



Verslag bijeenkomst Korte Voedsel Afzetketens Overijssel

Datum: 25 oktober 2016

Locatie: de Vreugdehoeve te Zwolle

Achtergrond

Het wemelt momenteel in Nederland van de initiatieven die een verkorting van de voedselketen nastreven. Variërend van boerencoöperaties, streekboxen en kratten, boerenmarkten en boerderijverkoop tot coöperatieve winkels, voedselcollectieven, CSA's (Community Supported Agriculture) en groenteclubs. Deze rechtstreekse vorm van handel tussen boer en consument (retail, horeca) heeft vele voordelen. Het is transparant en geeft vertrouwen, levert een redelijke prijs en nieuwe verdienmodellen voor de boer, zeggenschap voor de consument (met wellicht betere producten tot gevolg), het geeft verbinding en sociale cohesie en levert een bijdrage aan de regionale economie. Bovendien krijgen deelnemers een gevoel van autonomie als zij de handel in voedsel kunnen regelen. Veel van deze initiatieven zijn echter nog klein (enkele honderden tot duizenden klanten), hebben moeite het hoofd boven water te houden, missen de middelen om op te schalen en worstelen met een efficiënte distributie en logistiek. Hoe wordt deze beweging groter en krachtiger?

Doel en aanleiding

Wat zijn de knelpunten en kansen in de korte voedselketen? Wat levert samenwerking ondernemers op in het vinden van nieuwe markten, op gebied van logistiek, communicatie en ICT? Wat zijn zinvolle innovaties in de korte voedselketen en waar kan financiering vandaan komen? En welke ondersteuning kan de overheid bieden?

Deze en meer onderwerpen kwamen aan de orde in de **Workshop korte voedsel afzetketens in Overijssel**, die de provincie Overijssel en het Regiebureau POP, in samenwerking met het Agri&Food Innovatiecluster Regio Zwolle organiseerden op dinsdag 25 oktober in de Vreugdehoeve te Zwolle.

Op de bijeenkomst zijn ruim 70 mensen afgekomen. Waaronder veel ondernemers/boeren, enkele adviseurs, mensen van kennisinstellingen, vertegenwoordigers van de overheid, consumentenplatforms/maatschappelijke organisaties en financiers.

Kees Anker – Netwerk Platteland / Regiebureau POP

Het Netwerk Platteland is een onderdeel van het Regiebureau POP en heeft o.a. als doel om de betrokkenheid van stakeholders bij de uitvoering van het subsidieprogramma POP3 te vergroten en de kwaliteit van de uitvoering te verbeteren. Het Netwerk signaleert een enorm aantal initiatieven die zich richten op het verkorten van de voedselketen. Europa maakt het mogelijk om POP3 in te zetten op het ondersteunen van dergelijke initiatieven. Daarvoor is echter een wijziging (notificatie) van het programma nodig. Met deze bijeenkomst wil het Netwerk gevoel krijgen of hier behoefte aan is. (www.netwerkplatteland.nl)

Hanna van Vonderen – Provincie Overijssel

De Agro&Food sector is belangrijk voor de provincie (10% van de economie, 15% werkgelegenheid, 70% van het grondgebruik). Provinciale Staten hebben onlangs 12 miljoen Euro vrijgemaakt om de komende 3 jaar te investeren in de verduurzaming van de landbouw. Met zgn innovatielabs wil de provincie de transitie ondersteunen. Eén van de innovatielabs zou over het verkorten van de voedselketen kunnen gaan.

Sandra van Kampen – De schaal van Kampen

Sandra houdt zich bezig met de transitie in de voedselketen. De lijst met problemen die samenhangen met de huidige manier van voedselproductie en -consumptie is eindeloos. Er is een radicale verandering nodig. Niet een beetje verduurzamen, maar wel nieuwe ketens ontwerpen met ruimte voor innovatie. Minder dierlijk en meer plantaardig voedsel. Minder bewerkt voedsel en minder verspilling (www.deschaalvankampen.nl)

Petra van den Hengel – Agri&Food Innovatiecluster Regio Zwolle

Petra is innovatieadviseur bij Kennispoort Regio Zwolle en ondersteunt agrofood ondernemers met een innovatievraagstuk verder op weg. Het Agri&Food cluster stimuleert ondernemers om met elkaar samen te werken om te komen tot product- en ketenontwikkeling. Eén van de focusgebieden van het cluster is het verkorten van de voedselketen.

