

DE INSPIRATIEGIDS



Inspirerende en vernieuwende
bedrijfsstrategieën in
land- en tuinbouw
&
Tools om jouw visie
te ontwikkelen



INLEIDING

'Vallei in verandering: duurzame kansen voor landbouw'

(een Antwerps Platteland Plus-Project)

Voor jou ligt de inspiratiegids met daarin inspirerende en vernieuwende bedrijfsstrategieën in land- en tuinbouw.

Met deze gids willen we een helder en ruim overzicht geven van pistes die je als land- of tuinbouwer kan uitgaan met je bedrijf. De land- en tuinbouwsector is constant in ontwikkeling, ook op vlak van businessmodellen. Dus het lijstje dat we hier weer-geven is verre van limitatief en zal doorheen de tijd blijven evolueren en uitbreiden.

Een bedrijfsstrategie ontwikkelen is niet iets wat je op een namiddag doet, dit vraagt behoorlijk wat tijd en input. We zetten je alvast op weg om hier zelf mee aan de slag te gaan door een overzicht te geven van tools en methodieken om je bedrijfsvisie en -strategie te ontwikkelen.

Laat deze inspiratiegids dienen voor wat hij bedoeld is: jou inspireren en op weg helpen naar een bedrijfsstrategie die het best bij jou en je bedrijf past.

Veel succes!



Ellen Vos

Innovatieconsulent en projectleider Vallei in de verandering.



KLEINE NETE



INHOUDSTAFEL



STAPPENPLAN RICHTING
EEN NIEUWE BEDRIJFSSTRATEGIE



METHODIEKEN / TOOLS



STRATEGIEËN IN LAND- EN TUINBOUW



STRATEGIEËN IN MULTIFUNCTIONELE LANDBOUW



VOORBEELDEN UIT DE PRAKTIJK



STAPPENPLAN RICHTING EEN NIEUWE BEDRIJFSSTRATEGIE

Een bedrijfsstrategie ontwikkel je niet van vandaag op morgen, dit vraagt wel wat opzoekwerk, overleg en reflectie. Het is een heel proces om af te leggen alvorens je weet welke richting je best uitgaat met je onderneming.



ANALYSE

Bij deze stap is het belangrijk om een grondige kijk te krijgen op het bedrijf en de wereld er rond. Aan de hand van bijvoorbeeld een SWOT-analyse is het mogelijk om sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen in kaart te brengen. De doelstelling is om een stand van zaken op te maken en lessen te trekken uit het verleden.



ORIËNTATIE

Na een terugblik volgt een vooruitblik. Het komt er op neer om te bekijken welke pistes allemaal mogelijk zijn voor het bedrijf. Breed denken en ideeën sprokkelen is bij deze stap cruciaal. Volgende vragen zijn daarbij een goede leidraad: 'wat wil je zeker veranderen?' en 'wat wil je zeker behouden?'.



PLANNING

Eens je in de analyse- en oriëntatiefase alles in kaart hebt gebracht, is het zaak om effectief een richting te kiezen en die te gaan uitzetten. In eerste instantie bepaal je welke bedrijfsvisie het best past bij jezelf en bij het bedrijf. Eens je weet waar je naartoe wil, ga je plannen hoe je daar gaat geraken. Welke doelstellingen moeten er op korte en middellange termijn geformuleerd worden?

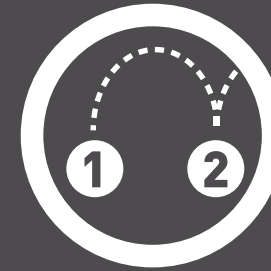


IMPLEMENTATIE EN EVALUATIE

Tot slot is het belangrijk om de plannen effectief te gaan toepassen op het bedrijf. Je zal dus op korte en middellange termijn moeten weten welke stappen je moet zetten om op het juiste spoor te geraken. Het is belangrijk om na verloop van tijd een evaluatie te doen van de weg naar de realisatie van jouw bedrijfsvisie: wat loopt goed en waar moet je bijsturen?



STAPPENPLAN
nieuwe bedrijfsstrategie





BUSINESS MODEL CANVAS

Breng je bedrijfsmodel in kaart en ontdek nieuwe mogelijkheden

Een business model beschrijft de manier waarop een organisatie waarde creëert, levert en behoudt.

Tijdens zijn doctoraatsonderzoek naar bedrijfsmodellen ontwaarde Alexander Osterwalder een patroon. Elk bedrijfsmodel bestaat uit negen basisbouwstenen die onderling met elkaar verband houden.

Hij werkte dit patroon uit en maakte er een canvas van. Daarop zijn de bouwstenen heel duidelijk uitgelijnd. In het midden staat jouw aanbod naar de klant. Het canvas is daarrond opgebouwd uit twee helften. De rechterhelft van het canvas staat voor de waarde die jouw aanbod betekent voor de klanten en hoe je daarmee geld kan verdienen.

De linkerhelft van het canvas staat voor de efficiëntie van jouw bedrijf. Hoe kan je dat aanbod waarmaken? Wat heb je daarvoor nodig? En hoeveel kost dat? Het canvas is geschikt om een bestaande toestand in kaart te brengen of om na te denken over mogelijke veranderingen.

Elk bedrijf kan zijn voordeel doen met een Business Model Canvas. Door actief bezig te zijn met je bedrijfs-

model, ontdek je veel makkelijker nieuwe kansen.

© ikinnoveer.be/bmc

HOE, WAT, WAAROM?

ONTDEK DE STERKTE VAN
JE BEDRIJFSMODEL

DENK NA OVER
DE 9 BOUWSTENEN

HOE DOE JE HET NU?

WAT ZOU JE
IN ELK VAN DE BLOKKEN
KUNNEN VERANDEREN?



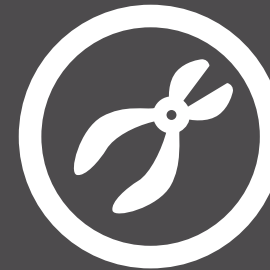
BUSINESS MODEL CANVAS

ikinnoveer.be/bmc

PARTNERS	ACTIVITEITEN	AANBOD	KLANTENRELATIE	KLANTEN
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wie zijn onze strategische partners? ▶ Welke middelen leveren zij aan? ▶ Welke activiteiten voeren zij uit? 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Welke activiteiten zijn nodig om ons aanbod te realiseren? Denk aan ontwikkeling, productie, marketing, verkoop... 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wat is ons aanbod voor onze klanten? ▶ Welke noden en problemen van de klanten lossen wij op? ▶ Welke producten of diensten bieden we aan voor elk klanten-segment? 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Welke soort relatie bouwen wij op met onze klanten? ▶ Hoe verschilt dit per klantensegment? 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Welke klanten willen we bereiken? ▶ Welke verschillende segmenten kunnen we onderscheiden?
	<p style="text-align: center;">MIDDELEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Welke middelen hebben we nodig om ons aanbod te realiseren? Denk aan machinepark, merknaam, werknemers met unieke competenties, ... 		<p style="text-align: center;">KANALEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Langs welke kanalen bereiken we onze klanten? ▶ Hoe passen die kanalen bij de gewoontes en wensen van de klant? 	
KOSTENSTRUCTUUR		INKOMSTENSTROMEN		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wat zijn de belangrijkste kosten in ons bedrijfsmodel? ▶ Wat zijn de duurste middelen? ▶ Welke activiteiten kosten het meest? 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Voor welke meerwaarde wil de klant betalen? ▶ Waarvoor wil de klant niet betalen? ▶ Hoe ontvangen we inkomsten voor producten en diensten? 		



BUSINESS MODEL CANVAS





SWOT-ANALYSE

Analyseer de situatie van jouw bedrijf.
Bekijk ze door een kritische bril!

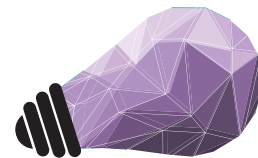
Het is essentieel dat je geregeld stilstaat bij de actuele situatie van je bedrijf en de koers die je volgt. Dat kan je gemakkelijk doen met een SWOT-analyse. **SWOT** staat voor **S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities en **T**hreats. Een andere benaming voor deze tool is de sterkte-zwakte-analyse. Zoals je dus kan verwachten, worden via deze analyse de sterkten en zwakten van jouw onderneming tegen elkaar uitgespeeld.

Bij een SWOT-analyse vergelijk je je eigen capaciteiten met de externe omgeving. Je onderzoekt hoe toekomstige ontwikkelingen van buitenaf hun invloed op de organisatie zullen uitoefenen, en welke uitdagingen voor jouw bedrijf daaruit zullen ontstaan.

Concreet ga je bij de sterktes en zwaktes op zoek naar interne aspecten van je onderneming, waar je dus zelf vat op hebt. Bij de kansen en de bedreigingen kijk je naar de externe factoren die een (potentiële) impact op jouw onderneming hebben.

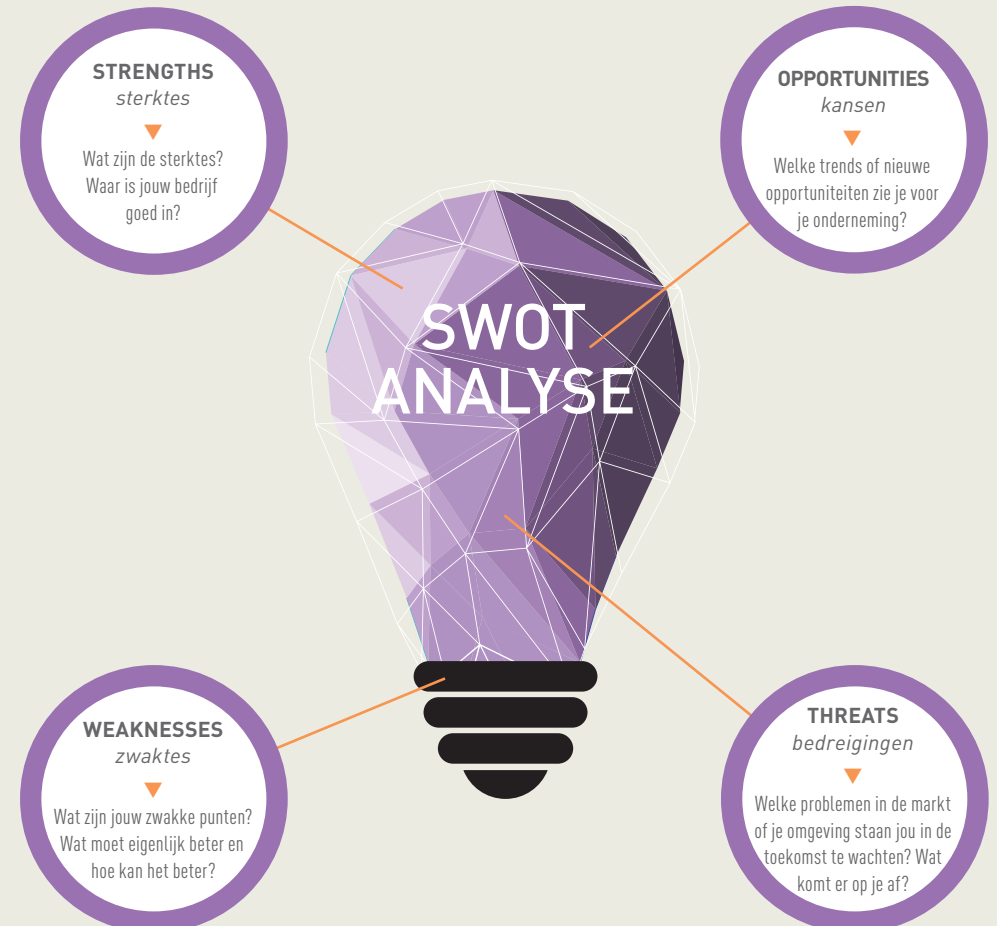
Bij het opmaken van een SWOT-analyse en een bedrijfsvisie is het essentieel om te kijken naar de omgeving rondom het bedrijf. Niet al de ideeën uit deze 'inspiratiegids' en je eigen toekomstwensen zijn op jouw bedrijf en in jouw omgeving realiseerbaar. Hou dus zeker rekening met het gebied waarin je bedrijf ligt en welke kansen en bedreigingen deze omgeving jou biedt.

