

Kwaliteitsproducten in een kwaliteitslandschap

Streekproduct moet omgevingskwaliteit opleveren

Producenten van erkende streekproducten vroegen om handvatten om zich meer te verbinden met 'de streek'. Een duidelijke bijdrage aan de kwaliteit van de omgeving geeft de streekproducent positie in streekvernieuwing, kringlooplandbouw en omgevingsbeleid – dat zijn de opties die de minister en gemeenten zoeken. Ook consumenten vinden het belangrijk dat een streekproduct bijdraagt aan een mooier streeklandschap. Zij lijken zelfs bereid om daarvoor meer te betalen, mits deze bijdrage goed geborgd is in bijvoorbeeld een keurmerk. Maar hoe blijft een erkend streekproduct meer dan 'een product van een lokale boer'? Producenten van streekproducten op de Veluwe gingen aan de slag met de methode van 'Eet je Uitzicht'. Dit leverde een aantal mooie resultaten en handvatten op.

Door **René de Bruin, Derk Jan Stobbelaar, Helmer Wieringa**

Streekproducten worden op een maatschappelijk verantwoorde manier geproduceerd, met toegevoegde waarde voor de streek en het streekeigen cultuurlandschap. Streekproducten zijn mooie, eerlijke en pure producten." Dat schrijft minister Carola Schouten van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit in haar Kamerbrief over regio- en streekproducten van 2 augustus. Maar wat de minister als feit poneert, geldt zeker niet voor alle streekproducten in Nederland. Het is vooralsnog een wensbeeld waar we naartoe moeten werken. Daarbij is de term 'streekproduct' niet beschermd. Het wordt door zowel producenten als afnemers vaak naar eigen goeddunken gebruikt – en soms misbruikt. Ook streeknamen geven geen oorsprongsbescherming. Stichting Streekeigen Producten Nederland (SPN) probeert duidelijkheid te verschaffen met het keurmerk Erkend Streekproduct, dat zij uitgeeft samen met regionale partnerorganisaties die vaak streekmerken als Waddengoud of Zeker Zeeuws beheren. De criteria van het keurmerk zijn echter twintig jaar geleden opgesteld en gaan

vooral over grondstoffen, lokale productie en bewerking, en duurzaamheid. De criteria zijn vooral gericht op het product en missien te weinig op de streek als geheel.

Een aantal producenten van streekproducten deed naar hun idee méér dan een product maken: ze investeren in groen, beleving, duurzaamheid. Zij vroegen zich af: wat als de burens dat niet doen en zich wel 'streekproduct' noemen? Hebben we dan straks bijvoorbeeld een Erkend Streekproduct in een landschap van megastallen? Het was voor SPN aanleiding om na te gaan of er criteria denkbaar zijn die waarborgen dat een streekproduct daadwerkelijk iets goeds doet voor de streek, bijdraagt aan de streekeconomie of het landschap. Dat is ook de enige manier om onderscheid te maken tussen streekproducten en concepten als 'lokaal of regionaal voedsel' of 'de korte keten', wat nog open en onbeschermd begrippen zijn.



Het 'kippenparadijs' van Lankerenhof, een van de pilotbedrijven. De familie Borren heeft de gronden (kampenlandschap) beplant met singels en knotwilgen, solitaire bomen en hagen langs de oude es. Foto: Visit Veluwe / stichting Erkend Veluws Streekproduct.

De vraag leidde tot een innovatieproject: een groep Veluwse producenten ging concreet met het thema aan de slag in het project ‘Kwaliteitsproduct in een Kwaliteitslandschap’. Op drie aangesloten bedrijven werden pilots uitgevoerd volgens de methodiek van Eet je Uitzicht. Daarbij werd nauw samengewerkt met Stichting Landschapsbeheer Gelderland, Hogeschool Van Hall Larenstein en Stichting Erkend Veluws Streekproduct.