Quick scan initiatieven Overijssel

Een inventarisatie van de initiatieven om de voedselketen in Overijssel te verkorten laat zien dat er erg veel gaande is (*zie presentatie Sandra van Kampen*).

Kansen voor de zorgmarkt: Mike Venekamp – Atlantis Handelshuis (Den Helder)

Atlantis Handelshuis is een groothandel in verantwoorde streekproducten. Atlantis wil zoveel mogelijk positieve impact voor het milieu creëren door meer regionale samenwerking te organiseren tussen telers, tuinders en boeren, zodat een koppeling gemaakt kan worden met zorginstellingen en ziekenhuizen en deze te begeleiden in de transitie om verse en gezonde voeding op het menu te krijgen.

Leverancier Westfriesgasthuis. Verspilling terug gebracht van 40% naar minder dan 5% (doordat: eten van Atlantis wordt veel beter wordt gegeten, en vraaggericht aanbod van voedsel). Dit verschil is ingezet om kwalitatief betere en gezondere producten in de kopen. Seizoengerichte menu's samengesteld, waarbij de groentes centraal staan. Onderzoek van McKinsey: 76% minder km gereden en 89% minder CO2-uitstoot tov reguliere bevoorrading (en dat met een tweedehands bus).

Methode:

- Bestuurders die verantwoordelijk zijn voor inkoop meekrijgen;
- Meelopen in de keuken, koks zelf weer laten koken;
- Adviseren op productniveau;
- Stapje voor stapje;
- Meedenken met de communicatieafdeling

Werkt samen met Diverzio: stichting gezond en duurzaam eten & drinken voor instellingen (www.diverzio.nl)

Mike heeft het aanbod gedaan om Overijsselse initiatieven richting de zorg te ondersteunen. (www.antlantishandelshuis.nl)

Korte pitches van verschillende Overijsselse initiatieven

Jeroen Neimeijer

Jeroen heeft zelf een varkensbedrijf, en is met een aantal andere ondernemers het initiatief gestart om een Foodhal in Zwolle te starten. Ze zijn op zoek naar een geschikte plek in de stad waar producten uit de regio samengebracht kunnen worden. Naast een marktfunctie wordt er gedacht aan horeca en educatie. Vraagstukken zijn: is er voldoende markt/draagvlak voor lokaal voedsel, wie zijn goede partners, welke initiatieven kunnen aanhaken, hoe doen we de logistiek en de ICT?

Johan Laarman –Verswinkel Ruinen

Johan heeft een pluimveebedrijf en is afgelopen voorjaar met twee collega-boeren een verswinkel ('t Vershuus) in het Drentse Ruinen gestart. In winkel verkopen ze kipproducten, groente en fruit en boerenkaas, rechtstreeks van de eigen boerderijen.

Herman van Assen - Vreugdehoeve

Bedrijf is verplaatst vanwege Ruimte voor de Rivier traject. Gaf de mogelijkheid om de biologische schapenhouderij (200 schapen) te combineren met een boerderijwinkel (waar eigen producten (waaronder kaas en ijs) en streekproducten worden verkocht), thee-koffie schenkerij, een vergader/feestlocatie, een informatiepunt van Natuurmonumenten. Herman is zeer tevreden over zijn huidige bedrijfsresultaten.

Zaalgesprek onder leiding van Sandra van Kampen.

Wat hebben ondernemers en initiatiefnemers in de korte keten nodig? Welke kansen en Belemmeringen spelen een rol? Hoe kunnen deze initiatieven in Overijssel een krachtige beweging worden die de regionale economie versterkt?

