



EET JE REGIO

Lokaal voedsel in de regio Rijn IJssel Linge

VOORWOORD



Eten uit je eigen tuin of van eigen land. Iets dat mij als boerendochter uit Friesland bijzonder aanspreekt. Met veel plezier deed ik dan ook mee aan de Local Food Challenge, waarin eenieder werd uitgedaagd om een week lang voedsel te eten uit eigen regio. Die uitdaging ging me redelijk goed af al zeg ik het zelf. Met plezier kocht en koop ik mijn groenten en fruit op de weekmarkt in het centrum van Arnhem. En als je een beetje oplet, is vrijwel alles te krijgen dat regionaal is geteeld.

Gezamenlijke promotie

Het idee dat het lastig of extreem duur is om regionaal voedsel te verkrijgen is achterhaald. Het heersend beeld erover echter is hardnekkig. Daar ligt nog wel een uitdaging voor alle partijen die zijn betrokken bij het vraagstuk over regionaal voedsel. Een oplossing zit deels in gezamenlijke promotie zo staat ook in deze verkenning te lezen.

Vatbaar

Wat we ons moeten realiseren is dat we het huidige maatschappelijk klimaat mee hebben. Mensen zijn zich steeds meer bewust van het belang voor een goede en leefbare aarde. Daarmee zijn ze vatbaar voor de boodschap dat het niet per se nodig is om in de winter aardbeien te eten die worden gekweekt in Afrika. Of dat we tomaten moeten eten uit het Midden-Oosten. Producten van het seizoen en uit de regio zijn ook zoveel smakelijker weet ik als 'lekkerbek'.

Voorbeeldrol

Kortom ik zie de toekomst van regionaal voedsel positief in. Als overheid moeten we daarin een voorbeeldrol spelen is mijn overtuiging. Daarom word ik blij van initiatieven als fruitboomgaarden in wijken waar bewoners hun fruit kunnen plukken of bedrijfsrestaurants in gemeentehuizen waar uitsluitend nog regionaal voedsel te vinden is.

INE VAN BURGSTEDEN

WETHOUDER GEMEENTE ARNHEM





INHOUD

1	Inleiding	5
2	Lokaal voedsel	6
3	De oogst van het onderzoek	8
4	Interviews met regionale producenten en afnemers	16
5	Uitkomsten enquête regionaal voedsel	52
Bijlage 1	Overzicht van geïnterviewde partijen	56
Bijlage 2	Vragenlijst enquête	59
Bijlage 3	Overzicht van regionaal voedsel per gemeente	65
Bijlage 4	RIJN-IJSSEL- LINGE	70
	Colofon	72

“Doel van de samenwerking is de markt voor lokale en regionale voedselproducten een stevige stimulans te geven”



1 INLEIDING

DIT BOEKJE IS TOT STAND GEKOMEN DOOR DE INTENSIEVE SAMENWERKING VAN DRIE ONDERNEMERS, EEN BELANGENBEHARTIGER EN EEN VIJFTAL GEMEENTEN. DOEL VAN DIE SAMENWERKING IS DE MARKT VOOR LOKALE EN REGIONALE VOEDSELPRODUCTEN EEN STEVIGE STIMULANS TE GEVEN.

Zuivelboerderij en Landwinkel IJsseloord, Boerderij De Horsterhof, Kweekland / Puurland, Stichting Erkend Veluws Streekproduct en de gemeenten Arnhem, Lingewaard, Overbetuwe, Renkum en Rheden hebben daartoe onder de noemer Voedselregio Rijn IJssel Linge een subsidieverzoek ingediend in het kader van de door de Europese Unie en de provincie Gelderland opgestelde regeling POP3 Korte Voorzieningsketens. Dat verzoek werd gehonoreerd en in de periode mei 2017 tot en met april 2018 is hard gewerkt aan dit project. De uitvoering ervan werd in handen gelegd van bureau Happyland, bestaande uit Marie Baartmans en Marijn Struik.

De markt en het krachtenveld van lokaal voedsel zijn verkend, en de kansen en risico's zijn in beeld gebracht vanuit het perspectief van ondernemers en belangenbehartigers zelf, er is een enquête uitgezet en ideeën rondom lokaal voedsel zijn in beeld gebracht. Tegelijkertijd is er toe gewerkt naar een beurs voor ondernemers in lokaal voedsel in Gelderland, het Regionaal Voedsel Event.

Dit boekje geeft inzicht in de uitkomsten tot nu toe. Op basis van de uitkomsten van de enquête, de verkenning en de interviews met ondernemers en organisaties dwars door de regio worden conclusies getrokken over de kansen voor een meer lokaal georiënteerde voedselproductie in het gebied van Rijn IJssel Linge.

Dit boekje wordt uitgedeeld tijdens het regionaal Voedsel Event. Aan het begin van de zomer wordt dit boekje verder aangevuld met het verslag van de beurs en kan dienen als naslagwerk voor iedereen die aan de slag wil met lokaal geteeld voedsel.

2 LOKAAL VOEDSEL

EEN PAAR WOORDEN OVER HET PROJECT VOEDSELREGIO RIJN IJSSEL LINGE, OVER DE WERKWIJZE DIE WIJ HEBBEN GEHANTEERD EN HET WAT EN WAAROM ACHTER DE AMBITIE DE MARKT VOOR LOKAAL VOEDSEL TE STIMULEREN.

VOEDSELREGIO RIJN IJSSEL LINGE

Is een samenwerkingsverband van Zuivelboerderij en Landwinkel IJsseloord, Boerderij De Horsterhof, Kweekland / Puurland, Stichting Erkend Veluws Streekproduct en de gemeenten Arnhem, Lingewaard, Overbetuwe, Renkum en Rheden. Het is ook de naam van het project dat dit samenwerkingsverband heeft opgesteld.

Het project heeft als voornaamste doel de markt van lokaal voedsel een stevige stimulans te geven door het oprichten van één of meer samenwerkingsverbanden die (de zakelijke) vraag en aanbod duurzaam verbinden. Dat, in combinatie met ondersteunend beleid van de betrokken gemeenten en de betrokken ondernemers zelf, moet leiden tot een substantiële groei van de bekendheid met en de vraag naar lokaal voedsel.

De achterliggende gedachten zijn dat daarmee regionale bedrijvigheid en werkgelegenheid duurzaam worden versterkt. Dat de regio wat betreft voedsel sterker en meer zelfvoorzienend wordt en dat de lokaal georiënteerde productie bijdraagt aan zorg, gezondheid, landschap, biodiversiteit en duurzaamheid in de regio. Tot slot, wordt door het verminderen van de voedselkilometers de CO₂-uitstoot teruggedrongen.

LOKAAL VOEDSEL

Is een veel gebruikt begrip waar vrijwel iedereen ook een eigen invulling aan geeft. Wij verstaan hieronder voedselproducten die zijn geteeld en verwerkt op het grondgebied van de gemeenten Arnhem, Lingewaard, Overbetuwe, Renkum en Rheden én in een straal van grofweg 30 kilometer rondom die gemeenten.

ONZE AANPAK

De verkenning van markt en krachtenveld werd uitgevoerd door middel van interviews en literatuuronderzoek. In de periode juni 2017 tot en met februari 2018 zijn 40 partijen in de voedselregio Rijn IJssel Linge geïnterviewd. Daarbij is gewaakt voor een goede spreiding over de regio én tussen doelgroepen aan de aanbodkant (producenten,

distributeurs en verwerkers) en aan de vraagkant (retail, horeca, bedrijven, onderwijsinstellingen, zorg- en welzijnsinstellingen en dag- en verblijfsrecreatie).

In december 2017 is een grote enquête uitgezet onder 15.000 respondenten, een steekproef uit ruim 51.000 bedrijven en organisaties in de regio van de vijf gemeenten. Daarmee wilden wij achterhalen in hoeverre het werken met lokale producten leeft bij de verschillende doelgroepen en wat de voors en tegens zijn bij lokale producten.

Vervolgens, zijn in januari en februari 2018 kansrijke ideeën nader onderzocht en waar nuttig zijn partijen bij elkaar gebracht om te ontdekken of de ideeën kunnen worden uitgewerkt tot concrete projecten met een kop en een staart.

In december zijn we op basis van de voorlopige uitkomsten en vragen uit het veld aan de slag gegaan met de idee van een beurs voor ondernemers en andere partijen in lokaal voedsel in Gelderland. We willen daar vooral een interactieve bijeenkomst van maken, waar het delen van kennis centraal staat. Uit alles bleek namelijk dat niets beter werkt dan ondernemers die aan andere ondernemers laten zien en horen hoe een succesvol bedrijfsconcept tot stand is gekomen en waarom het werkt. Omdat er uit de verkenning ook veel vragen naar voren kwamen over samenwerking, financiering, kennis en promotie bestaat uit grootste deel van het programma van de beurs uit workshops en kennisdeling.

WORDT VERVOLGD

De kansrijke ideeën die nu voorliggen voor een nadere uitwerking hebben betrekking op de onderwerpen als: verbinding (tussen producent en consument), regionale samenwerking en nieuwe producten en nieuwe distributievormen.

De komende tijd wordt gebruikt om met partijen nader afspraken te maken over de vorm waarin kan worden samengewerkt en de wijze waarop en de mate waarin dat moet gebeuren. Dan moet ook duidelijk zijn welke behoeften er zijn en wie dan kan invullen. In mei 2018 moet de samenwerking concreet worden en gaat Voedselregio Rijn IJssel Linge een nieuwe fase in.

We houden u op de hoogte...

3 DE OOGST VAN HET ONDERZOEK

VAN OUDSHER WERDEN STEDEN EN DORPEN GEVOED DOOR HET OMMELAND EN VOEDDEN STEDEN EN DORPEN HET OMMELAND. DOOR EEN TOENAME IN WELVAART, STANDAARDISERING EN GLOBALISERING KOMT ONS ETEN NU VAN OVER DE HELE WERELD IN PLAATS VAN ONZE ACHTERTUIN. DIT ZORGT ERVOOR DAT PRODUCTEN AAN PERSOONLIJKHEID HEBBEN VERLOREN EN DAT DE KENNIS OVER PRODUCTEN EN HUN HERKOMST AFNEEMT.

Door trends op het gebied van bewust en gezond eten, gevoed door onder meer de zorg over ons milieu en misstanden in de voedselindustrie is er weer meer behoefte aan kennis over de herkomst, productie en kwaliteit van voedsel. Er is een toenemende herwaardering naar wat je eet, maar ook wie het product maakt en hoe het wordt geproduceerd. Vandaar dat steeds meer partijen zich zijn gaan richten op de lokale markt. Zo ook in de regio Rijn IJssel Linge.

De onderstaande conclusies zijn gebaseerd op de interviews, de enquête en het literatuuronderzoek die in de periode van juni 2017 t/m januari 2018 zijn gehouden.

KORT OVERZICHT VAN ONZE LOKALE MARKT

Voor producenten in onze regio wordt het steeds aantrekkelijker om de lokale markt te bedienen met een gemengd aanbod van voedselproducten, retail, horeca, verblijf en andere vormen van recreatie. Dat komt door de hoge grondprijzen, de ontwikkelingen in het buitengebied en de concurrentie met andere delen van Nederland en de wereldmarkt. In de gemeenten Rheden, Renkum, Lingewaard, Overbetuwe en Arnhem is er voor agrariërs amper de mogelijkheid om te groeien. Daardoor wordt het boeren minder rendabel.

Uit de gesprekken met partijen en de enquête is er een duidelijk onderscheid gebleken tussen producenten die met lokale producten in grote volumes de groothandel bedienen en producenten die met een lokaal product een nichemarkt bedienen. Waarbij ook nog onderscheid kan worden gemaakt tussen de levering aan bedrijven en die aan individuele consumenten. Beide markten hebben hun eigen dynamiek en kansen en risico's. De nichemarkt onderscheidt zich het meest op kwaliteit en ambacht en de groothandel op gemak en transport.

Vanuit de business-to-business kant geven partijen aan dat hun markt gestaag aan het groeien is, zoals bij Oregional, Distreko, Boerenhart en Eetvallei. Voor de horeca zijn ambacht en bewustzijn belangrijke pijlers en bij bedrijven het ondersteunen van de lokale ondernemers. Maar bij beide groepen komt nog vaak naar voren dat zij de bereidheid en kennis missen om zich aan te passen aan de veranderingen die lokale producten en het eten met de seizoenen met zich mee brengen.

Bij levering van producten aan consumenten is er wel een verandering in de bewustwording maar nog geen significante verandering in het marktaandeel. Echt lokaal eten is blijkaar nog steeds voorbehouden aan een doelgroep die zich dat qua kosten kan veroorloven of partijen die hun eigen moestuin hebben. Lokale producten lijken het meest te worden genuttigd op speciale momenten.

LOKAAL PRODUCEREN IS HET VERMINDEREN VAN MARGES

Bij de afzet van lokale producten gaat het om het verkorten van de keten. Vanuit zakelijk perspectief betekent dit dat je waar mogelijk de marges verkleint, maar dat je ook inzet op flexibiliteit en creativiteit. In gesprek met partijen komen een aantal voorbeelden terug:

Lokale samenwerking tussen producenten en afnemers

“Hierin is onderling vertrouwen erg belangrijk”, zegt een regionale producent. “Dat maakt dat men het elkaar onderling gunt. Dat heeft alles te maken met betrokkenheid. Hoe groter de afnemer des te afhankelijker de producent is en hoe gemakkelijker het is om de prijs te verlagen”. Het gaat om middelgrote bedrijven die met elkaar samenwerken. Dit maakt dat je op elkaar kunt anticiperen.

Niet denken in ruwe maar in verwerkte producten

Hierin zien we producenten een stap maken in een focus van het ruwe product naar een focus op de gehele keten en de ontwikkeling van een verwaarding van hun product. Denk aan een kippenboer die zelf zijn eieren inpakt tot een boer die van zijn eigen melk ijs is gaan maken. Maar ook voorbeelden als Kipster die zelf de gehele keten is gaan verwaarden. Hiermee te zorgen producenten dat er zo min mogelijk marge aan de strijkstok blijft hangen.

Het verminderen van kosten voor administratieve transacties en transport

Je ziet nog vaak partijen uitgaan van webwinkels of eigen verkoop met unieke bestellingen, die zorgen voor veel mobiliteit. Omdat het vaak gaat om veel kleine afnames is dit voor veel ondernemers geen interessant verdienmodel. Samenwerkingen als Oregional of Distreko zorgen voor minder administratie en minder transportkosten. Het werken met grote volumes en grote groepen afnemers zie je ook terugkomen bij voorbeelden als Veld en Beek, die als producent werken met een aantal vaste afhaalpunten.

Lokaal is niet alleen een product maar ook herkenning en smaak

Een succesvol lokaal product is meer dan alleen ambacht en grondstoffen van dichtbij. Voor de consument is herkenning en smaak een belangrijke succesfactor. “Bij de

lokale producten hebben we het over duurzaamheid en streek, maar gaat het vaak niet over smaak en kwaliteit”, zegt Marcel Vijn van de Wageningen Universiteit. “Wij willen graag dat boeren mooie producten maken, maar vaak zijn ze niet erg gericht op smaak. Bij vlees is het afmesten erg belangrijk en dat vraagt om een bepaalde kennis. Je moet boeren op een smaakcursus sturen, dat kan het product echt beter maken”.

