



Vlaanderen
is open ruimte

Voedsellandschap Inspiratieboek

2021

VLAAMSE
LAND
MAATSCHAPPIJ

VLM.be

VOEDSELLANDSCHAP

COLOFON

Uitvoerder:

Anne-Marie Vangeenberghe
Innovatiesteunpunt vzw
Diestsevest 40
3000 Leuven
Tel: 016 28 61 23
www.innovatiesteunpunt.be

Opdrachtgever:

Vlaamse Landmaatschappij
Koning Albert II-laan 15
1210 Brussel
info@vlm.be
02 543 72 00
www.vlm.be

Redactie:

Dit inspiratieboek is opgemaakt door Anne-Marie Vangeenberghe, innovatieconsulent Coöperatief Ondernemen bij het Innovatiesteunpunt voor Landbouw en Platteland. Het is de neerslag van een verkenning en participatietraject rond het concept voedsellandschap, uitgevoerd door het Innovatiesteunpunt (sept 2020 - aug 2021) in opdracht van de VLM. Het project liep in samenwerking met Boerenatuur Vlaanderen, de VLM en de gemeente Zwijndrecht.

Anne-Marie Vangeenberghe
Joost-Pim Balis
Mathias D'Hooghe

anne-marie.vangeenberghe@innovatiesteunpunt.be
joost-pim.balis@boerenatuur.be
mathias.dhooghe@boerenatuur.be

Lieve Borremans
Lotte Celis
Johan Laeremans
Luc Vander Elst
Dirk Van Gijsegem
Monique Van Oeckel
Tom Vermeulen

lieve.borremans@vlm.be
lotte.celis@vlm.be
johan.laeremans@vlm.be
luc.vanderelst@vlm.be
dirk.vangijsegem@vlm.be
monique.vanoeckel@vlm.be
tom.vermeulen@vlm.be

Coverfoto: Joris Snaert

Datum Rapport: september 2021

INHOUD

1	VOORWOORD	5
2	KADERING.....	7
2.1	Algemene context	7
2.2	Twee testcases: Zwijndrecht en de kouter Asse - Wemmel	8
2.3	Voor wie is dit inspiratieboek bedoeld?	9
2.4	Inspiratie–doe–boek	9
3	WAT IS EEN VOEDSELLANDSCHAP?	11
4	RANDVOORWAARDEN VOOR DE UITROL VAN EEN VOEDSELLANDSCHAP	15
4.1	Geen voedsellandschap zonder actieve land- en tuinbouwers	15
4.2	Een voedsellandschap is een afgebakend gebied	17
4.3	Benaderen vanuit landbouw én landschap	17
4.4	Een voedsellandschap krijgt een veelzijdige invulling	18
4.5	In een voedsellandschap spelen diverse actoren hun rol	21
4.6	Een voedsellandschap is een samenwerking	24
4.7	De rol van de nabijgelegen (groot)stad	25
4.8	Een voedsellandschap is een win-win voor alle actoren	27
4.9	Goede afspraken (spelregels)	27
4.10	Een voedsellandschap vormgeven vraagt tijd	30
4.11	Het juiste momentum	31
4.12	Geen voedsellandschap zonder extra budget	33
4.13	Communicatie en marketing	35
4.14	Een onafhankelijke facilitator helpt een voedsellandschap uit de startblokken	35
4.15	Wat nog?	36
5	WAT HELPT (NIET)	39
5.1	Dwing niets af	39
5.2	Leer elkaar kennen en respecteren	39
5.3	Wetgevend kader	40
5.4	Lasagne van initiatieven	41
6	INSPIRATIE.....	43
6.1	Inspiratie rond economische verdienmodellen	43
6.2	Inspiratie rond vergroening en landschapsbeheer	44
6.3	Inspiratie rond maatschappelijke meerwaardecreatie	46
7	STAPPENPLAN VOOR DE UITROL VAN EEN VOEDSELLANDSCHAP.....	49
7.1	Gebied bepalen	49
7.2	Activiteiten en actoren in kaart brengen	50
7.3	Actorenoverleg	51
7.3.1	1e actorenoverleg	51
7.3.2	2 ^e actorenoverleg	53
7.3.3	3 ^e (en volgende) actorenoverleg	53
7.4	Charter	54
7.5	Actieplan	55
7.6	Communicatieplan	55
7.7	Marketing	57
8	ONDERSTEUNING.....	59





1 VOORWOORD

Naar aanleiding van haar 25-jarig bestaan bracht de Vlaamse Landmaatschappij in 2013 diverse actoren samen rond de feesttafel. Daaruit ontstond het Open Ruimte Platform.

Het Open Ruimte Platform stimuleert via verschillende inhoudelijke programma's de ontwikkeling van innovatief ruimtegebruik. De open ruimte speelt in Vlaanderen immers een belangrijke rol in tal van complexe maatschappelijke uitdagingen, zoals de klimaatverandering en het behoud van de biodiversiteit.

De open ruimte is ook de plaats waar ons voedsel geproduceerd wordt. Die voedselproductie is de voorbije decennia steeds grootschaliger geworden, waardoor in vele gebieden verscheidene openruimtefuncties onder druk zijn komen te staan. Het programma 'Voedsel+Land+Schap' onderzoekt hoe we lokaal voedsel kunnen produceren en tegelijk kunnen inzetten op andere functies van de open ruimte, zoals recreatie, biodiversiteit, waterbeheer, streekidentiteit, etc.

