

# Verslag Meet & Eat Lokaal Voedsel

*Bijeenkomst Korte Voedsel Afzetketens in Groningen en Drenthe*



## **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 Meet&Eat/ Korte voedsel afzetketens in Groningen/Drenthe, die de Natuur & Milieufederaties Groningen en Drenthe, de provincies Groningen/Drenthe en het Netwerk Platteland/Regiebureau POP organiseerden op donderdag 3 november in Kunstplaza Schurer te Assen.

Op de bijeenkomst zijn circa 60 mensen afgekomen. Waaronder veel ondernemers/boeren, enkele adviseurs, mensen van kennisinstellingen, vertegenwoordigers van de overheid en maatschappelijke organisaties.

## **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](http://www.netwerkplatteland.nl))

## **Judith Boekel/Akkeliene Postema – Natuur & Milieufederaties Drenthe en Groningen**

De Natuur en Milieufederaties in Groningen en Drenthe werken voor en met mensen aan een gezond milieu, een rijke natuur en een mooi landschap en zetten zich met hart en ziel in voor een duurzame ontwikkeling van onze provincies. Eén van de thema's waar veel milieuwinst op te halen is, is voedsel. De komende jaren zetten we onze tanden in dit thema en werken we aan een duurzaam voedselnetwerk voor Noord-Nederland. We brengen het netwerk samen door middel van een serie

bijeenkomsten 'de Meet & Eats'. De eerste ronde gaat over lokaal voedsel, plantaardige eiwitten en het tegengaan van voedselverspilling. [www.nmfdrenthe.nl](http://www.nmfdrenthe.nl) en [www.nmfgroningen.nl](http://www.nmfgroningen.nl).

### **Dagvoorzitter 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](http://www.deschaalvankampen.nl))

### **Quick scan initiatieven Groningen en Drenthe**

#### **Jan-Willem van der Schans (WUR)**

Wat is een korte keten? De Europese Commissie hanteert de definitie dat er niet meer dan 1 schakel tussen een product en een consument zit. Een andere definitie is een keten met zo min mogelijk schakels, die transparant en eerlijk is, op basis van partnerschap.

In de presentatie van Jan-Willem treft u een overzicht van de initiatieven in Groningen en Drenthe aan.

*(zie presentatie Jan Willem van der Schans).*

### **Het programma Reframe**

#### **Hiltje van der Wal**

De gebiedscoöperatie Westerkwartier (ca. 600 boeren) wilde voor het lokale MKB een pilot opzetten in lokaal verband en kwamen daarvoor bij de stad Groningen. Groningen heeft al jaren voedselbeleid. De stad Groningen heeft vervolgens een projectaanvraag in Europa gedaan en dit heeft geresulteerd in deelname aan een Europees project 'Naar een regionale voedselketen'. Het is een driejarig project waarbij de Hanzehogeschool en het Terra college betrokken zijn.

In september dit jaar is men gestart met de inventarisatie. De regio is de stad Groningen met daaromheen een straal van 50 km. Men inventariseert producenten, verwerkers en grootkeukens en kijkt naar matches en mismatches. Het doel is om het MKB te verbinden met de vraag. Men probeert nieuwe business cases te ontdekken.

Het bouwen van een regionale voedselketen is een uitdaging. Als je contracten wil aanbesteden, moet je er ook klaar voor zijn om te leveren. Bij voedsel speelt het aspect gezondheid, maar het verbindt ook (sociale aspecten). Men gaat op zoek naar coöperatieve arrangementen. Er is een voedselmakelaar actief in het Westerkwartier. De bedoeling is om de voedselketen straks uit te rollen over de rest van de regio.

De stad Groningen wil graag horen hoe zij haar rol kan invullen. Alles wat in Groningen geleerd wordt, wordt beschikbaar gesteld voor bijvoorbeeld Drenthe.

*(zie presentatie Hiltje van der Wal)*

### **Pitches Groningse en Drentse initiatieven**

#### **Sandra Ronde, Streekboer**

Het initiatief is begonnen omdat er te weinig uit de streek werd gekocht. Het is een platform waar lokale boeren producten opzetten. Consumenten kunnen deze producten bestellen en deze vervolgens op bepaalde tijdstippen bij 10 distributiepunten ophalen. De boeren komen samen bij 3 verzamelpunten. Een 60-tal boeren neemt deel en meer dan 2.000 Friezen hebben al iets besteld.