Verwaarden van ‘lokaal of ‘streek’

Er is vraag naar zeer plaatselijke geproduceerde producten. Uit ons onderzoek blijkt dat men onderschat hoe verschillend mensen daar tegenaan kijken: “Termen als ‘streek’, ‘lokaal’ en ‘regio’ wordt heel verschillend beleefd”, zegt Marcel Vijn van de Wageningen Universiteit. “Neem Wageningen en de Betuwe. Wageningen heeft niks met de Betuwe; de Betuwe is voor Wageningers gevoelsmatig absoluut niet lokaal. Maar Otterlo of Hoenderloo worden dan wel gezien als lokaal, terwijl dit qua afstand niet veel van elkaar verschilt.” Daarbij zijn heel veel producten niet regio-specifiek. “Veluwe en wild is een logische link maar niemand heeft een beeld bij een Veluwe krop sla. Dat product is erg lastig te verwaarden. Het gaat er echt om dat je met elkaar die meerwaarde weet te vinden”.

Regiomarketing koppelen aan lokale producten

Laten we kijken naar de relatie tussen regiomarketing in relatie tot lokale producten. Als voorbeeld de Acht Kastelen Cider uit Voorst waar cider wordt gemaakt van appels uit boomgaarden van landgoederen. Dit product wordt niet alleen een drankje maar een beleving. Daarbij is Voorst erg in trek qua overnachtingen, waardoor ook een koppeling wordt gemaakt tussen lokale producten en verblijfsrecreatie. Dit zijn kansen die nog beter benut kunnen worden in de regio Rijn IJssel Linge.

RESULTATEN NA ÉÉN JAAR VOEDSELREGIO RIJN IJSSEL LINGE

Streekzegel

Uit de krachtenveldanalyse komt naar voren dat producenten graag meer aandacht en meer afzetkanalen willen voor hun product. Kijkend naar de mogelijkheden zou een Streekzegel hierin een bijdrage kunnen leveren. In de regio Wageningen wordt hiervan al een aantal jaren met succes gebruik gemaakt. De Streekzegel is daar een initiatief van winkeliers en producenten uit de streek. Zij staan voor de kracht van samenwerking, voor duurzaamheid, voor groen, gezond en lekker.

De werking van de Streekzegel is eenvoudig: de consument koopt lokale producten bij een van de zegeluitgiftepunten en ontvangt bij een bepaalde uitgave een aantal Streekzegels. Een volle streekzegelkaart is in te wisselen voor een korting op een lokaal product bij een van de deelnemende verkooppunten van lokale producten. Dit systeem zorgt voor klantbinding en zichtbaarheid van producten uit de streek.

In Wageningen is gebleken dat de streekzegel zorgt voor het vergroten van de afzet van lokale producten. Daarbij is het mooi initiatief om informatie te geven over lokale producenten/producten en evenementen. Hiermee denken we een goed antwoord te hebben op de vragen die uit de krachtenveldanalyse naar voren zijn gekomen.

Keten voor afzet lokaal vlees

Natuurcentrum Arnhem (NA, stichting met subsidie voor natuur- en milieueducatie, gezondheids- en voedingsonderwijs en ondersteuning van lokale groene initiatieven) heeft eigen vee voor de stadsboerderijen en is actief binnen verschillende fokprogramma's voor oud Nederlandse veerassen. Jaarlijks verkoopt NA een deel van haar vee aan lokale afnemers. Zij willen dit graag verder professionaliseren in samenwerking met andere partijen in de regio. Daarin is aangegeven dat partijen als de Schaapskooi Rheden en het Nederlands Openluchtmuseum deze interesse delen.

De afzet van het lokale product kan weer terug worden geïnvesteerd in educatie en de boerderij. Het voorbeeld dat men hier gaf is dat vroeger de koeien voor 750 euro op de markt werden verkocht en bij directe verkoop van vlees aan consumenten kan met een koe 3500 euro worden verdiend. Graag gaan zij daarom ook samen met andere maatschappelijke partijen in gesprek om hier verdere stappen in te maken. Een bijeenkomst met verschillende maatschappelijke en meer commerciële partijen kan meer uitsluitsel geven over een mogelijke samenwerking in deze mogelijke nieuwe keten van lokaal vlees.

Een maatschappelijk stukje vlees dat niet alleen duurzaam is maar ook lekker en educatief. Een mooie manier om de CO₂-uitstoot terug te dringen en ook een bijdrage te leveren aan bewustwording van onze omgeving.

Fresh Market

Next garden is een samenwerking tussen verschillende eigenaren van glastuinbouw locaties in de gemeente Lingewaard. In het verleden is er met deze producenten gekeken naar het opzetten van een Fresh Market. Een Fresh Market is een locatie waarbij niet alleen het product zoals paprika maar ook de plant kan worden verkocht. Het gaat hier om bijvoorbeeld paprika planten, aardbeien en tomaten. Door de crisis is dit idee in de ijskast beland. Nieuwe partijen zoals Intratuin en Dille en Kamille hebben hier nu interesse in getoond.

Een mooie manier om de CO₂-uitstoot terug te dringen. Spannende manier om je lokale groente te kopen. Lokaal verdienmodel en promotie voor kaseigenaren in Lingewaard.

Voedselregio Rijn IJssel Linge

De POP3 subsidie maakt het mogelijk dat er vijf gemeenten samenwerken onder de noemer Voedselregio Rijn IJssel Linge. Het zou mooi zijn als dit initiatief, dit samenwerkingsverband, op eigen benen kan gaan staan en niet afhankelijk is van de provinciale subsidie.

Het initiatief Salland Boert en Eet Bewust is een mooi voorbeeld van een vehikel voor de te ontwikkelen Voedselregio Rijn IJssel Linge.

“Salland Boert en Eet Bewust verbindt boeren met de samenleving. De deelnemende boeren willen hun omgeving graag vertellen over hun bedrijf en inzicht bieden in hun bedrijfsvoering. Dat doen ze door onder andere het organiseren van open dagen, het ontvangen van schoolklassen, de aanwezigheid van een boerderijwinkel of door actief



PERMACULTUUR, EEN OP NATUURLIJKE ECOSYSTEMEN GEBASEERDE VORM
VAN LANDBOUW DIE VEEL CAN BETEKENEN VOOR BODEM EN BIODIVERSITEIT.

“Uit de krachtenveldanalyse komt naar voren dat producenten graag meer aandacht en meer afzetkanalen willen voor hun product”



te zijn op social media. In een burgerpanel horen de deelnemende boeren ook wat burgers belangrijk vinden voor de agrarische sector. Door met elkaar in gesprek te komen, ontstaat er meer wederzijds begrip. Dat is de kracht van Salland Boert en Eet Bewust!”. Het initiatief is gestart vanuit LTO en men is op zoek naar andere regio's om zo het concept breder neer te zetten. In gesprek met LTO Oost Betuwe is enthousiast gereageerd om meer te gaan doen met lokale producten. Een bijeenkomst met LTO's, gemeenten en geïnteresseerde gebiedspartijen uit de regio Arnhem, Rheden, Renkum, Overbetuwe en Lingewaard zal meer invulling kunnen geven aan de ontwikkeling van de Voedselregio Rijn IJssel Linge.

Welkomspakketten

Uit Verkenning Markt- en Krachtenveld komt naar voren dat veel partijen gebaat zijn bij meer gezamenlijke promotie en afzet van hun product. Het idee van welkomspakketten zou hierin een product kunnen zijn dat een bijdrage kan leveren aan de promotie en de afzet.

Samen met partijen uit de samenwerking zal de vorm worden ontwikkeld waarin de welkomspakketten uiteindelijk worden aangeboden. Een voorbeeld: bij het verblijf op een van de Waddeneilanden vindt de bezoeker bij binnenkomst in kamer of huisje vier producten op tafel die afkomstig zijn van het eiland zelf, met daarbij een folder die iets vertelt over de producten/producten, fietsroutes langs producenten en activiteiten op het eiland.

De Regio Rijn IJssel Linge is een van de aantrekkelijkste verblijfsregio's van ons land. Vandaar dat met de koppeling tussen lokale producten en verblijf de afzet vergroot wordt en daarmee vergroot men de promotie van de producten.

Lokale producten in bedrijfsrestaurants

De gemeenten uit het samenwerkingsverband hebben aangegeven de intentie te hebben om meer lokale producten in hun bedrijfsrestaurant te brengen. De gemeente kan hiermee zijn lokale ondernemers ondersteunen en zo het goede voorbeeld

geven. Het gaat hier om “practice what you preach”. In het project is een duidelijk overzicht gemaakt van partijen die lokale producten produceren en leveren. Dit vormt een mooie basis om met lokale partners een geschikt assortiment te ontwikkelen.

Nieuwe korte ketens die zijn ontstaan tijdens het project

De verkenning markt- en krachtenveld en de uitkomsten van de enquête zijn de aanleiding geweest tot het ondersteunen van tal van initiatieven. Initiatieven werden geholpen door verbindingen te leggen of door ze op weg te helpen met gezamenlijk formuleren van concrete stappen.

De interviews voor de markt- en krachtenveldanalyse en de enquête hebben al geleid tot tal van initiatieven. De deelnemers in de voedselregio en de voedselcoördinator hebben de nodige verbindingen gelegd. Hierdoor zijn al enkele schakels gerealiseerd.

- **Graanketen tussen Louis Dolmans en bakkerij Tom van Otterloo**

Er is een graanketen opgezet tussen graanproducent Louis Dolmans (i.s.m. Eko-boerderij De Lingehof) en Bakkerij Tom van Otterloo. Tom van Otterloo heeft ooit een streekbrood gehad, maar helaas was het graan hiervoor niet meer leverbaar, dus zocht hij nieuwe leverancier. De nieuwe leverancier heeft hij gevonden in Louis Dolmans van Doornik Natuurakkers. Sinds kort wordt er proefgebakken met het historisch lokale graan. Hierdoor komt er weer een echt streekbrood op de plank te liggen bij Bakkerij Tom van Otterloo.

- **Graanketen tussen Zuivelboerderij IJsseloord en bakkerij Tom van Otterloo**

Een tweede nieuwe leverancier voor de bakkerij is Zuivelboerderij IJsseloord. IJsseloord heeft een akkerland in De Steeg en was op zoek naar een nieuwe invulling. In het project is er een link gelegd tussen Tom van Otterloo en Bart Lubbers, waardoor er speciaal voor de bakkerij graan in De Steeg ingezaaid wordt.

- **Frisdrank van aardappel- en appelschillen**

In Arnhem is een partij actief die afvalproducten weer een nieuw leven wil geven. In dit samenwerkingsverband is Sebastiaan Hetterschijt bezig met het ontwikkelen van frisdrank uit aardappel- en appelschillen. Via het project is hij in contact gebracht met producent Twan Houterman. Op dit moment doen ze een pilot en testen ze de producten voor de ontwikkeling van van een goede smaak en kwaliteit.

4 INTERVIEWS MET REGIONALE PRODUCENTEN EN AFNEMERS

OM EEN BEELD TE KRIJGEN VAN DE HUIDIGE SITUATIE VAN DE MARKT EN KANSSEN EN BEDREIGINGEN VOOR HET VERGROTEN VAN DE AFZET VAN LOKALE PRODUCTEN, HEEFT DE VOEDSELCOÖRDINATOR EEN BREDE GROEP BELANGENPARTIJEN GESPROKEN.

IN DIT HOOFDSTUK IS VAN ELK GESPREK EEN KORT VERSLAG OPGENOMEN.



“Voor mij zou het fijn zijn een plek te hebben waar ik lokale producten uit de regio kan bestellen”

'T AMUSEMENT ESTÉE STROOKER

't Amusement in Arnhem serveert creatieve gerechten met een hoger doel dan alleen maar lekker eten. Estée vindt het van belang een bewuste keuze te maken van ingrediënten uit het seizoen, alleen maar te werken met 'het hele beest', verantwoorde vis en een goede balans te zoeken tussen groente, vlees en vis. “Zo hebben de gerechten een verhaal”, zegt Estée.

“Voor mij zou het fijn zijn, om een plek te hebben waar ik lokale producten uit de regio kan bestellen”, zegt Estée. “Nu werk ik met verschillende Excel sheets en dat kost veel tijd”.

“Het zou mooi zijn als het project Korte Ketens kan aanhaken op het project van Steven Koster met de elektrische bakfietsen”. Estée weet alleen niet of andere horecagelegenheden hier ook interesse in hebben. Op dit moment heeft zij geen overzicht van welke andere partijen in de stad iets doen met lokale producten. “Naar mijn weten ben ik de enige die met lokale producten werkt”.



BAKKERIJ TOM VAN OTTERLOO TOM VAN OTTERLOO EN FRANSKE BRANDT

Bakkerij Tom van Otterloo heeft vestigingen in Arnhem en De Steeg. De Bakkerij is gebaseerd op vier pijlers; desem, duurzaam, een korte keten (transparantie, faire prijs voor iedereen) en nauwe samenwerking met dorp, wijk en stad.

De bakkerij levert aan lokale horeca en detailhandel, zoals het Eet-Lokaal in Zevenaar, Stella By Starlight, Sugar Hill en Caspar. Distributie vindt plaats met de eigen bus en in samenwerking met PUURLand voor de distributie per elektrische fiets in de binnenstad.

Eind 2017 is de nieuwe locatie op de Steenstraat in Arnhem geopend. Veel komt van de kringloopwinkel en de oven en bakkerijmachines zijn tweedehands. Buurtbewoners gaven spontaan ramen, oude (serre)deuren en zelfs het

granieten aanrecht bij de horecacounter is een gift uit de wijk. Een aantal nieuwe medewerkers is afkomstig uit de wijk. Daarnaast werken Tom en Franske actief samen met andere ondernemers in de Steenstraat.

Tom werkt graag met lokale granen: “we betrekken een aantal producten van zo dichtbij mogelijk, maar stellen ook eisen aan het graan en de manier waarop de boer ermee omgaat”. Afgelopen jaar heeft hij Emmer van Stichting Doornik Natuurakkers verwerkt in een brood. Dit graan is bij Molen De Kroon in Klarendal vermalen tot meel. Daarnaast voert hij sinds begin 2018 gesprekken om samen met Bart Lubbers van Zuivelboerderij IJsseloord, die graag voor de bakkerij gaat telen, tot een nieuwe samenwerking te komen. Ook gaat Tom binnenkort proefbakken met andere historische granen van Doornik Natuurakkers (spelt, Sint Jansrogge en helario tarwe). Deze wil hij laten malen bij Molen De Kroon in Klarendal of De Witte Watermolen voor een Streekbrood.

Een mooi product van de bakkerij is een brood, gemaakt van bierborstel van de brouwerij in De Kleefse Waard in Arnhem. En ook voor het ‘Hommeltje’, een zoete lekkernij gemaakt van resten van andere zoetwaren, zoals gevulde koeken en koffiebroodjes, wordt lokale honing gebruikt.



BETUWE BRASSICA TWAN HOUTERMAN

Twan Houterman heeft een akkerbouw/vollegronds groentebedrijf/zorgboerderij in Bemmelen. Van een regulier bedrijf is de omslag gemaakt naar een kleiner bedrijf dat zich richt op meerdere markten. “Daarbij willen we zorgen dat we marge over ons product zoveel mogelijk naar binnenhalen. Op dit moment verwerken we onze eigen groenten en brengen die onder eigen naam op de markt”.

Betuwe Brassica heeft vele afnemers, van detailhandel tot export en een stalletje aan huis voor de consument. “Lokale afzet is nog geen kwart van wat we produceren. Dit wordt getransporteerd via Oregional. Transport is erg belangrijk, bij lokale producten loopt het vaak stuk op de distributie”, zegt Twan. Hij ziet vele partijen hun eigen transport organiseren. “Als je 40 á 50 euro per uur rekent voor iemand die op een wagen zit, moet er heel wat worden weggeduwd wil dit uit kunnen. Mijn voorstel is dat partijen een marge afstaan en dan zoveel mogelijk via Oregional laten lopen”.



