

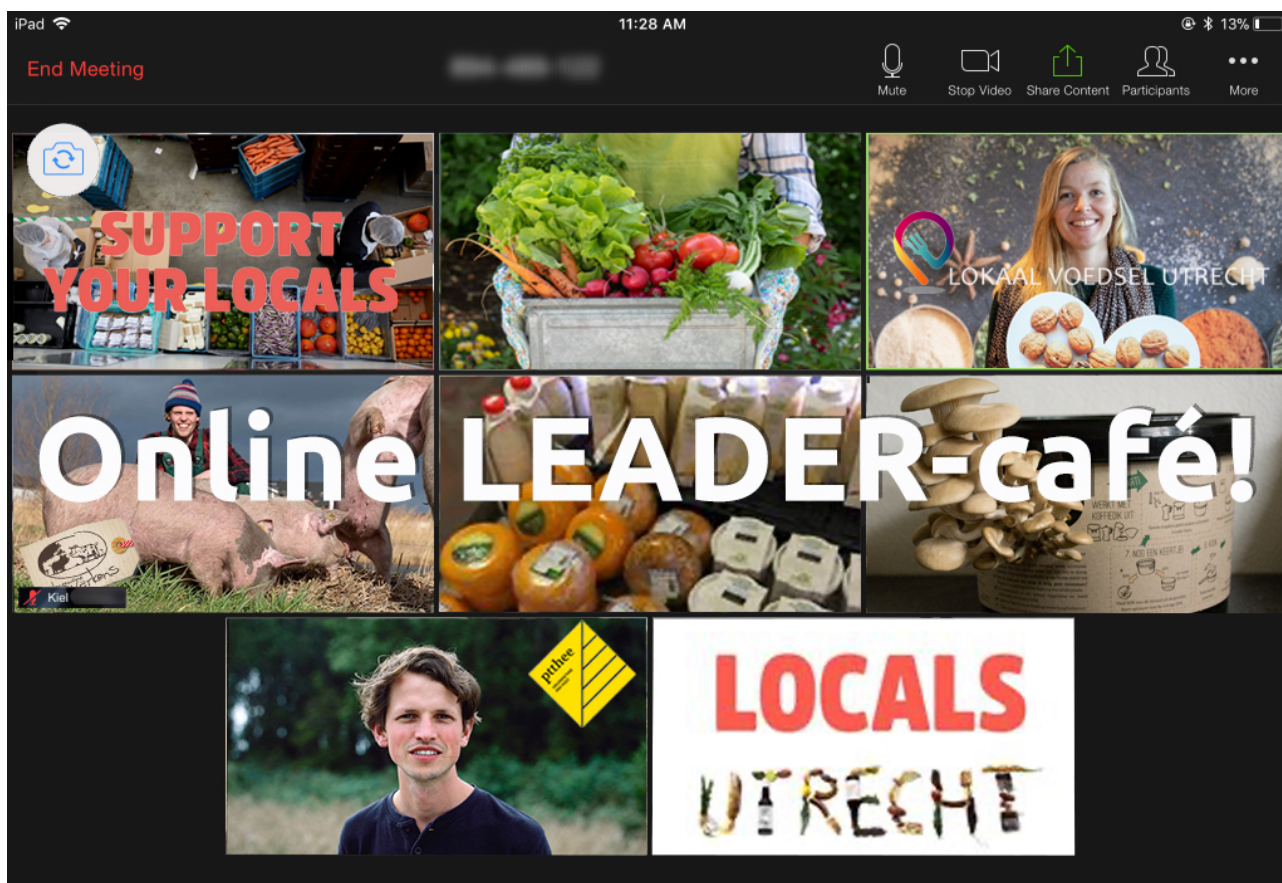


Weidse Veenweiden

Terugblik online LEADER-café

Voedsel van dichtbij: dat smaakt naar meer?!