Streekboer wil zich graag profileren als sociale onderneming, maar dit is lastig. Ze zijn bezig met een stabiel verdienmodel. Nu zit er 17% over alle verkopen via de website. Dat is te veel. Men wil overstappen naar een lidmaatschapsmodel, waarbij iedereen een vast bedrag betaalt.

### **Fedde van der Meer, Weide Weelde**

Bedrijven van Weide Weelde hebben 10 % van het bedrijf natuurinvulling. Na 3 jaar moet dit 30% zijn. Ze hebben een weidegang van 180 dagen. Dit heeft impact op het landschap. De melk wordt geleverd via de kleine coöperatie Noorderstroom. Deze kan de melkstroom differentiëren. Er is een samenwerking met Aware. De melk wordt door een kleine zuivelfabriek verwerkt. Landelijk zijn afspraken met Jumbo gemaakt over de afzet van de producten. In Noord-Nederland zijn ook afspraken met de Poiesz gemaakt. Er zijn gesprekken gaande met AH. Er is weinig budget voor PR. Men doet veel demonstraties in winkels en zoekt naar ambassadeurs.

De boeren die deze melkstroom leveren, krijgen een plus op de melkprijs. Maar deze plus wordt nog niet terugverdiend. Het wordt nu betaald uit een herverdeling met de boeren die niet deelnemen. Dit kan niet zo doorgaan.

### **Eelco de Boer, Karwij**

Karwij is al 30 jaar bezig met de verwerking van biologische zuivel. De melk komt uit de omgeving Rolde en uit de rest van Noord-Nederland. De afzet verloopt nu grotendeels via de Zaaister. Er wordt 300.000 liter melk verwerkt en er is geen behoefte om te groeien.

## **Zaalgesprek onder leiding van Sandra van Kampen**

Dragen keurmerken bij aan de verkoop van regionale producten?

Een aanwezige koopt geen producten met een keurmerk, omdat die te duur zijn. Een ander is wel voorstander van landelijke keurmerken, maar vindt dat er een groot oerwoud is aan streekproducten.

### **Wie werkt er samen**

De aanwezigen in de zaal werken nog weinig samen. Een aantal wil wel meer samenwerken. Samenwerking werkt soms wel vertragend.

### **Voor wie is opschaling een issue?**

Lambert Sijens van de Tuinen van Weldadigheid en voorzitter van de Ommelandersmarkt is van mening dat er een bepaalde schaal nodig is, wil je geld verdienen. Voor de Ommelandersmarkt is groei nodig door meer continuïteit (nu is de markt maar 1x per maand) en meer standhouders.

Gerda van Veen van de webshop Heerlijk eerlijk vlees vindt het belangrijk dat kinderen / iedereen meer binding krijgt met waar het voedsel vandaan komt. Ze verkoopt daarom vlees van de Kijkboerderij in Eelde niet buiten 20 km.

### **Wie heeft logistieke knelpunten?**

De ervaringen zijn hier wisselend. De Tuinen van Weldadigheid levert niet meer aan restaurant Bitter en Zoet, omdat het niet uit kan. Hij is van mening dat je de logistiek niet in je eentje moet gaan doen. De Zeegserhoeve zet nog wel producten af bij lokale restaurants. Ditzelfde geldt voor de hippe boerin. Zij laat de horeca de niche producten 3x per week halen.

De Noaberhoeve zit op zandgrond en wisselt op dinsdagavond producten uit met andere bedrijven op kleigrond.

### **Voor wie is geld een issue?**

Gesteld wordt dat daarbij onderscheid moet worden gemaakt tussen 3 niveaus:

1. Boer-consument
2. Collectief boeren – consument
3. Collectief boeren – zorginstelling e.d.

Hendrik Lutz licht toe hoe hij gebruik heeft gemaakt van POP-geld.

### **Wat is de rol van de overheid?**

In Noord-Nederland is er een waterhoofd aan regelingen. Het zou mooi zijn, als die toegankelijker zouden zijn.