Een SWOT-analyse is geen moeilijke tool. Toch is de stap om deze uit te voeren soms groot. Vooral nadenken over zwaktes en bedreiging is vaak moeilijk, maar het is wel heel belangrijk. Vergeet nooit dat je niet alleen bent: elke bedrijf, hoe succesvol ook, heeft te kampen met zwakkere punten en bedreigingen.



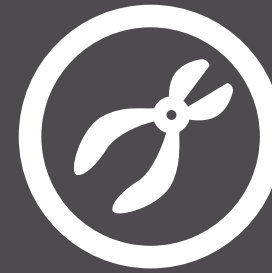
INTERNE ANALYSE VAN JOUW BEDRIJF OP JOUW PRODUCT

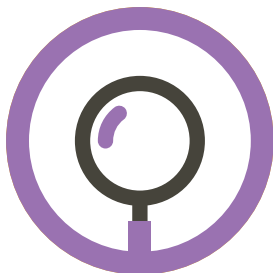
EXTERNE FACTOREN EN DE IMPACT OP JOUW BEDRIJF





SWOT-ANALYSE





ONDERNEMERSSCAN MULTIFUNCTIONELE LANDBOUW

Kiezen voor een bedrijfsstrategie is een keuze op maat van de mogelijkheden van je bedrijf en de markt, maar minstens even belangrijk is dat het past bij wie je bent als persoon. Is hoevetoerisme, educatie op het bedrijf of een hoevewinkel echt wel iets voor mij?

Een belangrijke voorwaarde is dat je het werk dat gepaard gaat met de nieuwe activiteit leuk vindt. Daarnaast moet het passen bij je kwaliteiten als ondernemer. Met behulp van de ondernemersscan multifunctionele landbouw kan je onderzoeken of je over de benodigde kwaliteiten beschikt. Deze kwaliteiten zijn belangrijk voor alle vormen van multifunctionele landbouw (met uitzondering van agrarisch natuurbeheer).

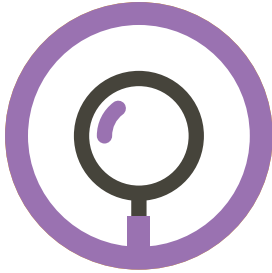
Je kunt de test over jezelf ook door iemand uit je omgeving laten invullen. Als je vervolgens de resultaten samen bespreekt, kan dit vooral daar waar verschillende scores gegeven zijn tot een leerzame discussie leiden.



De ondernemersscan multifunctionele landbouw kan je vinden via

🌐 www.innovatiesteunpunt.be





LOOPBAAN- BEGELEIDING

Je professionele loopbaan is belangrijk. Gedurende een groot deel van je leven zal aan het werk zijn. Je job is dus maar beter iets wat je graag doet en waar je goed in bent. Dat geldt voor iedereen zowel werknemer als ondernemer. Het is belangrijk om te reflecteren over jezelf als persoon in het bedrijf: wie ben ik, wat kan ik goed en welke meerwaarde bied ik hier? Kan ik mij in een andere functie in het bedrijf nuttiger inzetten? Of moet ik misschien overwegen om een job buitenshuis te zoeken?

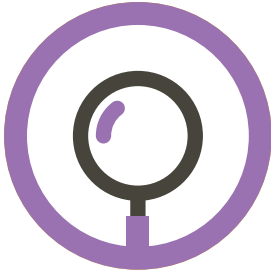
Loopbaanbegeleiding is helemaal niets om je over te schamen. Het is een tool die door bijvoorbeeld de VDAB wordt aangeboden. Iedereen die in Vlaanderen of Brussel woont en professioneel actief is, komt voor zo'n begeleiding met loopbaancheques in aanmerking. Elke 6 jaar heb je recht op 8 uur loopbaanbegeleiding.

Na een intakegesprek bekijk je samen met de loopbaanbegeleider je professionele doelen en motivatie. Via oefeningen en opdrachten krijg je inzicht in je competenties en wordt er concreet gemaakt wat voor jou belangrijk is.

© www.vdab.be







VORMING

Het lijkt misschien voor de hand te liggen, maar vorming is een belangrijke tool in de ontwikkeling van jouw bedrijf. Dit geldt natuurlijk in de eerste plaats voor vormingen in de eigen sector. Blijf op de hoogte van de nieuwste trends en evoluties in je sector, leer bij over het runnen van je bedrijf en maak van de gelegenheid gebruik om in contact te treden met andere land- en tuinbouwers. Ook van hen kan je heel wat leren.

Vorming kan ook een eerste stap zijn om je om te scholen naar een andere functie, al dan niet binnen het eigen bedrijf. En zelfs cursussen die je enkel volgt uit persoonlijke interesse, kunnen interessante meerwaarde opleveren voor je bedrijf. Zo helpt die nieuw geleerde taal je misschien wel in gesprekken met leveranciers of seizoensarbeiders en kan je pas ongedane computerkennis heel waardevol blijken wanneer je met een eigen website begint.

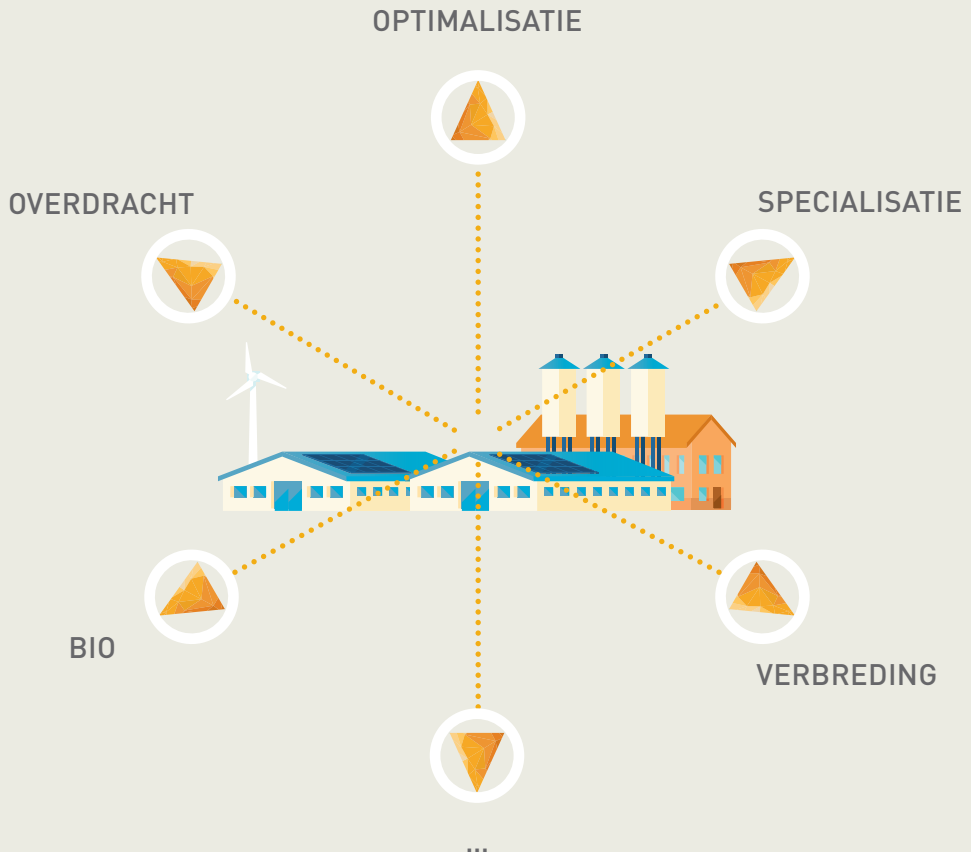
© www.innovatiesteunpunt.be







MAAK JE KEUZE: STRATEGIEËN VOOR JE BEDRIJF







**STRATEGIEËN
IN LAND- EN TUINBOUW**



SPECIALISATIE

Als landbouwer kan je beslissen om specifiek in te zetten op één bedrijfstak. Dat betekent dat het aandeel van het bedrijfsinkomen dat uit één subsector wordt gehaald, zeer belangrijk is en zelfs de neiging heeft om groter te worden.

Waarom zou je kiezen voor zo'n strategie? Specialisatie hangt onder meer samen met de beschikbare kennis, arbeid, grond en kapitaal. Door te focussen op één productietak kunnen technisch en economisch dikwijls betere resultaten worden behaald. Je kan je net onderscheiden doordat je kennis en vaardigheden gericht kan verzamelen en inzetten op die tak. Ook de hoge investeringskosten in bepaalde takken en de toegenomen eisen aan het productieproces vanuit de samenleving en de keten zijn stimulansen om verder te specialiseren.

Er zijn evenwel ook aandachtspunten verbonden aan deze strategie. Met name is er

geen risicospreiding. Je zet in op één tak en als die een periode lang in recessie is, dan kan dat zware gevolgen hebben voor het bedrijf. Daarnaast is het soms ook moeilijker om te switchen naar een andere tak omdat het bedrijf sterk in een bepaalde richting is gegroeid.





GEMENGD BEDRIJF

In tegenstelling tot specialisatie ligt de focus bij een gemengd bedrijf op de combinatie van verschillende bedrijfstakken. Dit kunnen er twee zijn, denk maar aan varkens-akkerbouw, maar combinaties met nog meer subsectoren zijn ook mogelijk.

De troeven van een gemengd bedrijf liggen vooral in de voordelen van het combineren. Meerdere sectoren zorgen voor risicospreiding, niet alle eieren worden in dezelfde mand gelegd. Een crisisjaar in één sector kan gecompenseerd worden door de resultaten van een andere sector. Kiezen voor een gemengd bedrijf kan ook goed zijn om in periodes van arbeids- en inkomenslucte te zorgen voor extra werk en inkomsten. Daarnaast zijn er nog tal van andere factoren om te opteren voor een gemengd bedrijf: de bodem, menselijke factoren, de ligging, structuur,...

Een gemengd bedrijf heeft soms ook wat nadelen, denk maar aan een hoge werkdruk op piekmomenten van de verschillende sectoren. Daarnaast vraagt elke tak op bepaalde momenten om investeringen waar steeds een kostenplaatje aan vasthangt dat in totaliteit hoog kan liggen.