18 juni 2020



Europees Landbouwfonds voor
Plattelandontwikkeling: Europa
investeert in zijn platteland



PROVINCIE  UTRECHT

Terugblik online LEADER-café 18 juni 2020

Steeds meer mensen zijn in de afgelopen weken voedsel gaan kopen van producenten uit de buurt. We zijn meer boodschappen voor elkaar gaan doen, we zijn ons meer verbonden gaan voelen met de lokale producenten in de buurt. En daardoor hebben we misschien ook producten en producenten ontdekt die we eerst niet kenden. De producenten spelen daar goed op in en komen met hele creatieve ideeën.

Maar ze staan ook voor twee uitdagingen: 1. hoe komen ze tot een rendabele distributie met een redelijke prijs voor consument en eerlijke prijs voor de producent en 2. hoe kunnen ze een flexibele verwerkingscapaciteit organiseren. Biedt de grotere belangstelling ook kansen om daar oplossingen voor te vinden? En welke actieve rol kunnen consumenten daar in spelen?

Deze vragen stonden daarom centraal in het online LEADER-café, een gezamenlijk initiatief van de twee Utrechtse LEADER-gebieden. Vijfendertig mensen meldde zich aan, met allerlei achtergronden: producenten en consumenten maar ook statenleden, beleidsmakers, buurtorganisaties etc.

Inspiratie

Precies om 20.00 start Maïke van de Maat, LEADER-coördinator in Utrecht-Oost, het online LEADER-café. 'Voedsel van dichtbij: dat smaakt naar meer?!'. Na een kort welkom en een introductie op LEADER en de LEADER-werkwijze, schakelt Maïke over naar de sprekers van dit café.

Lokaal Voedsel Utrecht – ervaringen in coronatijd

Marianne Karstens krijgt als eerste het woord en vertelt over het LEADER-samenwerkingsproject Lokaal Voedsel Utrecht waar zij projectleider van is. In dit samenwerkingsproject wordt gewerkt aan het vergroten van het aandeel lokaal voedsel door middel van meet&match-bijeenkomsten tussen producenten en afnemers en door middel van leergangen voor producenten. Ze nodigt deelnemers aan dit online LEADER-café ook van harte uit om aan een meet&match-bijeenkomst of een leergang deel te nemen.

Na deze introductie op het project neemt Marianne ons mee in de ontwikkelingen rondom lokaal voedsel in deze periode met coronamaatregelen. Media en experts zien dat consumenten andere keuzes maken en ze verwachten dat lokaal voedsel een trend is met een goede en financieel gezonde toekomst. Specifiek in Utrecht ziet Marianne meer samenwerking ontstaan tussen ondernemers om die toegenomen vraag in te kunnen vullen. Ook ziet ze een versnelde ontwikkeling van Business-to-Consumer-concepten, meer consumenten die (online) lokaal voedsel kopen en dat mensen zich meer bewust zijn van het belang van voedsel van dichtbij en een eerlijke prijs voor producent en consument.

Om op deze veranderende en groeiende markt in te kunnen spelen, is het nodig dat deze gedragsverandering van de consument blijvend is. Ook moet er gewerkt worden aan manieren om de distributie rendabel te organiseren en is er voldoende en flexibele verwerkingscapaciteit nodig.

'Support Your Locals' is een campagne met een duidelijke boodschap: steun jouw lokale ondernemers. Veel consumenten hebben gehoor gegeven aan de oproep en kochten massaal de boxen met lokale producten. Nu de maatregelen iets versoepelen zien veel initiatiefnemers helaas ook de aankoop van de boxen teruglopen, wat een nieuwe vraag oproept: hoe houden we de toegenomen aandacht voor lokaal voedsel bij de consumenten vast? De verwachting is dat de toegenomen aandacht voor veel lokale



bedrijven een nieuwe vaste klantenkring heeft opgeleverd, maar tegelijkertijd wordt ook al duidelijk dat veel consumenten weer terug keren in hun oude gewoontes en patronen. Om te illustreren hoe ondernemers met deze dynamiek in de markt zijn omgegaan, introduceert Marianne twee jonge ondernemers die op eigen wijze in springen op de veranderende markt.