Korte ketens is in principe onderdeel van de POP-regeling. Maar de Nederlandse invulling van de

POP-regeling maakt brede ondersteuning van korte ketens eigenlijk onmogelijk. Er kunnen alleen innovatieve aspecten gesteund worden.

De Streekboer wil niet afhankelijk zijn van subsidies, maar heeft wel ondersteuning van de overheid nodig.

De provincie Fryslân heeft een programma Eetbaar Fryslân en er zijn ook budgetten om korte ketens te kunnen stimuleren (bv. in het Milieubeleidsplan). De Friese Milieufederatie gaat een katalysatorfunctie vervullen door producenten in contact te brengen met afnemers. De RUG gaat onderzoek doen naar nieuwe verdienmodellen.

### **Is verantwoord voedsel te duur?**

Reacties uit de zaal zijn dat we maar een beperkt percentage van ons inkomen aan voedsel besteden. Het is arbeidsintensiefs om een goed product te kunnen leveren. Voedsel eerder te goedkoop. Opgemerkt wordt wel dat we wel iets anders moeten doen, willen we een grote groep consumenten bereiken.

### **Gedeputeerde Stelpstra**

Ook gedeputeerden Jumelet van landbouw en Brink van economische zaken hadden hier vandaag kunnen zitten. Zelf heeft Stelpstra klimaat in de portefeuille. Voedsel loopt dwars door alle beleidsvelden heen. Voedsel heeft 20 tot 25 % impact op onze voetafdruk.

Voedsel staat binnen de provincie Drenthe weinig in the picture. Korte ketens staan beleidsmatig niet hoog op de agenda. De provincie start met het thema circulaire economie. Daarbij ligt de focus nu op industrie, terwijl bij het thema voedsel veel winst is te halen.

Stelpstra is een voorstander van leningen in plaats van subsidies. Hij hoort veel over intrinsiek ondernemerschap. Het zou goed zijn als we een slag kunnen slaan naar duurzame landbouw. Dit staat ook op de Statenagenda. Men zou een forse impuls moeten geven aan duurzame landbouw. Stelpstra is ook benieuwd waar de provincie zich niet meer mee moet bemoeien. Kan de provincie zaken faciliteren via de ruimtelijke ordening? De provincie wil kijken hoe een en ander praktisch handen en voeten gegeven kan worden.

## **Uitwerken thema's in vier workshops**

### **1 Samenwerking**

#### Deelnemers:

Sandra van Kampen, Wianne Weurding (blogger), Dries van Rozen (zelfstandige, voormalig LTO), Mirjam Weischer (Smakelijk Erf), Hero Havinga (producent Landgoud en Craftbier), Hans-Paul Klijsma (voorzitter van de Natuur en Milieufederatie Groningen) en Judith van den Berg (Natuur en Milieufederatie Drenthe).

#### **Samenvatting van het gesprek**

*Wat hebben de deelnemers met het thema samenwerking en verduurzaming van het voedselsysteem?*

Dries van Rozen heeft zich in het verleden vaak voor samenwerkingsprojecten in Utrecht ingezet. Hij ziet daarom ook waarom samenwerking niet werkt. Speerpunt zou moeten zijn dat er een soort loket nodig is dat makelt en schakelt. Dit loket moet mensen wegwijs maken en gelijkgestemden bij elkaar zetten. Er zijn wel al allerlei initiatieven op het vlak van streek- en seizoensgebonden eten. Vraag is of je samenhang in deze initiatieven zou moeten brengen of juist niet.

Hans-Paul Klijsma is voorzitter van de Natuur en Milieufederatie Groningen. Hij is nu alleen consument van voedsel, maar in het verleden heeft hij bij het Duurzaamheidscentrum Groningen gewerkt. Er is veel belangstelling voor voedsel. De potentie aan de kant van de consumenten voor verduurzaming van voedsel is groot. Vraag is hoe je de bewuste consument makkelijker kunt bedienen en hoe je de positie van de consument kunt versterken. De rol van de Natuur en Milieufederatie Groningen is om het publiek mee te nemen in de verduurzaming van ons voedselsysteem.