Door nieuwe partnerschappen te sluiten, andere verdienmodellen te zoeken en goede voorbeelden te verspreiden faciliteren we lokale ideeën en initiatieven en maken we op grotere schaal mee werk van een duurzame toekomst voor Vlaanderen.

Laat dit inspiratieboek je op weg helpen bij de uitrol van een voedsellandschap. Lokaal zal jouw voedsellandschap zorgen voor een nieuwe dynamiek. Als we erin slagen om, verspreid over de verschillende provincies, een waaier van voedsellandschappen te creëren, dan zullen die elkaar ongetwijfeld versterken. De open ruimte en de landbouw zullen erbij gebaat zijn en iedereen zal er bovendien meer van kunnen genieten.

Toon Denys
Gedelegeerd bestuurder
Vlaamse Landmaatschappij



2 KADERING

2.1 ALGEMENE CONTEXT

Open ruimte is schaars in Vlaanderen. Daarom is het belangrijk de open ruimte te vrijwaren en ze goed te gebruiken. Van oudsher neemt landbouw hier een belangrijke plaats in. Hoewel onder druk door de voortdurende vraag naar uitbreiding van het wegennet, industrie, woon- en recreatiegebied, bos en natuur, heeft de Vlaamse land- en tuinbouw nog steeds ongeveer 46% van de Vlaamse ruimte in gebruik.

Beleidsmatig krijgt de ruimte sinds de jaren '60 van de 20^{ste} eeuw een duidelijke bestemming. In landbouwgebied primeert de productie van plant en dier, hoofdzakelijk bestemd voor voeding. Maar landbouwgebieden in de nabije omgeving van (groot)steden zijn meer dan werkplekken voor land- en tuinbouwers. Mensen genieten er van het groen, gaan er fietsen en wandelen, komen er tot rust en verwachten van dat landbouwgebied alles waar de stad niet of onvoldoende in kan voorzien. Ze zoeken (bio)diversiteit, leggen de lat hoog op het vlak van landbouwproductie waarbij niet alleen hoge kwaliteitseisen gesteld worden aan de land- en tuinbouwproducten, maar ook hoge verwachtingen geformuleerd worden met betrekking tot het productieproces, de afzet (verkorten van de keten) en het landschap. Na decennia van onwetendheid en vaak ook onverschilligheid zoekt de burger weer connectie met de land- en tuinbouwers¹ en verwacht de consument meer van de boer-producent dan voldoende kwaliteitsvol eten.

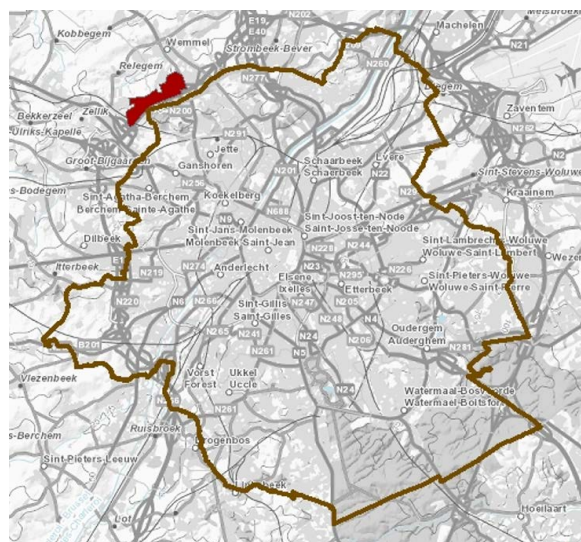
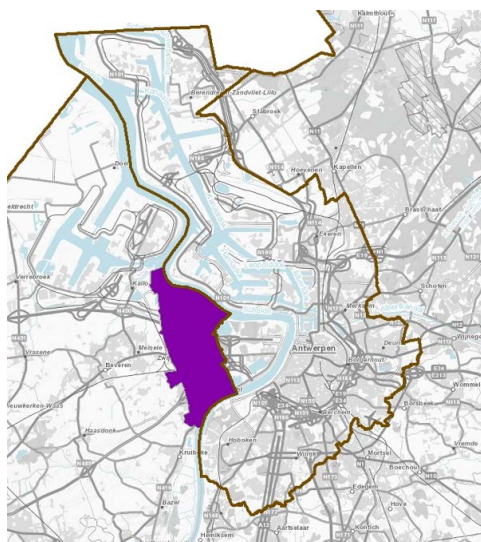
In een Voedsel+Land+Schap is er aandacht voor landbouw en voor landschap, voor voedselproductie en een divers palet aan functionaliteiten die men in synergie met voedselproductie kan uitrollen. Een sterk uitgebouwd voedsellandschap is een win-win voor alle actoren waarbij de meerwaarde zich kan vertalen in inkomen (zowel voor land- en tuinbouwers als voor andere lokale ondernemers), in vergroening, in maatschappelijke dienstverlening en in wederzijds respect. In een voedsellandschap bundelen diverse actoren de krachten waardoor de groep die ijvert voor het behoud van die open ruimte groter is dan de krimpende groep landbouwers die er actief zijn.

¹ In dit inspiratieboek gaat het om land- en tuinbouw(ers), ook wanneer voor de eenvoudigheid over landbouw(er) gesproken wordt of het woord 'boer' als afwisseling wordt gebruikt. Daarbij benadrukken we dat het zowel om mannen als vrouwen gaat. De Vlaamse land- en tuinbouw wordt immers grotendeels door familiale bedrijven gedragen waarin zowel de man als de vrouw actief zijn.





