



Verslag Workshop: Vermarkten biodiversiteit

21 januari 2010, Harry Donkers

Echt Overijssel! Werkt via een plus op de prijs van VechtdalProducten samen aan het vermarkten van de toegevoegde waarde van biodiversiteit. Ecologische leefsystemen beïnvloeden het bedrijf en omgeving. Hoe verder met het ontwikkelen en vermarkten van biodiversiteit?

1. Presentatie Henk de Lange, melkveehouder en VechtdalProducten

Vermarkten biodiversiteit in de praktijk

Stichting Dianthus werkt samen met Natuurmonumenten en Wageningen UR Livestock Research in het project Echt Overijssel! In netwerken wordt gewerkt aan het behouden en bevorderen van agrobiodiversiteit (door teelt van granen, krachtvoervervangers, actieplannen natuur en landschap, akker- en slootranden, soortenrijk grasland), het sluiten van kringlopen (regionaal teeltplan, uitwisseling grondstoffen tussen veehouderij en akkerbouw, gebruik reststromen, ook uit natuur) en dit alles rendabel maken (productontwikkeling en arrangementen, korte afzetketens, kostenbesparing door slim samenwerken en verwaarden groene en blauwe diensten).

Op basis van het regiomerk VechtdalProducten worden producten en diensten in de markt gezet onder regie van agrarische ondernemers, met garantie van een kwaliteitssysteem. Op het gebied van biodiversiteit zijn bedrijfsnatuurplannen ontwikkeld en worden bijdragen geleverd aan verfraaiing van het Vechtdal landschap. Toepassingen vinden zowel plaats op het erf als op de akkers. Op het erf gaat het om maatregelen via bedrijfsnatuurplannen die betrekking hebben op inpassingen van de bedrijven in het landschap. Op de akkers vindt meer graanteelt plaats met hogere toegevoegde waarde (voor kwaliteitsproducten als brood, bier, enz.). Ook teeltwijzen zijn aangepast: biologische graanteelt, akkerranden, mengteelten.

Het Vechtdallandschap met haar karakteristieken is richtinggevend voor de aanpak. Kenmerkende beplantingselementen zijn: houtwallen, singels, erfbosjes, hagen, fruitbomen en solitaire bomen. De natuurwaarden op de bedrijven zijn zeer verschillend. Enkele bedrijven liggen in Junne, een gebied met zichtbare invloeden van de Vecht en bijbehorende dynamiek. Goed waarneembare reliëf (esranden), en relictten van oude Vechtarmen. Variatie tussen vochtige en droge graslanden, graanakkers met hoge natuurwaarden zowel in beleving als in ecologisch opzicht. Op andere bedrijven zijn de natuurwaarden door intensief agrarische gebruik geringer. Weinig gelegenheid voor vogels en kleine zoogdieren om zich voort te planten en/of te schuilen. Soms is er op de bedrijven randenbeheer en erfbeplanting, opgebouwd vanuit een functionele gedachte met streekeigen soorten en voortbordurend op bestaande structuren. Mogelijkheden op bouwland voor vogels als de Kievit om tot broeden te komen.

Er zijn momenteel diverse soorten maatregelen in uitvoering:

- Omvormen geïntroduceerde boomsoorten
- Aanleg/herstel poelen en reconstructie houtwallen
- Aanleg (wind)singels om kuilvoer/opslag plaatsen
- Aanleg bomenrijen met onderbegroeiing, knotwilgen
- Aanplant (klimaat) bosjes

- Aanleg van kikkerpoelen
- Aanplant bij (nieuwe) oprit.
- Erfbeplanting voor broed- en schuilmogelijkheden van dieren
- Randenbeheer.
- Waterberging in combinatie met natuurontwikkeling.
- Plaatsing nestkasten voor Kerkuil en Steenuil, en Ooievaarsnest
- Aanleg Fauna biotoop
- Versterken esranden en lage deel van esakker wordt grasland
- Maken van natuurlijke overgangen van weide naar bos
- Planten van solitaire eik in weiland met beschermend raster
- Planten nieuwe Meidoornheg langs koepad
- Aanleg van ecologische oevers
- Beeldbepalende landhekken.
- Veepassages met rooster en vangkraal

Door de plus op de prijs wordt een verbinding tussen economie en ecologie gerealiseerd. De deelnemers Kwaliteitssysteem Vechtdalproducten dragen bij aan verdere regionale ontwikkeling door: een jaarlijkse vaste bijdrage van € 250,00 en een bijdrage afhankelijk van de omzet van producten onder het Vechtdal kwaliteitsmerk. Deze opslag bedraagt 2% van de producentenwaarde. Deze bijdragen worden besteed aan promotie/marketing, productontwikkeling en last but not least aan landschap en biodiversiteit (ongeveer 20% van deze bijdragen).