Josse Haarhuis Locals Utrecht: nieuw concept business-to-consumer

Josse Haarhuis wilde het door de coronacrisis spontaan ontstane en succesvolle Amsterdamse concept 'Support your Locals' ook in Utrecht introduceren. Dat lukte binnen 24 uur. Inmiddels zijn er nu 5000 pakketten totaal verkocht! Ze begonnen met een standaardbox maar om het interessant te houden voor de consument volgden al gauw ook een borrelbox, een vega-box en nog enkele. Aan elke box doen ook telkens andere producenten mee, zo blijft het ook voor hen interessant. De boxen worden op een vaste lokatie opgehaald, dat momentje van ontmoeting is belangrijk.

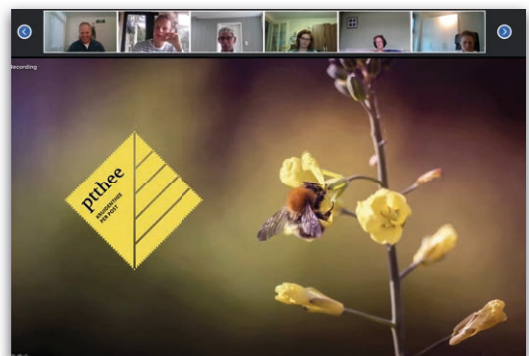


Bij de tweede box werd al wel duidelijk dat je met elke soort box de logistiek weer moet aanpassen. De distributie en de inpaklijnen waren dus de uitdagingen. Voor het inpakken konden ze terecht in een restaurant dat nu toch niet gebruikt werd. In het begin vulden ze daar 50 boxen en dat ging prima maar bij 250 boxen bleek het te klein om (op voldoende afstand) zoveel boxen te kunnen vullen. Vervolgens konden ze terecht in een grotere hal waar gewerkt kon worden met pallets en ze konden opschalen tot 1500 pakketten. Op een volgende lokatie was nog meer groei mogelijk. Voor de boxen wordt ook samenwerking gezocht met restaurants, zo kreeg elke box een recept mee. De consument werd voornamelijk via de website en sociale media bereikt. Het neveneffect is dat er meer samenwerking tussen lokale producenten ontstaan is.

Op de vraag of bekend is of er mensen alweer afhaken en waarom, geeft Josse aan dat ze een enquête hebben gehouden onder de afnemers. De uitkomsten laten zien dat meer dan de helft van de respondenten graag een abonnement zouden willen, zij zullen waarschijnlijk dus wel afnemer blijven. Anderen gaan weer terug naar oude routines zoals supermarkt en/of het vaste bezoek aan een landwinkel. Wat Josse betreft is de box misschien wel een hype maar er is wel degelijk een trend ingezet met een hopelijk blijvende aandacht voor lokaal voedsel. Vanuit deze ingezette trend is een prima basis gelegd van waar uit uitgebreid en gevarieerd kan worden. Een grote locatie is belangrijk! Om dat met een klein team te doen lukt helaas niet dus zijn ze op zoek naar een ondernemer die het klantenbestand en het concept wil overnemen. Interesse? Neem dan contact op met één van de LEADER-coördinatoren, dan zorgt die dat het bij Josse terecht komt.

Matthijs Westerwoudt – ptthee investeert in mobiele drogerij

Matthijs vertelt over het ontstaan van ptthee. Hij en zijn compagnon Daan van Diepen voelden een urgentie om een bijdrage te leveren aan het herstel van biodiversiteit. Daarvoor vonden ze een samenwerking met boeren voor de hand liggend. Kruidenrijk grasland is niet per se efficiënt voor de boer dus gingen ze op zoek naar een product dat voldoende marge creëert. Kruidenthee is populair maar de kruiden kwamen tot nu toe volledig uit het buitenland. Met het idee voor kruidenthee per post hebben ze nu een verdienmodel voor biodiversiteit gecreëerd waarbinnen de boer een vergoeding ontvangt voor het inzaaien van kruidenmengsels. Ptthee streeft niet naar een opbrengstmaximalisatie maar wil bij zo veel mogelijk boeren een stukje biodiversiteit herstellen.