Hero Havinga werkt al jaren samen. Hij heeft spelt in Nederland geïntroduceerd. Het is begonnen met de samenwerking boer-molenaar-bakker. De waarde zit in het eindproduct en de vraag is hoe je dit gaat distribueren. Daarvoor heb je samenwerking nodig. Samenwerking is ook nieuwe niches opzoeken om nieuwe markten te creëren. Daarvoor is ondernemerschap nodig. Hero is ook een bierbrouwerij met 8 jongens begonnen. Ook investeert hij in andere boerderijen. Heikel punt blijft de distributie. Samenwerking is de juiste mensen om je heen creëren!

Mirjam Weischer heeft Smakelijk Erf opgericht. Zij ontwerpt eetbaar landschap en eetbare tuinen. Zij heeft de eerste afdeling van Velt in Noord-Nederland opgericht. Velt (Vereniging voor Ecologisch Leven en Tuinieren) houdt zich bezig met een gezonde bodem tot aan het lekker klaarmaken van eerlijk voedsel. Ze geeft ook lezingen samen met Rienke Dijkina. Daarbij blijkt dat er veel interesse is voor gezond voedsel.

In Drenthe zijn er veel kleine bedrijven die niet bekend zijn bij het grote publiek. Ook kennen de bedrijven elkaar niet. Zij wil deze bedrijven aaneenrijgen en probeert in dit kader het festival der Ecologische verrassing te organiseren.

Ervaring van Hero Havinga is dat de bedrijven in Groningen elkaar beter kennen, al houdt alleen de biologische sector zich bezig met de korte keten. In Friesland doet ook de gangbare sector dat. In de melkveehouderij is verduurzaming overigens veel eenvoudiger dan in de akkerbouw. In de akkerbouw teelt men nu in het algemeen 1 op 3 (suikerbieten, zetmeelaardappelen en graan). Als je wil verduurzamen, heb je veel andere teelten nodig.

Voor de verduurzaming van de voedselketen is het ook van belang aan tafel te gaan met agrarische opleidingen en de financiële sector. Er zijn veel raderen die moeten gaan draaien. Ook opvoeding speelt een rol.

Wianne Weurding blogt in het kader van de Voetspot. Vanwege haar nierziekte is ze onbespoten voeding gaan eten. Daardoor is ze nu medicatievrij. Ze heeft een opleiding gedaan om voedingsadviezen te mogen geven.

#### **Waarom is samenwerking zinvol?**

Als je in de keten samenwerkt, kun je er schakels tussenuit halen en is je marge groter. Samenwerking is nodig om het product bij de juiste persoon te krijgen. De meerderheid is het er over eens dat samenwerking meer klanten oplevert. Samenwerking kan ook helpen om de consument duidelijk te maken waar lokale producten te koop zijn (gezamenlijke PR). De vraag is wel of alle consumenten daar behoefte aan hebben. Voor veel consumenten is vooral het gemak van belang. Ze willen alles bij de supermarkt kunnen halen en gaan niet allerlei ondernemers langs om lokale producten te kopen. De machtige positie van de grote supermarkten in Nederland is een lastig punt in de verduurzaming van het voedselnetwerk. Als je samenwerkt, kan iedereen doen waar hij/zij goed in is.

### **Wat is samenwerking?**

Er zijn twee vormen van samenwerking:

1. Horizontale samenwerking: bijvoorbeeld verschillende akkerbouwers die spelt aan een molenaar leveren.
2. Verticale samenwerking in de keten, bijvoorbeeld een samenwerking tussen een akkerbouwer, een molenaar en een bakker.

### **Wat is nodig voor samenwerking?**

Er is een digitaal platform nodig om samenwerking op gang te brengen. Men kent elkaar niet en via een digitaal platform kan men (ondernemers of ketenpartners) met elkaar in contact komen. In Overijssel bleek het gebrek van onderling vertrouwen een issue. Hero Havinga vindt dit herkenbaar. Er wordt te weinig tussen collega's gecommuniceerd en ook in de keten.

### **Actiepunten**

1. Organiseer netwerkbijeenkomsten waardoor men elkaar kan leren kennen. Dit is de basis voor samenwerking.
2. Creëer een digitaal platform waar ondernemers en ketenpartners met elkaar in contact kunnen komen.
3. Zet in op een goed werkend streekproduct. Kijk daarbij naar waarom Drents Goed (1 distributeur) wel een succes is en Groningse streekproducten niet.
4. Zorg voor een soort loket dat makelt en schakelt.
5. Zet in op nieuwe product/marktcombinaties die waarde aan het product toevoegen.