2. Presentatie Henk Kloen, CLM

Biodiversiteit: ecologische kansen voor vermarkting

Biodiversiteit is eigenlijk alles wat leeft, groeit en bloeit. We kennen biodiversiteit van verschillende ecosystemen. Hier ligt het accent op biodiversiteit van het agrarische systeem, dus: op en rond het bedrijf.

Maatregelen t.b.v. biodiversiteit kunnen de agrarische productie ondersteunen: natuurlijke vijanden helpen tegen ziekten en plagen, de weerstand van planten en dieren neemt toe. Er ontstaan een divers bodemleven, meer keuzemogelijkheden door genetische variatie en een fraaier landschap. Biodiversiteit, mits goed vermarkt, helpt mee om het bedrijf meer rendabel te maken.

Bij vermarkting gaat het om de 4 p's.

- Product (type product, smaak, voedingswaarde, etc.) en productiewijze
 - Aanbod product, zichtbaarheid biodiversiteit bedrijf en omgeving
 - Boekweit en granen in brood, pannenkoeken
 - Kruiden in de kaas, thee
 - Smaak en voedingswaarde (zuivel, vlees)
 - Gebruik maken van biodiversiteit in productiewijze (natuurlijke vijanden, kruidenrijke graslanden, verschillende rassen en gewassen)
- Prijs (meerwaarde)
 - meerwaarde, opslag op het product (bv. Vechtdal, chips Hoeksche Waard)
- Promotie: communicatie (biodiversiteit meetbaar en zichtbaar maken)
 - Inzichtbaar maken en verantwoorden: biodiversiteitsmeetlat, natuurnorm
 - Iconen van biodiversiteit op het product, bv.
 - Korenbloem, driekleurig viooltje
 - Kerkuil
 - Geelgors, kwartel, grasmus
 - Paapje, roodborsttapuit
 - Steenanjer (Dianthus), grote wilde tijm, grasklokje

- Plaats
 - Op bedrijf: Infoborden, webinfo, aantrekkelijke randen langs de weg, plukranden, adoptieranden, excursies, vermeerdering zaden inheemse planten
 - Locatie verkoop product: winkels, streekmarkten
 - In de bredere omgeving/gebiedsniveau (bijv. in arrangementen): Scholen betrekken, toeristen, stedelingen, natuur- en milieuorganisaties

Er is een scala aan ecologische bouwstenen voor biodiversiteit, zoals:

- Extensieve graanvruchtwisseling
- Oude gewassen en rassen
- Extensief grasland (stroomdalflora)
- Kruidenranden
- Graanranden
- Klaverrand
- Nestkasten
- Korenschoof
- Houtwallen
- Erfbeplanting
- Poelen

Dit zijn allemaal mogelijkheden om biodiversiteit meer kansen te geven op het boerenbedrijf. Belangrijk is goed te bezien wat interessant is om te communiceren naar de consument.

3. Discussie onder leiding van Rita Joldersma, Echt Overijssel!

We hebben gekeken naar een concrete case uit het Vechtdal en naar algemene mogelijkheden om biodiversiteit te vermarkten. In de – volle - zaal zitten mensen met heel verschillende achtergronden. De discussie wordt toegespitst op de vraag wat kan helpen of wat in de weg staat om biodiversiteit toe te passen op het bedrijf.

Hoe maken we biodiversiteit beter rendabel?

Op basis van de kringloopgedachte zou dat kunnen lukken. De kringloopgedachte moet ook resultaten opleveren, waar de boeren mee kunnen werken. Meer biodiversiteit door bijvoorbeeld een kikkerpoel of door andere elementen is prachtig, maar hoe zorgen we ervoor dat via de markt de inspanningen weer betaald worden. Dat kan alleen als we niet alleen de inspanningen doen maar deze ook zichtbaar maken!!!

Moeten er wettelijke regels komen?

Als iets moet van de overheid zal het nooit een succes worden. Wel zijn er kansen op succes als we werken vanuit het principe dat bedrijven het willen. De 'drive' is belangrijk. De groep die bewust met biodiversiteit aan de slag wil groeit. Dat was enkele jaren geleden nog ondenkbaar. Toen was biodiversiteit nog een lacherig iets, nu is het een serieus item.

Geeft de veelheid aan merken die we zien ontstaan geen verwarring?