BEDRIJFSPLAN, VERHAAL EN KRING VAN DE STREEK

De adviseurs van Eet je Uitzicht werken aan een methodiek om de relatie tussen je ‘uitzicht’ en je voedsel na te gaan, als ingang voor een nieuwe manier van denken over plattelandsvernieuwing. Een voor planologen herkenbare werkwijze, waarbij de omgeving echter vaak wordt beperkt tot de fysieke leefomgeving – het landschap. Eet je Uitzicht vat ‘uitzicht’ breder op: het gaat om de ruimtelijke, sociale en economische omgeving – de streek. Een eerste leerpunt uit dit project is dat het belangrijk is om consequent vast te houden aan dat samenspel van fysieke leefomgeving (inclusief natuur), sociaal domein en economie. Alleen dat samenspel brengt echt verdieping in keuzen en bedrijfsstrategie. Het resultaat bestaat uit

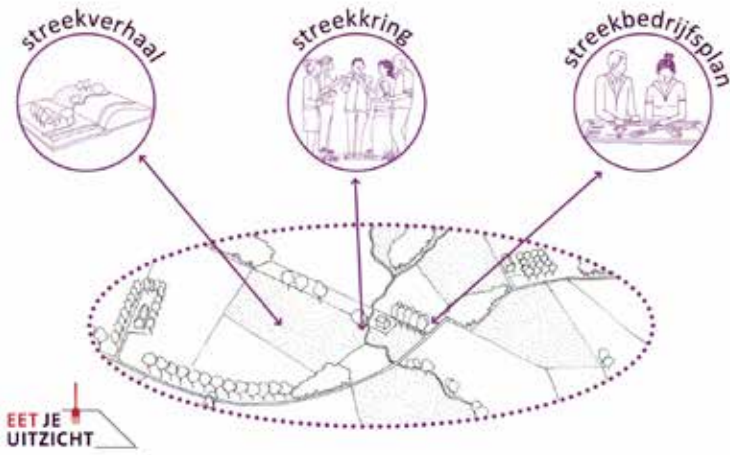
drie ‘planproducten’: al doende en zoekende bleken de bedrijven uit de voeten te kunnen met (1) een ‘streekbedrijfsplan’ met daarin (2) een vanuit het bedrijf opgebouwd streekverhaal en (3) een draaiboek voor een bij het bedrijf behorende ‘streekkring’.

Het streekbedrijfsplan is de basis. Hierin gaat het bedrijf na wat haar bijdrage of betekenis is voor de omgeving en hoe de verbinding product-bedrijf-omgeving verteld kan worden. Als je met het product naar de omgeving kijkt in al haar facetten (natuur, beleving, educatie, gezondheid van de buurt, imago van de landbouw, horeca, verdienmodel, omgevingswaarde, et cetera) groeit het product uit tot een ‘streekbijdragend product’: de geproduceerde kaas wordt een verhaal van gezonde bodem, beekbegeleidende beplanting, behoud van reliëf, educatie en zelfs bedrijfscontinuïteit. Een mooi uitzicht tijdens een fietstocht is het resultaat van de productie van deze kaas. De kaas leidt tot onderhoud van gronden in het buitengebied. Het (markt)verhaal van het product groeit zo uit tot een streekbedrijfsverhaal, met het streekproduct als middel van het verdienmodel. Veel boeren laten dit verhaal weg. En ook gemeentebelid kijkt vaak ‘slechts’ naar wat er mag op het erf (bouwvlak) en niet wat dat bouwvlak bij wijze van spreken aan omgeving in de benen houdt.

LANDSCHAPSELEMENTEN ALS TOEVOEGING AAN STREEKVERHAAL
Landschapselementen zijn en blijven een stevig onderdeel van de verbinding tussen product, bedrijf en omgeving. Stichting Landschapsbeheer Gelderland (SLG) heeft een goede werkmethode voor de inventarisatie van landschapselementen en de uitvoering van het beheer, met een organisatie van vrijwilligers en begeleiding met materieel en training. De methodiek is echter meer gekoppeld aan de landschapselementen binnen een bepaald landschapstype dan aan bedrijven met gronden en een bedrijfsvoering, stelt projectleider Sander Nijhuis van SLG.

In dit project werd de verbinding tussen landschapselementen en het bedrijf opgezocht in het eerder genoemde streekbedrijfsverhaal. Waarin ziet het bedrijf kansen voor behoud of aanleg van landschapselementen ter versterking van de eigen bedrijfsopzet? Er bleken vele aanknopingspunten: de geschiedenis van het bedrijf (‘hadden jullie vroeger een boomgaard en voegt dat nu iets toe?’), wensen vanuit dierenwelzijn en voeraanbod (‘we willen wel knabbelhagen’, ‘wie ziet ons bodemleven eigenlijk?’) of de wens om boeren natuur te tonen (‘mogen er een paar varkens in ons bosje?’). Deze wensen

Het samenspel van fysieke leefomgeving, sociaal domein en economie brengt echt verdieping in keuzen en bedrijfsstrategie.