---

## **2 De volgende stap, nieuwe markten**

### Deelnemers:

Wolter Moorman (Natuurwerkgroep Zuidwolde), Jaap Rademaker (Hfd restauratieve voorz. RUG), Wiebe Lamsma (Westerzam), Mirjam Balkema, Hendrik Lut, Hiltje van der Wal (gemeente Groningen) en Eelco de Boer (Kaasmakerij Karwij), Akkeliene Postema (Natuur en Milieufederatie Groningen).

### **Samenvatting van het gesprek**

*De eerste vraag die aan de orde kwam: Hoe ziet u mogelijkheden om samen te werken met regionale partijen?*

### **Aanbestedingsbeleid grotere organisaties**

Het gesprek gaat eerst over het aanbestedingsbeleid van grotere organisaties, zoals de RUG en de provincies. Dhr Rademaker vertelt dat op dit moment wordt gewerkt aan het aanbestedingsbeleid. De Green Office van de RUG schrijft ook mee aan het aanbestedingsbeleid. Op dit moment is het wel zo dat er bij feesten en partijen 50 procent duurzaam moet zijn. Daarom is de RUG in zee gegaan met twee regionale cateraars, namelijk met Bos en Bos en Beijck. Op dit moment doet de RUG zaken met de HANOS, maar die heeft lang niet alles. Als er een regionale producent is waarvan de RUG wil afnemen, brengt hij deze soms in contact met de HANOS. Dan is het mogelijk om alsnog producten van die regionale producent af te nemen via de HANOS aanbesteding. Hendrik Lut geeft aan dat hij ervaring hierin heeft. Als het product via de HANOS verkocht moet worden, dan moeten er conserveermiddelen aan het product worden toegevoegd, wat afbreuk doet aan zijn product. Dat wil de bewuste bakker niet. Dit houdt samenwerking hierin tegen. Ook wordt genoemd dat het logisch is dat de HANOS bepaalde kwaliteits- of houdbaarheidseisen stelt. Jan Willem merkt op dat het goed zou zijn om grote concerns weer op te delen in kleine stukjes, hierdoor blijven ook de hoeveelheden

die geleverd moeten worden behapbaar en heb je meer overzicht. Wiebe reageert dat als hij bijvoorbeeld aan de HANOS wil leveren, hij inderdaad door de hele molen moet, en dat juist niet wil. Hij benadrukt dat we juist terug moeten naar een kleinschaliger model, waarbij zijn concept bijvoorbeeld gekopieerd wordt in een ander gebied. Deze kan dan ook lokaal gaan leveren. Hiltje van der Wal vindt dergelijke initiatieven erg sympathiek, maar benadrukt ook de schaalvraag. De realiteit is wel dat je een stad met 200.000 inwoners moet voeden en bevoorraden. Eelco de Boer merkt op dat de Provincie momenteel 50 procent biologisch aanbesteed is, maar dit heeft erg lang geduurd. Eelco de Boer geeft aan dat de UMCG ook een gedeelte duurzaam en lokaal aanbesteed.

### **Studenten gezonder eten**

Ter sprake komt welke strategie gebruikt wordt om studenten gezond te laten eten, waarop meneer Rademaker stelt dat je vooral niet te betuttelend moet zijn. De RUG maakt gebruik van klantenpanels waarin gevraagd wordt wat de studenten willen, zij willen vooral één én. Dus dat is een combinatie van ongezonde en gezonde producten. Bij dat aanbod, kunnen de studenten kiezen. Meneer Rademakers verteld over een kookevenement voor studenten. Daarin gingen studenten zelf koken, maar ze kwamen aan met de allergeedkoopste ingrediënten. Aan de ene kant stellen ze hoge eisen aan het eten van de universiteit, maar aan de andere kant koken ze zelf met de allergeedkoopste producten.