2.2 TWEE TESTCASES: ZWIJNDRECHT EN DE KOUTER ASSE - WEMMEL

Waar in meerdere Europese landen voedsellandschappen al geruime tijd invulling krijgen, tastte het Innovatiesteunpunt voor Landbouw & Platteland, in opdracht van de Vlaamse Landmaatschappij (VLM) tussen september 2020 en augustus 2021 de mogelijke uitrol van voedsellandschappen in Vlaanderen af. Vanuit twee concrete trajecten werd in kaart gebracht wie bij een eventuele uitrol van een voedsellandschap welke verwachtingen heeft en wie welke rol kan opnemen. Uit de trajecten bleek ook wat de uitrol van een voedsellandschap kan stimuleren of afremmen. Maar uit de twee trajecten bleek vooral dat elk voedsellandschap uniek is zowel wat de actoren als wat de invulling betreft. Daarom is deze publicatie een inspiratieboek geworden en geen draaiboek met strikt te volgen richtlijnen.



Legende © VLM

-  Zwijndrecht, naast stad Antwerpen
-  De Kouter, naast Brussel

We vonden inspiratie in **Zwijndrecht** waar nog heel wat land- en tuinbouwers, waarvan een 15-tal met bedrijfszetel in Zwijndrecht, actief zijn. De agrarische sector is er heel divers met zowel land- als tuinbouw, zowel grote als kleine bedrijven, zowel gangbare als biologische teelt, afzet via de korte keten en afzet via de klassieke kanalen. Zwijndrecht ligt vlak naast Antwerpen, op Linkeroever. De Schelde scheidt de stad en het landbouwgebied, maar een snelle tramverbinding maakt Zwijndrecht heel toegankelijk voor de stedelingen. Zwijndrecht zelf heeft ook een dichtbevolkte kern. Aan potentiële gebruikers van het voedsellandschap is er dus geen gebrek.

Het tweede traject liep op de **Kouter Asse-Wemmel**, vertrekkend vanuit het Ronkelhof waar een buurtcomité de oude hoeve haar sleutelrol in de lokale samenleving wil teruggeven. De R0, de ring rond Brussel, scheidt dat buitengebied van het Brussels Gewest, maar wandel- en fietstunnels zorgen ervoor dat de Kouter bereikbaar is voor de stadsbewoners.

Door de coronamaatregelen, die de volle projectperiode doorkruisten, was het, hoewel gepland, niet mogelijk alle actoren meermaals samen rond de tafel te brengen. Gelukkig was onlineoverleg via Zoom, Teams, ... snel ingeburgerd en kon er in open lucht en in kleine groepen wel afgesproken worden.

Dit inspiratieboek is het resultaat van dat veldwerk. Maar ook door studies te lezen, in gesprek te gaan met diverse actoren (in groep en individueel) en kiemen van een voedsellandschap te detecteren en te analyseren konden lijnen getrokken worden die van nut zijn voor iedereen die nadenkt over de eventuele uitrol van een voedsellandschap. Dit inspiratieboek is geenszins harde wetenschap, een volledig naslagwerk of afgewerkt receptenboek. Zie het als een leidraad die ongetwijfeld jaar na jaar kan opgefrist en aangevuld worden.

2.3 VOOR WIE IS DIT INSPIRATIEBOEK BEDOELD?

Dit inspiratieboek is er voor iedereen die nadenkt over de uitrol van een voedsellandschap. Land- en tuinbouwers vinden inspiratie om een andere invulling te geven aan hun bedrijfsvoering. Lokale overheden ontdekken manieren om lokale behoeftes in te vullen en doelstellingen uit hun beleidsplan te realiseren. Lokale ondernemers vinden inspiratie voor nieuwe activiteiten en samenwerkingsvormen die hun bedrijfsvoering (en die van collega-ondernemers) versterken. Inwoners van de gemeenten en de nabijgelegen steden (her)ontdekken een stukje nabijgelegen Vlaanderen dat op diverse manieren hun verwachtingen helpt invullen en vermoedelijk zelfs overstijgt.

Probeer het boek vanuit de ruime doelgroepbenadering te lezen. Voel je aangesproken vanuit je eigen rol, maar probeer ook kansen te spotten voor de andere lokale actoren. Dat helpt je zeker vooruit als je hen uitnodigt om mee te bouwen aan een eigen voedsellandschap.

Als alle actoren de krachten bundelen, worden in een voedsellandschap voortdurend grenzen verlegd, letterlijk en figuurlijk.

2.4 INSPIRATIE-DOE-BOEK

Dit inspiratieboek is tevens een doeboek. Zoals je zal merken, bevatten meerdere hoofdstukken ook opdrachten. Op die manier zetten we je op weg om deze publicatie te vertalen naar jouw/jullie *case* en van dit inspiratieboek jullie unieke exemplaar te maken.

Droom breed, maar rol uit met de voeten op de grond. Een lange weg is haalbaar, als je die indeelt in etappes. In het stappenplan (hoofdstuk 7) lees je daar meer over.





3 WAT IS EEN VOEDSELLANDSCHAP?

Rond ruimtelijke invulling steken in Vlaanderen heel wat nieuwe termen de kop op. Naast de grotere initiatieven die Vlaanderen uitrolt, zoals landschapsparken en nationale parken, groeit de interesse in het concept voedsellandschap. Sommigen spreken van een voedselpark, anderen van een landbouwpark. Soms bedoelt men hetzelfde, soms ook niet.