Drie planproducten om streek en streekproduct te verbinden.

bleken niet alleen onverwachte toevoegingen aan de plannen voor onderhoud en aanleg; vooral ook droegen ze bij aan de samenhang tussen groenplannen en bedrijfsvoering. Het groen verandert zo van losstaande ‘onderhoudsproblemen’ naar elementen met een zichtbare betekenis in het bedrijfsverhaal. Dit uitgangspunt ontwikkelde zich tot het integreren van een totaalpakket van landschap- en natuurelementen in het streekbedrijfsplan, zodat het groen een integraal onderdeel wordt van de bedrijfsopzet van een streekproduct. Een omkering van het oude denken van SLG, waarin vooral de onderhoudsplanning centraal staat. “SLG gaat veel meer op zoek naar de verbinding met landbouwbedrijven met wat we noemen ‘maatschappelijke meerwaarde’: bedrijven die op een bijzondere manier produceren en dat vertalen in het beheer van landschap en biodiversiteit”, verklaarde Arjan Vriend, directeur van SLG, dan ook naar aanleiding van het project. “Daar is ook voor ons nog veel winst te behalen. Daarbij is het belangrijk het achterliggende verhaal goed in beeld te krijgen en dit ook mee te nemen in de communicatie naar burgers en consumenten.” Onderhoud vraagt wel om vele handen. SLG deed een beroep op haar ervaring met het organiseren van vrijwilligersgroepen. De oproep bleek ook in dit project succesvol en leidde tot nieuwe



Werkdag vrijwilligers De Groote Stroe, een van de pilotbedrijven, winter 2019.
Foto: René de Bruin.

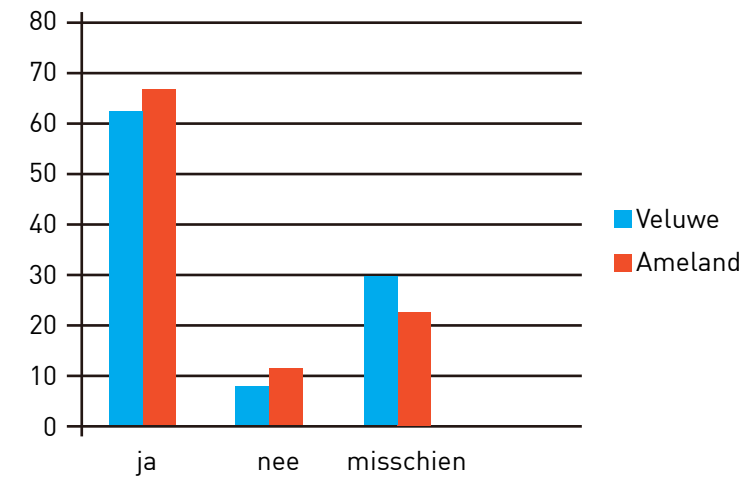
werkgroepjes. Met ook hier eenzelfde omslag in het denken: de vrijwilligers zijn geen onderhoudsploeg van SLG maar een groep die bij het bedrijf hoort: een zogenoemde ‘streekkring’. Het lijkt veel vrijwilligers overigens niet uit te maken: veel vrijwilligers willen vooral graag praktisch aan de slag: ‘lekker zagen’ of bijvoorbeeld gastvrouw zijn op een lammetjesdag. Toen de boerin van één van de pilotbedrijven als aftrap voor de nieuwe groenploeg begon met het bedrijfsverhaal, was een reactie: “Laat het verhaal maar zitten, ik wil lekker snoeien!” Goede feedback voor het project: het heeft tijd nodig om te zien of verschillende typen vrijwilligers als streekkring kunnen gaan werken.

Consumenten zeggen een streekproduct eerder te kopen als dat aantoonbaar bijdraagt aan het behoud van het landschap.

BIJDRAGE STREEK AANTREKKELIJK VOOR CONSUMENT
Studenten van Van Hall Larenstein zijn in het kader van het project nagegaan hoe de consumenten van streekproducten de relatie met het streeklandschap waarderen. Eerst op de Veluwe, in een later stadium ook op Ameland. De herkenbaarheid van het landschap is immers mede te danken aan producenten die het gebied anders laten zijn dan de omringende gebieden. De deelnemers aan de enquête vinden deze relatie ook belangrijk.