### **De rol van grote supermarkten**

Zijn er nog andere nieuwe markten die we zien? Er wordt gesproken over de positieve verhalen gerelateerd aan de Jumbo. Waarom is dit bij de Albert Heijn niet zo? Jan Willem benadrukt dat de AH veelal intern gericht is, het is erg moeilijk om een gesprek aan te gaan met Albert Heijn. Daar heerst overduidelijk een andere mentaliteit dan bij bijvoorbeeld Jumbo of Hoogvliet. De laatste is ook één die veel samenwerkt met lokale ketens. Vervolgens gaat het over opschaling, uiteindelijk moet een bedrijf rendabel worden. Wolter Moorman geeft het voorbeeld van 20 boeren die de handen ineen geslagen hebben om zo gezamenlijk in te kopen. Dit heeft ook sociaal gevolgen omdat de boeren dan eens vrij kunnen nemen en elkaar op die manier kunnen ondersteunen. Ook de boeren op Schiermonnikoog zijn gaan samenwerken met Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer. Dit is een hele andere manier van denken.

### **Actiepunten:**

1. Best practices ontwikkelen op gebied van aanbestedingstrajecten: hoe kunnen deze lokaler?
  2. Samenwerken om nieuwe markten te bereiken: goede voorbeelden volgen uit het land?
- 

## **3 Faciliteiten die deelnemers nodig hebben**

### Deelnemers:

Halbe Vogel (Vogelvlucht), Anita Marskamp (Groene Varkens), Simon Bijlsma (Friese Milieufederatie), Eva Flendrie (Westerzwan), Jan Reinder Smeenge (De Zeegster Hoeve), Cipke Uri (provincie Drenthe), Lambert Sijens (Tuinen van Weldadigheid/ Ommelandersmarkt), Sebraïne Meijerink (Puur Drents), Lavinda Kok, Mark Remijn (gemeente Groningen), Kees Anker (Netwerk Platteland) en Judith Boekel (Natuur en Milieufederatie Drenthe).

### **Samenvatting van het gesprek**

*Waar hebben initiatieven behoefte aan?*

### **Rol overheid**

Door verschillende deelnemers wordt de rol van overheden benadrukt. Vaak is regelgeving ingewikkeld, ondernemers hebben geen tijd voor allerlei ingewikkelde (subsidie) aanvragen, afdelingen van gemeenten/provincie werken slecht samen waardoor initiatieven veel vertraging oplopen.

Halbe Vogel geeft aan dat er vooral behoefte is aan iemand / een regisseur die vraag en aanbod aan elkaar kan koppelen. In de provincie Friesland is er budget vanuit de overheid om dit proces te faciliteren. Zal ook goed zijn voor Groningen en Drenthe.

Anita Marskamp geeft aan dat ze graag stadslandbouw op de kaart van Assen zou willen zetten. Het starten van een buurtmoestuin was bijzonder lastig bijvoorbeeld. Dit kwam o.a. door regelgeving en het moeizaam omgaan met de grond door de gemeente.

Lambert Sijens geeft aan dat een langere continuïteit van overheidsgeld zinvol zal zijn. Initiatieven hebben meer tijd nodig om rendabel te worden. Hij vraagt om meerjarige financiering.

Cipke Uri geeft aan dat de provincie Drenthe vooral inzicht wil in waar vragen/behoefte liggen. Het liefst het brede palet aan dilemma's in beeld brengen en koppelen aan wat provinciaal van belang is.

Sebraine Meijerink geeft aan dat ze met haar initiatief Puur Drents o.a. aanloopt tegen verschillende afdelingen en het gebrek aan interne communicatie/samenwerking binnen gemeenten en tussen overheden. Een initiatief dat zowel een duurzaamheidsaspect als een sociaal maatschappelijk aspect omvat, valt niet onder 1 afdeling. Hierdoor zijn processen heel traag en stroperig.

Mark Remijn zit er namens gemeente Groningen. Ook hij zoekt naar waar de behoeften van initiatieven liggen en welke rol de overheid daarin kan aannemen. Gemeente Groningen doet veel op gebied van voedselinitiatieven ondersteunen en stimuleren in het Noorden, kan hierin een voorbeeld functie hebben naar andere gemeenten, maar is ook zelf nog steeds op zoek naar ondersteuningsvraag.