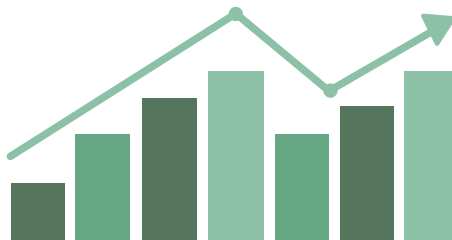
OPTIMALISATIE

Bedrijfs optimalisatie betekent groeien in rendement. Hierbij wordt de focus gelegd op betere resultaten met de huidige infrastructuur. Gericht gaan werken op twee tot drie meetbare parameters kan bedrijven een stuk sterker maken. Verbeteringen realiseren kan je op verschillende domeinen en op verschillende manieren.

Bedrijfs optimalisatie kan je eerst en vooral realiseren door met behulp van een bedrijfseconomische boekhouding het optimale evenwicht te zoeken tussen input (grondstoffen, arbeid, kapitaal, grond,...) en output (bedrijfsresultaten) op het bedrijf. Technische en economische kengetallen geven aan wat goed loopt en waar er verbetering mogelijk is: denk maar aan voerefficiëntie, groei, tussenkaltijd,...

Er zijn nog tal van mogelijkheden om te zorgen voor een goed draaiend bedrijf zoals het inzetten op de juiste dingen (effectiviteit, juiste activiteiten, duidelijke focus), je tijd goed indelen (efficiënt werken), goede looplijnen in het bedrijf, zo min mogelijk verspilling,...

Praktische voorbeelden van bedrijfs optimalisatie zijn achteraan in deze inspiratiegids te vinden. Denk onder meer aan advies van externen onder de vorm van een adviesraad, aan het leertraject agrocoach,...





OMSCHAKELEN NAAR BIOLOGISCHE PRODUCTIE

Sinds enkele decennia is er een toegenomen interesse in biologische producten. Wat ooit begon als een kleine niche, groeit uit tot een belangrijk productsegment in diverse verkoopkanalen.

De bioconsument kiest er bewust voor om een meerprijs te betalen voor die bioproducten. Als landbouwer kan je daardoor een grotere omzet genereren op een beperkte schaal, maar daar staat natuurlijk wel iets tegenover. Wie voor de biologische markt wil produceren, moet voldoen aan de eisen van het lastenboek, waarmee extra kosten en arbeid gepaard gaan. Je mag bijvoorbeeld geen kunstmest en chemisch-synthetische pesticiden meer gebruiken.

Dieren krijgen meer ruimte en uitloop en eten biologisch voer. De gezondheid van de bodem staat bovendien centraal: een ruime vruchtwisseling en een goede bemesting zorgen voor een vruchtbare en gezonde bodem.

Wie voor het eigen bedrijf de kansen en knelpunten van omschakeling wil bespreken, kan contact opnemen met de consultant van 'Bio zoekt Boer'.

© www.biozoektboer.be





BEDRIJFSOVERDRACHT

Wat gebeurt er als de huidige generatie stilaan richting de pensioenleeftijd gaat? Over de toekomst van het bedrijf dient dan zeker nagedacht te worden. Dit kan een overname zijn door zoon of dochter (familiale overname) maar ook door anderen (externe overname).

De technische afhandeling van een bedrijfsopvolging en de optimalisatie van het overnamedossier vragen tijd, maar ook de periode voordien is belangrijk. Die periode waarin je de haalbaarheid en de wenselijkheid van een opvolging onderzoekt en bespreekt, kan snel enkele jaren duren.

Naast het bekijken van de financiële haalbaarheid (de lopende en de toekomstige investeringen, de huidige inkomsten en uitgaven) moet ook gekeken worden naar de toekomst van het bedrijf, de arbeidsbehoefte op het (toekomstig) bedrijf, de manier waarop het vermogen georganiseerd zal kunnen worden en de competenties en de motivatie van de potentiële opvolger.

Naast de zakelijke aspecten zijn er bovendien nog aandachtspunten op het familiaal niveau: wat met de andere kinderen en de partner? En hoe ga je de (lange) samenwerking tussen de generaties organiseren?

Een goede verstandhouding, afspraken en vooral communicatie zijn essentieel.



© www.kenniscentrumbedrijfsopvolging.be



AFBOUW OF STOPZETTING

Wanneer je als landbouwer geen overnemer hebt (familiaal of extern) dan is afbouw of stopzetting iets wat vroeg of laat aan bod kan komen. Het is belangrijk om de weg richting je pensioen tijdig voor te bereiden.

Afbouw is breed en kan gaan over het afstoten van enkele takken van het bedrijf, met behoud van enkele andere. Afbouw kan evenzeer betrekking hebben op het verminderen van je areaal of aantal dieren als je bijvoorbeeld een gespecialiseerd bedrijf hebt. Stopzetting gaat nog een stap verder, aangezien je op dat moment een einde stelt aan de bedrijfsuitoefening.

Stopzetting is een piste voor bedrijfsleiders die met pensioen gaan en geen opvolger hebben, maar is evenzeer een valabele keuze voor bedrijfsleiders die iets anders willen gaan doen. Zeker op het moment waarop je beslist over zware investeringen is het belangrijk om breed te kijken en te denken. In sommige gevallen kan er ook sprake zijn van een gedwongen stopzetting, denk maar aan een natuurramp, landbouwramp, brand, zware financiële moeilijkheden,...

© www.boerenopeenkruispunt.be



INNOVATIEF MET ENERGIE

Hoe ga ik innovatief om met energie op mijn land- of tuinbouwbedrijf? Waar kan ik besparen op mijn verbruik en kan ik zelf duurzame energie produceren? Investerings- en energiebesparende maatregelen zijn in vele gevallen economisch het meest interessant. Daarnaast beschikt iedere land- en tuinbouwsector over heel wat mogelijkheden om zelf duurzame energie te produceren: zonnepanelen, warmtekrachtkoppeling, een windmolen, een zonneboiler, hout verbranden, kleinschalige vergisting, een warmtepomp, ...

Een bedrijfsleider van een land- of tuinbouwbedrijf heeft heel wat redenen om zelf duurzame energie te produceren. De belangrijkste motivatie ligt vaak in het zoeken naar een besparing in de energiekosten op het bedrijf. Maar ook de interesse in extra bedrijfsactiviteiten, werkgelegenheid en extra inkomen, het verduurzamen van de productie én de daarmee verbonden ver-

betering van het bedrijfsimago motiveert een investering in energieproducerende installaties.

Daarnaast beschikken land- en tuinbouwbedrijven over ruimte en produceren ze biomassa. Hiermee hebben ze twee troeven in handen om een steeds belangrijker wordende rol te spelen in de CO₂-kringloop. Land- en tuinbouwers halen hun motivatie ook uit regelgeving en opportuniteiten die het gevolg zijn van het landbouwbeleid zowel in Europa als in eigen land.





DIENSTVERLENING OP HET EIGEN BEDRIJF

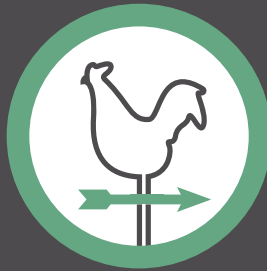
Landbouwers focussen zich meestal op productie: ze telen groenten, kweken varkens, melken koeien ... Voor de afzet van hun producten opteren ze onder andere voor een coöperatie of voor korte keten. Landbouwers bezitten vanuit hun beroepservaring verschillende competenties: kennis en vaardigheden die elders ook inzetbaar zijn.

Een mogelijke bedrijfsstrategie is om op het eigen landbouwbedrijf diensten aan te bieden of om als dienstverlener op te treden bij andere (landbouw)bedrijven en instanties. Diensten aangeleverd op het eigen bedrijf zijn onder andere het organiseren van workshops: koeien melken, koken, tuinieren, educatie voorzien ...

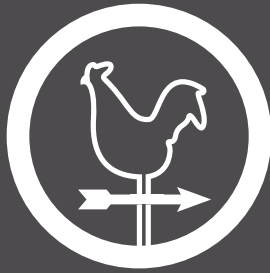
Deze voorbeelden komen uitgebreid aan bod in het deel 'bedrijfsstrategieën in multifunctionele landbouw'.







STRATEGIEËN IN MULTIFUNCTIONELE LANDBOUW



HOEVEWINKEL

Boerderijverkoop is een breed begrip. De verkoop kan variëren van een stalletje aan de weg waar eigen producten worden verkocht tot een compleet uitgeruste boerderijwinkel met een eigen website waar online producten gekocht kunnen worden. Met een hoevewinkel speel je in op de vraag van consumenten naar betrouwbare en verse producten. Veel mensen komen naar de boerderij om daar de producten te kopen waarvan men weet door wie en op welke wijze deze zijn geteeld.

De verkoop van je producten in eigen handen nemen betekent dat je de marges van de tussenhandel uitschakelt. De opbrengsten kunnen daardoor hoger uitvallen. Daar tegenover staan extra investeringen, waarvoor financiële middelen nodig zijn. Bovendien moet je tijd besteden aan de verkoop (openingstijden, boekhouding enz.) en is het niet voor elk product even evident (sommige producten zoals varkensvlees moet je eerst nog verwerken). Een goed opgezette boerderijwinkel doe je er niet even bij. Ook in drukke tijden als in de oogstperiode moet de winkel open zijn voor het publiek.

Motivatie en kennis van zaken bepalen in hoge mate het succes van boerderijverkoop. Daarnaast vraagt het omgaan met klanten sociale vaardigheden, klanten kunnen immers kritisch zijn. Ook komen er vragen over de manier waarop het product gemaakt is. Verder vraagt boerderijverkoop om commerciële vaardigheden, zoals het inschatten van de markt, winkelinrichting, promotie maken, opzet website en organisatie van evenementen aan huis.

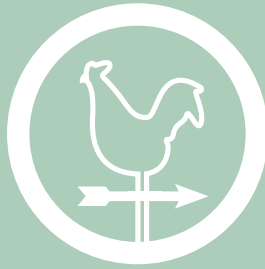


Ⓜ www.innovatiesteunpunt.be

Ⓜ www.steunpunthoeveproducten.be

Ⓜ www.afsca.be/hoeveverkoop

Ⓜ www.rechtvanbijdeboer.be



VERKOOP VAN HOEVEPRODUCTEN OP EEN ANDERE LOCATIE

Je kan ervoor kiezen om je hoeveproducten zelf te vermarkten, maar dit niet op het eigen bedrijf te doen. Een boerenmarkt is dan een optie. In sommige gemeenten worden geregeld 'gewone' boerenmarkten georganiseerd. Daar kan je dan met een kraampje je eigen oogst aan de man brengen. Maak je een overeenkomst met een plaatselijke handelaar, liggen jouw producten binnenkort misschien ook daar in de rekken.

Een hippe versie van de boerenmarkt is de Buurderij. In deze vorm van boerenmarkt speelt het internet een belangrijke rol. Het concept komt overwaaien uit Frankrijk. Leden kunnen hun bestelling doen op het internet. Die wordt dan geleverd op een boerenmarkt in de buurt. De consument kiest zo bewust voor een lokaal product. De gezelligheid in de buurt is een leuk extraatje.

Er zijn in Vlaanderen intussen al tientallen Buurderijen. Meer dan 200 producenten werken al via dit systeem. Belangrijkste punt bij een Buurderij is dat er enkel lokaal geteelde producten worden verkocht. Is er

al een Buurderij bij jou in de buurt, kan je hierbij misschien aansluiten.

Ook voedselteams vallen onder deze categorie. Zij vormen een netwerk van lokale consumenten en duurzame producenten.