“Ik vind het het belangrijkste dat ik dit nog een tijdje kan blijven doen”



BIO- EN STREEKWINKEL DE OOGST JAAP LANGERAK

Jaap heeft sinds vijf jaar zijn winkel in Elst. Daar verkoopt hij met name biologische producten (70%), maar ook lokale producten (30%). De winkel moet meer klanten trekken om te kunnen blijven bestaan, daarom verhuist hij wellicht binnenkort naar het centrum van Elst. Jaap staat bovendien voor het 18^e jaar met asperges, aardbeien en kersen op de Grootstalselaan in Nijmegen.

In de winkel verkoopt Jaap met name fruit van Van Olst van De Woerdt en per seizoen biologische groenten uit Renkum en Hemmen. “Het verhaal achter de lokale producten vertellen we goed, maar we laten het niet zien in de winkel”.

“Andere productgroepen uit de streek halen is interessant, als dit een meerwaarde brengt voor onze klanten en als het meer klanten naar de winkel trekt”, zegt Jaap. Wellicht is een samenwerking met De Bredelaar/Rembert interessant.

DRIES & CO/ ALBERT HEIJN ELST CARMEN DRIESSEN

De familie Driessen is franchisehouder van twee Albert Heijn supermarkten en exploiteert sinds enkele jaren een lunchroom en casual dining restaurant: *Dries & Co*. Een afgeleide daarvan is onderdeel van de nieuwe AH in Arnhem: *Dries & Go*.

“We zijn een familiebedrijf en investeren in lange termijn relaties”, verteld Carmen Driessen. Dat de Albert Heijns van Driessen franchise zijn, zie je op de winkelvloer aan allerlei acties die je in een standaard filiaal niet ziet. “Daarin past het om een warme band te hebben met onze klanten en hen goed voor te lichten”, zegt Carmen. “We hebben bijvoorbeeld acties opgezet om bezoekers te attenderen op het belang van vezelrijke voeding en gezondere alternatieven”. Dit in samenwerking met brood.net, de Maag Lever Darm Stichting en het vakcentrum voor de levensmiddelenhandel.

Met het bedrijf *Vrumona* is een stap gemaakt in het gezonder maken van de schappen, met als doel om groei te realiseren door te innoveren op gezondere proposities en actief in te zetten op het terugbrengen van calorieën. Carmen: “we zien dan dat onze klanten dus echt bewust voor een gezonder alternatief kiezen”.

Deze bewuste manier van ondernemen zie je ook terug bij *Dries & Co*. Ze hechten aan duurzame materialen en maatschappelijk verantwoord voedsel. Zo hebben ze eigen koffieblends, een eigen theelijn en een eigen patisserie.



“Wij bieden lokale producten aan onze klanten aan, omdat het verhaal achter het product een meerwaarde is voor de beleving”



BURGERS' ZOO MARCO PEELEN

“In onze restaurants hebben we producten van Zuivelboerderij IJsseloord en De Horsterhof”, zegt Marco, manager horeca bij *Burgers' Zoo*. De lokale producten zijn natuurlijk anders dan regulier, dus soms krijgen ze daar vragen over van de klant. De vaste medewerkers van de restaurants kennen daarom het verhaal achter het product om e.e.a. uit te kunnen leggen.

“We willen ons assortiment van lokale producten niet verder uitbreiden”, zegt Marco, “want het is gemakkelijker om het bij de Hanos te bestellen. De producenten waar we mee werken, bezorgen zelf. Dit werkt prima en daar blijven we mee doorgaan”. Ze willen wel uitbreiden, als dit geleverd kan worden via Hanos. Ook moet het verantwoord zijn, denk hierbij aan voedselveiligheidseisen en prijs-kwaliteit verhoudingen.



DE HORSTERHOF MATTHIAS CRUM

Op 9 hectare in Duiven produceert *De Horsterhof* 80 verschillende soorten biologische groenten. Deze groenten verkopen zij via groentepakketten en via de boerderijwinkel. De 190 afnemers van de groenteabbonementen kunnen naast boontjes en sla ook voor vlees bij *De Horsterhof* terecht.

Matthias en Eline telen met hun team ook voor winkels, zoals *Simply Delicious* en *Odin*. Matthias rijdt op dinsdag en donderdag naar winkels en horeca. Op de dinsdag brengt hij ook zijn groentepakketten rond. “Het zelf rondbrengen is belangrijk, zo hebben we persoonlijk contact met de klant”, zegt Matthias. Het groenteafval van de winkels wordt als voer voor de varkens van *De Horsterhof* gebruikt. Toen zij de boerderij overnamen werden er veel groentepakketten afgezet. “We zien dit aantal sinds 2013-2014 gestaag afnemen”, zegt Matthias. “Nu benaderen we biologische winkels om deze afname te compenseren”. Oorzaak van deze afname zijn bijvoorbeeld concepten als *Hello Fresh* en het toenemender biologisch aanbod in supermarkten.

Wat belangrijk is voor lokale producten is de prijs. “Onze producten zijn toch vaak wat duurder dan de prijs op de markt”. Met het project *Korte Ketens* hoopt Matthias dat er een regionale markt, *Foodhub* of simpele webshop voor lokale producten kan worden opgezet.

“Wij verkopen al onze producten lokaal”



DE OMMUURDE TUIN ESTHER KUILER

De Ommuurde Tuin produceert ruim 400 verschillende soorten groenten, bijzondere kruiden en eetbare bloemen. Daarnaast maken zij zelf kruidenthee, jam, soep en ingemaakte augurken van het overschot van de tuin. De producten worden volledig lokaal afgezet door middel van pakketten en levering aan winkels en restaurants. Op locatie hebben ze catering en terras, met een eenvoudige kaart van o.a. soepen en salades.

“We hebben nu 60 à 70 abonnees voor de pakketten, dit kunnen er 80 worden”, zegt Esther. “Ik heb de laatste jaren minder abonnees, omdat mensen zich minder willen vastleggen en het moeilijk vinden in te passen in hun levensstijl”. Om de juiste doelgroepen te werven, wil Esther promotie gaan doen bij groene bedrijven en instellingen, zoals de Wageningen Universiteit.

“Graag zou ik meer speciale producten, zoals bijzondere groenten en eetbare bloemen, verkopen aan restaurants” zegt Esther. Ze levert nu bijvoorbeeld al aan *De Nieuwe Winkel* in Nijmegen. “Ik heb dan direct contact met een kok, om samen te kijken wat er momenteel in de tuin te krijgen is”.



DE STAAT MATHIJS GIELEN

Mathijs Gielen is samen met Lisanne Fioole horecaondernemer en eigenaar van restaurant *De Staat* in Arnhem. Hun zaak is dit jaar geopend. “In de korte periode die we nu open zijn lopen we prima op budget”, zegt Mathijs. “Door de nieuwe ontwikkelingen, geloof ik dat er ook straks meer reuring op en rond het plein gaat ontstaan. Ontwikkelingen zoals een nieuw hotel, nieuwe infrastructuur en het filmhuis zijn positieve ontwikkelingen voor deze plek”.

“De producten die we gebruiken zijn onder andere van de Sligro. We werken inmiddels ook met lokale producten. Ons brood, onze groenten en al ons biologisch vlees komt uit Arnhem. Voor ons zit op dit moment de meerwaarde in goed personeel. Mijn focus is klanten aan de zaak te binden”.

Vanuit dat oogpunt is Mathijs met ondernemers in zijn omgeving in gesprek om meer mensen aan de andere kant van de Eusebiuskerk te krijgen. “Op dit moment hebben we op vrijdag en zaterdag een markt, maar dat zou bijvoorbeeld ook op de zondag kunnen plaatsvinden. Wellicht is het mooi als dat gecombineerd kan worden met lokale producten”, zegt Mathijs. “Ik heb alleen zelf nog geen tijd om hier veel aandacht aan te geven. Als we iets willen zou er ook wat van geld bij moeten komen vanuit de gemeente. Wij zijn net met onze zaak begonnen en hebben hier dus nog niet de middelen voor”.

DISTREKO ALICE EN REIN VAN DER WERFF

Distreko uit Winterswijk verzorgt de distributie en facturering voor 25 Achterhoekse producenten en 70 afnemers van biologische groenten, fruit, zuivel en vlees. Via het Achterhoekpakket van *Distreko*, kunnen consumenten op afhaalpunten hun biologische groenten- fruit en zuivelpakket komen ophalen. Binnenkort openen ze een multi-webwinkel: “de klant kan aangeven waar hij interesse in heeft, zodat hij kan winkelen binnen zijn referentiekader”, zegt Rein.

De producenten die zijn aangesloten bij *Distreko*, stemmen onderling hun teeltplannen af. Er is altijd een hoofdteiler en bijteiler. “Zo werken de boeren samen voor een vraaggerichte productie”, zegt Rein.

De kansen die Rein ziet, zitten met name in het vergroten van de zichtbaarheid en distributie van lokale producten. “We kunnen de afname van lokale producten stimuleren, door ze meer zichtbaar te maken aan de consument”. Rein en Alice leveren met *Distreko* niet alleen in de Achterhoek, maar ook in Arnhem: “het zou mooi zijn om distributiepunten te hebben aan de rand van de stad, van waaruit er met bakfietsen gereden wordt naar de klant”.



DOMEIN HOF TE DIEREN YOUP EN RIET CRETIER

Youp en Riet Cretier pachten sinds 2004 de grond voor hun wijngaard in Dieren van landgoed Twickel. Bij de aanleg zijn ze gestart met veertien verschillende soorten druiven om misoogst te voorkomen. Op dit moment zijn er nog negen druivensoorten over. Youp en Riet maken hiervan witte, rode en rosé wijnen, maar ook dessertwijn en port. De grond is sinds 1992 SKAL-gecertificeerd daarmee hebben de wijn en de druiven het EKO-keurmerk.

De verkoop van de wijnen vindt plaats op locatie en bij diverse winkels en restaurants. “Ik zie mezelf als deel van het product, je krijgt de wijn en een stukje Youp. De persoonlijke binding is erg belangrijk bij ons product”. Beleving is belangrijk! Ook is de wijngaard te boeken voor rondleiding met wijnproeverij, recepties, lezingen en verjaardagen. “Qua afzet zetten wij in vergelijking tot andere delen van Nederland het meeste af in eigen regio”, zegt Youp. Wat zou helpen in het vergroten van de afzet is tijd om



“Wat voor ons belangrijk is, is het commitment van de klant”

het land in te gaan: “we kunnen nu niet iemand inhuren die ook een deel van de werkzaamheden op zich neemt”.

De beste klant van *Domein Hof te Dieren* was sinds 2006 de plaatselijke Gall & Gall. “Zij hebben sinds kort een ander kassasysteem en kunnen daardoor onze producten niet meer opnemen in hun assortiment”. Het is hard werken om hun producten af te zetten. Riet werkt twee dagen in de week elders, anders komen ze niet rond.

Youp: “voor ons is het zeer aantrekkelijk om onze wijnen op te nemen in een pakket. Hiermee krijgt ons product meerwaarde en meer afzet”.



DOORNIK NATUURAKKERS LOUIS DOLMANS

Louis Dolmans is de boer en oprichter van *Doornik Natuurakkers*. Hij teelt oude graanrassen, zoals Sint Jansrogge, Ebner spelt en Helios tarwe. De belangrijkste producten voor Louis zijn de ontwikkeling van natuurwaarden, biodiversiteit en een betekenisvol landschap.

“Voor de afzet van lokale producten is het van belang om de distributie klein en kort te houden”, zegt Louis. “Zo weinig mogelijk energie voor zoveel mogelijk resultaat”. Onderling vertrouwen is erg belangrijk dat maakt dat men het elkaar onderling gunt. Dat heeft alles te maken met betrokkenheid. Het gaat hier om middelgrote bedrijven, dus hoe groter de afnemer des te afhankelijker de producent is en hoe gemakkelijker het is om de prijs te verlagen.

“Alles valt en staat dus met je eigen ondernemerschap. Op dit moment zit ik met zeldzame granen in een nichemarkt. Vorige jaar viel mijn grootste afnemer weg, maar binnen een mum van tijd stonden er nieuwe afnemers op de stoep” zegt Louis.

“Ik denk dat heel erg helpt dat boeren in staat zijn mensen naar zich toe te halen. Zodra je de oogst hebt geroken wil je dit ook proeven. Zo’n korte keten is belangrijk en mooi. Sinds kort hebben we een samenwerking met Ineke Berenschot, zij geeft bakcursussen. Door een keer zelf brood te bakken van je eigen graan ga je toch ook zelf weer anders kijken naar je product”.



EKOBOERDERIJ DE LINGEHOF PETRA, DERKZEN EN ANDRÉ JURRIUS

De biologische boerderij *De Lingehof* in Hemmen bestaat uit 100 ha akkerbouw en is gericht op akkerbouwmatige productie van volveldsgewassen. De gewassen en afzetkanalen zijn tarwe (lokale afzet), pompoen, peen, knolselderij, rodekool, aardappelen, rode bieten, lupine, quinoa, etc. “Er is veel vraag naar biologische landbouw” zegt Petra, “het meeste produceren wij voor onze vaste afnemers, die soms lokaal zijn.

De Lingehof werkt samen met *Doornik Natuurakkers*. Zij telen historische graansoorten. Voor deze samenwerking is het interessant om hun product te verwerken in de streek, bijvoorbeeld bij Windkorenmolen De Vliet en dan af te zetten bij lokale bakkers.

“Het wortelt ons in de regio om een deel van ons product via Tuinderij De Stroom af te zetten”

Verder zijn wij bezig met lokale afzet via *Tuinderij De Stroom*. We willen graag meedenken met het project via de aanbodlijst van De Stroom. “Het is voor ons bedrijf niet nodig om grotere volumes in de regio af te zetten, maar we willen graag aanvullende pakketten bieden voor een breder aanbod van Tuinderij De Stroom”.

“Door een keer zelf brood te bakken van je eigen graan ga je toch ook zelf weer anders kijken naar je product”



LOUIS DOLMAN • DOORNIK NATUURAKKERS



FAIRTRADE ARNHEM ALBERT HOEKERSWEVER

Albert is voorzitter bij *Fairtrade* en is zelf ondernemer op het gebied van korte voedselketens in de Regio Arnhem. *Fairtrade* helpt boeren en arbeiders in ontwikkelingslanden een betere plek te verwerven in de handelsketen. Het is zowel een keurmerk als een wereldwijde beweging.

Op het gebied van korte voedselketen houdt Albert zich bezig met het oprichten van een eerlijk keurmerk voor veehouderijen. Het keurmerk zal de vorm aan moeten nemen van een vereniging. De vereniging zal zich inzetten op het delen van data, vinden van afzet en testen van innovatie. “Deze nieuwe keten is nodig”, zegt Albert, “omdat op dit moment de markt wordt bepaald door de detailhandel en de slachthuizen. Als we eerlijke producten willen, moet de macht weer terug bij de producent”. Sinds oktober rijdt Albert rond met een ‘kip-camper’ om partijen uit de kippenindustrie te enthousiasmeren voor een lidmaatschap voor het ketennetwerk Kip van Oranje.

“Als het gaat om lokale producten, is het van belang om niet te klein te denken maar om te denken in kansen. Het is belangrijk dit te doorbreken”. Dit kun je doen door bedrijven uit de keten met elkaar in contact te brengen. Hierbij noemt Albert als voorbeeld een veehouder die

“Als het gaat om lokale producten, is het van belang om niet te klein te denken maar om te denken in kansen”

meegaat naar een veevoederfabriek. “Je ziet dat hiermee nieuwe contacten en mogelijkheden worden gecreëerd”. Maar ook het kweken van paddenstoelen op koffiedrab is een mooi voorbeeld van nieuwe verbanden die gecreëerd worden in de keten tussen verwerker en afnemer.

“Qua ontwikkeling van de sector zie ik zulke mooie mogelijkheden ontstaan bij het gebruik van big data”, zegt Albert. Door het delen van data onder ketenpartners kunnen afstanden worden geslecht maar ook nieuwe innovaties met ketenpartners worden opgestart.



