandenbossche, L., Kebir, L., Petit, C., & Traversac, J.-B. (2010). The logistic leverages of short food supply chains performance in terms of sustainability. 20.
- Brody, L.S. and M. de Wilde 2020. Cultivating food or cultivating citizens? On the governance and potential of community gardens in Amsterdam. *Local Environment* 25 (3), 243-257.
- Capellini, F., (2022) Transition to a sustainable food system in urban areas: an assessment of leverage points and options for co-evolutionary steering of Short Food Supply Chains in Milan and Maastricht. Master thesis Maastricht University. 60 pp.
- Chiffolleau, Y., & Dourian, T. (2020). Sustainable Food Supply Chains: Is Shortening the Answer? A Literature Review for a Research and Innovation Agenda. *Sustainability*, 12(23), 9831. <https://doi.org/10.3390/su12239831>
- Enjolras, G., & Aubert, M. (2018). Short food supply chains and the issue of sustainability: A case study of French fruit producers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(2), 194–209. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2016-0132>
- Evola, R. S., Peira, G., Varese, E., Bonadonna, A., & Vesce, E. (2022). Short Food Supply Chains in Europe: Scientific Research Directions. *Sustainability*, 14(6), 3602. <https://doi.org/10.3390/su14063602>
- Gaviglio, A., Filippini, R., Madau, F. A., Marescotti, M. E., & Demartini, E. (2021). Technical efficiency and productivity of farms: A periurban case study analysis. *Agricultural and Food Economics*, 9(1), 11. <https://doi.org/10.1186/s40100-021-00181-9>
- Gugerell, Ch., Sato, T., Hvitsand, Ch., Toriyama, D, Suziki, N. and M. Penker. 2021. Know the farmer that feeds you: a cross country analysis of spatial-relational proximities and the attractiveness of community-supported agriculture. *Agriculture* 11
- Hebinck, A., Selomane, O., Veen, E., De Vrieze, A., Hasnain, S., Sellberg, M., ... & Wood, A. (2021). Exploring the transformative potential of urban food. *npj Urban sustainability*, 1(1), 1-9. Nog toevoegen:
- Huntjens, P., & Kemp, R. (2022). The importance of a Natural Social Contract and co-evolutionary governance for sustainability transitions. *Sustainability*, 14(5), 2976.
- Kiss, K., Ruzskai, C., & Takács-György, K. (2019). Examination of Short Supply Chains Based on Circular Economy and Sustainability Aspects. *Resources*, 8(4), 161. <https://doi.org/10.3390/resources8040161>
- Koelen, M. A., Vaandrager, L., & Colomé, C. (2001). Health promotion research: dilemmas and challenges. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 55(4), 257-262.
- Kumar, V., Wang, M., Kumari, A., Akkarangoon, S., Garza-Reyes, J. A., Neutzling, D., & Tupa, J. (2019). Exploring Short Food Supply Chains from Triple Bottom Line Lens: A Comprehensive Systematic Review. 11.
- Loiseau, E., Colin, M., Alaphilippe, A., Coste, G., & Roux, P. (2020). To what extent are short food supply chains (SFSCs) environmentally friendly? Application to French apple distribution using Life Cycle Assessment. *Journal of Cleaner Production*, 276, 124166. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124166>
- Malak-Rawlikowska, A., Majewski, E., Waś, A., Borgen, S. O., Csillag, P., Donati, M., Freeman, R., Hoàng, V., Lecoœur, J.-L., Mancini, M. C., Nguyen, A., Saïdi, M., Tocco, B., Török, Á., Veneziani, M., Vittersø, G., & Wavresky, P. (2019). Measuring the Economic, Environmental, and Social Sustainability of Short Food Supply Chains. *Sustainability*, 11(15), 4004. <https://doi.org/10.3390/su11154004>
- Mancini, M. C., Menozzi, D., Donati, M., Biasini, B., Veneziani, M., & Arfini, F. (2019). Producers' and Consumers' Perception of the Sustainability of Short Food Supply Chains: The Case of Parmigiano Reggiano PDO. *Sustainability*, 11(3), 721. <https://doi.org/10.3390/su11030721>
- Meeusen, M. J. G., Van Wijk, E. E. C., Hoogendam, K., Ronteltap, A., & van't Riet, J. P. (2010). Eetgewoonten van laagopgeleiden. LEI, onderdeel van Wageningen UR
- Meeusen, M. J. G., Voordouw, J., van den Berg, I., & Ruissen, A. (2012). Samen eten doet goed!. LEI, onderdeel van Wageningen UR