Veel streekproducten en regio's zijn bezig met het ontwikkelen van diverse merken. Wat te doen met de wirwar aan merken die her en der ontstaan? Niet het ontstaan van streek- of regiomerken is het probleem. Op zichzelf is dat niet zo erg. Unilever heeft ook wel 20 soorten wasmiddelen. Maar samenwerking en afstemming is wel belangrijk. Vanuit het Vechtdal werken we nu al samen met 4 of 5 andere groepen in Nederland.

Hoe krijgen we biodiversiteit betaald?

Hoe kunnen we voor biodiversiteit in de markt betaald krijgen? Daar is een marketeer voor nodig, en: we moeten erin geloven. Resultaten van onderzoek toepassen. Zo heeft

Louis Bolk uitgezocht dat biologische kippen meer weerstandsvermogen hebben dan kippen die zijn gevoerd met gangbaar voer. De resultaten van onderzoek goed in de gaten houden en toepassen.

Kan biodiversiteit ook in productielandbouw worden opgenomen?

Met vlinderbloemigen kunnen we stikstof binden en kan de regionale kringloopgedachte worden gerealiseerd. Op die manier kan met Nederlandse producten soja, die we nu importeren, worden vervangen.

We moeten wel uitzoeken wat er nodig is en wat dat per ha of per liter extra moet opleveren. Het moet wel een paar cent per kg of per liter kunnen opleveren anders is het niet haalbaar. We zijn daarvoor misschien nu nog net iets te vroeg, maar het komt op ons af.

Wat zijn de belangrijkste kansen voor biodiversiteit?

Het opstellen van een Top 10 kansen zou nuttig zijn.

Diverse suggesties komen naar voren:

- Variatie

Variatie is belangrijk. Hoe meer variatie hoe meer natuur.

- Productiewijze

Via de productiewijze liggen er veel mogelijkheden. Maar, we moeten het wel anders *willen* doen. Als bijvoorbeeld voor varkens 500 ha meer nodig is aan biologische voerproductie met de gewenste variëteit, dan kan dat niet in het Vechtdal. Dat heeft niet zozeer te maken met te weinig grond, maar ondernemers voelen er niet voor deze productiewijze te volgen. Elders, zoals in Flevoland, kan het wel. Daar zijn boeren, op goede grond, die aan vruchtwisseling met o.m. groenten willen doen en dan ontstaan er mogelijkheden. Nu worden er in het Vechtdal veel fabrieksaardappelen geteeld. Daarvoor gelden vaste afspraken. De ondernemer weet al vooraf wat hij gaat ontvangen. Dat is bij de nieuwe productievormen niet zo. Daar zitten veel onzekerheden aan. Waarom zou een ondernemer zich hierin storten? Daar moeten we het met de minister nog maar eens goed over hebben. Immers er gaan nu veel GLB-gelden naar fabrieksaardappelen en zuivel. Men wil naar meer marktwerking. Dat is op zichzelf prima, maar bedenk: de kosten gaan voor de baat uit. Bedrijven die nu al op een goede manier werken zouden nu al een paar centen extra voor hun producten moeten krijgen. Dus: sturen op goed gedrag in plaats van lump sum-betalingen voor bulkproducten.

- Via streekproducten

Streekproducten kunnen zeker bijdragen aan biodiversiteit. Maar vaak blijft die ontwikkeling te kleinschalig. Als het te klein blijft gaat het niks worden. Dan zijn de kosten te hoog. Er is een zekere schaal nodig.

Voor een succesvolle ontwikkeling van streekproducten zijn 3 dingen nodig:

1. Ondernemers, die mee willen doen, die er wat in zien en die risico willen lopen.
2. Overheid die bedrijven op de juiste wijze stimuleert.
3. Consumenten, bewuste -, die de producten willen kopen.

- Via educatie

We kunnen ook veel doen op scholen. Daar moet het al beginnen. Ja, dat klopt. Maar eigenlijk is het triest dat smaaklessen op scholen nodig zijn.

Hoe krijgen we maatschappelijke meerwaarde van biodiversiteit terug op de bedrijven?

Het blijkt dat biodiversiteit en natuur meerwaarde oplevert. Zo zijn huizen in of nabij natuurgebieden duurder. Campings en restaurants profiteren van een mooi landschap. Maar de meerwaarde komt niet terug bij de beheerders (Natuurorganisaties en ondernemers). De uitdaging is de meerwaarde terug te laten vloeien naar degenen die hebben geïnvesteerd. Daarom doet Natuurmonumenten mee aan het project Echt Overijssel!