Sandra stelde een aantal vraagstukken aan de orde. In de vorm van vraaggesprekken zijn de volgende thema's besproken:

- Logistiek & distributie
- Marketing: hoe vind en behoud je klanten
- Nieuwe markten
- Hoe maak je schaa sprong
- Financiering en facilitering

Tijdens het zaalgesprek kwam naar voren dat het onderling vertrouwen tussen de boeren in Overijssel niet erg groot is. Wel is het besef aanwezig dat samenwerken, kennis uitwisseling (o.a. over prijzen en producten) en elkaar wat gunnen van belang is om verder te komen.

Vier workshops

In de middag worden een aantal onderwerpen via een viertal workshops uitgediept.

1. Samenwerking

Deelnemers:

Brigitte Keijzer, Teunie van de Weerd, Lenie de Holkenburg, André Reuring, Thea Simmens, Diana Stap, Thea Paassen, Jeanette Hoogeboom, Herman van Assen, Hanna van Vonderen, Sandra van Kampen, Atty Aalberts (verslag)

Wat is je ervaring m.b.t. samenwerking?

- Met elkaar doen.
- Samenwerken is een kunst; vergt veel werk en vaardigheden.
- Lange adem hebben. Steeds teruggaan naar je doelen.
- Binding met partijen mist; hoe krijg je dat voor elkaar / hoe krijg je de neuzen dezelfde kant op?

- Samenwerkingen zijn moeilijk, maar regel ook tijdig de financiële / contractuele aspecten.
- Distributie streekproducten komt niet goed op gang, hoe komen we een stap verder?
- Gunfactor is belangrijk.
- Organisatie kost geld; dit wordt vaak niet door iedereen gezien, waardoor er onenigheid kan ontstaan / beseffen dat iedereen verdienen moet.
- Steek je net uit en blijf dichtbij jezelf.
- Moet gedragen worden door alle partijen.

Wat is er nodig voor een goede samenwerking?

- Ken elkaar. Neem de tijd voor de voorbereidingen. Je moet elkaar goed leren kennen, om elkaar ook iets te gunnen. Het groepsproces moet op gang worden gebracht. Bij voorbeeld door te starten met teambuilding. Inspireer elkaar en doe leuke dingen met elkaar. En neem afscheid van meelifters!
- Organiserend vermogen. Goede voorzitter of procesbegeleider is belangrijk. En ondernemers moeten mee willen. Daarbij een goede taakverdeling met duidelijke afspraken: wie doet wat. Tijdige herijking voordat de volgende stap genomen wordt.
- Gedeelde en persoonlijke visie en waarden. Ondernemers met draagvlak en passie. Gedeelde trots.
- Investering. Samenwerking opzetten kost veel tijd en voorbereiding. Soms is het nodig om ook (in eerste instantie) eigen vermogen te investeren.

Wat levert het op?

- Euro's
- Waardering
- Gezelligheid

2. Nieuwe markten

Deelnemers

Harry Kortstee (WUR, voorzitter), Brenda Vrieling (verslag), Jeroen Neimeijer, Jos van Leussen, Andra Westerhoff, Judith de Rijk, Harry Boonkamp, Geert Sol, Estella Franssen, Derk Pullen, Jaco Visser

Deelnemers aan deze workshop deelden hun ideeën en behoeften. Samengevat leven er bij de producenten **twee hoofdvragen**:

1. Hoe krijgen we de markt vraag helder: Wat wil de consument eigenlijk? Hoe krijg ik mijn product bij die consument? Wat zijn nieuwe afzetkanalen?
2. Gedeeld inzicht dat samenwerking georganiseerd moet worden: Wie zijn geschikte samenwerkingspartners? Waar vind ik die? Hoe bouwen we een netwerk op en hoe organiseren we ons? Wie voelt zich eigenaar van de samenwerking en wie pakt het op?

De vervolgvraag is wie de korte voedselketen in Overijssel verder kan helpen?

- Wie kan het netwerk in Overijssel voor ons in kaart brengen? En in kaart brengen wat er allemaal al is? Hoe sterk zijn deze producten?
- Wie kan het netwerk in Overijssel praktisch met elkaar verbinden? Daarbij is de gedachte dat door ontmoetingen mensen elkaar leren kennen en elkaars toegevoegde waarde zien en dan zelf de verbinding gaan organiseren.
- Wie kan de markt vraag in Overijssel in beeld brengen?
- Wie kan iedereen bij elkaar brengen (producent, logistiek, afnemers).