FOOD VALUE MARIEKE KARSSSEN

Met het bureau de Plant is Marieke Karssen al een aantal jaar ondernemer in de groene sector. Daarvoor heeft ze gewerkt als online communicatieadviseur en had ze een eigen web bureau.

In het project *FoodValue* ontwikkelt Marieke samen met haar team in de regio Arnhem/Nijmegen een marktplaats om vraag en aanbod van lokale producten tussen professionals beter en sneller te matchen. “Hiermee zorgen we dat er zo min mogelijk verspilling, maar ook meer schaal en lokale markt ontstaat voor producenten en zo ook meer aanbod voor afnemers, zonder dat producenten zelf per se grootschalig moeten gaan werken”, zegt Marieke.

Food Value onderscheidt zich van andere marktplaatsen doordat het een besloten marktplaats van ondernemers binnen een keten is en niet direct op consumenten is gericht. De keten kan zich hier ontwikkelen als een samenwerkende groep ondernemers. Op deze manier kunnen bijvoorbeeld restaurants en supermarkten veel makkelijker meedoen in de lokale keten. Hiermee versterken ook zij hun regionale verhaal en ontstaat er tussen ondernemers een keten van samenwerking en vertrouwen.

“Met Food Value zorgen we dat er zo min mogelijk verspilling, maar ook meer schaal en lokale markt ontstaat”



HOEVE KLEIN MARIËNDAAL ROB GERRITSEN

Rob Gerritsen heeft ruim 30 jaar gewerkt als personeelsmanager voor diverse Nederlandse bedrijven. Na deze periode is Rob als vrijwilliger aan de slag gegaan op *Hoeve Klein Mariëndaal*. In eerste instantie werkte hij mee met het opknappen van de boerderij en de theeschenkerij. Bij het vrijkomen van een vacature is Rob gepolst om bedrijfsleider te worden op de Hoeve.

Hoeve Klein Mariëndaal is gelegen aan de rand van Arnhem tussen het bos en de heuvels. Je kunt hier terecht voor lunch, borrel en huisge-maakt taart. De kaart wisselt met het seizoen. De ingrediënten komen zoveel mogelijk van eigen bodem; van de biologische tuinderij. De gehele boerderij wordt gerund met vrijwilligers en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Als het gaat om lokale producten zou Rob graag meer groenten en fruit willen afzetten. Wat hem hierin belemmert is dat hij geen tijd heeft voor een marktverkenning. Er zijn wel ideeën en oriënterende gesprekken maar dit leidt op dit moment nog niet tot meer afzet. “Zo hebben we gesprekken met Steven Koster van PUUR-land/Kweekland over het gebruik van bakfietzen”, zegt Rob. “Dit brengt echter nog niet wat we hadden gehoopt. Daarbij zou het mooi zijn als we de producten zoals Veld en Beek kunnen wegzetten in containers/distributie hubs, bijvoorbeeld in Oosterbeek”.

De Hoeve heeft de mogelijkheid qua menskracht en producten meer weg te zetten. “Eén van onze succesvolste producten is het Arnhemse Marjolijntje”, zegt Rob. Dit recept heeft Hoeve Klein Mariëndaal gekregen van kok Frank van Gavius. Dus als het gaat om lokale producten is dit een echt Arnhems product.

“Wij willen de meest duurzame school van Nederland worden”

HOGESCHOOL VAN HALL LARENSTEIN VELP (FACILITAIR), HERMAN JANSEN

Hogeschool Van Hall Larenstein in Velp heeft de ambitie om het groene karakter van haar opleidingen ook te vertalen naar o.a. duurzaam beheer van het landgoed en duurzaam voedsel. “Binnenkort organiseren we een lunch samen met LaarX voor 40 personen, met allemaal producten die op het landgoed geoogst zijn” zegt Herman Jansen, “Denk bijvoorbeeld aan honing van onze eigen bijenkasten, walnoten en paddenstoelen”.

Ook in de catering wil Larenstein stappen maken. Herman is samen met zijn collega van inkoop bezig met een aanbesteding voor de catering. In de eisen is duurzaamheid benoemd, maar lokale producten nog niet. Daar willen ze in gesprek met de cateraar alsnog proberen om afspraken over te maken. “In de groene stappen die we willen maken, willen we voedsel extra aandacht geven. De catering moet aandacht geven aan producten uit de regio. Welke cateraar het ook wordt of wat er ook in het contract staat”.

Herman verwacht zeker dat de studenten en docenten interesse hebben in duurzaam en lokaal voedsel in de kantine. Studenten van de studievereniging LaarX onderhouden de druiven op het terrein. Elk jaar als de druiven rijp zijn, dan worden ze door de studenten geoogst. Ze maken er dan sap van.

HOGESCHOOL VAN HALL LARENSTEIN VELP (KORTE KETENS) MARCO VERSCHUUR

Marco Verschuur is als docent betrokken bij de bacheloropleidingen International Development Management en Bedrijfskunde en Agri-business en de Masteropleidingen Management of Development en Agricultural Production Chain Management. In het kader van deze opleidingen heeft Marco veel kennis en ervaring op het gebied van korte voedselketens.

“De korte keten is op dit moment een hot topic”, zegt Marco. HVHL heeft dit jaar Management van de Leefomgeving opgestart; een samenwerking tussen land en water, natuurbeheer, landschapsarchitectuur en tropische landbouw. Een onderdeel hiervan is de link tussen stad en platteland. “Dit jaar is er een nieuwe variant urban planning opgestart. Vanaf volgend jaar gaan we binnen deze studie meer werken met opdrachten uit de omgeving. Hierbij zou het mooi zijn als we de link kunnen leggen met het project Korte Ketens”, zegt Marco.

“Bij lokale producten gaat het vaak mis met het de logistiek; het rendeert voor de meeste distributeurs (groothandel) niet. Dit heeft te maken met de kleine volumes en de continuïteit van de aanvoer en de plaatsen waar lokale producten verkocht worden. Het rendeert niet als er maar een paar kroppen sla bij een klant wordt bezorgd. Maar ook het opzetten van boerenafzet organisaties (coöperaties) verloopt niet altijd vlekkeloos: “iedereen wil een gelijk aandeel, hierdoor is het product lastig af te stemmen op behoefte van klant. Op dit moment is er veel aandacht vanuit de politiek voor lokale producten, maar helaas blijft de markt (en marktspelers) nog achter. Ik denk ook niet dat dit op korte termijn veel harder gaat groeien. Op het gebied van logistieke organisatie, smaak en kwaliteit is nog veel te winnen”, zegt Marco.



“Op dit moment is er veel aandacht uit de politiek voor het onderwerp korte keten, helaas blijft de markt nog achter”

“Bij alles dat we doen, kijken we eerst naar de kwaliteit en dan pas naar de prijs. We willen zoveel mogelijk duurzaam en lokaal inkopen”



**INSULA DEI HUIZE
KOHLMANN
WIM COMBÉ**

“*Insula Dei* heeft een eigen keuken”, vertelt Wim Combé, hoofd voeding en techniek bij *Insula Dei Huize Kohlmann*. Daar wordt gekookt voor 450 consumenten.

De bestuurder vindt duurzame voeding heel belangrijk, daarom is er sinds 2010 in de keuken gekozen om te werken met streek- en regionale producten. “Eerst gebruikten wij biologische producten, maar dat was niet haalbaar omdat we dit dan integraal moeten doorvoeren binnen de voeding”, zegt Wim. “Daarom zijn we overstapt op duurzaam en lokaal”. Er wordt ingekocht via Oregional en Van Hoeckel (met groenten van Smeding). Oregional levert fruit, groenten en sappen voor de keuken en de winkel van *Insula Dei*. “We hebben de zuivel van Zuivelboerderij IJsseloord, daar zijn onze cliënten heel tevreden over, ze reageren er heel positief op” zegt Wim. “We hebben heel bewust

gekozen voor koffie van Peeze, omdat het een lokale partij is en daarnaast ook nog Fairtrade.”

“Cliënten kunnen dagelijks kiezen uit vlees of een vleesvervanger”, zegt Wim. “Laatst hebben wij in het restaurant een thema-avond over vis gehad, met de leverancier van verse vis, die bij elke tafel de vissoorten lieten zien die in de Noordzee zwemmen en de vissoorten die op het menu staan. Dit doen wij ook met de groenten en fruit, zuivel en vleesleveranciers; soms wordt er de toer de boer georganiseerd waarbij de boer wordt bezocht. “Zo kunnen we laten zien waar onze voeding vandaan komt, we kennen de herkomst en de wijze waarop dit verwerkt wordt. Dat vinden onze cliënten erg belangrijk”.



“Een overzicht van partijen die lokaal kunnen leveren, dat zou mij helpen”

**KAREN'S KEUKEN
KAREN JANSSEN**

Karen heeft sinds 2004 haar vegetarische catering. *Karens Keuken* voorziet evenementen, feesten en vergaderingen van eerlijk eten. Ze werkt met biologische producten en groenten uit het seizoen. Geïnspireerd op de wensen van de klant en het budget, startte *Karens Keuken* de catering. De producten komen op dit moment uit de eigen tuin en van de Ekoplaza.

“Werken met lokale producten is een uitdaging”, zegt Karen, “helaas is er niet elke dag een markt met lokale producten.” Wat een oplossing voor Karen zou zijn, is als de partijen naar haar toe komen. “Op dit moment ben ik niet bekend met partijen die me daarbij kunnen helpen”, zegt Karen.



**KOOKKUNSTEN
JOSETTE ELSHOF**

Josette Elshof heeft haar eigen cateringbedrijf in Arnhem. Deze passie voor koken deelde ze al vele jaren met familie en vrienden. Inmiddels is deze hobby zo uitgegroeid dat zij ook anderen wil laten genieten van haar kookkunsten.

“We koken vooral mediterrane”, zegt Josette. “Dat betekent dat we niet alle producten het jaar rond lokaal kunnen krijgen, omdat de seizoenen anders zijn”. Soms kan het ook niet uit, denk met name aan biologische en lokaal geproduceerde tomaten. “Vaak moet ik voor het gemak kiezen maar er is altijd een mix. Naast de groothandel haal ik wel producten bij Horsterhof, Puurland, Willem&Drees of van Hoeve Klein Mariëndaal. Maar in ieder geval geen boontjes uit Kenia.”

“Ik vind het veel belangrijker dat je eerlijk bent in wat je kunt. Ik kan koken met lokale producten niet 100% waarmaken, dus zet ik het ook niet op mijn website. Daarbij vind ik dat je moet oppassen, dat het werken met biologische lokale producten een luxe is die het merendeel van de Nederlanders zich niet kan veroorloven”.



“Wat nog verbeterd kan worden in de korte keten is de afzet van producten die voortkomen uit de circulaire economie”



LIEFDE VOOR HET VAK B.V. SEBASTIAAN HETTERSCHIJT

“Levensmiddelen fascineren me”, zegt Sebastiaan Hetterschijt. “Niet alleen de manier van bereiden, maar ook primaire producenten. In de gehele keten wordt door vakmensen gewerkt aan mooie, smaakvolle producten”.

Door de jaren heen kent hij de gehele keten van binnen en van buiten. “In deze keten is nog veel te verbeteren”, zegt Sebastiaan.

“Wat nog kan worden verbeterd in de korte keten, is de afzet van producten die voortkomen uit de circulaire economie”, zegt Sebastiaan. “Mijn voorstel zou zijn om een netwerk in Arnhem op te bouwen tussen partijen met restproducten, partijen die hier producten van kunnen maken en partijen waarbij dit product kan worden afgezet. Het zou het beste zijn deze partijen te binden via een coöperatie, waardoor we elkaar kunnen ondersteunen in het produceren en afzetten van de producten, maar ook in een sterke branding naar buiten. Als start zou ik voorstellen om het netwerk in kaart te brengen en partijen via workshops te onderwijzen en te enthousiasmeren om mee te doen”.



LTO OOST BETUWE HENK MULDER

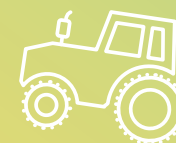
Henk Mulder is zelf melkveehouder en voorzitter van LTO Oost Betuwe. In het gesprek met Henk schetst hij de situatie van de regio tussen Arnhem en Nijmegen: “we hebben hier de situatie dat we de laatste jaren ontzettend veel ontwikkelingen hebben gehad. Het gaat hier om de verbreding van A50, de aanleg van de Betuwelijn, hoogwatergeul in Nijmegen, verbreding van de A325 en natuurlijk de grootschalige ontwikkeling van nieuwe woningen, etc.

“Het gevolg hiervan is dat de grondprijzen flink omhoog zijn gegaan”, zegt Henk. “Voor uitbreidingen kijken boeren nu naar gronden in bijvoorbeeld Maas en Waal en de Ooijpolder. Hierdoor is het boeren niet meer efficiënt en is de combinatie vee en grond schief. Vandaar dat boeren kijken naar andere alternatieven dan de huidige vormen van ondernemen. Het is voor de boeren aantrekkelijker om niet te wedden op één paard, maar in meerdere bedrijfstakken actief te zijn.

“Dit geldt natuurlijk ook voor de afzet van lokale producten en bijvoorbeeld verkoop aan huis. Als organisatie hebben we op dit moment niet in beeld hoeveel partijen dit doen en of hier een toename in is te herkennen. Ik denk dat de jongere generatie in onze vereniging dit zeker zal oppakken”.

“Het is voor de boeren in deze regio aantrekkelijker om niet te wedden op één paard, maar in meerdere bedrijfstakken actief te zijn”

HENK MULDER • LTO OOST NEDERLAND





NATUURCENTRUM ARNHEM MARK TILLEMEN

“Onze hoofdmoot is vlees”, vertelt Mark Tilleman van het *Natuurcentrum Arnhem*. Het NA is een stichting met subsidie voor natuur- en milieueducatie, gezondheids- en voedingsonderwijs en ondersteuning van lokale groene initiatieven. “We hebben eigen vee op twee locaties in Arnhem en zijn actief binnen verschillende fokprogramma’s voor oud-Nederlandse veerassen”.

“Onze ambitie is om dit jaarlijks te verkopen aan lokale afnemers”, zegt Mark. “Het mooiste zou zijn als we dit verder kunnen professionaliseren in samenwerking met andere partijen in de regio. Daarin zouden partijen als de Schaapskooi Rheden en het Nederlands Openluchtmuseum prima in kunnen samenwerken”.

Het voorbeeld dat Mark hierbij geeft, is dat de koeien vroeger voor 750 euro aan de markt werd verkocht en bij eigen verkoop van vlees er 3500 euro met een koe kan worden verdiend. “Bij het vergroten van onze afzet kan een deel van de opbrengsten weer terug geïnvesteerd worden in de educatie en de boerderij”.



“Samenwerken is de beste manier om te komen tot gedragen oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken”

NATUURMONUMENTEN MERIJN BIEMANS

Merijn Biemans is opgegroeid in Oost Brabant. Na een studie Bos- en Natuurbeheer en Ecologische Landbouw, zet hij zich nu in voor het behoud van natuur en landschap, met speciale aandacht voor het agrarische landschap en de samenwerking met boeren.

“Het heeft geen zin als iedereen op eigen houtje het gezamenlijke probleem probeert op te lossen”, zegt Merijn. “Mijn ambitie is om vanuit een integrale benadering tot werkelijk innovatieve gezamenlijke oplossingen te komen en hierin een juiste balans te vinden tussen top-down en bottom-up”.