Ze werken in de uitvoering samen met Pantar, een sociale werkplaats in Amsterdam, zij pakken ook de pakketjes in. Op dit moment drogen ze de thee bij Pantar, in een zeecontainer die omgebouwd is tot drooginstallatie. Ze willen nu opschalen door middel van mobiele verwerkingscapaciteit zodat ze kunnen drogen waar er geoogst wordt. Zo kan de consument ook betrokken worden bij de oogst en kunnen ze op de boerderij deelnemen aan proeverijen, workshops, meewerkdagen en wildplukworkshops. Zo kunnen ze mensen laten zien hoe je thee maakt van graslandkruiden. Voor deze mobiele droger heeft Matthijs een bijdrage vanuit LEADER aangevraagd.

Matthijs en Daan zijn op zoek naar boeren die een stukje van 1000 – 4000m2 willen inzaaien met een kruidenmengsel. Ook ontwikkelen ze komende tijd een nieuw merk voor thee die niet per post zal worden verkocht maar bijvoorbeeld in boerderijwinkels, die hebben de thee inmiddels ook ontdekt. Dus heb je een winkel en wil je ptthee in je assortiment? Neem dan contact op met één van de LEADER-coördinatoren, dan zorgt die dat het bij Matthijs en Daan terecht komt.



Meedenken

Maike vat de conclusies van de sprekers samen: consumenten hebben de smaak te pakken, hoe houden we dat dan vast en hoe speel je daar op in? Daarbij zijn nu twee uitdagingen geformuleerd: hoe krijgen we de producten naar de stad of de consument naar de boer (distributie) en hoe organiseer je verwerkingscapaciteit?

In de chat werden goede suggesties gedaan! Zo werd voorgesteld om lokale/regionale verwerkingscentra op te zetten waar meerdere producenten gebruik van kunnen maken. Een ondernemer met een theetuin liet gelijk weten dat ze graag gezamenlijk een machine zou willen aanschaffen om jam te maken, ze wil namelijk graag opschalen in productie maar voor één ondernemer is het een grote investering. Matthijs van ptthee stelt meteen zijn mobiele droger beschikbaar om tomaatjes te drogen of paddenstoelen. Zo voorkomen we ook voedselverspilling!

Een andere ondernemer met een eigen duurzame/lokale supermarkt/restaurant krijgt het woord om zijn visie te geven. Hij geeft aan dat veel mensen na het eerste bezoek heel enthousiast zijn maar dat je nu stevig je best moet gaan doen om je nieuwe klant te leren kennen, ook al blijkt die 300 meter van je bedrijf te wonen. Het is erg lastig om zo'n klant te binden, de tijd moet het leren. Hij is overtuigd van de kracht van lokaal voedsel en vindt dat krachten gebundeld moeten worden. De ondernemer vraagt zich af of boxen wel het middel daarvoor zijn. De verschillende (lokale) boxen hebben een penibele concurrentiepositie ten opzichte van elkaar en de grotere spelers zoals Hello Fresh. Kijken hoe we met een verbeterde logistiek en betere beschikbaarheid van producten het assortiment aantrekkelijk kunnen houden voor de consument! Als het gaat om verwerkingsruimte delen noemt hij nog Kitchen Republic als voorbeeld.