Meer weten en voorbeelden bekijken:

🌐 www.boerenburen.be

🌐 www.voedselteams.be



HOEVEAUTOMAAT

Aardbeien of paprika's, bloemen of brood, melk of eieren. Je kan het zo gek niet bedenken of er bestaat een automaat voor. Zo'n automaat heeft dan ook veel voordelen voor de landbouwer. Zo bespaart de verkoop via een automaat tijd en personeel, want je moet de 'winkelruimte' niet continu bemannen. Je product is 24 uur op 24 verkrijgbaar en de drempel om iets te komen kopen is erg laag. Dat spoort mensen aan om langs te komen.

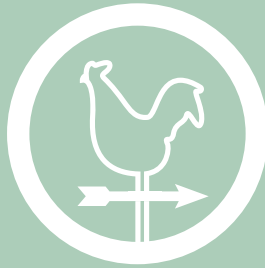
Natuurlijk vereist elk product een eigen, specifiek type automaat. Er bestaan gespecialiseerde automatenfirma's die je verder helpen met keuze en uitbouw van de automaat.

Je kan ervoor kiezen de automaat vlak bij je bedrijf te zetten, of op een andere locatie. Een automaat bij het bedrijf creëert betrokkenheid bij de burens en voorbijgangers en is gemakkelijk wanneer je het product moet aanvullen. Een automaat op een meer centrale locatie of op een plek waar meerdere automaten samen staan, maakt dat misschien ook toevallige passanten jouw bedrijf en product ontdekken.



© www.innovatiesteunpunt.be

© www.steunpunthoeveproducten.be



CSA

Community Supported Agriculture (CSA) is landbouw gedragen door een gemeenschap. Concreet betalen de deelnemers de loonkosten van de boer en delen ze dus ook mee in het risico. In ruil daarvoor krijgen ze tijdens het seizoen een deel van de oogst. Ook typisch aan CSA is dat de deelnemers inspraak hebben in de organisatie van het landbouwbedrijf. CSA is dus niet zomaar een gegarandeerd inkomen, het is een specifieke manier van werken.

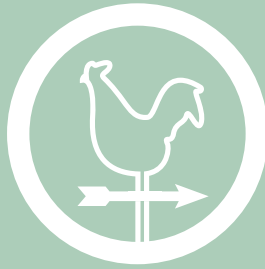
Het voordeel voor de deelnemers zit er hem in dat ze veel binding hebben met hun voeding, met landbouw en met de boer zelf en natuurlijk dat ze verse producten kunnen eten.

Voor de oogst zijn er verschillende concepten mogelijk. Bij zelfoogst oogsten deelnemers zelf op het veld hun groenten of plukken ze hun fruit zelf. Een tweede optie is dat de boer oogst en van de opbrengst van die periode pakketten maakt, die hij op het bedrijf zelf of op een afhaalpunt aflevert. In dit concept kunnen er eventueel ook vlees of zuivel in de pakketten zitten.

In Vlaanderen bestaan er intussen tientallen CSA-boerderijen.

Een overzicht van de bestaande CSA-bedrijven en inspiratie is te vinden op de website van het CSA-netwerk.

© www.csa-netwerk.be

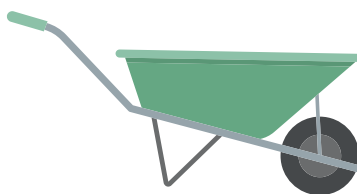


ZELFPLUKBOERDERIJ

Op een zelfplukboerderij komen mensen zelf hun vruchten plukken op het veld. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn voor bessen of hard fruit maar eventueel ook voor groenten. Dit versterkt de band tussen consument en producent, mensen ontdekken letterlijk waar hun eten vandaan komt. Het product is natuurlijk altijd dagvers. Het plukken zelf is voor gezinnen vaak een hele beleving en een leuke uitstap.

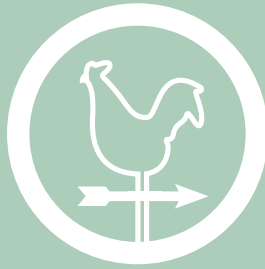
Als land- of tuinbouwer duid je best goed zichtbaar aan welke rijen of bomen geplukt mogen worden en welke groenten klaar zijn voor de oogst. Sommige klanten hebben ook hulp nodig, omdat ze niet weten hoe ze een bepaalde groente het best oogsten.

Een voorbeeld van zo'n zelfplukboerderij is Purfruit. Van juni tot september kan je er bessen, fruit en noten plukken. Fruitsnacks is geen zelfplukboerderij, maar organiseert elk jaar wel een appelplukdag. In het najaar kunnen particulieren appels plukken en er eventueel sap van laten persen. Op zo'n dag komen soms wel 4000 klanten langs om de appels te plukken.



© www.purfruit.be

© www.fruitsnacks.be



ONLINE VERKOOP - WEBWINKEL

Het internet neemt een belangrijke plaats in in ons leven. Uit onderzoek blijkt dat 74% van alle Belgen wel eens een product koopt op het internet. Ook voor de agrarische sector is dit een belangrijk kanaal. Een eenvoudige webwinkel hoeft niet duur te zijn en creëert een extra kanaal om met de consument te communiceren. Eventueel kan een webwinkel bestaan parallel naast de fysieke hoevewinkel op het eigen bedrijf.

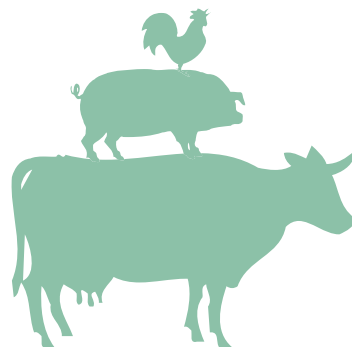
Misschien wel één van de bekendste online hoevewinkels is deeleenkie.be, intussen ook al aangevuld met deeleenvarken.be en koopeenkip.be

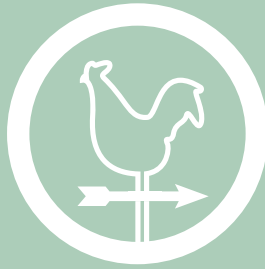
Deze webshops verkopen kwaliteitsvlees via het net aan de consument. Die kiest via een bestelformulier welk pakket hij wilt ontvangen. De klant voelt dat hij in dit systeem veel vrijheid krijgt: van welk koeienras wil ik vlees kopen, welke extra delen wil ik, wanneer wil ik het vlees geleverd, heb ik liever dik of dun gesneden,... Hier wordt een product op maat verkocht en geleverd aan de klant.

Uniek is dat de koe pas geslacht wordt wanneer al het vlees verkocht is. Dat geeft zekerheid voor de boer. De consument moet langer wachten op het gekochte vlees, maar krijgt de garantie dat hij een vers product krijgt en dat het hier gaat om eerlijk en duurzaam vlees. Voor de consument die bewust wilt eten, weegt dit voordeel zeker op tegen de langere wachttijd. Natuurlijk heb je voor een dergelijke website een vrij grote klantenbasis nodig, zodat de koper niet eindeloos moet wachten tot de volledige koe is verkocht en wordt geslacht.

Ⓢ www.steunpunthoeveproducten.be

Ⓢ www.innovatiesteunpunt.be





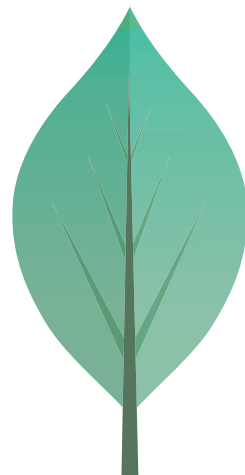
ZORGBOERDERIJ

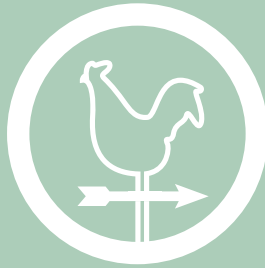
Een zorgboerderij is een initiatief waar activiteiten van land- en tuinbouwproductie in verbinding worden gebracht met het aanbod van Groene Zorg.

Groene Zorg omvat alle mogelijke activiteiten voor een brede waaier van kwetsbare groepen. Hierbij wordt - in een vrijwillig kader en onder begeleiding - een groene werkomgeving benut met het oog op beleving, dagbesteding, time-out of begeleiding tot een arbeidstraject. In veel gevallen vindt Groene Zorg plaats op een actief land- of tuinbouwbedrijf dat samenwerkt met een welzijns- of zorgvoorziening. In dat geval spreken we van een 'zorgboerderij'.

Als zorgboer zet je je in voor maatschappelijk kwetsbare groepen waardoor je op die manier sociale meerwaarde realiseert. In ruil daarvoor krijg je als land- of tuinbouwer – indien je voldoet aan de voorwaarden – een kleine vergoeding.

© www.groenezorg.be





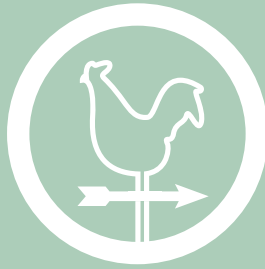
EDUCATIE: SCHOOLBEZOEKEN

Met mensen omgaan, graag kennis willen overdragen, de passie voor het bedrijf en de omgeving delen met anderen en het imago van de sector verbeteren. Dit zijn, mits hier ook een financiële vergoeding tegenover staat, veelgehoorde motieven om met educatie aan de slag te gaan. Het kan heel leuk zijn andere mensen te vertellen over de landbouw, je bedrijf en de omgeving. Je enthousiasme over je bedrijf kan je zeker overbrengen aan scholen en verenigingen.



Als je educatie wil aanbieden op je bedrijf, dan heb je nood aan verschillende zaken: didactische vaardigheden, een veilige leeromgeving (erf, gebouwen, dieren), liefde voor het vak uitstralen (enthousiasme) en affiniteit met de doelgroep. Je bereidt lessen voor en dat moet je zo doen dat de informatie die je wil overbrengen ook overkomt bij de toehoorders. Verder zal je voorzieningen moeten treffen voor parkeren, toiletbezoek en een ruimte om (droog) te kunnen zitten. Ook het erf kan je al gebruiken als een educatieve ruimte. Verder moet je ook rekening houden met het plannen van je werkzaamheden en denken aan een thema als veiligheid.

© www.plattelandsklassen.be



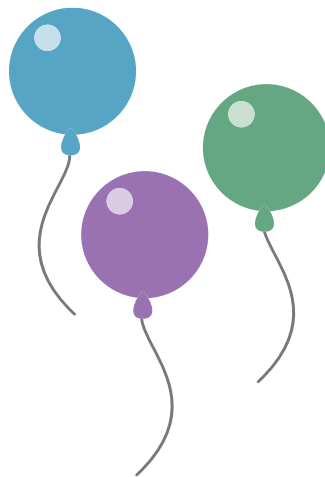
ONTSPANNING: KINDERFEESTJES – TEAMBUILDINGS

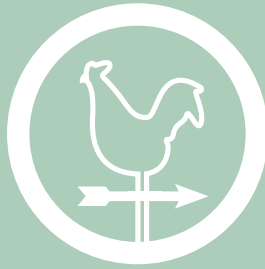
Een landbouwbedrijf staat niet alleen synoniem aan hard werken, maar voor veel mensen ook aan genieten. De boerderij kan het decor zijn voor spelletjes en ontspanning, maar ook bijvoorbeeld een vergaderzaal is mogelijk. Onbenutte ruimtes op het bedrijf krijgen zo een nuttige invulling, die een extra inkomen kan genereren.