Vanuit het landschap is het produceren van meer voedsel nog steeds de leidraad. Het is jammer dat dit niet samen kan gaan met het behoud en verrijking van ons landschap. Groot-schalige ruimtelijke ingrepen hebben vele mooie plekjes voorgoed vernietigd. Door de ruilverkaveling zijn teveel houtwallen en hagen weggehaald, een proces dat een enorme impact

heeft gehad en nog altijd heeft. Talloze dieren en planten zijn definitief uit ons landschap verdwenen. “Ik vind het belangrijk om goede voorbeelden hier in de ruimte te geven en deze ook te verzamelen”, zegt Merijn.

In Vorden hebben we een streekconferentie georganiseerd waar zo’n 300 mensen bij elkaar kwamen om gezamenlijke ambities voor het landschap uit te denken. Of een initiatief in de omgeving van Hackfort, waar een groep burensamen met *Natuurmonumenten* de ontwikkeling van een megastal in Nationaal Landschap de Graafschap heeft weten af te wenden. Hier gaat het om het behoud van het landschap maar ook om gezamenlijk gedeelde waarden.

De uitdaging is om bij dit soort ontwikkelingen ruimte te creëren voor verschillende doelen en belangen: landbouwstructuurverbetering, natuur, landschap en burgerinitiatieven. “Als we het willen, is het mogelijk om verschillende ambities samen te laten komen zonder dat ze elkaar in de weg hoeven te zitten”.



NEXT GARDEN PIM RIKKEN

Het initiatief *Next Garden* is een samenwerking tussen gemeenten en tuinders. Pim Rikken heeft zijn kas bijvoorbeeld verhuurd aan een aantal lokale partijen die hier wil experimenteren met gewassen. “Het zou mooi zijn als daar iets van gaat lukken”, zegt Pim. “Op dit moment kijken ze naar een termijn van vijf jaar, het zal echter langer duren voordat we hier exotische gewassen kunnen kweken”. Dit is niet het enige wat gezamenlijk gebeurt, want ook elektriciteit en water worden met elkaar gedeeld.

“Als het gaat om lokaal zie ik dat we hier veel potentie hebben om meer naar onze omgeving af te zetten. Mijn buurman verkoopt orchideeën en zijn klanten komen van heinde en verre om bollen te kopen. In het verleden is er gekeken of er gezamenlijk meer lokale afzet in de buurt van Presikhaaf kon plaatsvinden. Dit is echter door de crisis en opzet volledig mislukt”.

Pim denkt dat een samenwerking tussen de tuinders tot een mooi aanbod kan leiden. Ze hebben dit eerder al met planten geprobeerd bij Puur Lokaal, maar helaas ging het hier om te kleine volumes. “Zoiets kan alleen slagen als je het ook goed weet te combineren met andere activiteiten”, zegt Pim. “Het mooi zijn als we producten weten te verbinden en dit aan te bieden in de vorm van een Fresh Market met bijvoorbeeld paprika-, tomaten- en aardbeiplanten. Tuincentra zijn daarvoor een geschikte locatie. Lokaal gezien is er dus de komende jaren nog wel wat te winnen als het aankomt op lokale afzet. Hierin denk ik dan niet in grote volumes maar in de verbinding die je kunt aangaan met je klant”.



ODIN ARNHEM PALLE VAN DER WULP

Palle van der Wulp is manager van de *Odin* supermarkt in Arnhem. De *Odin* winkels maken samen met biologische groothandel *Odin* onderdeel uit van een biologische voedselcoöperatie; een vereniging met een door leden gedeeld en gedragen eigendom. *Odin* staat voor goede voeding, zo gezond en eerlijk mogelijk geproduceerd.

Op dit moment koopt Palle lokale producten in bij De Horsterhof. Het merendeel van de producten bij *Odin* komt echter nog uit andere delen in Nederland. “Dat we hier lokaal inkopen komt puur door mijn drive en netwerk”, zegt Palle.

Volgens Palle gaan de lokale markt en afzet in de komende jaren zeker groeien “...omdat subsidies wegvallen en we te maken hebben met de bio-bubbel, carbon-bubbel en prijsverhoging van wereldproducten. Al deze ontwikkelingen hebben tot gevolg, dat we steeds lokaler zullen gaan eten”.

“Lokaal gezien hebben we meer volume nodig”, zegt Palle, “omdat de vraag naar lokale producten groter is dan het aanbod op dit moment”. Naast een toename in de vraag, moeten we volgens Palle ook kijken naar de kwaliteit van producten en naar de mensen die deze produc-

ten verwerken. “Je hebt in Arnhem duurzame voorvechters nodig om lokaal eten te promoten”.

“Hierin is Sebastiaan Hetterschijt een goed voorbeeld”, zegt Palle. “Hij maakt van een restproduct van onze lokale bierbrouwerij brood. Maar ook Matthias van De Horsterhof die zijn varkens overtollige groente geeft van biologische supermarkten. Op die manier kunnen we nog lokaler!”

“Je hebt in Arnhem duurzame voorvechters nodig om lokaal eten te promoten”



OREGIONAL JOS BOLK EN PAUL ROELOFSEN

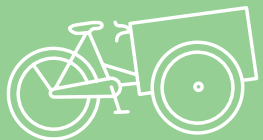
Oregional verzorgt als coöperatieve groothandel de distributie, facturering en afzet van lokale producten uit de regio Arnhem en Nijmegen. Zij leveren aan bedrijven, zorginstellingen, detailhandel en horeca en niet direct aan individuele consumenten.

Het is belangrijk om de distributie goed te organiseren volgens Paul: “veel producenten denken dat het goedkoper is om dit zelf te doen, maar ze kunnen hun tijd beter besteden om hun volumes te vergroten”. “Een distributie hub of distributie in de stad met bakfietsen is niet rendabel”, voegt hij toe “vanwege te grote gekoelde volumes; alleen al via *Oregional* gaat er dagelijks een grote koelcel vol de deur uit”.

Oregional ziet zeker kansen om de afzet van lokale producten te vergroten, door het vergroten van bewustzijn. “De primaire producent moet zich ervan bewust worden dat hij moet doen waar hij goed in is, namelijk produceren met continuïteit en kwaliteit”, zegt Jos. Wat hierin zou helpen is om boeren te begeleiden dat ze snappen dat ze beter 10-15% van hun marge af kunnen staan om die distributietijd in te zetten voor de optimalisatie van de primaire productie.

“De primaire producent moet zich ervan bewust worden dat hij moet doen waar hij goed in is, namelijk produceren met continuïteit en kwaliteit”

“Ik wil mensen
(weer) verbinden
met hun voedsel,
niet alleen door
te vertellen,
maar ook door
te doen en te
laten zien”



STEVEN KOSTER • PUURLAND / KWEEKLAND



PUURLAND/KWEEKLAND STEVEN KOSTER

PUURland is in 2013 opgericht door Steven Koster. Het is een boodschappenservice, gebaseerd op wekelijks nieuwe maaltijden van het seizoen, waarvoor de ingrediënten lokaal (±30km) worden ingekocht en die zo CO₂ neutraal mogelijk bij de consument aan huis geleverd worden. Het aanbod van zo'n 30 lokale leveranciers bepaalt welke maaltijden en producten online aangeboden en besteld kunnen worden. Het afzetgebied is Arnhem-Velp-Oosterbeek waar zo'n 100 klanten worden bediend. Het doel is de voedselketen zo kort en transparant mogelijk te maken met als voordelen; circulariteit, een goede prijs voor de boer, ondersteuning van de lokale economie, bewustwording rondom voedsel, meer diversiteit in aanbod en betrokkenheid van de consumenten.

Verreweg het meeste transport van PUURLand vindt plaats met elektrische transportfietsen welke speciaal voor dit doel ontwikkeld zijn. Sinds begin dit jaar verzorgt PUURLand ook de binnenstadsdistributie per fiets voor derden waaronder Bakkerij Tom van Otterloo uit Arnhem/De Steeg.

PUURLand is gevestigd op Stadstuin Kweekland, een gemeentelijk stuk grond van 8.000 m² op een zuidhelling aan de noordzijde van het Sonsbeekpark. Kweekland wordt beheerd door een stichting die Steven samen met compagnon Annemarie van Velzen in het leven geroepen heeft om naast economische waarde

ook sociale en ecologische waarde te kunnen creëren. De stichting (en daarmee de tuin) heeft als doelstelling educatie, participatie en verbinding in het groen. De tuin beschikt daartoe over een bloemen-, groente- en fruitpluktuin, heeft bijenkasten, kippen en sinds kort enkele Bonte Bentheimer varkens. Ook zijn er een kleine winkel en theeschenkerij te vinden (uiteraard met lokale producten). Er werken zo'n 25 mensen op Kweekland met een verschillende achtergrond; vrijwilligers, mensen met afstand tot de arbeidsmarkt, stagiaires, herintreders, dagbesteders etc.

Steven wil mensen (weer) verbinden met hun voedsel, niet alleen door te vertellen maar ook door te doen en te laten zien.



RBT KAN MASCHA SIMONS

Het *Regionaal Bureau voor Toerisme Arnhem Nijmegen* (RBT KAN) is verantwoordelijk voor de marketing en promotie van de regio in binnen- en buitenland. Daarnaast zijn ze licentiehouder van het VVV-merk en vallen een groot aantal VVV-vestigingen, VVV-agentschappen en VVV-ipoints in de regio onder deze organisatie. In 2015 richtte RBT KAN VisitVeluwe op, om zo ook de toeristische marketing van de Veluwe vorm te geven. RBT KAN is een spil tussen bedrijfsleven en overheid: 60% van het budget komt van het bedrijfsleven en 40% komt van de gemeenten.

“Als het gaat om lokale producten geloven wij als RBT KAN erg in de link tussen lokale producten en regio marketing”, zegt Mascha. De Veluwe en de Betuwe zijn een bijvoorbeeld regio’s die hierom bekend staan. Op de website van VisitVeluwe besteden ze onder de noemer ‘Taste’ aandacht aan producten uit de regio. RBT KAN werkt hierin samen met Stichting Erkend Veluws Streekproduct. In dit project zijn lokale producenten gekoppeld aan een fietsroute kaart en zijn verhalen van producenten in beeld gebracht.

“In het verleden hebben we ook gekeken naar boxen voor de VVV, dit is echter helaas niet van de grond gekomen”, zegt Mascha. “Het zou mooi zijn als we hier een vervolg aan gaan geven met lokale producten”.



“Mijn overtuiging is dat mensen met meer smaak kunnen eten. Goede ingrediënten en de herkomst van de producten zijn belangrijk”

REMBERT REMBERT VAN NOORT

Rembert biedt consumenten recepten en de producten om hen te helpen met bereiding. Siza De Buitenplaats en Droom De Landerij zorgen voor brood, soepen, quiches, waardoor Rembert ook kant en klare maaltijden kan leveren. De klant kan kiezen tussen los bestellen óf recepten met producten óf maaltijden. Rembert is gevestigd bij De Bredelaar in Elst met zijn koelcel, keuken etc. Daar organiseert hij ook evenementen, zoals een streekmarkt of parkdiner.

Rembert ziet nog kansen voor de verbetering van de logistiek: “een Foodhub kan een structurele oplossing zijn, waardoor de logistieke netwerken niet van toeval aan elkaar hangen. Je bespaart er een hoop kilometers en kosten mee. Je moet wel uitkijken dat je niet te veel in elkaars verdienmodel zit en dat het contact tussen producent en consument niet verloren gaat”. Volgens Rembert kan de afzet vergroot worden, door het assortiment en de beschik-

baarheid voor de klanten te vergoten. “De Bredelaar (horecaervaring, koeling, keuken, zorg, etcetera) kan een goede plek zijn voor verwerking en distributie”.

“Ik heb de overtuiging dat het goed kan werken als veel initiatieven samenwerken. Ik zie kansen voor het bundelen van de logistiek, maar wel vanuit een “meerschallige” combinatie van de verscheidenheid van de partijen”, zegt Rembert. “Iedereen behoudt zijn eigen niche, markt, marketing, werkwijzen en drijfveren. We moeten niet fuseren tot een hele grote partij, maar aan de achterkant samenwerken om de kostprijs en logistiek te stroomlijnen. Dat is het krachtenveld zoals ik het zie”.

In januari 2018 is Rembert gestopt met zijn activiteiten.



SIMPLY DELICIOUS VELP KAREL HOUTBECKERS

Karel komt van oorsprong uit een kruideniersfamilie. Hij is altijd al bezig met de biologische sector en zo direct mogelijke inkoop van groenten. Nu is hij assistent-bedrijfsleider en versspecialist bij biologische winkel *Simply Delicious* in Velp, maar hij voert dit gesprek op persoonlijke titel. *Simply Delicious* koopt o.a. lokale producten in via De Horsterhof, Distreko, Udea, Huis Sevenaer, Kavel 55 en De Grote Kamp. “De een op een relatie die ik heb bij de directe

inkoop bij een producent is handig, omdat ik dan weet hoe het op het land gaat. Zo ontdek je de gaten in de markt”. Karel ziet de directe link tussen hem en Matthias van De Horsterhof door directe inkoop als een meerwaarde van *Simply Delicious*: “wij laten niet alleen een postertje zien zoals in de supermarkt, maar zijn het verhaal”. Volgens Karel worden de huidige verkooppunten voorzien door de telers die er zijn, maar er komen nieuwe telers bij en hiervoor is een grotere markt nodig. “De volumes verhogen en afzekerheid bieden is heel belangrijk voor de producenten”.

“Een interessante doelgroep voor het afzetten van lokale producten zijn ouderen”, zegt Karel. “Zij zijn relatief vermogend en kennen de ‘oude’ groentes en bewerkingswijzen nog. Maar ze zijn vaak ook slechter ter been en vinden het moeilijker om de verkooppunten te vinden. Hutspotpakketten, bereide maaltijden en weekmenu zouden wellicht interessant zijn voor hen, maar daarvoor is volgens mij nog geen regionale partij die dit aanbiedt”. *Simply Delicious* heeft o.a. voor deze doelgroep een aantrekkelijke bezorgdienst met eigen bakfiets.

Karel ziet kansen voor reststromen en producten met B-Kwaliteit: “met meerdere producenten samen zou je dit overschot moeten verwerken en verwaarden. Denk aan maaltijdsauzen, pastasauzen, soepen en pesto’s. Een goed voorbeeld is de Kleinste Soepfabriek. Zij maken seizoenssoepen in kleine hoeveelheden en hebben veel afzetkanalen”. “Ik zou graag een totaalplaatje van telers en verwerkers uit de streek, hebben. Zowel voedsel als non-edibles, zowel biologisch als regulier”. Een vorm die Karel hierbij voor ogen heeft is een Excelbestand dat jaarlijks wordt geactualiseerd. Niet op product, maar op producent gedetailleerd.

Karel geeft aan dat hij bovendien geen tijd heeft voor het ophalen van verhalen en beelden van de producent, maar ze wel graag wil laten zien in de winkel. “Een database voor verhalen en goede foto’s van de producenten uit de regio zou mij helpen”, zegt Karel.



LOKAAL VOEDSEL ONDER GLAS, DUURZAME TEELT VAN KWETSBARE
GEWASSEN IN KASSEN. (Foto: Akke Bink)

“In het kader van duurzaamheid is het belangrijk om er voor te zorgen dat we meer lokale en regionale producten eten”



STICHTING ERKEND VELUWS STREEKPRODUCT DIRK H. VAN UITERT

Dirk van Uitert is voorzitter van *Stichting Erkend Veluws Streekproduct (EVS)*. De stichting is opgericht door Stichting Streekeigen Producten Nederland (SPN) en het Veluwefonds. Deze partijen zetten zich in voor streekeigen productie en zien dat als belangrijke vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen, voor een duurzame landbouw- en plattelandsontwikkeling.

