

Analyse Markemodel

Wietske in 't Veld , maart 2024

Wageningen Plant Research i.s.m. Wageningen Economic Research

Financiering: de auteurs zijn erkentelijk voor financiering door het Programma "Circulair en Klimaatneutraal" (project Governance Tools in Practice) van Wageningen University & Research, dat wordt ondersteund door het Nederlandse Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselzekerheid (LNV). BAPS project code: KB-34-001-002.

VERTROUWELIJK

Inhoud

Samenvatting	3
1 Inleiding	4
1 Motivatie deelname aan Markemodel	5
1.1 Markeraads partijen	5
1.2 Boeren	5
2 Succesfactoren Markemodel	6
2.1 Markeraadspartijen	6
2.2 Boeren	7
3 Verbeterpunten Markemodel	8
3.1 Markeraadspartijen	8
3.2 Boeren	8
3.2.1 Borging resultaten	8
3.2.2 KPI systematiek	9
3.2.3 Pilot status van project	9
3.2.4 Markeraad & boerenraad	10
4 Toekomstperspectief Markemodel	11
4.1 Markeraadspartijen	11
4.2 Boeren	11
5 Tot slot	13

1 Inleiding

Het Markemodel is een nieuw regionaal sturingsmodel in de landbouw om het behalen van milieu- en natuurdoelen op regionaal niveau te stimuleren. Het model is ontstaan als reactie op het huidige sturingsmodel, waar de overheid stuurt op meer generieke maatregelen. De landbouw is echter niet eenvormig, opgaven en verdienmodellen binnen de landbouw verschillen van regio tot regio. Regionale sturing biedt dan ook een veelbelovend alternatief.

Binnen het Markemodel kunnen boeren tegen vergoeding maatregelen uitvoeren die bijdragen leveren aan de opgaven binnen hun regio. Opgaven kunnen bijvoorbeeld zijn het verminderen van broeikasgasuitstoot of het verhogen van de biodiversiteit. Binnen het Markemodel wordt niet meer met middelvoorschriften gewerkt, maar met doelsturing door middel van kritische prestatie indicatoren (KPI's). De boer kan punten behalen en daarmee een vergoeding verkrijgen. Een derde vernieuwende component is de horizontale sturing, waarbij stuurders en gestuurden op gelijk niveau staan binnen het besluitvormingsproces. Regionale dialogen worden gehouden en een boerenraad heeft inspraak namens de boeren binnen een gebied.

Voor dit rapport zijn vier Markeraadspartijen en twee boeren die hebben deelgenomen aan het Markemodel geïnterviewd. Op basis van de interviews is een analyse gedaan van motivatie voor deelname, succesfactoren, knelpunten en toekomstperspectief van het Markemodel. Alle interviews zijn opgenomen en getranscribeerd. Alle partijen hebben een toestemmingsformulier ingediend, waarin akkoord wordt gegeven voor het anoniem gebruik van de data.

Deze publieke versie is aangemaakt ter registratie van de resultaten van het project. Aangezien de notitie vertrouwelijk is, is de inhoud niet opgenomen in deze publieke versie. Vragen over deze publicatie kunnen gericht worden aan carolien.delauwere@wur.nl of cor.wattel@wur.nl .

Wageningen Economic Research
Wageningen University & Research
Postbus 16
6700 AA Wageningen
www.wur.eu/economic-research

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.