Het Schapenhof is een educatieve hoeve in Rijkevorsel. De schapen zijn onderwerp van educatieve bezoeken van bijvoorbeeld scholen. Daarnaast is er een schapentheater waar kinderen gek van zijn. In de weilanden rondom het bedrijf en op het erf werd een teambuildingstraject uitgewerkt. In een nieuw gebouw is er een ruimte met zicht op de schapenstal, die is ingericht als vergaderruimte. Zo'n nette kantoorruimte heeft niets met landbouw op zich te maken, maar bedrijfsleiders gaan meer en meer op zoek naar creatieve locaties om te brainstormen. De boerderij kan hierop een antwoord bieden.

Melkveebedrijf Sint-Jozefhoeve in Balen is een pionier op vlak van teambuilding op een landbouwbedrijf. Bedrijven en ondernemingen kunnen er een teambuildingparcours afleggen langs zeven unieke outdoor-spellen. Dit alles tegen de achtergrond van de melkveestal.

© www.kvlv.be/agra





PLATTELANDSTOERISME

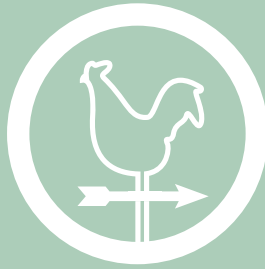
Het platteland is voor veel mensen een geschikte plek om tot rust te komen en te recreëren. Mensen willen plezier beleven en rust vinden, en tegelijkertijd is er een toenemende vraag naar georganiseerde activiteiten.

Extra inkomsten en de behoefte aan omgang met mensen of afwisseling in de werkzaamheden kunnen goede redenen zijn om met plattelandstoerisme te beginnen. Daarnaast speel je in op de behoefte van veel mensen. Bijkomend voordeel is dat het positief kan zijn voor het imago van de agrarische sector.

Maar plattelandstoerisme stelt hoge eisen aan je ondernemerschap. Een onderscheidend concept ontwikkelen en dit regelmatig vernieuwen, samenwerken met andere bedrijven zijn zaken waar je als recreatieondernemer mee te maken krijgt. Gastvrijheid tonen en vriendelijk zijn, zijn basisvaardigheden. Natuurlijk zullen je gasten zich ook aan regels moeten houden. De kunst is om deze regels zo te handhaven dat het de gasten niet afschrikt. Geduld, tact en stressbestendigheid zijn kernwoorden.

Wees ook creatief, bijvoorbeeld door leuke binnenactiviteiten te verzinnen bij slecht weer. Een overdekte ontvangstruimte is wel een minimumvereiste.





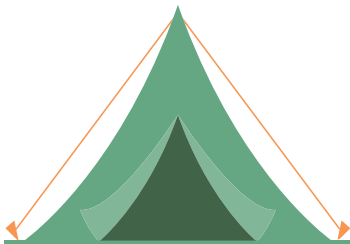
RECREATIE

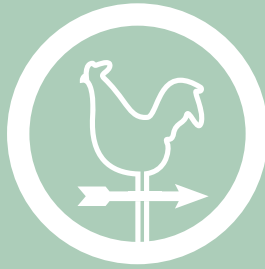
Verblijfsrecreatie en dagrecreatie

Onder verblijfsrecreatie vallen campings, bed & breakfast, groepsaccomodatie en buitenverblijven. Dagrecreatie is bijvoorbeeld het verhuren van fietsen, boten, kajaks, paarden of huifkarren, of het aanbieden van wandeltochten.

Horeca, sport en spel

De boerderij kan een mooie omgeving zijn voor een horecagelegenheid, bijvoorbeeld het pannenkoekenhuis bij de boomgaard van Philips Fruittuin in Eindhoven of het ijssalon van 't Lekker Koeike in Ranst. Of wat denk je van een boerenbrunch op een zondagmorgen? Je kan je ruimte ook inzetten voor workshops of kinderfeestjes. Tot slot kan je de omgeving ook benutten door sport- en spelactiviteiten aan te bieden zoals een survival, speeltuin, boerengolf, visvijver, ...





PRODUCTCREATIE EN MERKCREATIE

De ene appel is de andere niet en melk is niet altijd zomaar melk. Door een eigen merk te creëren, zet je jezelf sterker in de markt en kan je een product met meerwaarde aanbieden. Dat heeft natuurlijk ook invloed op de prijs.

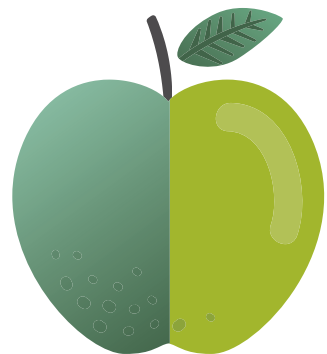
In 2010 hebben enkele Belgische boeren de krachten gebundeld en het label Fairebel gelanceerd. Het moet een solidair en eerlijk merk zijn, dat landbouwers een goed inkomen oplevert. Het begon met melk, maar intussen heeft Fairebel ook al chocolademelk, ijs en kaas in het aanbod.

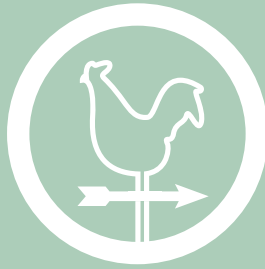
In plaats van een grondstof te verkopen, kan je er ook voor kiezen om een eigen product te maken en dat in de markt te zetten. Je zal wel moeten investeren in een productieruimte en eventueel moeten bijscholen om je product op professionele wijze te kunnen maken en te koop aanbieden.

Enkele jaren geleden ontstond Tompuur, ambachtelijke tomatenpuree gemaakt van tomaten van het eigen bedrijf. In een productieruimte op het bedrijf wordt de puree aangemaakt in de zomer. Het product kan ook verkocht worden in het winterseizoen, wanneer het werk in de serre stil ligt.

Ⓜ www.fairebel.be

Ⓜ www.tompuur.be





SAMENWERKEN

Er zijn 101 manieren waarop je als land- of tuinbouwer kan samenwerken met concullega's. Voor welke samenwerking je ook kiest, één gulden regel geldt altijd: goede afspraken maken goede vrienden. Spreek heel duidelijk af wat er van elke partner in de samenwerking wordt verwacht en zet deze afspraken ook op papier.

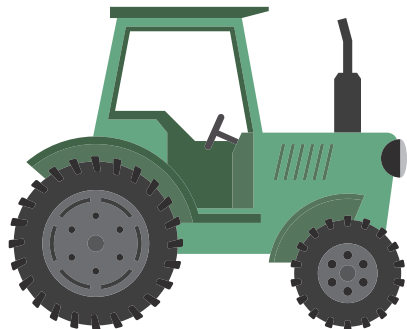
De winsten die samenwerken oplevert, kunnen op vele vlakken liggen. Door administratie of logistiek te bundelen, kan je tijd winnen. Het deelgebruik van landbouwmachines in een machinering zorgt ervoor dat grote investeringen gespreid kunnen worden over meerdere gebruikers. Via samenaankoop van grondstoffen of voeders kan je een betere prijs bedingen.

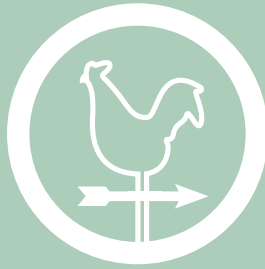
DistriKempen is een logistiek distributieplatform dat instaat en werkt voor een tiental landbouwers die samen hun product aan de man brengen in een

business-to-business concept. Het is een faciliterend verhaal. De boer blijft de producent, een zelfstandige verdeler staat in voor de administratie en logistiek van het product. Voor de boeren die in de groep zitten, levert DistriKempen vooral tijdswinst op, en ook het aantal verreden kilometers voor levering van de eigen producten wordt sterk ingeperkt.

Ⓜ www.coopburo.be

Ⓜ www.innovatiesteunpunt.be





DIENSTVERLENING VOOR ANDERE BEDRIJVEN OF INSTANTIES

Landbouwers kunnen hun kennis en vaardigheden ook inzetten op andere bedrijven of bij instanties. Zo kunnen ze klauwverzorging doen op andere bedrijven, zeker als ze hier zelf goed materiaal voor hebben. Het is een win-win als dat op meerdere plaatsen inzetbaar is. Ook kennis is erg waardevol om te delen: hulp bieden aan anderen voor het invullen van aangiftes en het in orde brengen van administratie.

Daarnaast kunnen ze hulp bieden bij andere landbouwers in drukke periodes (veldwerkzaamheden, werpweken,...), denk maar aan agrobedrijfshulp.

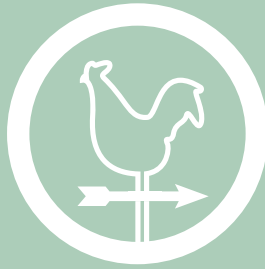
Ook is het mogelijk dat landbouwers een brede waaier van aannemingswerken uitvoeren. Dit kan gaan van opdrachten in het kader van landschaps- en natuurbeheer tot het organiseren van winterdiensten. Agrolaannemingen biedt hiervoor een kader.



© www.agrobedrijfshulp.be

© www.agroservices.be

© www.agroaanneming.be



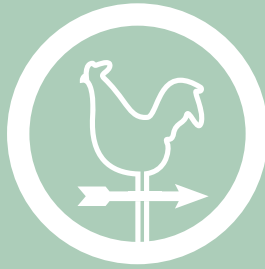
AGRARISCH LANDSCHAPS- EN NATUURBEHEER

Een specifieke vorm van dienstverlening die je als landbouwer kunt geven is een bijdrage aan de zorg voor natuur en landschap. Dat levert zowel extra inkomsten als maatschappelijke waardering op. Maar ook natuur en landschap varen wel bij deze evolutie. Landbouwers hebben immers heel wat ervaring met beheerwerken zoals maaien, hooien en snoeien en beschikken ook over de nodige machines. Bovendien zijn ze vertrouwd met de lokale terreinomstandigheden, zoals bodemkenmerken en waterhuishouding.

De ondernemer kan dus verschillende motieven hebben om aan agrarisch natuurbeheer te doen, zowel om economische als persoonlijke redenen. Denk dan bijvoorbeeld aan de liefde voor natuur en landschap. Daarnaast kan natuurbeheer het bedrijf ondersteunen, bijvoorbeeld omdat het bedrijf hierdoor aantrekkelijker wordt voor plattelandstoerisme. Ter ondersteuning bestaan er mogelijkheden om bepaalde beheersovereenkomsten voor agrarisch natuurbeheer af te sluiten.

- © www.agroaanneming.be
- © www.agrobeheercentrum.be
- © www.natuurpunt.be/natuurbeheer
- © lv.vlaanderen.be/nl/subsidies/agromilieumaatregelen





AGROFORESTRY

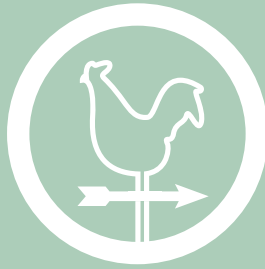
Agroforestry (bomenlandbouw) is een vorm van ecologisch intensieve landbouw waarbij landbouwgewassen en houtachtige gewassen op eenzelfde perceel geteeld worden. In de praktijk gaat het vaak om een landbouwgewas tussen bomenrijen of bomen in grasland.