Op dit moment telt de stichting EVS 26 leden. Zij voldoen aan de voor het keurmerk Erkend Streekproduct gestelde criteria en betalen een jaarlijkse contributie. Door middel van fondsen werkt de stichting samen met bijvoorbeeld Visit-Veluwe om de marketing en branding van hun producenten en lokale producten te verbeteren. Hierbij wordt onder andere gelet op duurzaamheid, het onderscheidend vermogen en kwaliteit

van het product. In 2017 is op deze wijze een uitgebreide en veelzijdige promotie- en marketingpakket aangeboden aan alle EVS-producenten.

Wat Dirk wel even lastig heeft gevonden als projectpartner is dat het project Korte Ketens zich met name richt op lokale producten. “Dat behelst een andere insteek dan streekgebonden producten. Maar in het kader van duurzaamheid is het belangrijk om te zorgen dat we meer lokale producten eten”, zegt Dirk. “Uitbreiding van het aantal erkende streekproducenten voor Stichting EVS is ook een reden om deel te nemen aan het korte keten project / Voedselregio Rijn-IJssel-Linge”.

Kansen ziet Dirk genoeg. Het lijkt hem bijvoorbeeld een goed idee om vergeten groenten te gaan kweken, bijvoorbeeld op de Arnhemse Hoeve Klein Mariëndaal. “Hier kun je experimenteren met vergeten groenten en gewassen die voor nieuw lokaal en regionaal aanbod kunnen zorgen”. Door deze vergeten groenten lokaal en regionaal te vermarkten zorg je er tevens voor dat ze niet in het geheel verdwijnen: “Redt een gewas, eet het op!”, zegt hij. Hetzelfde geldt trouwens ook voor de zeldzame landbouwhuisdieren: “Redt een ras, eet het op!”.

Een ander idee is het concept van de Heideboerderij. In de Heideboerderij werken natuurbeheerders, schaapherders, boeren, streekgebonden bedrijven en bewoners/consumenten samen aan integraal landschapsbeheer. Met de Heideboerderij wordt teruggegrepen op het eeuwenoude heidelandbouwsysteem. Schaapskuddes grazen op de heide en leveren mest voor akkers en hooilanden, die op hun beurt weer veevoer en voedsel opleveren. In Nederland is men op tien locaties bezig om een Heideboerderij op te zetten. Een van de initiatieven speelt zich in de gemeente Renkum af, een ander in de gemeente Ede.



TUINDERIJ DE STROOM ANGELIEN HERTGERS

Sinds 2006 telen Linde, Angeliën en Welmoet biologische groenten. Zij hebben 3 hectare akkerbouw op Landgoed Hemmen. *De Stroom* werkt met een aanbodlijst. Partijen bestellen 1 tot 2 dagen van tevoren de groentes, dan wordt er geoogst. *De Stroom* brengt het dan langs met hun eigen busje. Voor de groentepakketten werken ze actief samen met Ekoboerderij De Lingehof.

De meeste afzet (60%) van *De Stroom* gaat via losse groenteverkoop en groentepakketten aan particulieren. De andere 40% wordt verkocht bij biologische winkels, zoals Odin in Wageningen, De Oogst, Verschzaak Ochten en Ekoplaza in Nijmegen.

“Wij willen graag meer afzetten in de regio, aangezien de groentepakketten teruglopen”, zegt Angeliën. “We hebben het afgelopen jaar een proef gedaan met kruiden. Een vierkante meter peterselie levert bizar veel op. Daarin willen we uitbreiden”. Daarnaast zoekt *De Stroom* met name meer afzet bij biologische winkels in de regio.

“Alles wat wij produceren wordt in de regio afgezet”



UWE CIDER JAN WESTERLAKEN



Jan Westerlaken maakt verschillende soorten appel- en perencider, azijn en calvados. Zo'n 5000-6000 liter per jaar. “Ik koop meestal biologische appels in bij particulieren uit de streek en heb een eigen boomgaard”. Jan werkt samen met een expert voor het snoeien in de boomgaard en huurt soms mensen in om te plukken of te bottelen. Ook heeft hij een samenwerking met biermakers *De Hemel* en *Oersoep*. Verder doet hij zelf de productie, sales en distributie.

Jan verkoopt zijn ciders in de grotere steden, zoals Arnhem, Nijmegen, Utrecht, Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Eindhoven, met name aan horeca, slijterijen, drankengroothandels en landwinkels. “Degene die het product aan de consument verkoopt, moet er echt achterstaan en het verhaal kennen. Dit kennen ze, doordat mensen mij kennen, daarom doe ik de distributie zelf”, zegt Jan. “Mijn klanten vinden het leuk dat er in Nederland ook cider gemaakt wordt en dat het op kleine schaal gebeurt”.

“Ik wil groeien, anders blijf ik in dit stadium zitten. Dat zit hem in de verkoop, niet in de productiecapaciteit” zegt Jan. “Wat mij zou helpen om meer afzet te genereren, is een vertegenwoordiger voor mijn product in de regio”.



“Samenwerking past bij de ambities van Van Bommel Beef”

VAN BOMMEL BEEF ANNERIE VAN BOMMEL

Sinds dit jaar zijn Jeroen en Annerie van Bommel gevestigd in Toldijk. Zij hebben in Toldijk een boerderij gevonden waar ze de bedrijfsactiviteiten van “koe tot kroket” onder een dak kunnen huisvesten. In 2012 zijn zij van start gegaan met het Limousin vlees in Elst. Dit na een kennismaking in Frankrijk met het Franse vleesras. Ze hebben bewust voor dit ras gekozen omdat de Limousin een superieure vleeskwaliteit heeft, nog dicht bij de natuur staat en dus maandenlang buiten gehouden kan worden.

Naast het vleesassortiment van “biefstuk tot gehakt” maken ze van het overig rundvlees kroketten en bitterballen. Op deze manier verwaarden ze het rund optimaal.

Ze staan open voor samenwerkingen met andere food producenten en lokale initiatieven. Zo zijn ze erg geïnteresseerd in een samenwerking met Zonkracht Hummelo. Dit past bij een van de ambities van Van Bommel Beef om het bedrijf energie neutraal te laten produceren en in de toekomst groene stroom op te wekken.

Er zijn veel initiatieven in de Achterhoek voor wat betreft het produceren van streekproducten en diverse verenigingen die de samenwerking onderling stimuleren en tegelijkertijd de positie van de streekproducten versterken, zoals de Vereniging Streekproduct Achterhoek. Van Bommel wil hier graag een bijdrage aanleveren met onder andere bitterballen en kroketten uit eigen kroketterij van eigen runderen. Jeroen en Annerie dragen zelf zorg voor de afzet van de producten. De producten bereiken via land- en streekwinkels en horeca de consument.

“Het is van belang niet te denken in het ruwe product maar in de verwerking van de producten”



WAGENINGEN UNIVERSITY & RESEARCH MARCEL VIJN

Marcel werkte voor de Wageningen UR bij LAMI: een samenwerking tussen de Provincie Utrecht en LTO Noord. Daar was hij coördinator duurzame veehouderij: “Wat me daar begon te intrigeren was duurzame productie in de landbouw te koppelen aan een sterk verdienmodel, zodat de landbouwsector niet alleen hoeft af te zetten voor een wereldmarkt maar ook bijdraagt aan onze lokale economie en landschap. De vraag is simpel te stellen en het antwoord heel ingewikkeld” zegt Marcel.

Tussen Ede en Lunteren ligt de Doesburger Eng: een middeleeuws landschap. Een landschap waar kortgeleden alleen nog maar mais op werd verbouwd. Hier wordt nu weer graan geproduceerd. Dit werd mogelijk, doordat een lokale bierbrouwer zijn brouwerij is gestart op de Kazerne in Ede. “Dan zie je het landschap echt verbeteren. Dat maakt het heel interessant”. Lokale producten kunnen landschappelijk echt voordelen opleveren. Dit kan echter wel beter op een aantal vlakken, zoals beleving

versus streek, smaak en de organisatie van lokale producten door lokale producenten en ondernemers.

Streek wordt heel verschillend beleefd net zoals de term “regio”. Neem Wageningen en de Betuwe. Wageningen heeft niks met de Betuwe; de Betuwe is voor Wageningers gevoelsmatig absoluut niet lokaal. Maar Otterlo of Hoenderloo wordt dan wel gezien als lokaal. Terwijl dit qua afstand niet veel van elkaar verschilt. Marcel: “Mensen onderschatten enorm hoe verschillend mensen daar tegenaan kijken”.

Daarbij zijn heel veel producten niet regio specifiek. “Veluwe en wild is een logische link maar niemand heeft een beeld bij een Veluwe krop sla. Dat product is erg lastig te verwaarden. Het gaat er echt om dat je met elkaar die meerwaarde weet te vinden. We hebben het bijna niet over smaak en kwaliteit”, zegt Marcel. “Wij willen graag dat boeren mooie producten maken, maar vaak zijn ze niet erg gericht op smaak”, zegt Marcel. “Je moet boeren op een smaakcursus sturen, dat kan het product echt beter maken. Bij vlees is het afmesten erg belangrijk en dat vraagt om een bepaalde hoeveelheid kennis”.

Naast smaak en kwaliteit, kunnen we nog veel verbeteren aan de manieren waarop producenten zijn georganiseerd en producten in de markt worden gezet. Boerencoöperaties organiseren zich vaak lastig. “Wat als het ene product van dat ene lid niet lekker is, wat doe je dan?”

Vaak gaan partijen daarbij uit van webwinkels die werken met unieke bestellingen, die zorgen voor veel mobiliteit en omdat het gaat om veel kleine afnames is het voor veel ondernemers niet interessant. “Het is daarom van belang niet te denken in het ruwe product maar in de verwerking van de producten” zegt Marcel. “Als je de gehele administratieve transactie en ritten weet te verminderen, dan ben je spekkoper. Bijvoorbeeld met maaltijdboxen bepaal jij wat de mensen krijgen en jij kan afspreken wanneer er geleverd kan worden”.



ZUIVELBOERDERIJ IJSSELOORD BART LUBBERS

De familie Lubbers is naast producent van zuivelproducten eigenaar van een Landwinkel aan de rand van Arnhem. In de Landwinkel verkopen zij ook hun eigen, zelfgemaakte zuivelproducten, zoals dagverse melk, diverse soorten yoghurt, hangop, vruchtenyoghurt, vla, biogarde, boeren roomyoghurt met diverse vruchten en roomboter. “Qua afzet richten wij ons op partijen die passen bij ons product. We willen onze producten daarom niet in de schappen bij de supermarkt of groothandel”. Nu leveren ze aan landwinkels, Oregional en diverse lokale partijen. Daarbij rijden ze rond met een eigen bus op woensdag en donderdag.

De zuivel die zij maken worden geleverd in glazen flessen. “Daarmee onderscheiden we ons

“Qua afzet richten wij ons op partijen die passen bij ons product. We willen onze producten daarom niet in de schappen bij de supermarkt of groothandel”



van de fabriekszuivel en we merken dat onze klanten ook graag zuivel in glas willen”, zegt Bart. “Uiteraard zitten er geen kleurstoffen, conserveermiddelen of smaakstoffen in onze producten. Het is puur natuur”.

“Voor ons is promotie van lokale producten erg belangrijk. We zien nu ook bij onze winkel en boerderij dat de koppeling tussen producten en recreatie/toerisme goed werkt. Hierbij moet de promotie wel concreet gekoppeld worden aan een actie. We hopen dat het project Korte Ketens over een jaar de naamsbekendheid en samenwerking in de regio heeft vergroot”.



5 UITKOMSTEN ENQUÊTE REGIONAAL VOEDSEL

DOOR MIDDEL VAN EEN ENQUÊTE HEBBEN WE ONDERZOCHT IN HOEVERRE HET WERKEN MET LOKALE PRODUCTEN LEEFT BIJ POTENTIËLE AFNEMERS. ONDER BEDRIJVEN, ZORGINSTELLINGEN, ONDERWIJSINSTELLINGEN, HORECA, DETAILHANDEL EN DAG- EN VERBLIJFSRECREATIE IS IN DECEMBER 2017 EEN ENQUÊTE UITGEZET IN DE GEMEENTEN ARNHEM, RHEDEN, RENKUM, OVERBETUWE EN LINGEWAARD.

De enquête is uitgevoerd door Wilco Liebrand en Erik Hendriks van Gemeente Arnhem Onderzoek & Statistiek in samenwerking met de voedselcoördinator.

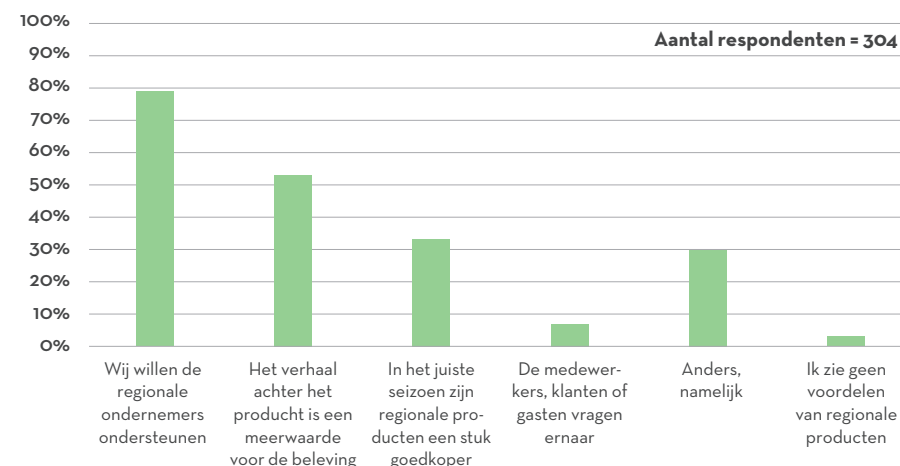
DOEL VAN DE ENQUÊTE

- In het kader van het project Voedselregio Rijn IJssel Linge heeft de gemeente Arnhem een onderzoek uitgevoerd naar het gebruik van regionaal voedsel en de redenen waarom organisaties hiervan gebruik maken.
- De enquête is uitgezet in de vijf gemeenten Arnhem, Lingewaard, Overbetuwe, Rheden en Renkum onder een brede groep van aanbieders en afnemers.
- Met de uitkomsten van deze enquête kunnen we ten behoeve van het project Voedselregio Rijn IJssel Linge een eerste beeld schetsen in hoeverre het werken met / eten van lokale producten leeft onder een brede groep respondenten.

ALGEMENE UITKOMSTEN

- De respons is zoals verwacht laag: 2% van de afnemers / 305 ingevulde enquêtes.
- Uit de analyse blijkt dat de personen/bedrijven die de vragenlijst hebben ingevuld al belang of enige interesse hebben in regionaal voedsel.
- 82% is bekend met regionale producten en 94% eet wel eens regionale producten.
- 58% vindt het (zeer) belangrijk dat er regionale producten beschikbaar zijn voor medewerkers, klanten of gasten van de organisatie.
- Een kwart van de ondervraagde organisaties werkt al met regionaal voedsel.
- De manier waarop er met voedsel gewerkt wordt binnen de organisaties van de respondenten (bv. winkel, horecagelegenheid, bedrijfsrestaurant) is zeer gevarieerd.
- Op de vraag wat mensen verstaan onder regionaal voedsel, komt vooral naar voren: Producten uit de regio, fruit, groenten, zuivel, vlees en vis, straal 15 - 50 km e.d.
- Respondenten hebben niet echt een scherp beeld van regionaal voedsel. Enkele kreten die wel genoemd worden, zijn: "kwaliteit", "gezond", "streekproduct", "vers" en "duurder".