Als er wordt gevraagd naar de eigenschappen die een streekproduct moet hebben, komt op de Veluwe ‘bijdrage aan streeklandschap’ op de tweede plaats, na ‘lokaal geproduceerd’, maar vóór ‘lokaal be- of verwerkt’, ‘milieuvriendelijk’, ‘eerlijke prijs’, ‘smaak’, ‘biologisch’, et cetera. Op Ameland vindt men de bijdrage aan het streeklandschap ook belangrijk, maar het springt er minder uit. In beide gebieden geeft een groot deel van de geënquêteerden aan dat ze een streekproduct eerder kopen als dat aantoonbaar bijdraagt aan het behoud van het landschap. Ook willen ze graag dat het landschap waarin het streekproduct is geproduceerd zichtbaar is op de verpakking (meer dan 60% van de respondenten zegt heel belangrijk of belangrijk). Twee derde (65%) van de respondenten hecht (veel) belang aan een keurmerk, waarmee gewaarborgd wordt waar en hoe een streekproduct wordt geproduceerd (een kwart is neutraal). De consumenten onderschrijven hiermee het wensbeeld van de minister.

Lastiger wordt het als we kijken welke landschapsbeelden en associaties de consumenten vervolgens hebben bij de streek; ze denken bij ‘streek’ vooral aan natuurlandschappen. Op Ameland zijn dat het strand en de Waddenzee, op de Veluwe is dat bos en hei. Gelukkig voor het Ameland product komt een relatief groot deel van het assortiment uit de natuurgebieden (zoals honing, cranberry, vis, oes-



Antwoord op de vraag: als een producent kan aantonen dat door zijn productiewijze het landschap wordt behouden, zou u het dan eerder kopen? (Antwoorden in procenten; respectievelijk 116 en 130 antwoorden.)

ters) waardoor de verbinding met de natuurlandschappen eenvoudig te leggen is. Op de Veluwe is het lastiger en ligt de oplossing in het benadrukken van de variatie aan landschappen die de Veluwe geliefd maakt, waaronder de kleinschalige productielandschappen. Daarnaast zou gestreefd kunnen worden naar meer ‘natuur’-producten (wild, schaap en honing van de heide). Dat is bruikbare input voor de ondernemers. Want wat heeft streekkaas nu met strand of heide?

EEN CRITERIUM VOOR STREEKBIJDRAGE EN OMGEVINGSKWALITEIT
Streekproducten kunnen een positieve bijdrage hebben voor de lokale economie en voor de kwaliteit van de leefomgeving. De streek moet wel meer onder de aandacht worden gebracht van consumenten. Een streekproduct kan eigenlijk niet zonder streekverhaal: het verhaal van de producent en zijn product, maar ook in de beleving van de consument en bezoeker. Om te zien hoe het streekproduct bijdraagt aan de streek, is het gesprek met streekbewoners van groot belang. In de streekkring kunnen zij niet alleen helpen op het bedrijf maar ook ambassadeurs van het streekproduct worden.

Hoe verder? De bijdrage van een streekproduct aan de streek kan concreet worden en worden versterkt door de methodiek van Eet je Uitzicht toe te passen. Dit zou vertaald kunnen worden naar de criteria van het Erkend Streekproduct, om hiermee de relatie tussen streek en streekproduct beter te borgen, en een verantwoord beheer van het landschap te koppelen aan de certificering. Het ontwikkelen van die criteria blijkt niet eenvoudig, maar dit project biedt de eerste denkrichting: zowel voor het bedrijf in zijn betekenis voor de streek, als voor het beleid in zijn zoektocht naar welke bedrijven nodig zijn voor omgevingskwaliteit.



René de Bruin is secretaris van SPN en adviseur.
Helmer Wieringa is adviseur van Eet je Uitzicht (www.eetjeuitzicht.nl). Derk Jan Stobbelaar is lector Duurzaam Landschapsbeheer bij Hogeschool Van Hall Larenstein.

Meer over het onderzoek leest u in het digitale magazine ‘Kwaliteitsproducten in een Kwaliteitslandschap’ (augustus 2019): spn.foleon.com/erkend-streekproduct/kwaliteitsproducten-in-een-kwaliteitslandschap/

Het project Kwaliteitsproducten in een Kwaliteitslandschap is mede mogelijk gemaakt door de Europese Unie en de Provincie Gelderland.