Tussen de deelnemers bevonden zich partijen die een helpende hand kunnen bieden:

- De Ulebelt /NME uit Deventer heeft aangeboden ondernemers te willen helpen om de verbinding met de consument te vinden;
- Mike Venekamp van Atlantis Handelshuis heeft het aanbod gedaan om te helpen de zorg in Overijssel te ontsluiten met lokaal/regionaal geproduceerd voedsel;

- Geert Sol van CAH Aeres Hogeschool in Dronten werkt samen met Kennispoort Zwolle en zijn voor hun studenten op zoek naar ondernemers die zoeken naar een nieuw businessmodellen.

Tips die zijn uitgewisseld:

- Zorg dat via politieke invloed en voorbeeld uit Provincie/Gemeente je de bestuurders van grote organisaties aanspreekt op het belang van goed regionaal voedsel zodat wij de inkopers een opdracht geven;

3. Facilitering en ondersteuning

Deelnemers

Hanneke Stegeman, Jan Broenink, Jeroen Stegeman, Pieter Koonstra, Roy Ottink, Wilma van Vilsteren, Anneke de Jongh, Marianne Breedijk, Niels Tomson, Petra van de Hengel, Arie Moning (verslag)

In deze sessie is gezocht naar een gedeelde behoefte. De deelnemers van deze groep hebben allemaal behoefte om het verhaal van hun producten op een zodanige manier te vertellen dat het goed aansluit bij de consument. Ook de regie van de keten is een middel om op de juiste manier de producten bij de consument te brengen. Daarnaast willen ze ook feedback ontvangen van de consument, om hun producten en diensten te optimaliseren en weer contact te krijgen met de consument. Producten aan kunnen bieden waar de consument door wordt aangesproken. Daarvoor creatieve manieren vinden. Hiervoor is kennis en inspiratie nodig en creatieve manieren om dit uit te voeren.

Wat kan deze groep aan ondersteuning gebruiken?

1. Voor bij wie dat nodig is: Medewerkers trainen om de visie en het verhaal van het bedrijf enthousiast op klanten en contacten
2. Verhaal vertellen op moderne en unieke manier. Virtual reality bril om dingen te laten zien van je bedrijf als voorbeeld. Uitvinden hoe je de klant bereikt en weet wat er bij de consument leeft. Een denkgroepje vormen om dit uit te werken (de marketing met ogen van de consument).
3. Deze groep heeft behoefte hier op korte termijn over door te praten en vraagt Kennispoort en Provincie dit te organiseren.
4. Mogelijk Innovatielab optuigen om deze ideeën uit te wisselen.

4. Marketing en promotie

Deelnemers:

Ado Bloemendal, Geertruida Grootens, Jan Jongerius, Maarten Berris, Jan Boxum, Johan Laarman, Hedwig Haarman, Jan van Gerner, Johan Grootens, Kees Anker, Janneke Donders, Annemiek Hulseman, Ado Bloemendal, Tonny Selles

Na een discussie over de manier hoe promotie van je bedrijf het beste zou kunnen plaatsvinden en de wijze waarop gecommuniceerd moet worden zijn de volgende conclusies getrokken:

- Het is belangrijk om eerst een stip op de horizon te bepalen en vervolgens een plan te maken (niet alleen op papier!)
- Gebruik je eigen netwerk en deel ook alles binnen je netwerk
- Ga uit van je eigen kracht en wees jezelf.
- Stap uit je comfortzone
- Maak de consument belangrijk
- Betrek het onderwijs (bijvoorbeeld scholen uitnodigen op je bedrijf), maar denk daarbij ook aan andere groepen zoals Lions, Soroptimisten etc.
- Durf iemand om hulp te vragen en zoek daarbij een mentor

Hoe nu verder?

Als algemeen beeld kwam naar voren dat de ondernemers behoefte hebben aan een platform/een aanspreekpunt die kan helpen bij het opbouwen van een netwerk (partijen bij elkaar brengt) en kennisuitwisseling (over de markt, over logistiek en over ICT). Die handschoen werd ter plekke nog door niemand opgepakt.