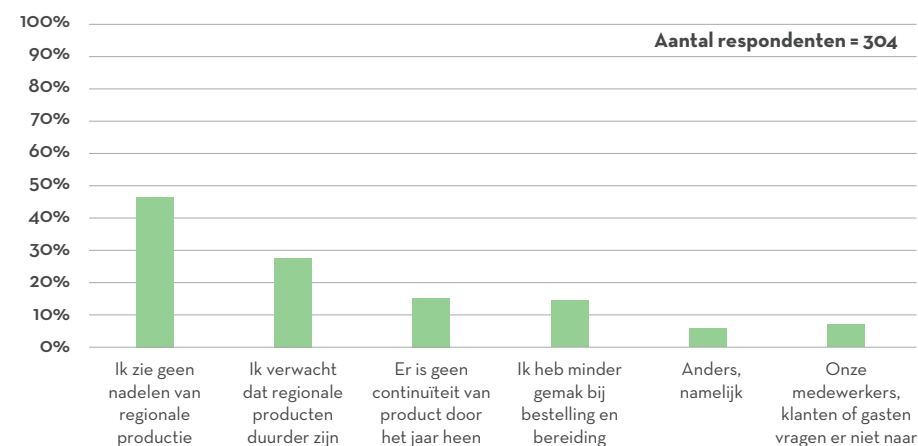
BELANGRIJKSTE VOORDELEN VOOR REGIONAAL VOEDSEL



Analyse:

- De respondenten zien duidelijk de meerwaarde van regionaal voedsel.
- Meerdere aspecten zijn van belang.
- De wens om regionale ondernemers te ondersteunen is het belangrijkste voordeel.
- Onder **Anders** benoemen respondenten vooral het belang van milieu, duurzaamheid en gezondheid.

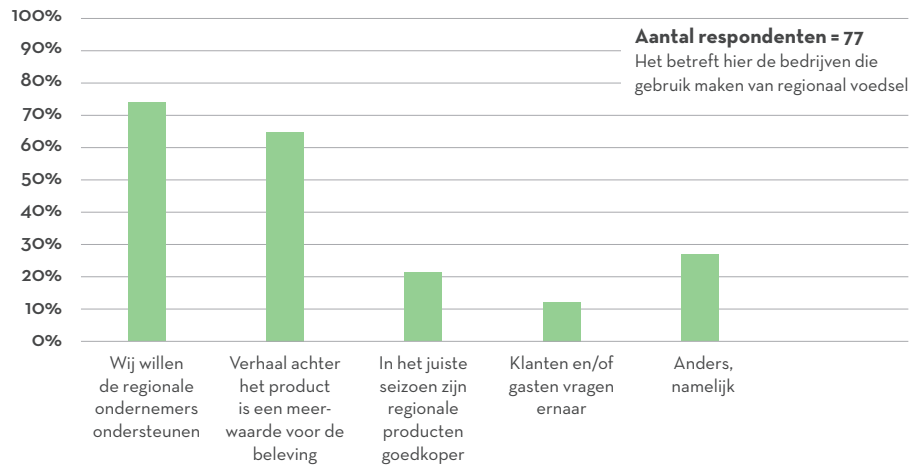
BELANGRIJKSTE NADELEN VOOR REGIONAAL VOEDSEL



Analyse:

- Respondenten zien weinig nadelen.
- De belangrijkste nadelen liggen op het vlak van kosten, aanbod en gemak bij bestelling en bereiding.
- Onder **Anders** benoemen respondenten vooral dat regionaal voedsel lastiger te vinden is en het aanbod beperkter is.

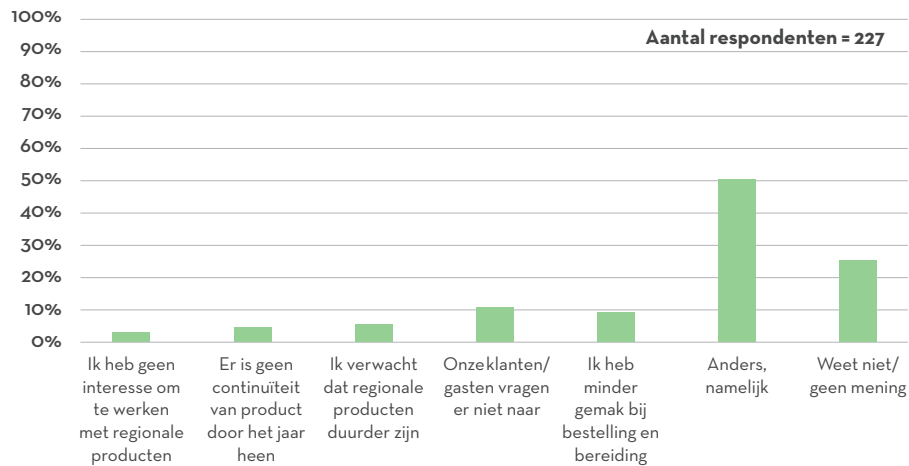
WAAROM GEBRUIKT UW ORGANISATIE REGIONALE PRODUCTEN?



Analyse:

- Redenen voor het gebruik zijn divers.
- Ondersteuning van regionale ondernemers en de beleving van het product komen hier sterk naar voren.
- Het belang van het milieu, duurzaamheid en gezondheid komen onder **Anders** sterk naar voren.

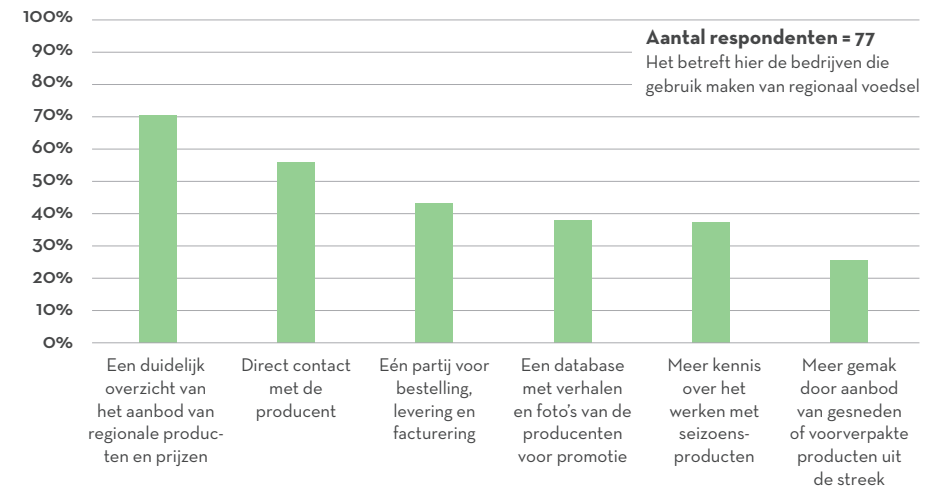
WAAROM GEBRUIKT UW ORGANISATIE GEEN REGIONALE PRODUCTEN?



Analyse:

- De genoemde categorieën worden nauwelijks aangegeven als reden om geen regionale producten te gebruiken.
- Onder **Anders** geven respondenten vooral aan dat het in hun situatie niet van toepassing is, zij kopen nauwelijks of geen voedsel in, bijvoorbeeld omdat zij ZZP'er zijn.
- Een kwart geeft aan niet te weten waarom zij geen regionale producten gebruiken.

IN HOEVERRE Zouden DE VOLGENDE OPTIES UW ORGANISATIE HELPEN OM (MEER) REGIONALE PRODUCTEN TE GEBRUIKEN?



Analyse:

- Een duidelijk overzicht van het aanbod is volgens de respondenten het meest behulpzaam, maar ook de andere opties bevelen zij aan.

CONCLUSIES & AANBEVELINGEN

- Op basis van deze enquête vermoeden we dat het thema regionaal voedsel in beperkte mate leeft bij de brede groep van de benaderde organisaties.
- Aannemelijk is dat bij een kleine groep afnemers/aanbieders er veel interesse is voor het stimuleren van het gebruik van regionaal voedsel.
- Het belangrijkste voordeel dat de respondenten zien, ligt in de wens om regionale ondernemers te ondersteunen. Daarnaast benoemen de respondenten het belang van het milieu, duurzaamheid en gezondheid.
- De belangrijkste optie die volgens de respondenten hen zou helpen om meer regionaal voedsel te gebruiken is een duidelijk overzicht van het aanbod van regionale producten en prijzen.
- Wij bevelen aan om de gedane suggesties door de respondenten nader te onderzoeken en met de geïnteresseerde partijen hiermee aan de slag te gaan.

BIJLAGE 1

OVERZICHT VAN GEÏNTERVIEWDE PARTIJEN

'T AMUSEMENT
Estée Strooker
restaurant-amusement.nl

AQAAQA/WATER 159
Rutger Bloemendal
water159.nl

BAKKERIJ TOM VAN OTTERLOO
Tom van Otterloo en Franske Brandt
bakkerijtomvanotterloo.nl

BETUWE BRASSICA
Twan Houterman
betuwebrassica.nl

BIO- EN STREEKWINKEL DE OOGST
Jaap Langerak
bioenstreekwinkeldeoogst.nl

DRIES & CO/ALBERT HEIJN ELST
Carmen Driessen

BURGERS' ZOO
Marco Peelen
burgerszoo.nl

DE HORSTERHOF
Matthias Crum
dehorsterhof.nl

DE OMMUURDE TUIN
Esther Kuiler
ommuurdetuin.nl

DE STAAT
Mathijs Gielen
destaatarnhem.nl

DISTREKO
Rein van der Werff
distreko.nl

DOMEIN HOF TE DIEREN
Youp en Riet Cretier
domeinhofstedieren.nl

DOORNIK NATUURAKKERS
Louis Dolmans
doorniknatuurakkers.nl

DUDOK ARNHEM
Robert Wittenberg
dudok.nl/vestigingen

EKOBOERDERIJ DE LINGEHOF
Petra Derkzen en André Jurrius
ekoboerderijdelingehof.nl

FAIRTRADE ARNHEM
Albert Hoekerswever
fairtradearnhem.nl

FOOD VALUE
Marieke Karssen
foodvalue.nl

HOEVE KLEIN MARIËNDAAL
Rob Gerritsen
hoevekleinmariendaal.nl

HOGESCHOOL VAN HALL
LARENSTEIN VELP (korte ketens)
Marco Verschuur
hvhl.nl

HOGESCHOOL VAN HALL
LARENSTEIN VELP (facilitair)
Herman Jansen
hvhl.nl

INSULA DEI HUIZE KOHLMANN
Wim Combé
insuladei.nl

KAREN'S KEUKEN
Karen Janssen
karenskeuken.nl

KONINKLIJKE NEDERLANDSE
HORECA ARNHEM
Bas van Es
khn.nl/arnhem

KOOKKUNSTEN
Josette Elshof
kookkunsten.com

LIEFDE VOOR HET VAK B.V.
Sebastian Hetterschijt

LTO OOST BETUWE
Henk Mulder
ltonoord.nl/afdeling/oost-betuwe

NATUURCENTRUM ARNHEM
Mark Tilleman
natuurcentrumarnhem.nl

NATUURMONUMENTEN
Merijn Biemans
natuurmonumenten.nl

NEXT GARDEN
Pim Rikken
nextgarden.nl

ODIN ARNHEM
Palle van der Wulp
odin.nl

OREGIONAL
Jos Bolk en Paul Roelofsen
oregional.nl

PUURLAND/KWEEKLAND
Steven Koster
puurland.nl

RBT KAN
Mascha Simons
rbtkan.nl

REMBERT
Rembert van Noort
rembert.nl

SIMPLY DELICIOUS VELP
Karel Houtbeckers
simplydelicious.nl/velp

STICHTING ERKEND VELUWS
STREEKPRODUCT
Dirk H. van Uitert
erkendstreekproduct.nl

TUINDERIJ DE STROOM
Angelien Hertgers
tuinderijdestroom.nl

UWE Cider
Jan Westerlaken
uwecider.nl

VAN BOMMEL BEEF
Annerie van Bommel
bommelbeef.nl

WAGENINGEN UNIVERSITY
& RESEARCH
Marcel Vijn
wur.nl

ZUIVELBOERDERIJ IJSSELOORD
Bart Lubbers
landwinkelijsseloord.nl

BIJLAGE 2 VRAGENLIJST ENQUÊTE

1 BENT U BEKEND MET REGIONALE PRODUCTEN?

- Ja
- Nee [Ga naar vraag 5]

2 EET U WEL EENS REGIONALE PRODUCTEN?

- Ja
- Nee
- Weet niet

3 WAT VERSTAAT U ONDER REGIONALE PRODUCTEN?

4 WELK BEELD HEEFT U VAN REGIONALE PRODUCTEN?



BUURTTUIN SINT MARTEN, ARNHEM

5 WIJ VERSTAAN ONDER REGIONALE PRODUCTEN HET VOLGENDE: PRODUCTEN UIT HET GEBIED MET EEN STRAAL VAN 30 KM ROND DE GEMEENTEN ARNHEM, RHEDEN, RENKUM, OVERBETUWE EN LINGEWAARD. GA BIJ HET INVULLEN VAN DE VOLGENDE VRAGEN UIT VAN DEZE DEFINITIE.

6 OP WELKE MANIER WORDT ER MET VOEDSEL GEWERKT BINNEN UW ORGANISATIE? (Minimaal aantal vinkjes: 1)

	Ja	Nee	Weet niet
Wij hebben een winkel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wij hebben een horecagelegenheid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Via bedrijfsrestaurant in eigen beheer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Via bedrijfsrestaurant met cateraar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Via banqueting (zelf bereid)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Via banqueting (ingekocht)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Via kerstpakketten en relatiegeschenken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7 IS ER INTERESSE BINNEN UW ORGANISATIE VOOR HET AANBIEDEN VAN REGIONAAL VOEDSEL?

	Ja, we werken met regionaal voedsel	Ja, we hebben interesse	Nee	Weet niet
In onze winkel <small>Voorwaarde actief • vraag 6.1 is beantwoord met 1 (Ja)</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In onze horecagelegenheid <small>Voorwaarde actief • vraag 6.2 is beantwoord met 1 (Ja)</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In het bedrijfsrestaurant in eigen beheer <small>Voorwaarde actief • 6.3 is beantwoord met 1 (Ja)</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In het bedrijfsrestaurant met cateraar <small>Voorwaarde actief • vraag 6.4 is beantwoord met 1 (Ja)</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voor de banqueting (zelf bereid) <small>Voorwaarde actief • vraag 6.5 is beantwoord met 1 (Ja)</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Ja, we werken met regionaal voedsel	Ja, we hebben interesse	Nee	Weet niet
Voor de banqueting (ingekocht) <small>Voorwaarde actief • vraag 6.6 is beantwoord met 1 (Ja)</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voor kerstpakketten en relatiegeschenken <small>Voorwaarde actiefvraag 6.7 is beantwoord met 1 (Ja)</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8 IN HOEVERRE VINDT UW ORGANISATIE HET BELANGRIJK DAT ER REGIONALE PRODUCTEN BESCHIKBAAR ZIJN VOOR MEDEWERKERS, KLANTEN OF GASTEN VAN UW ORGANISATIE?

- Zeer onbelangrijk
-
-
-
- Zeer belangrijk

9 WAT ZIJN VOLGENS UW ORGANISATIE DE BELANGRIJKSTE VOORDELEN OM VOOR REGIONAAL VOEDSEL TE KIEZEN? (Maximaal aantal vinkjes: 3)

- Wij willen de regionale ondernemers ondersteunen.
- In het juiste seizoen zijn regionale producten goedkoper.
- Het verhaal achter het product is een meerwaarde voor de beleving.
- De medewerkers, klanten of gasten vragen ernaar.
- Anders, namelijk:

- Ik zie geen voordelen van regionale producten Ex.
- Weet niet/geen mening Ex.

10 WAT ZIJN VOLGENS UW ORGANISATIE DE BELANGRIJKSTE NADELEN OM VOOR REGIONAAL VOEDSEL TE KIEZEN? (Maximaal aantal vinkjes: 3, willekeurige volgorde antwoorden)

- Onze medewerkers, klanten of gasten vragen er niet naar.
- Er is geen continuïteit van product door het jaar heen.
- Ik heb minder gemak bij bestelling en bereiding.
- Ik verwacht dat regionale producten duurder zijn.
- Anders, namelijk:

- Ik zie geen nadelen van regionale producten Ex.
- Weet niet/geen mening Ex.