Het Open Ruimte Platform, dat streeft naar een breed gekende en maatschappelijk gedragen aanpak van de open ruimte in Vlaanderen, stimuleert het sluiten van nieuwe partnerschappen en het ontwikkelen van nieuwe methodes om de uitdagingen van de open ruimte aan te pakken. Waar het gaat om voedselproductie, waterberging, biodiversiteit, recreatie, ... spreekt men van een Voedsel+Land+Schap.

Omschrijving voedsellandschap

Er is geen strikte definitie voor een voedsellandschap maar een aantal aspecten zijn kenmerkend voor een voedsellandschap.

Voedsellandschappen vrijwaren de open ruimte met een meervoudige ruimtevraag. Het initiatief voor een voedsellandschap is gebaseerd op een samenwerking tussen landbouwers onderling en tussen landbouwers, het lokaal beleid, lokale maatschappelijke actoren en/of lokale ondernemers.

Voedsellandschappen creëren netwerken en verankeren zich in structurele engagementen. Ze versterken het agrarisch potentieel door een veelzijdig programma, gebaseerd op lokale maatschappelijke, ecologische en economische meerwaarden. Voedsellandschappen laten een diversiteit aan landbouwtypes en -teelten toe.

Een voedsellandschap is gebiedsgericht en resulteert in een ruimtelijk project met zorg voor landschapontwikkeling.

Naast voedsellandschappen wordt er ook op verschillende andere vlakken gebiedsgericht gewerkt binnen de open ruimte en zijn er verschillende lokale coalities aan het werk. Zo werken [Regionale Landschappen](#) op streekniveau aan onder andere landschap, natuur en erfgoed en wordt er binnen het programma [Water+Land+Schap](#) gebiedsgericht gewerkt rond droogte, erosie en wateroverlast. Ook Landschapsparken en Nationale Parken Vlaanderen werken gebiedsgericht aan streekontwikkeling. [Landschapsparken](#) zijn gericht op de versterking van de landschapskwaliteit en streekidentiteit in gebieden met een bestaande hoge landschapskwaliteit. Hierbij gaan landschapontwikkeling, recreatie, natuur, erfgoed, landbouw, wonen, bedrijvigheid en toerisme hand in hand. [Nationale Parken](#) Vlaanderen zijn gericht op de versterking van de natuur en biodiversiteit in gebieden met een bestaande hoge natuurkwaliteit.

Uit het veldwerk dat aan deze publicatie voorafging, blijkt dat de ene bij de invulling van een voedsellandschap het accent legt op voedselproductie, de andere op educatie, of op onderzoek, landschap of recreatie. Na een

jaar prospectie trekken we zelf een paar lijnen. In deze publicatie spreken we van een **voedsellandschap** en leggen we het accent op **voedselproductie als economische hoofdactiviteit** naast **landinrichting** en **landschapsbeheer** met aandacht én inspanning voor diverse andere functies, op maat van de locatie en de actoren. Ligt het accent elders, dan komt dat best tot uiting in de naamgeving van het voedsellandschap.

Daarbij geven we graag mee dat de invulling van een voedsellandschap geen vast gegeven is, maar een voortdurend bijsturen naargelang de veranderende behoeftes en kansen die zich aandienen. In alle benaderingen is het de bedoeling om de open ruimte te vrijwaren.

Een voedsellandschap vereist geen erkenning van de Vlaamse regering en heeft geen vooraf vastgelegde criteria, in tegenstelling tot landschapsparken en nationale parken. Voedsellandschappen zijn ook veel kleiner dan de andere parken en focussen op lokale, eerder dan op internationale uitstraling. Zoals aangegeven, ligt de focus in een voedsellandschap op landbouw en landschap. Ook daarin verschilt een voedsellandschap van een nationaal park en een landschapspark. Een voedsellandschap kan wel deel uitmaken van een landschapspark. Zo zorg je voor een wederzijdse versterking.

Een voedsellandschap zorgt ervoor dat de land- en tuinbouw in het algemeen en de individuele land- en tuinbouwbedrijven in het gebied veerkrachtiger worden. Ze hangen minder af van de wereldeconomie en staan weerbaarder tegenover wisselende omgevingsfactoren. Een voedsellandschap schept ook nieuwe kansen voor de lokale economie, rechtstreeks of onrechtstreeks verbonden aan de landbouw.

Een voedsellandschap zorgt er ook voor dat het gebied meer is dan het werkveld van de land- en tuinbouwers. In een voedsellandschap vindt de consument informatie over de lokale voedselproductie en zorgt een bezoek aan het gebied voor een unieke beleving. Zo geeft een voedsellandschap een gebied en de individuele actoren (opnieuw) een eigen identiteit. Daarenboven zorgt de samenwerking van de uiteenlopende actoren ervoor dat meer mensen, bedrijven, organisaties en overheden zich inzetten voor het behoud van de open ruimte.

Zonder een volledige checklist te ambiëren komen volgende kenmerken zeker voor in een voedsellandschap:

- Een voedsellandschap is een duidelijk afgebakend openruimtegebied, hoofdzakelijk in gebruik door meerdere actieve land- en tuinbouwers.
- Een voedsellandschap ligt bij voorkeur dicht bij een (groot)stad of dichtbevolkte gemeente of in een (door toeristen) druk bezocht gebied. Kenmerkend voor een voedsellandschap is immers dat het, naast landbouwers, ook door andere actoren gebruikt wordt.
- In een voedsellandschap gaat de aandacht niet alleen naar voedselproductie maar ook naar landschapsbeheer en (agro)biodiversiteit.
- Daarnaast zorgen heel uiteenlopende invullingen voor een multifunctioneel gebruik van de open ruimte. Zo ontstaat er meerwaarde op economisch, ecologisch en/of maatschappelijk vlak.
- In een voedsellandschap is er ruimte voor diverse types van agrarische bedrijven (grootte, bedrijfstype, ...), van teelten (plant- en dierproductie) en van teeltwijzen (gangbaar, bio, agro-ecologisch, ...) en voor de bijbehorende infrastructuur. De verschillende deelsectoren van de land- en tuinbouw kunnen aanwezig zijn. Dan hebben we het over fruit-, groente- en sierteelt (tuinbouw), over



graan, bieten, maïs, aardappelen, ... (akkerbouw) en over varkens-, pluimvee-, vleesvee- en melkveehouderij (veeteelt).