Simon Bijlsma geeft aan dat regelgeving zoals POP 3 gelden veel te ingewikkeld zijn en dus veel tijd kost. Ook ontbreekt het aan plannen vanuit overheden. Als biologisch of lokaal voedsel als belangrijk wordt gezien, moet dat ook terugkomen in plannen. Er zijn goede verdienmodellen nodig voor ondernemers. Samenwerking zal een grote bijdrage kunnen leveren in het samen in de schappen krijgen van lokale producten in grotere winkels.

### **Behoeftte aan ondersteuning bij promotie**

Een ander belangrijk thema is hoe bereik je de consument? Jan Reinder Smeenge zal graag gefaciliteerd worden in het klantbereik, de PR. Vraag en aanbod koppelen op het lokale niveau. Lambert geeft aan dat er inderdaad behoefte is aan hulp bij de professionalisering van promotie/ Pr richting consumenten.

Eva Flendrie geeft aan dat het ook belangrijk is om het productieproces van producten zichtbaar te maken. Wat houdt biologisch/lokaal produceren in? Wat komt er bij kijken? Consumenten weten dit niet en kunnen het dus ook niet op waarde beoordelen (de prijs voor over hebben). Een campagne richting consumenten/ imago verbetering biologisch/lokaal voedsel zou belangrijk zijn. En ook zal het voor supermarkten eenvoudiger moeten zijn om lokale producten te verkopen.

Simon Bijlsma van de Friese Milieufederatie geeft aan dat streekproducten ook een luxe imago hebben en daardoor vaak als duurder worden gezien.

### **Actiepunten**

1. Een werkplaats creëren op provinciaal niveau voor samenwerken, hulp bij plannen / subsidieaanvragen schrijven, ondersteunen/samenwerken bij promotie, platform creëert voor vraag en aanbod. Wellicht een rol voor de Natuur en Milieufederaties?
  2. Binnen gemeenten moeten 'voedselcontactambtenaren' komen die binnen afdelingen en verschillende gemeenten verbindingen legt en processen versnelt voor initiatieven (van idee tot concrete actie).
  3. Het thema promotie verdient verdere verdieping. Het bundelen van verschillende activiteiten/ initiatieven en het authentieke verhaal zijn hierbij belangrijk.
  4. Van elkaar leren (o.a. verdienmodellen) en samenwerking. Bij elkaar op bezoek als vervolg op de Meet en Eats.
-



## 4 Promotie en marketing

### Deelnemers:

Corine Holtmaat (Agrifood Support), Hans Marskamp (Groene Varkens), Lidwien de Boer (Kaasmakerij Karwij), Janny Smeenge (De Zeegster Hoeve), Inge Rouwkema, Fedde van der Meer (NoorderLandMelk), Leah Groeneweg (Bloemenpad), Sandra Ronde (De Streekboer), Jan Reinier de Jong (st. Veldleeuwerik), Astrid van der Werf (Natuur en Milieufederatie Groningen), Kees Sijbenga (LTO Noord), Tom Verloop (EC Duurzaam Assen), Nico Vanderveen (Warenhuis Vanderveen / EC Duurzaam Assen), Erik Postema (EC Duurzaam Assen).

### **Samenvatting van het gesprek**

*De workshop gaat over het bereiken van de consument. De vraag is hoe vind je elkaar – hoe verbind je elkaar?*

Fedde van der Meer merkt op dat je heel erg moet onderhandelen, de retail is moeilijk te veranderen. Corine Holtmaat: je moet samen met andere ondernemers inzichten verzamelen en bekijken hoe je de vaste patronen van de consument kunt veranderen. Je moet het de consument gemakkelijker maken. Fedde: verbind je met een sterk verhaal, zoek een goede, sterke partner.

Sandra Ronde: marketing is heel belangrijk, maar het vergt een grote investering. Je moet je eigen verhaal vertellen, met enthousiasme.

Ook het organiseren van open dagen levert veel belangstelling op, zegt Janny Smeenge, maar mensen komen (meestal) niet terug.

Brenda noemt het succesverhaal door het Handelshuis in het ziekenhuis in Den Helder. Zouden we ook in Drenthe zo'n succes kunnen bereiken?

Om in te breken bij de grote cateraars en overheids- en zorginstellingen heb je goede ambassadeurs nodig. Hierbij zou je kunnen denken aan diverzio of distrivers. Ook LTO zou hierin misschien een rol kunnen vervullen (maar niet iedereen is bij LTO aangesloten).