Agroforestry levert een bijdrage aan diversiteit in de productie en het leveren van een brede range aan ecosysteemdiensten. Gegeven de verwachte stijgende vraag naar kwaliteitshout en biomassa, kan agroforestry een schokvaste investering vormen. Agroforestry voldoet met andere woorden aan een maatschappelijke vraag naar eco-efficiëntere (meer met minder) agro-ecologische productiemethoden met veel aandacht voor biodiversiteit en potentieel sociale invulling, en dit op een economisch rendabele manier.

Toch is de ervaring met agroforestry in Vlaanderen nog beperkt. Naast knelpunten betreffende rechtszekerheid en administratie, zijn er heel wat landbouwtechnische, bedrijfsorganisatorische en bedrijfseconomische onzekerheden.

© www.agroforestryvlaanderen.be







VOORBEELDEN UIT DE PRAKTIJK



BELGICACTUS AAN DE SLAG MET AGROCOACH

AgroCoach is een leertraject voor land- en tuinbouwondernemers. Onder begeleiding van een coach leren ze in groep specifieke sterkten en zwakten in beeld te brengen en te werken aan concrete actiepunten om deze in de praktijk te brengen, zoals een betere structuur en bedrijfsorganisatie, een efficiënter personeelsbeleid, een betere commerciële aanpak, enzovoort.

Belgicactus, een sierplantenkweker, heeft het Agrocoach-concept toegepast. Het bedrijf wordt geleid door Jan Gielis samen met zijn ouders, broer en 6 vaste personeelsleden.

Op drukke perioden worden die bijgestaan door 5 à 10 seizoensarbeiders, enkele jobstudenten en 15 werklozen die hier werkervaring komen opdoen. Belgicactus teelt sempervivum, vetplanten, cactussen en aloë. De samenstelling van het personeel is heel verscheiden, en daarvoor is speciale aandacht nodig. Jan deed mee aan Agrocoach omdat hij beseftte dat er in zijn bedrijf organisatorische veranderingen nodig waren op vlak van personeels- en zakelijk management. De generatieoverdracht en de groei van het bedrijf deden dit besef toenemen.



“Hoe kan ik mijn bedrijf meer slagkrachtig maken en tegelijkertijd ook de betrokkenheid van mijn medewerkers verhogen?”

Tijdens de Agrocoach-sessies ontwikkelde Jan een eerste actieplan. Nadien werkte hij dit plan verder uit samen met een consultant die gespecialiseerd is in arbeidsorganisatie, en met het Innovatiesteunpunt. Dat resulteerde in een geactualiseerde visie en strategie voor Belgicactus.

Hun huidige doel is om elk jaar één nieuwe specialiteit te produceren, en om hun communicatiestrategie te linken aan productinnovatie. Ze hebben ook acties ondernomen om hun medewerkers aan te moedigen meer als een team te werken, en ook zelf meer ondernemend te zijn. Zo is het personeel nu verantwoordelijk voor kwaliteitscontrole en houden de personeelsleden geregeld teammeetings.



DE POLLE

Een adviesraad: spiegel voor het heden, strategie voor de toekomst

Een adviesraad is een adviserend platform en een denktank voor ondernemers. De ondernemer neemt (al of niet onder begeleiding van een coach) het initiatief om de raad op te richten, die samengesteld is uit externe adviseurs en eventueel andere vertegenwoordigers van de onderneming. De adviesraad helpt en ondersteunt de ondernemer bij de bedrijfsvoering en dan vooral bij het nemen van belangrijke strategische beslissingen.



Een voorbeeld van het uitrollen van een adviesraad vinden we bij Paul en Veerle van het bedrijf De Polle. Ze runnen een geitenboerderij met 600 geiten. Zowat 60% van de eigen melk wordt verwerkt tot verschillende producten, onder andere kaas en ijs. Deze producten worden verkocht op de boerderij, op plaatselijke markten en in cateringzaken. De bedrijfsleiders hadden twijfels over hoe ze verder moesten met hun bedrijf. Moesten ze hun aanbod vergroten of verkleinen? Moesten ze inspelen op het toerisme in de regio? Moesten ze de geitenboerderij volledig scheiden van de verwerking? En wat zou de financiële impact zijn van deze beslissingen? Het Innovatiesteunpunt raadde het koppel aan een adviesraad op te richten, samengesteld uit externe experts. In het geval van Paul en Veerle bestaat de adviesraad uit de CEO van een koekjesfabriek, de manager van een zorginstelling en de gepensioneerde CEO van een kaasfabriek.



“Door als boer veel verschillende activiteiten samen te doen, verlies je sommige dingen uit het oog.”

Voorafgaand aan de eerste samenkomst van de adviesraad werkten Paul en Veerle, samen met het Innovatiesteunpunt, een gedetailleerde SWOT-analyse uit om zo duidelijk te kunnen stellen wat het bedrijf te wachten stond en wat ze wilden bereiken. Ze maakten een schets van de rollen en verantwoordelijkheden van de adviesraad, die werd ondertekend door alle partijen.

Op basis van de SWOT-analyse werd een eerste overleg met de raadgevers gepland om de problematieken te bepalen die de adviesraad het eerste jaar zou aanpakken. De adviesraad legde enkele focusgebieden vast zoals de prijszetting van het product verbeteren, de productflow in de kaasproductie en de productieplanning voor het personeel optimaliseren. Voor elk van deze onderwerpen was er een externe adviseur met specifieke kennis die nuttig kan zijn.

Als resultaat na het eerste jaar vergrootten Paul en Veerle hun managementkennis via discussies met de experts en het Innovatiesteunpunt. Dat resulteerde in een betere financiële situatie voor de boerderij.



VERWERKEN VAN EIGEN PRODUCTEN

OM meerwaarde te creëren op het product dat zij leveren, kiezen sommige landbouwers ervoor om hun eigen producten te verwerken. Varkensvlees tot worsten bijvoorbeeld, melk tot kaas of ijs, of tomaten tot puree en concentraat. De voorbeelden zijn legio.

Het is zeker zo dat het zelf verwerken veel voldoening geeft. In plaats van voor de veiling of de melkerij, produceer je nu rechtstreeks voor de consument. Maar het is ook een erg tijdrovende bezigheid, een job bovenop de al intensieve job van landbouwer. Klanten zijn veeleisend en ze willen alleen het allerbeste.

Om zelf te verwerken, moet je hiervoor ook de juiste accommodatie hebben. In de meeste gevallen zal een investering nodig zijn om een ruim in te richten voor de verwerking. Tegenover deze investering staat de mogelijkheid om een hogere prijs te vragen voor je product en om zo meer inkomsten te generen.

Zo produceert “Drentse Aa” in Nederland bijvoorbeeld een assortiment biologische zuivelproducten dat op ambachtelijke wijze wordt verwerkt. Deze producten zijn wat duurder, maar er is een publiek geïnteresseerd dat deze meerprijs zeker wil betalen. Een vergelijkbaar verhaal bij “Weerribben Zuivel” ook in Nederland. Zij buigen de nadelen van hun ligging, vlak bij een natuurgebied, om in een voordeel, door het te gebruiken in de marketing van hun product.

© www.favv.be/hoeveverkoop





DISTRIKEMPEN EEN FACILITEREND LOKAAL DISTRIBUTIEMODEL

Pick, Drive, Deliver als innovatieve manier van samenwerken

Lokale producenten van bijvoorbeeld kaas, fruit, vlees, ... kunnen moeilijkheden ondervinden bij de business-to-business verkoop van hun producten. Bij de marketing, verdeling en administratie kunnen problemen ontstaan. Gebaseerd op het model "Pick, Drive&Deliver", dat in Nederland al bestond, ontwikkelde het Innovatiesteunpunt een lokaal distributiemodel voor plaatselijke boeren.

Een bedrijf dat mee aan de wieg stond van het distributiemodel is 'De Polle', de geitenboerderij van Paul en Veerle D'haene-Minsaert. Ze produceren zelf diverse producten zoals kaas en ijs. Deze producten worden voor een deel lokaal verkocht. Maar uit een gedetailleerde SWOT-analyse bleek dat er een bottleneck zat in de verdeling van de producten van De Polle via de korte keten.

DistriKempen was hiervoor de oplossing. Het is een platform in de regio Kempen waar producenten uit dezelfde streek een overeenkomst aangaan om op duurzame manier hun logistieke stromen (goederen en administratie) te bundelen.



"Het vergemakkelijkt het werk zodat wij meer tijd kunnen besteden aan het produceren. Want we zijn en blijven natuurlijk producent."

– Veerle

Op gestructureerde wijze worden alle B2B-orders gebundeld, doorgestuurd naar de individuele zaken, voorbereid, verzameld, opgepikt en afgeleverd aan de eindklant in de regio. De administratieve en financiële stromen van de deelnemende producenten komen samen. Het is een duurzaam systeem, aangezien de ophaling en levering op dezelfde ronde gebeuren, zodat het aantal verreden kilometers drastisch naar beneden gaat, net zoals de grootte van de voorraden en de risico's.

Dankzij dit systeem is voedselverspilling zo goed als nihil. Al het werk dat erbij komt kijken, wordt gepland en uitgevoerd door een onafhankelijke verdeler die exclusief voor de deelnemende bedrijven werkt op basis van een vast kostenpercentage. Deze verdeler is ook de ambassadeur van DistriKempen. De coöperatie werd opgestart in 2013. Intussen maken 12 producenten er deel van uit.



BOUWHOEVE TOERISME

De Bouwhoeve in Hoogstraten is al enkele jaren actief in plattelandstoerisme. Dit bedrijf met legkippen en melkvee baat drie vakantiewoningen uit. Voor hun gasten zijn er ook een gemeenschappelijke keuken en een ontspanningsruimte. De familie maakt van het verblijven op een actief landbouwbedrijf een echte belevenis. Een investering in speeltoestellen en go-carts voor kinderen, maakt het verblijf nog aantrekkelijker voor gezinnen.

De Bouwhoeve combineert een actief landbouwbedrijf met veel andere activiteiten. Zo is er ook een vergaderzaaltje dat kan gehuurd worden. Boerengolf wordt in hun weides gespeeld, als vorm van teambuilding of als activiteit tijdens een verblijf op de boerderij.

Daarnaast is De Bouwhoeve bezig met educatie en ze baten een groot ijssalon uit en verkopen zelf geproduceerde hoeveproducten. Die verkoop gebeurt op het bedrijf zelf en via een online winkel.

Deze veelheid aan activiteiten kan natuurlijk niet enkel door één landbouwerskoppel gerund worden. Familie die actief is in het bedrijf en/of werknemers zijn essentieel om elk van de aangeboden activiteiten kwaliteitsvol te kunnen invullen.

© www.debouwhoeve.be





DUROC D'OLIVES PRODUCTCREATIE

Er is varkensvlees en er is varkensvlees. Duroc d'Olives probeert via een uitgekende strategie uniek varkensvlees te produceren en verkopen. Er wordt gekozen voor het Duroc-varken. Om geïnteresseerden kennis te laten maken met dit bijzonder fotogenieke ras is er een varkensweide naast het bedrijf. In de stallen zelf hangen webcams zodat fans van achter hun computer de bedrijfsactiviteiten kunnen volgen.

De bewuste keuze voor één ras wordt aangevuld met een bijzondere voedingsstrategie. Er wordt gekozen voor olijfolie als vetbron in het voeder. Vandaar ook de naam: Duroc d'Olives.