- Het concept voedsellandschap mag geen rem zetten op de ontwikkeling van de individuele agrarische bedrijfsvoering en laat ruimte voor de evolutie van de sector. Een voedsellandschap doet landbouwers wel bewuster nadenken over de verdere ontwikkeling van het bedrijf en dat met aandacht voor zijn omgeving.
- Een samenwerking tussen land- en tuinbouwers, maar ook tussen boeren en andere actoren zorgt voor een unieke invulling van het gebied.
- Bij de uitrol en het beheer van een voedsellandschap is het belangrijk om de lokale actoren actief én blijvend te betrekken.
- Zo krijg je gedragenheid en maatwerk, afgestemd op de lokale mogelijkheden en behoeftes, en pleiten op termijn, naast land- en tuinbouwers, diverse andere (indirecte) gebruikers van het landbouwgebied voor het behoud van de open ruimte.

Bovenstaande maakt duidelijk dat enkele randvoorwaarden nodig zijn om een succesvol voedsellandschap uit te rollen. We gaan daar in volgend hoofdstuk dieper op in.



Wandelpad op het snijvlak van stad en openruimtegebied © VLM





4 RANDVOORWAARDEN VOOR DE UITROL VAN EEN VOEDSELLANDSCHAP

Er bestaat geen receptenboek voor de uitrol van een voedsellandschap. Toch leert de ervaring dat een aantal randvoorwaarden de uitrol van een voedsellandschap stimuleert en versterkt. Ook hier hebben we niet de ambitie om volledig te zijn maar putten we uit de opgedane ervaring.

4.1 GEEN VOEDSELLANDSCHAP ZONDER ACTIEVE LAND- EN TUINBOUWERS

De eerste functie die de landbouwsector invult, is voedselproductie. Geen eten zonder boeren. Landbouw is een economische sector die in Vlaanderen aan de basis ligt van een sterk agrovoedingscomplex. Zo zorgt de Vlaamse land- en tuinbouw niet alleen direct, maar vooral indirect voor heel wat tewerkstelling. Maar vooral zorgt de beroepstak ervoor dat niet iedereen zijn eigen voedsel moet produceren. Zo kan het grootste deel van de bevolking andere professionele activiteiten uitvoeren. Het is ooit anders geweest en er zijn heel wat plaatsen in de wereld waar het nog altijd anders is, waar een groot deel van de bevolking op het land werkt en eet wat ze zelf oogst.

Lokale voedselproductie zorgt ook voor autonomie. De coronacrisis maakte snel duidelijk hoe kwetsbaar we zijn als mondmaskers en injectienaalden uit het Verre Oosten worden ingevoerd. Dankzij onze lokale land- en tuinbouw, in combinatie met de lokale voedselverwerking, was er geen schaarste op het vlak van voeding.

Wat belangrijk is, is dat elk individueel landbouwbedrijf zijn hoofdkomen kan blijven halen uit de landbouwactiviteit. Nevenactiviteiten zijn waardevol, maar mogen de hoofdactiviteit - plant- of dierproductie - niet onder druk zetten.

OPDRACHT:

- Breng in kaart hoeveel land- en tuinbouwers actief zijn in het gebied dat je voor ogen hebt. Welke land- en tuinbouwproducten produceren ze? Welk type bedrijf runnen ze? De schepen van landbouw helpt je zeker op weg. Of neem contact op met de landbouworganisaties die actief zijn in het gebied.
- Breng ook eventuele verwerkers in kaart. Brouwers, molenaars, bakkers, charcutiers en beenhouwers, ... halen hun grondstoffen bij de land- en tuinbouw. Ga na of ze bewust kiezen voor grondstoffen uit de streek. Voor de inventaris kan je de schepen van lokale economie aanspreken. Of neem contact op met de middenstandorganisaties die actief zijn in de regio.
- Ga in overleg met de land- en tuinbouwers zelf. Vaak zijn ze verenigd in een lokale gilde. Je kan de groep aanspreken via hun voorzitter. De schepen van landbouw helpt je ongetwijfeld het eerste contact te leggen.

TIPS:

- Het is belangrijk dat alle actoren kennis hebben van de actuele land- en tuinbouw en van het agrovoedingscomplex waar de sector deel van uitmaakt. Enkel als je weet hoe de hedendaagse landbouw(er) werkt en waarom hij zo werkt, kan je eventuele veranderingen voorstellen.
- Daarbij is het belangrijk uit te gaan van de landbouw als economische sector. Zonder inkomen, geen boer. Hoe meer zekerheid de land- en tuinbouwers hebben over hun inkomen, hoe meer ze open staan voor verandering. En als die verandering zorgt voor een aanvullend inkomen, is de bereidheid tot bijsturing nog groter.