Geconcludeerd kan worden dat om de consument te bereiken, je een goed marketingplan moet hebben en de medewerking van de retail.

### **Actiepunten:**

Samenwerken en verbinden is het advies. Samen staan we sterker. Het belang van een verbindende factor wordt door alle aanwezigen onderschreven, maar over wie dit moet zijn, is geen eensluidend antwoord. Wellicht dat voor de Natuur en Milieufederaties Drenthe en Groningen hierin een verdere rol zou kunnen liggen.

---

### **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).

*Met medewerking van: Landbouw Economisch Instituut (WUR), de Natuur & Milieufederaties Groningen en Drenthe, de provincies Groningen en Drenthe en het Netwerk Platteland*

Een initiatief van:



Mede mogelijk gemaakt door:

provincie Drenthe



## Bijlage I Deelnemerslijst

Naam	Organisatie / bedrijf	
		-
Akkeliene Postema	Natuur en Milieufederatie Groningen	
Anita Marskamp	De Groene Varkens	
Astrid van der Werf	Natuur en Milieufederatie Groningen	
Brenda Vrieling	Regiebureau POP/ netwerk platteland	
Christine van der Vorm	Voedselketen Noorden Duurzaam	
Cipke Uri	provincie Drenthe	
Corine Holtmaat	Agrifood Support	
Dries van Rozen		
Eelco de Boer	Kaasmakerij Karwij	
Erik Postema	EC Duurzaam Assen	
Eva Flendrie	Westerzwam	
Fedde van der Meer	Melkveehouderij	
Gerda van Veen	Heerlijk eerlijk vlees	
Halbe Vogel	Vogelvlucht	
Hans Marskamp	De Groene Varkens	
Hans-Paul Klijnsma	Natuur en Milieufederatie Groningen	
Hendrik Luth	<a href="mailto:luth@weddermarke.nl">luth@weddermarke.nl</a>	
Hero Havenga	Landgoud en Craftbier	
Hiltje van der Wal	Gemeente Groningen	
Inge Rouwkema		
Jaap Rademaker	Hfd restauratieve voorz. RUG	
Jacob Gunter	Natuur en Milieufederatie Drenthe	
Jan Beekman	provincie Groningen	
Jan Klijnjan	Hooge Stoep in Nieuw Balinge	
Jan Reinder Smeenge	De Zeegster Hoeve	
Jan Reinier de Jong	Veldleeuwerik	
Jan Willem van der Schans	WUR	
Janny Smeenge	De Zeegster Hoeve	
Judith Boekel	Natuur en Milieufederatie Drenthe	
Judith van den Berg	Natuur en Milieufederatie Drenthe	
Karlijn Havinga		
Kees Anker	Regiebureau POP	
Kees Sijbenga	LTO Noord	
Lambert Sijens	De Tuinen van Weldadigheid	
Lavinda Kok	Noorden Duurzaam	
Leah Groeneweg	Bloemenpad	
Lidwien de Boer	Kaasmakerij Karwij	
Marc Remijn	gemeente Groningen	
Marja de Boer	Natuur en Milieufederatie Drenthe	
Mirjam Balkema	De Hippe Boerin	
Mirjam van Eijden	provincie Groningen	

Mirjam Weisscher	Smakelijk Erf	
Monique Schaminee		
Nico Vanderveen	Warenhuis Vanderveen	
Reinder Hoekstra	Natuur en Milieufederatie Drenthe	
Roelinda Alkema	Natuurvereniging Zuidwolde	
Sandra Ronde	De Streekboer	
Sandra van Kampen	Schaal van Kampen	
Sebraine Meijerink	Puur Drents	
Simon Bijlsma	Friese Milieufederatie	
Taco van den Heiligenberg	Natuur en Milieufederatie Drenthe	
Tjisse Stelpstra	Provincie Drenthe	
Tom Verloop	EC Duurzaam Assen	
Wianne Weurding	blogger voetspot	
Wiebe Lamsma	Westerzwam	
Wolter Moorman	Natuurvereniging Zuidwolde	
Wouter Zunneberg	De Priorij Culinair	