De olijfolie heeft invloed op de smaak van dit varkensvlees. En omdat olijfolie erg gezond is, verkiezen veel consumenten om deze reden dit varkensvlees.

Door deze strategie kunnen de landbouwers meerwaarde creëren op het gangbare product dat varkensvlees eigenlijk is. Het bedrijf heeft hiertoe wel intensief geïnvesteerd in marketing en communicatie.

© www.durocdolives.be





DE MELKAUTO

De melkauto is een heel specifiek voorbeeld van verkoop van hoeveproducten op een andere locatie dan het eigen bedrijf. Op vooraf vastgelegde dagen en uren staat de auto op diverse plaatsen in en om de stad. Er wordt niet alleen melk verkocht, maar ook afgeleide producten.

Hoewel het bedrijf zelf zich op het platteland bevindt, rijdt de melkauto vooral in de stad. Een bewuste keuze, want daar blijkt er een grote interesse te zijn in verse melk. Het is natuurlijk van belang om de juiste locaties en tijdstippen te kiezen om zoveel mogelijk mensen te bereiken en dus melk te verkopen. Zo wordt er bijvoorbeeld tijdens de ramadan via een ander, uitgebreider, schema gewerkt omdat er dan meer vraag is.





GEBROEDERS VERCAMMEN MARKTVERKOOP EN HOEVEWINKEL

Gebroeders Vercammen is het bedrijf van Jonas en Matthias Vercammen uit Berlaar en Koningshooikt. Op het bedrijf is het teeltplan sterk gediversifieerd. Hoofddeelt is bloemkool maar daarnaast produceren ze ook broccoli, allerlei koolsoorten, aardappelen, rabarber, venkel, courgetten, pompoenen, boontjes en tal van vergeten groenten. In de zomer komen daar nog komkommer, tomaten en cavaillons bij. De groenten worden in reeksen geplant, zodat ze bijna het hele jaar kunnen oogsten. Is de productie te groot wordt er ook aan de groothandel geleverd. Aanvullingen bij de eigen oogst of bijkomende producten halen ze bij collega's in de buurt of op de veiling. Fruit komt van de groothandel.

De grootouders en ouders van Jonas en Matthias deden ook al aan marktverkoop en de twee broers zetten nu de traditie voort. Behalve op de verschillende markten wordt er ook verkocht in een hoevewinkel die twee dagen per week open is.



“Je merkt dat onze klanten gevoelig zijn voor de band tussen producent en consument.”





PURFRUIT ZELFPLUK, FEESTJES, WINKEL

Purfruit is een mooi voorbeeld van een zelfpluktuin. De toegang is gratis, bezoekers krijgen informatie over wat en hoe er te plukken is en kunnen dan zelf aan de slag. Je betaalt wat je geplukt hebt. Er groeien vooral bessensoorten bij Purfruit, wat resulteert in een plukseizoen in vooral de zomermaanden. Via een plukkalender op het internet weten bezoekers waaraan ze zich kunnen verwachten.

Het mooie domein en de accommodatie worden niet alleen gebruikt voor het fruit, maar kunnen ook afgehuurd worden voor feestjes, zowel buiten als binnen. De feestjes vormen een aanvullende activiteit op het korte bessenseizoen. Purfruit verhuurt niet enkel de locatie, maar voorziet ook programma's op maat.

Een derde activiteit is de hoevewinkel. Tijdens de winter zijn daar diepvries blauwe bessen en frambozen te koop. Er worden ook sappen verkocht geperst met het eigen klein fruit. Ook het aanbod van bio-collectief 'Bio van bij ons' ligt in de rekken.

© www.purfruit.be





ROLIE'S GLORIEUX-DE REYCKE ENERGIE

Toen Dirk Kekenbosch begon mee te werken in het scharrelkippenbedrijf Rollie's waren de elektriciteitsrekeningen – vooral voor ventilatie en verlichting – zeer hoog. Het bedrijf bouwde zelf een alternatief in zonne-energie. Omdat de oriëntatie van de stallen niet optimaal was, waren gewone zonnepanelen niet de beste oplossing. Bovendien zouden ammoniak en stof uit de ventilatiekoekers de panelen vuil maken, zodat die niet meer zo goed werken. Daarom werd er in dit geval gekozen voor een eigen constructie: draaiende panelen in een vijver.

De vijver zorgt er niet alleen voor dat de panelen niet gestolen kunnen worden. De verdamping koelt ook de achterzijde van de panelen, zodat die een beter rendement behalen en de vijver is meteen een waterservoir voor de kippen. In een tweede fase werden de panelen op een cirkelvormige rail gemonteerd, zodat ze de zon nog beter kunnen volgen. Een technisch vernuftige oplossing om zoveel mogelijk te kunnen profiteren van deze gratis energiebron.

Energie-efficiëntie gaat trouwens verder dan zonnepanelen. Voor de verlichting in de nieuwe stal werd gekozen voor satelliet gestuurde zonnekoepels met reflectoren, die natuurlijk zonlicht (maar zonder de warmte) binnenhalen. Zo bespaart Rollie's op energie voor verlichting en verluchting.

© www.rollies.be





KOEKNUFFELEN DIENSTVERLENING OP HET EIGEN BEDRIJF

Enkele jaren geleden begon Kathleen Paeshuyse met sessies koeknuffelen op het al bestaande melkveebedrijf in Ravels. Het concept bestond al in Nederland en is daar erg populair.

De gasten worden ontvangen en krijgen uitleg op het bedrijf. Zo kan Kathleen de gasten meteen ook uitleg geven over hoe een hedendaags melkveebedrijf in elkaar zit. Er wordt onder andere halt gehouden bij de kalfjes. Daarna mogen de gasten – die een overall en laarzen hebben gekregen – tussen de koeien gaan wandelen, zitten, liggen en knuffelen. Vaak wordt dat als heel rustgevend ervaren. Afhankelijk van het weer vindt het knuffelen plaats in de stal of in de weide.

Het koeknuffelen vindt plaats op een vast moment in het weekend, zodat het niet met andere activiteiten op het bedrijf samenvalt.

© www.koeknuffel.be



*“Koeien
zijn geen
nummers”.*





MELKTAP DE KROON HOEVEAUTOMAAT

Het jonge koppel Jolien Verboven en Joris Janssens startte in 2016 met de verkoop van verse koemelk op het eigen bedrijf, en dat in de vorm van een melkautomaat. De zogenaamde melktap is 24 uur op 24 toegankelijk en staat vlak bij het bedrijf.

Er wordt rauwe melk verkocht, die na het melken gekoeld wordt en rechtstreeks naar de automaat gaat. De klanten kunnen de automaat zelf bedienen. Ofwel brengen ze hun eigen fles mee, of ze kopen ter plaatse een fles. De getapte melk kost niet meer dan wat een klant in de winkel betaalt, maar omdat er geen tussenpersoon aan te pas komt, is de winst per liter voor de boer zelf veel groter.



*“Voor de consument
is de melk uit de
tapkraan verser én
smaakvoller.”*





STAPPESHOF EDUCATIE

Het Stappeshof in Merchtem is een gemengd landbouwbedrijf met rundvee, braadkippen en akkerbouw. Het is ook een zorgboerderij. Het Stappeshof zet heel sterk in op educatie. Een oude stal werd omgebouwd tot een ontvangstruimte voor bezoekers.

Het Stappeshof leidt bezoekers rond op het bedrijf en in de directe omgeving. Er wordt niet alleen verteld over het werk op de boerderij, maar ook over bijvoorbeeld hoe de melk van de koe tot in de winkel komt, wat het werk op het veld inhoudt, ... Er zijn ook aangepaste programma's, van enkele uren tot wel een volledige dag, waarbij bezoekers bijvoorbeeld mee werken op de boerderij, of gaan koken.

Om deze activiteiten bekend te maken, is het Stappeshof aangesloten bij diverse netwerken, zoals *Melk4kids* en *Boeren met Klasse*. Hun programma wordt ook vermeld op www.kijkboerderijen.be.





MAASLANDRUNDEREN NATUURBEHEER

Langs de Grensmaas zorgen een kudde Gallowayrunderen en konikpaarden voor een jaarrondbegrazingsprogramma. Limburgs Landschap vzw begon met die activiteit, om deze later uit handen te geven aan enkele plaatselijke landbouwers. Vaak wordt in natuurgebieden in Vlaanderen al zomerbegrazing toegepast. Jaarrondbegrazing vereist robuustere dierenrassen die schrale en barre omstandigheden kunnen weerstaan en ook gemakkelijk kunnen overwinteren in een natuurgebied.

Het agrobeheercentrum Eco² begeleidt land- en tuinbouwers om landschaps- en natuurbeheer uit te bouwen tot een economische activiteit en hierbij samen te werken met collega- land- en tuinbouwers (in agrobeheergroepen) om zo ook het draagvlak, de effectiviteit en de efficiëntie van de initiatieven te verhogen. Zo worden maximale kansen geboden voor zowel economische, ecologische en sociale duurzaamheid van de initiatieven.

Voor de landbouwers is de begrazing van het natuurgebied een verbreding van de

landbouwactiviteiten. Belangrijk bij de keuze van het ras is dat het geen agressieve rassen mogen zijn, en bovendien rassen moeten zijn die gemakkelijk afkalven en waarvan de rendabiliteit is verzekerd. Een meerwaarde kan gecreëerd worden door te kiezen voor bijvoorbeeld lokale of met uitsterven bedreigde runderrassen. Eventueel kan het vlees van deze runderen verkocht worden als streekproduct via de korte keten.





BALIEHOF PRODUCTIE EN VERKOOP HOEVEPRODUCTEN

Zuivelboerderij Baliehof maakt diverse kazen en zuivelproducten van de eigen melk. Ze verkopen die ook zelf in hun eigen hoevewinkel en in een marktkraam. Door de koeien voornamelijk te voederen met gewassen die ze zelf hebben geteeld, kunnen ze een zo lokaal als mogelijk product aanbieden. De klant, die rechtstreeks in contact komt met de boerderij, koopt op die manier een product met meerwaarde. Klanten zijn vaak bereid om meer te betalen voor zo'n plaatselijk product.

Baliehof kiest bewust voor diverse kazen en experimenteert ook continu, om het aanbod geregeld te veranderen. Ze maken vaste kazen, kruidenkaas, pikante kaas, ... Daarnaast zitten er ook veel desserts op basis van hoevezuivel in het aanbod. Voor hun eigen hoevewinkel vullen ze het gamma aan met diverse producten van andere landbouwbedrijven uit de buurt.

Om meer mensen te bereiken, staat Baliehof met een eigen marktwagen op de markt in Brugge en op diverse locaties in de omgeving. Extra inkomsten haalt de familie uit het ontvangen van groepen en het geven van rondleidingen op het bedrijf.





FARMFUN ACTIVITEITEN VOOR BEDRIJVEN

Farmfun heeft zich – naast het melkveebedrijf – volledig toegelegd op boerderijactiviteiten voor bedrijven. Ze bieden een heel gamma aan.

Hun aanbod mikt specifiek op bedrijven, met mogelijkheden voor seminars, creativiteitsprikkelers, workshops ... Voorbeelden van activiteiten zijn farmgames voor teambuilding, weidegolf, gps-speurtocht, maïsdoolhof, koeknuffelen, ...