Maaiwerk © VLM



4.2 EEN VOEDSELLANDSCHAP IS EEN AFGEBAKEND GEBIED

Een voedsellandschap heeft grenzen. Baken een gebied af waar landbouw primeert, maar waar ook andere actoren gebruik willen maken van de open ruimte.

De directe nabijheid van een dichtbevolkte stad of gemeente of het feit dat het gebied druk bezocht wordt, bijvoorbeeld door toeristen, is kenmerkend voor een voedsellandschap. Stadsbewoners komen naar het landbouwgebied om er te wandelen en te fietsen (recreatie), om bij de boer eten te kopen (korte keten) en wie van verder komt, logeert op 'den buiten' en verkent van daaruit de stad en de streek (toerisme). Ondertussen maakt de bezoeker kennis met de landbouwproductie en met de producent.

OPDRACHT:

- Breng in kaart welk gebied je voor ogen hebt.
- Ga na welke kansen er liggen voor het landbouwgebied. Liggen er trage wegen, zijn er hoeveuwinkels, kan je logeren op een boerderij, hoe bereikbaar is de stad, hoe verloopt het landschapsbeheer, ...? Breng in kaart wat er nu al gebeurt en wat kan gerealiseerd worden op korte, middellange en lange termijn.

TIPS:

- Land- en tuinbouwers met een hoeveuwinkel vind je op www.rechtvanbijdeboer.be op een kaart kan je gemakkelijk nagaan wie in jouw buurt aan hoeveeverkoop doet. De kans is groot dat zeker die land- en tuinbouwers willen meewerken aan de uitrol van een voedsellandschap.
- Wanneer de VLM een landinrichtingsplan uittekent, gaat het ook om een concreet gebied. Een unieke gelegenheid om hier de uitrol van een voedsellandschap aan te koppelen?

4.3 BENADEREN VANUIT LANDBOUW ÉN LANDSCHAP

De ene vertrekt vanuit landschapsbeheer, de andere vanuit landbouwoogpunt. Het is belangrijk in een voedsellandschap dat er zowel aandacht is voor een leefbare landbouw als voor een waardevol landschap. Wie vandaag rond de tafel zit doet dat nog te vaak vanuit zijn of haar discipline, vanuit een bepaald beleidsdomein. In een voedsellandschap is het de bedoeling om gebiedsgericht te werken, domeinoverschrijdend. *Business as usual* gaat niet langer op. Dat is nooit anders geweest. Doorheen de geschiedenis zijn landbouw en zijn omgeving altijd in verandering geweest. In een voedsellandschap is het de bedoeling (opnieuw) harmonie te vinden tussen voedselproductie en de omgeving waarin dat gebeurt

Een landschap is het resultaat van de voortdurende wisselwerking tussen menselijke activiteiten en ecologische processen. Daarom bepaalt in het buitengebied een landschap mee de identiteit van een streek. In een voedsellandschap is het vaak de (eeuwenoude) agrarische activiteit die het landschap gekneet heeft. Nieuwe (technologische) ontwikkelingen in de landbouw kunnen een landschap (snel) hertekenen. In een voedsellandschap zoek je het evenwicht tussen nieuwe agrarische ontwikkelingen en landchapselementen zoals houtkanten, wegbermen, bomenrijen, holle wegen, poelen, bosjes, stuwen, ...

Men spreekt van kleine landschapselementen (KLE's). Soms zijn KLE's al decennia aanwezig in het gebied. In een voedsellandschap heb je best ook oog voor het ontwikkelen van nieuwe landschapselementen.

Landschapselementen versterken de biodiversiteit in het gebied. Ze zijn een verrijking voor fauna en flora. Zo zijn alleenstaande hoge bomen een uitkijkpost voor roofvogels. In houtkanten vind je nesten van heel wat andere vogelsoorten. Poelen zijn naast drinkplekken voor het vee ook de thuishaven van amfibieën en bloeiende heggen trekken bestuivers aan.

OPDRACHT:

- Denk na hoe je het landschap in het gebied kan versterken. Bewaak het evenwicht tussen (landbouw)economie en ecologie.
- Een aantrekkelijk landschap is een troef voor een voedsellandschap. Het versterkt de beleving. Breng leuke plekjes in kaart en ga na of er een (picknick)bank kan geplaatst worden.

TIPS:

- Boerennatuur Vlaanderen vzw verbindt landbouw en natuur. Ga bij hen ten rade en vind inspiratie op www.boerennatuur.be. Ze begeleiden ook groepen lokale boeren die zorgen voor landschapsonderhoud. Je kan op hen een beroep doen voor snoei- en maaiwerken maar ook voor bodemverbetering, waterbeheer, ...
- Een kleine snoeibeurt in een haag vormt 'een venster met zicht op de omgeving'. Mensen stoppen graag voor een uniek vergezicht.

4.4 EEN VOEDSELLANDSCHAP KRIJGT EEN VEELZIJDIGE INVULLING

In een voedsellandschap komen vele functies en invullingen samen. Het is de uitdaging om die zo op elkaar af te stemmen dat de ene activiteit de andere liefst versterkt of op zijn minst niet afremt.

Uitgangspunt is het landbouwgebied als locatie waar voedsel geproduceerd wordt. Wat er geproduceerd wordt en hoe het geproduceerd wordt, wordt beslist door de individuele land- en tuinbouwers, maar kan aangestuurd worden door de afnemers en andere actoren van het voedsellandschap. In een voedsellandschap is er immers een link tussen de boer-producent en zijn omgeving. Voor de landbouwer staat zijn inkomen centraal, maar dat inkomen hoeft niet alleen uit de huidige plant- of dierproductie te komen.