-
- Michel-Villarreal, R., Hingley, M., Canavari, M., & Bregoli, I. (2019). Sustainability in Alternative Food Networks: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 11(3), 859. <https://doi.org/10.3390/su11030859>
- Paciarotti, C., & Torregiani, F. (2021). The logistics of the short food supply chain: A literature review. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 428–442. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.002>
- Ribeiro, A.P., Harmsen, R., Feola, G., Carreon, J.R. and E. Worrel. 2021. Organising alternative food networks (AFNs): challenges and facilitating conditions of different AFN types in three EU countries. *Sociologia Ruralis*
- Schmutz, U., Kneafsey, M., Kay, C. S., Doernberg, A., & Zasada, I. (2018). Sustainability impact assessments of different urban short food supply chains: Examples from London, UK. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 33(6), 518–529. <https://doi.org/10.1017/S1742170517000564>
- Sovová, L., & Veen, E. J. (2020). Neither Poor nor Cool: Practising Food Self-Provisioning in Allotment Gardens in the Netherlands and Czechia. *Sustainability*, 12(12), 5134. <https://doi.org/10.3390/su12125134>
- Schmutz, U., Kneafsey, M., Kay, C.S., Doerberg, A. and I. Zasada. 2017. Sustainability impact assessments of different urban short food supply chains: examples from London, UK. *Renewable Agriculture and Food Systems* 33, 518-529
- Tittarelli, F. (2020). Organic greenhouse production: towards an agroecological approach in the framework of the new European regulation—a review. *Agronomy*, 10(1), 72.
- Tulder, R, M. Kaptein, E. van Mil and R. Schilpzand (2004) *De strategische stakeholderdialog – opkomst, succesfactoren, toekomst*. *Bewerking van Fox, T, H. Ward and B. Howard (2002) Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: A Baseline study*. Washington DC: The World Bank
- Van Oers, L., Boon, W.C. and van E.H.M. Moors. 2018 The creation of legitimacy in grassroots organisations: a study of Dutch community-supported agriculture. *Environmental Innovation and Societal Transitions* 29, 55-67
- Van Kampen (2020), [Lokale voedselgemeenschappen in Nederland.pdf \(duurzaamdoor.nl\)](https://www.duurzaamdoor.nl)
- Vittersø, G., Torjusen, H., Laitala, K., Tocco, B., Biasini, B., Csillag, P., de Labarre, M. D., Lecoeur, J.-L., Maj, A., Majewski, E., Malak-Rawlikowska, A., Menozzi, D., Török, Á., & Wavresky, P. (2019). Short Food Supply Chains and Their Contributions to Sustainability: Participants’ Views and Perceptions from 12 European Cases. *Sustainability*, 11(17), 4800. <https://doi.org/10.3390/su11174800>
- Wang, M., Kumar, V., Ruan, X., Saad, M., Garza-Reyes, J. A., & Kumar, A. (2021). Sustainability concerns on consumers’ attitude towards short food supply chains: An empirical investigation. *Operations Management Research*, 1–17. <https://doi.org/10.1007/s12063-021-00188-x>
- Zoll, F., Specht, K and R. Siebert. 2021. Alternative = transformative? Investigating drivers of transformation in alternative food networks in Germany. *Sociologia Ruralis* 61, 638-659.
- Zorer, E., 2022. Transition to a sustainable food system through co-evolutionary steering: discovering leverage points in the short food supply chain of Istanbul and Maastricht. Master thesis Maastricht University. 79 pp.

Website: www.amped.nl



Correspondentie adres voor dit rapport:

Postbus 16

6700 AA Wageningen

T 0317 48 07 00

wur.nl/plant-research

Rapport WPR-1240



De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 7.200 medewerkers (6.400 fte) en 13.200 studenten en ruim 150.000 Leven Lang Leren-deelnemers behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

To explore
the potential
of nature to
improve the
quality of life



Correspondentieadres voor dit rapport:
Postbus 16
6700 AA Wageningen
T 0317 48 07 00
wur.nl/plant-research

Rapport WPR-1240

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 7.200 medewerkers (6.400 fte) en 13.200 studenten en ruim 150.000 Leven Lang Leren-deelnemers behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