Met de slow meetings combineren ze een tendens naar buitenshuis vergaderen met 'onthaasting'. Bedrijven huren geen gewone vergaderruimte af, maar een verwarmde huifkar met aangepaste inrichting (vergadertafel, geluids-, en video-installatie). Terwijl de huifkar met een gezapige 10 km/h rondrijdt, vindt de vergadering plaats. De inspirerende omgeving spreekt aan en zou creativiteit en out-of-the-box denken stimuleren.

© www.farmfun.be





SINT-JOZEFHOEVE TEAMBUILDING

De Sint-Jozefhoeve is een hedendaags melkveebedrijf in Balen. Er wordt gemolken met de robot. Het bedrijf was een voortrekker op vlak van landbouweducatie en pioniert intussen met teambuilding op de boerderij.

De zogenaamde Farm Games bieden bedrijven de mogelijkheid om in een landelijke sfeer aan teambuilding te doen. De Farm Games bestaan uit divers professioneel spelmateriaal. De games zijn speciaal ontwikkeld en gebouwd voor de Sint-Jozefhoeve en vinden plaats in de wei, onder begeleiding van de boer zelf.

Dit initiatief doet het zo goed dat de bedrijfsleiders besloten de melkveestapel niet verder uit te breiden, maar volop in te zetten op de verbredende activiteit.

© www.sintjosephoeve.be





DE KOEIENTUIN

In het Nederlandse Groenlo, vlak bij natuurgebied 'De Leemputten', ligt de eerste koeientuin ter wereld. De koeientuin is een uniek stalconcept. De koeien lopen vrij rond in een ruime stal die is aangekleed met groen en bomen, zodat ze een beetje lijkt op een bos. De vloer is van een soort kunststof die gelijkenis vertoont met een echt weiland. Het stalsysteem heeft ook een positieve invloed op de uitstoot van emissies.

De koeientuin maakt deel uit van een biologisch melkveebedrijf. De bedrijfsleider heeft ook geïnvesteerd in een biogasinstallatie. Er zijn ook activiteiten gericht op toeristen en dagjesmensen. Zo wordt er groepsaccommodatie aangeboden, is er een vakantiewoning en dagjesmensen kunnen waterfietsen huren in het aanpalende recreatiebedrijf, dat ook eigendom is van het bedrijf.

© www.koeientuin.nl





HOUTMEYERS BIOLOGISCHE SIERTEELT

Sierteeltbedrijf Houtmeyers is gelegen in de vallei van de Laak. Wat op het eerste zicht misschien een zwakte lijkt, hebben zij weten om te buigen tot een sterkte, door biologisch en verantwoord te telen. Terwijl biologisch een term is die vooral veel wordt gehoord met betrekking tot het telen van voedsel, kan ook een sierteler onder dit label werken.

Concreet worden er bij Houtmeyers geen pesticiden gebruikt. Onkruid wieden gebeurt mechanisch. De percelen waar in volle grond wordt geteeld, krijgen aan de randen beplanting die dient om vogels en nuttige insecten aan te trekken. Op braakliggende grond en in de gangen tussen de bomenrijen worden zadenmengsels gezaaid die als voeding dienen voor allerlei nuttige organismen. Intussen heeft het bedrijf een certificaat voor 'sustainable quality' gekregen, waardoor het zichzelf in al zijn communicatie naar voor kan schuiven als duurzame sierteler.

© www.houtmeyers.be





HERKENRODEBOER NATUURBEHEER EN EIGEN VERWERKING

Pieter Coopmans is al een decennium bezig met natuurbeheer op de abdijsite Herkenrode in Hasselt. Hij runt er een vleesveebedrijf met Hereford-runderen. Dat past volledig in de strategie van het bedrijf: biologisch, lokaal en in samenwerking. Zijn koeien begrazen het natuurland rond de abdij.

Behalve het weilandenbeheer is de boer ook bezig met beheer van diverse akkers. De granen geoogst op die akkers hebben verschillende bestemmingen. Graan van mindere kwaliteit wordt veevoeder voor de runderen. Tarwe wordt verkocht als biomeel en de gerst wordt brouwergerst. Drie soorten bier worden hiermee ontwikkeld.

Pieter Coopmans werkt voor al zijn activiteiten nauw samen met anderen, zoals het Agentschap voor Natuur en Bos, een bioslager, een plaatselijke brouwerij en stokerij, ... De 'boer van Herkenrode' communiceert via sociale media en wordt als het ware een merk op zich.

© www.herkenrodeboer.be





NATLANDHOEVE NATUURBEHEER

De Natlandhoeve is een vleesveebedrijf dat aan natuurbeheer doet in combinatie met akkerbouw. Ze kweken runderen van het Franse Limousinras. Dat is een sterk en sober ras, dat gemakkelijk kalmpjes op de wereld zet. Allemaal eigenschappen die de boer erg belangrijk vindt.

De Natlandhoeve streeft het label biologisch na en gaat bewust op zoek naar evenwicht met de natuur en naar duurzame teelten. Ze willen ook op een low-cost manier werken: door gebruik te maken van gebruikte machines en zelf ontworpen stallen. Grote werken worden uitbesteed.

Het is de bedoeling dat alle teelten functioneel zijn. Natuurlijke graslanden zijn voedsel voor het vee en op die manier indirect ook voor de mens. De mest van het vee dient om de akkers vruchtbaarder te maken. Daarop groeit veevoeder en natuurlijk ook granen voor menselijke consumptie. Daarnaast zijn er ook boomgaarden.

De runderen lopen in de winter in loopstallen, in de zomer grazen ze in de natuurgebieden en boomgaarden. Ze eten voornamelijk gras en hooi (in de winter), aangevuld met klaver en granen van de eigen akkers. De geslachte runderen worden verkocht via korte keten, vacuüm verpakt en aangeboden aan plaatselijke voedselteams.

© www.natlandhoeve.be





SCHAAPSKOOI HOEVETOERISME EN NATUURBEHEER

De Schaapskooi in Kasterlee is een schapenboerderij met hoevetoerisme. In de twee studio's kunnen tot 12 personen in totaal overnachten. De studio's kijken uit over de weilanden.

De Schaapskooi biedt ook ruimte voor andere activiteiten. Zo is er een zelfpluktuin met verschillende soorten bessen en fruit. En er worden lammetjesdagen georganiseerd. Tijdens zo'n dag kunnen kinderen de lammetjes knuffelen, hen de papfles geven, spelen in het stro,... Dit is een manier om de boerderij op een andere manier voor te stellen aan geïnteresseerden.

De schapen zelf grazen in de Netevallei. Je kan zelf ook deelnemen aan een wandeling met de schapen in het gebied. Door de schapenwandeling te doen, krijg je de kans om zelf actief bezig te zijn met de schapen en te genieten van het mooie landschap. Daarnaast doet boer Benny de Busser ook aan natuurbeheer op Tienenheide.





POTTEKAASHOEVE NATUURBEHEER, EIGEN VERWERKING, ZORGBOERDERIJ

De Pottekaashoeve in Zoutleeuw is een biologische schapenboerderij. Ze fokken twee oude schapenrassen: het Belgisch melkschaap en het Mergellandschaap. De schapen worden ingezet bij landschaps- en natuurbeheer en begrazingsprojecten.

De boer verwerkt zelf de wol van de eigen schapen. In een wolatelier op de boerderij wordt deze verwerkt tot breiwol, haakwol en viltwol. Voor het verven van de wol wordt gebruik gemaakt van biologische kruiden en planten uit de eigen tuin.

De boerderij is ook actief als zorgboerderij. Daarnaast zet de Pottekaashoeve ook in op educatie via groepsontvangsten en workshops.

© www.velt.be/pottekaashoeve





HET GROENTEGENOT CSA

Het Groentegenot is een CSA-bedrijf met een grote variëteit aan groenten. Die worden gekweekt voor deelnemers die bij het begin van het seizoen een oogstaandeel hebben gekocht en zo een heel jaar lang hun groenten kunnen komen oogsten. Om het assortiment te verbreden is er ook kleinfruit aangeplant.

Een eigen groentetuin waar we dagelijks onze groenten kunnen oogsten. Vele mensen dromen ervan maar vinden de tijd niet die zo'n tuin wel vraagt. Ook kinderen weten niet meer altijd hoe een spruitje groeit en waar een erwte in verstopt zit.

Bedrijfsleiders Mark en Ann Vanlommel maakten door moeilijke tijden op hun rund-vee- en schapenbedrijf de overstap naar een CSA-bedrijf. In hun zelfpluktuin kunnen mensen zelf hun groenten zien groeien en oogsten zoals ze het in hun eigen tuin zouden doen. De bedrijfsleiders zorgen voor het zaaien, planten, wieden... van de geteelde groenten. De deelnemers oogsten zelf voor persoonlijk gebruik. Op deze manier eten ze steeds plukvers, zeer gevarieerd, seizoengebonden, rechtstreeks van bij de boer en steunen ze eerlijke landbouw.

© www.groentegenot.be







Het Innovatiesteunpunt is dé gespecialiseerde dienst voor het begeleiden van land- en tuinbouwondernemers, groepen plattelandsbewoners en lokale overheden bij het inslaan van een nieuwe richting. We zijn actief op drie terreinen: technische ontwikkeling, bedrijfsontwikkeling en plattelandsontwikkeling. Daarbij focussen we ons op een toekomstgerichte, duurzame land- en tuinbouw en op een leefbaar en dynamisch platteland.

Contact

Voor meer informatie kan je ons bereiken via:
info@innovatiesteunpunt.be | +32 (0)16 28 61 02
© www.innovatiesteunpunt.be | [@innosteunpunt](#)

Het Innovatiesteunpunt is een initiatief van Boerenbond en Landelijke Gilden in partnerschap met Cera en KBC.



VALLEI IN VERANDERING: KANSEN VOOR DUURZAME LANDBOUW

Een project in het kader van 'Boeren in een andere context'

In april 2014 nam de Vlaamse regering een beslissing over een aantal initiatieven in de vallei van de Kleine Nete. Ze keurde onder andere het voorkeurscenario voor Graafweide-Schupleer principieel goed. Dit scenario legt voor het gebied vast waar landbouw, natuur, bos, onroerend erfgoed, waterbeheer en mobiliteit hun plaats krijgen. Landbouw staat in het gebied erg onder druk.

Via het project 'Vallei in verandering' kijken we met bedrijven in Graafweide-Schupleer waar kansen en mogelijkheden liggen om een economisch leefbare landbouw te blijven ontwikkelen. We brengen met de

bedrijfsleiders de impact van het voorkeurscenario op hun bedrijfsvoering in beeld. We gaan na welke acties of flankerende maatregelen deze impact milderden. Tot slot bekijken we hoe ze innovatief kunnen inspelen op kansen die zich aandienen vanuit de gewenste invulling van de vallei. Ook agrarisch natuurbeheer komt aan bod. Zo tekenen we samen met de bedrijfsleiders een toekomstplan uit voor hun bedrijf.

Ervaringen uit dit project kunnen ook nuttig zijn in soortgelijke situaties elders, want niet alleen in Graafweide-Schupleer evolueert de ruimtelijke context.

Deze inspiratiegids werd ontwikkeld in het kader van het Platteland Plus - Project Vallei in verandering: kansen voor duurzame landbouw



OP WEG NAAR DE TOEKOMST

013531



KLEINE NETE



Dit project werd mede mogelijk gemaakt door cofinanciering uit Platteland Plus, bestaande uit middelen vanuit Vlaanderen en de Provincie Antwerpen