11 WAAROM GEBRUIKT UW ORGANISATIE WEL REGIONALE PRODUCTEN?

(Minimaal aantal vinkjes: 1, willekeurige volgorde antwoorden)

Vraag 11 alleen tonen als aan de onderstaande voorwaarden wordt voldaan, indien niet voldaan spring naar: volgende vraag.

Minstens één van onderstaande voorwaarden is waar:

- of vraag 7.1 is beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- of vraag 7.2 is beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- of vraag 7.3 is beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- of vraag 7.4 is beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- of vraag 7.5 is beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- of vraag 7.6 is beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- of vraag 7.7 is beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)

- Het verhaal achter het product is een meerwaarde voor de beleving.
- Wij willen de regionale ondernemers ondersteunen.
- In het juiste seizoen zijn regionale producten goedkoper.
- De klanten en/of gasten vragen ernaar.
- Anders, namelijk:

- Weet niet/geen mening Ex.

12 WAAROM GEBRUIKT UW ORGANISATIE GEEN REGIONALE PRODUCTEN?

(Minimaal aantal vinkjes: 1)

Vraag 12 alleen tonen als aan de onderstaande voorwaarden wordt voldaan, indien niet voldaan spring naar: volgende vraag.

Alle onderstaande voorwaarden zijn waar:

- + en vraag 7.1 is niet beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- + en vraag 7.2 is niet beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)

- + en vraag 7.3 is niet beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- + en vraag 7.4 is niet beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- + en vraag 7.5 is niet beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- + en vraag 7.6 is niet beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)
- + en vraag 7.7 is niet beantwoord met 1 (Ja, we werken met regionaal voedsel)

- Ik heb geen interesse om te werken met regionale producten.
- Er is geen continuïteit van product door het jaar heen.
- Ik verwacht dat regionale producten duurder zijn.
- Onze klanten en/of gasten vragen er niet naar.
- Ik heb minder gemak bij bestelling en bereiding.
- Anders, namelijk:

- Weet niet/geen mening Ex.

13 IN HOEVERRE Zouden de volgende opties uw organisatie helpen om (meer) regionale producten te gebruiken?

Geef aan op een schaal van 1-5 (1 is helemaal niet en 5 is helemaal wel)

	1	2	3	4	5	Weet niet / geen mening
Meer gemak door aanbod van gesneden of voorverpakte producten uit de streek.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een database met verhalen en foto's van de producenten voor promotie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meer kennis over het werken met seizoensproducten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Direct contact met de producent.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eén partij voor bestelling, levering en facturering.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een duidelijk overzicht van het aanbod van regionale producten en prijzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14 HEEFT U NOG ANDERE OPTIES OM (MEER) REGIONALE PRODUCTEN IN DE REGIO AF TE ZETTEN, VUL DEZE DAN HIERONDER IN.

Wat is de Voedselregio Rijn IJssel Linge? Het project Voedselregio Rijn IJssel Linge is een samenwerkingsverband van De Horsterhof, Zuivelboerderij IJsseloord, Stichting Erkend Veluws Streekproduct, Kweekland, Happyland en vijf gemeenten (Arnhem, Lingewaard, Overbetuwe, Rheden en Renkum) ondersteund door de Provincie Gelderland en de EU.

Het doel van het project is om een grotere afzet van regionale producten in de eigen streek te stimuleren. Het project wordt uitgevoerd samen met regionale producenten, distributeurs, verwerkers en bedrijven, detailhandel en horeca.

CONTACTGEGEVENS

Heeft u vragen? Wilt u op de hoogte gehouden worden van de uitkomsten van dit onderzoek? Of heeft u interesse om een bijdrage te leveren aan ons project? Neem dan contact op met de voedselcoördinator Marijn Struik via struik@happyland.nl.

De resultaten van de enquête worden gepresenteerd tijdens een Top Regionaal Voedsel in het eerste kwartaal van 2018. Als u uw contactgegevens hieronder opgeeft, nodigen wij u van harte uit om deel te nemen aan dit evenement. Wilt u op de hoogte gehouden worden of wellicht deelnemen aan het project? Vul dan hier uw contactgegevens in:

Naam

Organisatie

E-mailadres

DEZE ENQUÊTE WORDT U AANGEBODEN DOOR DE PARTNERS VAN VOEDSELREGIO RIJN IJSSEL LINGE.



BIJLAGE 3 OVERZICHT VAN REGIONAAL VOEDSEL PER GEMEENTE

DISTRIBUTEURS (B2B)

DISTREKO

Distributeur van een breed en compleet assortiment biologische aardappel, groente, fruit- en vleespakketten uit de Achterhoek. Daarnaast hebben zij het Achterhoekpakket.

Webshop www.distreko.nl
Werkgebied Arnhem, IJsselvallei, Liemers, Achterhoek, Winterswijk
Bijzonderheden Geheel biologisch

Contactpersoon Rein van der Werff
Website www.distreko.nl
E-mail post@distreko.nl
Telefoon 0543 53 56 40

OREGIONAL

Oregional levert als coöperatieve groothandel een compleet assortiment lokale producten van eigen boeren en telers uit de regio.

Webshop webshop.oregional.nl/snel+bestellen
Werkgebied Straal 50 km rond Nijmegen (tot Doetinchem, Ede, Tiel, Oss, grens)

Contactpersoon Paul Roelofsen
Website www.oregional.nl
E-mail info@oregional.nl
Telefoon 0481 46 13 29

PUURLAND

Puurland werkt met name samen met boeren in de omgeving van Arnhem en stelt recepten samen met de producten van het seizoen die zij aanbieden.

Webshop www.puurland.nl/producten
Werkgebied Arnhem e.o.

Contactpersoon Steven Koster
Website www.puurland.nl
E-mail info@puurland.nl
Telefoon 06 51 05 06 89

EETVALLEI

Een digitaal platform waar consumenten streekproducten uit de regio kunnen bestellen, afhalen en laten thuisbezorgen. Daarnaast wordt het mogelijk om (gastronomische) recepten met ingrediënten te bestellen of een maaltijd in een restaurant te boeken.

Webshop www.eetvallei.nl/shop
Werkgebied Ede, Bennekom, Lunteren, Harskamp, Wageningen, Veenendaal, Rhenen, Achterberg

Contactpersoon Vincent Mosch
Website www.eetvallei.nl
E-mail info@eetvallei.nl
Telefoon 06 48 38 38 52

COÖPERATIE BOERENHART

Leverancier van ambachtelijke streekproducten uit de Gelderse Vallei en van de Veluwe voor horeca en grootverbruik.

Webshop boerenhart.internetbestel.nl
Werkgebied Gelderse Vallei en Veluwe

Contactpersoon Pieter Vink
Website www.boerenhart.nl
E-mail info@boerenhart.nl
Telefoon 033 27 78 61 8

PRODUCENTEN DIE LEVEREN (B2B)

DE HORSTERHOF

De Horsterhof teelt jaarlijks meer dan 80 soorten groenten. Dit doen ze met zorg en aandacht voor de bodem, zonder bestrijdingsmiddelen en in samenwerking met de natuur. Zij leveren groentepakketten aan particulieren en producten aan winkels en horeca in de streek.

Productgroepen Groenten
Plaats Duiven
Bijzonderheden Biologisch + boerderijwinkel

Contactpersoon Matthias Crum
Website www.horsterhof.nl
E-mail info@horsterhof.nl
Telefoon 0316 26 26 04

ZUIVELBOERDERIJ IJSSELOORD

Zuivelboerderij IJsseloord produceert en distribueert hun ambachtelijke zuivelassortiment, zoals (karne)melk, hangop, yoghurt, verschillende soorten vruchtenyoghurt, diverse soorten vla en echte ambachtelijke roomboter. Daarnaast hebben ze een Landwinkel.

Productgroepen Zuivel
Plaats Arnhem
Bijzonderheden Landwinkel

Contactpersoon Bart en Sabine Lubbers
Website www.landwinkelijsseloord.nl
E-mail bartlubbers@hotmail.com
Telefoon 026 36 15 82 7

TUINDERIJ DE STROOM

Biologische Tuinderij De Stroom teelt een breed assortiment aan seizoensgroenten. Zij bieden groentepakketten aan particulieren en leveren aan (biologische) winkels in de streek. Ze werken nauw samen met Ekoboerderij De Lingehof.

Productgroepen	Groenten
Plaats	Hemmen
Bijzonderheden	Biologisch en boerderijwinkel
Contactpersoon	Angelien Hertgers
Website	www.tuinderijdestroom.nl
E-mail	info@tuinderijdestroom.nl
Telefoon	06 49 31 56 92

HOEVE KLEIN MARIËNDAAL

Zorgboerderij & theeschenkerij Hoeve Klein Mariëndaal is gevestigd aan de rand van Arnhem. Zij bieden een prachtige werk- en ervaringsplek aan mensen die ondersteuning nodig hebben. Ze verbouwen (bijzondere) groenten, bloemen, kruiden en kleinfruit. Daarnaast hebben ze een theeschenkerij, vergaderruimte en kinderboerderij.

Productgroepen	Groenten, bloemen, kruiden en kleinfruit
Plaats	Arnhem
Bijzonderheden	Zorgboerderij
Contactpersoon	Rob Gerritsen
Website	www.hoevekleinmariendaal.nl
E-mail	groenten@hoevekleinmariendaal.nl
Telefoon	026 33 32 53 2

UWE CIDER

UWE Cider maakt heerlijke appelp cider in verschillende smaken, geproduceerd op biologische en ambachtelijke wijze. Er worden appels van speciale ciderrassen gebruikt die zorgvuldig zijn uitgekozen en op elkaar zijn afgestemd.

Productgroepen	Appelp cider en perencider
Plaats	Elst
Contactpersoon	Jan Westerlaken
Website	www.uwecider.nl
E-mail	info@uwecider.nl
Telefoon	0481 37 67 61

DOMEIN HOF TE DIEREN

Nederlandse biologische wijngaard van ruim twee hectare. Op traditionele wijze gemaakte rode, witte en rosé wijnen. Mogelijkheden voor wijnproeverijen en rondleidingen.

Productgroepen	Wijnen, rood/wit/rosé
Plaats	Dieren
Bijzonderheden	Biologisch
Contactpersoon	Youp en Riet Cretier
Website	www.domeinhofte dieren.nl
E-mail	wijngaard@cretier.nl
Telefoon	06 22 39 96 42

PARTIJEN DIE LEVEREN AAN PARTICULIEREN (B2C)

- Puurland
- De Horsterhof
- Tuinderij De Stroom
- Hoeve Klein Mariëndaal
- De Ommuurde Tuin
- Simply Delicious Velp
- Veld en Beek
- Etc.

BIJLAGE 4 RIJN-IJSSEL-LINGE



“In mei 2018
moet de samen-
werking concreet
worden en gaat
Voedselregio
Rijn IJssel Linge
een nieuwe
fase in”





COLOFON

Dit boekje is gepubliceerd op 12 april 2018 door een samenwerkingsverband van Zuivelboerderij en Landwinkel IJsseloord, Boerderij De Horsterhof, Kweekland / Puurland, Stichting Erkend Veluws Streekproduct en de gemeenten Arnhem, Lingewaard, Overbetuwe, Renkum en Rheden.

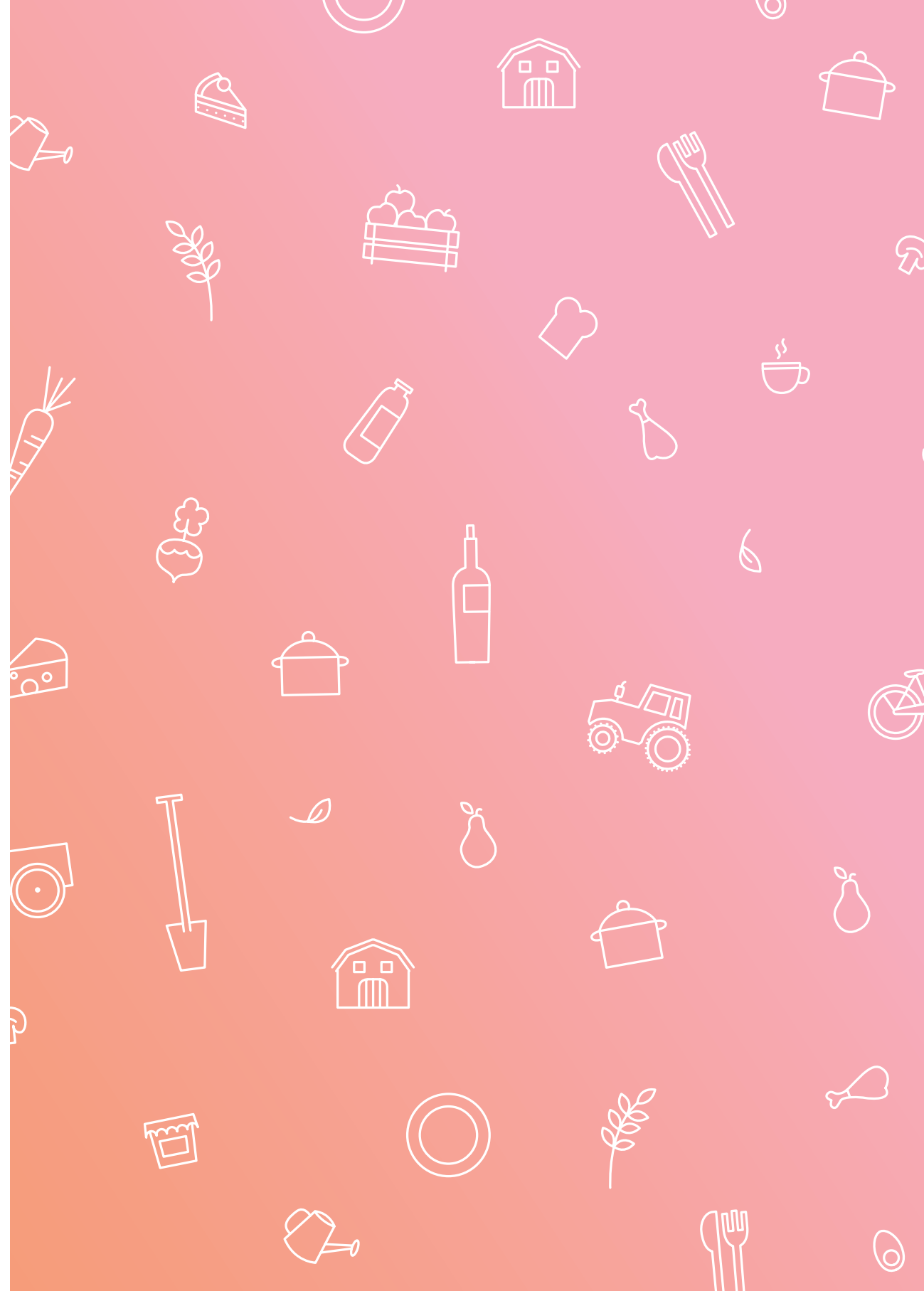
Het onderzoek en de publicatie zijn in de periode mei 2017 tot en met april 2018 uitgevoerd door Marie Baartmans en Marijn Struik van Happyland.

Dit project is mede mogelijk gemaakt door Provincie Gelderland en de Europese Unie en uitgevoerd in het kader van de regeling POP3 Korte Voorzieningsketens.

Oplage • 500 stuks

Druk • Coers en Roest, Arnhem

Ontwerp • Karina Dimitriu grafisch ontwerp





**RIJN
IJssel
LINGE**

Dit is een uitgave van Voedselregio Rijn IJssel Linge • april 2018