Ook inspanningen die bijdragen aan bodem- en waterbeheer, natuur- en landschapsbeheer, klimaatverandering of aan streekidentiteit versterken het gebied en beïnvloeden direct of indirect het inkomen van de landbouwers. Landbouwers kunnen dit alleen doen of in groep, enkel op hun eigen bedrijf of in een ruimer gebied. Vaak is het waardevol andere actoren te betrekken



Op bedrijfsniveau kan de landbouwer zich onderscheiden door te kiezen voor andere teelten, andere teeltwijze, goede afspraken met (lokale) afnemers, verbredingsactiviteiten als hoevetoerisme, landbouweducatie, hoeveverwerking en -verkoop (de korte keten), aanbieden van teambuildingsactiviteiten of faciliteren van kinderfeestjes (beleving), onderhoud van wegbermen, akkerranden, houtkanten, trage wegen, de productie van hernieuwbare energie (lokale groene energie),

Het is een greep uit de vele voorbeelden van aanvullende verdienmodellen en meerwaardecreatie. Belangrijk is dat er vraag naar is en dat wie er om vraagt, ook zorgt voor een meerwaarde, in welke vorm ook, voor de landbouwers en voor de andere actoren.

Verbreding biedt veel kansen, maar weet wel dat een land- of tuinbouwer zijn hoofdkomen uit de landbouwactiviteit moet halen. Daarenboven is de aard van toegelaten nevenactiviteiten in het landbouwgebied wettelijk bepaald. Let dus op. Dromen mag, maar liefst met de voeten op de grond.

Als de verwachtingen realistisch zijn, uitgerold worden in samenwerking met de andere actoren en op één of andere manier 'opbrengen', dan zorgt een voedsellandschap voor een win-win voor alle actoren. De landbouwers behouden hun werkveld dat door diverse inspanningen robuuster en weerbaarder wordt. Dat kan bereikt worden (a) door aanhoudende aandacht voor bodemvruchtbaarheid en -structuur, waterbeheer, vruchtafwisseling, fauna en flora en dus ook voor bestuiving en natuurlijke vijanden tegen plagen en ziekten, (b) door lokale afnemers en verwerkers zoals brouwers, molenaars en bakkers, lokale slachthuizen en vleesverwerkers, groentevernijders en -verwerkers, fruitverwerkers, enz. actief te betrekken, (c) door kansen te creëren voor lokale tewerkstelling en de authenticiteit én autonomie van het gebied te versterken en (d) door een goede en veilige toegang tot het landbouwgebied op te zetten en uit te bouwen. Rustplekken, infoborden en mogelijkheden om land- en tuinbouwproducten van bij de lokale land- en tuinbouwers te kopen en te proeven, ... zijn kenmerkende troeven van een voedsellandschap. Het zijn enkele van de vele mogelijkheden die de kennis van en de voeling met de Vlaamse



Genieten tussen de fruitbomen ©VLM



land- en tuinbouw verhogen en het contact tussen producent en consument versterken.

Dat alles maakt duidelijk dat de nood aan en de uitrol van een voedsellandschap een samenspel is tussen diverse actoren (zie 4.5). Zonder vraag naar een specifiek product, geen specifieke productie. Zonder waardering (onder welke vorm ook) voor een specifiek productieproces of specifieke verbredingsactiviteit, moet je bij de lokale landbouwers geen grote veranderingen verwachten.

” “Je kan de landbouwers niet alles vragen, en zeker niet om het allemaal alleen te doen.”
(Elke Vanempten, ILVO)

Meer bondgenoten zorgen voor meer rechtszekerheid voor land- en tuinbouwers. En dat bondgenootschap is nodig om de ruimte open en toegankelijk te houden.

” “De groene gordel rond steden is heel vaak een landbouwgordeel. Weinig mensen beseffen dat.”
(Olivier Van Cauwelaert, ondernemer)

OPDRACHT:

- Breng in kaart welke functies er al aanwezig zijn. Fiets- en wandelroutes (al dan niet bewegwijzerd of in de vorm van knooppunten), hoevetoerisme, hoevewinkels, ...
- Breng in kaart wat er ontbreekt en wat een waardevolle aanvulling zou zijn.
- Breng in kaart waar alle lokale actoren van dromen. Denk na of het beoogde landbouwgebied de verwachtingen kan invullen.

TIPS:

- Laat je inspireren op www.boerenbond.be/voedsellandschap. Hier vind je meerdere voorbeelden van veelzijdige activiteiten in landbouwgebied. Misschien kunnen die ook bij jullie uitgerold worden.
- Ook de VLM bundelde achtergrond bij en inspiratie rond voedsellandschappen. Je vindt dit terug op de website van VLM (zoekterm voedsellandschap).
https://www.vlm.be/nl/themas/platteland/openruimteplatform/programma_voedsellandschap/
- Neem er de beleidsplannen van je gemeente en de nabijgelegen stad bij. Een voedsellandschap kan invulling geven aan de beleidsdoelstellingen. Dat motiveert de gemeente of de stad om mee te werken. Veel gemeenten werken bijvoorbeeld aan een lokale voedselstrategie.

Hoe een voedsellandschap ingevuld wordt, hangt zeker af van de actoren die betrokken zijn. De invulling sluit immers aan bij de behoeftes van die actoren. Invulling in kaart brengen kan dus niet zonder ook actoren in kaart te brengen. Hoofdstukken 4.4 en 4.5 lopen dus samen.