Een ander voorbeeld van gedeelde verwerkingscapaciteit die aan de orde komen zijn het Zuivellokaal Abcoude waar meerdere verwerkers van zuivel straks terecht kunnen. Ook zijn er producenten die natuur-inclusieve landbouw praktiseren die hebben aangegeven behoefte te hebben aan een kleinschalige slachterij die meer past bij het profiel van hun bedrijven. Josse is bezig met een crowdfundingactie voor een mobiele slachterij voor zijn Buitengewone Varkens. Een ander voorbeeld van hoe je de distributie kunt organiseren, is Uit Veluwe, zij opereren vanuit een distributiecentrum bij een boer op het erf.

Conclusies en vervolg

Maike concludeert dat her en der initiatieven aan het ontstaan zijn en dat we vanuit LEADER en in het samenwerkingsproject Lokaal Voedsel Utrecht natuurlijk de ontwikkelingen in de gaten houden. Lokaal Voedsel Utrecht neemt de suggesties en vragen rond 'business-to-business'-distributie mee in wat ze al doen op dit thema. Zo lopen er al diverse gesprekken en er liggen kansen om partijen met elkaar te verbinden op dit vraagstuk. Heb je daar ideeën over, meld je dan bij projectleider Marianne Karstens. Als er mensen zijn die innovatieve ideeën hebben rondom distributie waar ook burgers bij betrokken zijn, dan kunnen ze contact opnemen met de LEADER-coördinatoren, die gaan ze dan verzamelen en kijken of er verbindingen te leggen zijn of dat het misschien LEADER-projecten zouden kunnen worden.



Van het thema verwerkingscapaciteit wordt de technische kant opgepakt door Lokaal Voedsel Utrecht in de leergang voor producenten. Daarin is aandacht voor hoe je je product representatief en HACCP-proof in de winkel krijgt. Als je meer wil weten over de leergang, neem dan contact op met Marianne Karstens. Daarnaast kan de voedselmakelaar van Lokaal Voedsel Utrecht ook een rol spelen in het bij elkaar brengen van mensen die verwerkingscapaciteit zoeken of juist in de aanbieding hebben. Of kan zo'n idee misschien een LEADER-project zijn. Het handigst is daarom om je dan bij één van de LEADER-coördinatoren te melden, dan kijken zij wie je het beste verder kan helpen.

Afsluiting

Maike sluit af door iedereen te bedanken voor hun bijdrage aan dit online LEADER-café. Mochten er mensen op een idee gekomen zijn rond dit thema of op een van de genoemde uitdagingen, dan is er dit jaar nog ondersteuning en eventueel geld van LEADER beschikbaar!

Nieuwe podcast #3 van Lokaal Voedsel Utrecht!

Binnenkort op de website lokaalvoedsel-utrecht.nu maar nu alvast te beluisteren [via deze link](#): de nieuwe podcast Utrechts Voer! Winkels draaien topomzetten- met onder andere Giel Smit van Plus De Meern die vertelt dat de gunfactor voor lokale ondernemers groot is. De andere ondernemer in deze podcast is Annelies Plomp van Landwinkel De Groene Ham uit Vleuten. Zij heeft tot twee keer zo veel klanten, en ze blijven komen. Herkomst blijkt van het voedsel blijkt erg belangrijk!

Meer informatie

Over de sprekers:

Marianne Karstens | 06-41867785 | marianne@lokaalvoedsel-utrecht.nu | www.lokaalvoedsel-utrecht.nu

Josse Haarhuis | localsutrecht.nl en www.buitengewonevarkens.nl

Matthijs Westerwoudt | ptthee.nl

Voor meer informatie over LEADER:

LEADER Weidse Veenweiden | www.leaderweidseveenweiden.nl

Martijn Plomp | 06- 208 544 56

Maike van der Maat | 06- 232 852 25

Marianne Breedijk | 06- 225 663 81

ajg@leaderweidseveenweiden.nl

LEADER Utrecht-Oost | www.o-gen.nl/leader-subsidie

Maike van der Maat | 06- 232 852 25 | maike@consultopmaat.nl

Hans Veurink | 06 53 70 10 00 | info@valleiorstee.nl