4.5 IN EEN VOEDSELLANDSCHAP SPELEN DIVERSE ACTOREN HUN ROL

Betrokken **land- en tuinbouwers**, actief in het gebied, zijn cruciaal in de uitrol van een voedsellandschap. Zeker land- en tuinbouwers met bedrijfszetel in het voedsellandschap maken vaak het verschil omdat zij niet alleen grond bewerken in het gebied, maar ook omdat hun boerderij (hun 'bedrijfszetel') in het gebied ligt. Die land- en tuinbouwers wonen en werken op de locatie waardoor zij én hun gezin sterk verweven zijn met de buurt.

Naast land- en tuinbouwers zijn er nog heel wat andere actoren die een rol kunnen opnemen in een voedsellandschap. Wie dat zijn hangt van de lokale situatie af, maar vanuit hun verwachtingen, expertise en inzet dragen ze bij tot de unieke uitrol van het voedsellandschap. Actoren die je kan betrekken zijn:

- Het **gemeentebestuur** (of meerdere besturen als het voedsellandschap over de gemeentegrenzen gaat), waar vooral de schepenen bevoegd voor landbouw, ruimtelijke ordening, lokale economie en toerisme de belangrijkste actoren zijn.
- Het **stadsbestuur** van de nabijgelegen (groot)stad. Die lokale besturen werken vaak een klimaat- en/of mobiliteitsplan uit of werken aan een voedselstrategie. Een voedsellandschap in de directe omgeving van de stad geeft invulling aan dat beleid. Stadsbesturen kunnen zo een hefboom zijn in de meerwaardecreatie van een voedsellandschap. Catering voor stedelijke diensten, scholen, ... zorgt voor grote afzetzekerheid van de lokaal geproduceerde land- en tuinbouwproducten, al dan niet verwerkt door lokale ondernemers. Lokale besturen nemen zo een voorbeeldfunctie in die andere lokale afnemers makkelijk kunnen volgen.

Steden kunnen ook een *foodhub* faciliteren, een verzamelpunt voor de land- en tuinbouwproducten en streekproducten uit de rand van de stad. Dat drukt de logistieke kosten, de mobiliteit, het aantal tussenpersonen en het vergroot de kans op een eerlijke prijs voor zowel de boer-producent als de burger-consument. Bestaande **logistieke spelers**, zoals bpost, distributie of veilingen kunnen hun expertise inzetten om de uitrol van *foodhubs* te realiseren en te faciliteren.

- Denk ook aan het provinciebestuur, Leadergroepen, ...
- **Lokale horeca**: zowel hotels, restaurants, brasseries, cafés als cateringbedrijven, maar ook lokale kruideniers en supermarkten zijn potentiële afnemers van de lokaal geproduceerde producten. Zij slaan de brug tussen boer en eindconsument. Met lokale producten kunnen ze zich onderscheiden. Een win-win voor producent en afnemer.
Kijk hier verder dan de eigen gemeente. Ook in de nabijgelegen stad zitten heel wat potentiële afnemers.
- Maar ook andere **lokale middenstanders** kunnen waardevolle partners zijn. In welke sector ze ook actief zijn, er is samenwerking mogelijk op het vlak van waterbeheer, productie van hernieuwbare energie, uitwisseling van nevenstromen, restwarmte, circulaire economie, ... Die lokale ondernemers kunnen ook in hun kantine lokale producten serveren of afhaalpunt zijn voor lokale voedselpakketten.
- **Lokale verwerkers** zoals brouwers, molenaars, bakkers, slaggers, ... zijn potentiële afnemers, als ze graag inspelen op lokaal geproduceerde grondstoffen.





Kort'om Leuven is een coöperatie van land- en tuinbouwers. Vanuit hun samenwerking zetten ze hun producten af in horeca en buurtwinkels in en rond Leuven © Kort'om Leuven

- Ook initiatieven als Voedselteams, Buurderij/Boeren & Buren, Lokaalmarkt, ... brengen voedsel van bij de boer tot bij de consument. Ga na of zulke initiatieven al lopen in de gemeente of de stad. Kan daarbij worden aangesloten?
- In sommige regio's groeperen land- en tuinbouwers en streekproducenten zich in afzetcoöperaties. Zo bundelen ze de krachten, gaan ze samen naar de markt en spelen ze de streekidentiteit uit in naam (en logo). Inspiratie vind je bij Smaak van Waas, mmm...eetjesland, Lekkers uit het Pajottenland, Kort'om Leuven, ...
- Groen- en landschapsbeheerders zoals regionale landschappen, Werkers in aanneming, Boerennatuur Vlaanderen, Natuurpunt, ... zijn waardevolle partners. Een doordacht beheer van wegbermen, akkerranden, waterlopen, landschap, ... zorgt voor meer biodiversiteit in het voedsellandschap. In een voedsellandschap gaat men op zoek naar het evenwicht tussen landbouw en natuur, tussen economie en ecologie. Ook de land- en tuinbouwers zelf kunnen daarbij een actieve rol opnemen en zo een extra activiteit (met inkomen) inbouwen in hun bedrijfsvoering. Denk daarbij aan inspanningen op eigen gronden, maar ook aan de inzet van een groep landbouwers om openbare gronden te onderhouden. Laat je inspireren op <https://www.werkers.be/aannemingswerk> en op <https://www.boerennatuur.be/werking/agrobeheergroepen/>
- Van kleuterschool tot hoger onderwijs: voor onderwijsinstellingen uit de buurt is een voedsellandschap een leerrijke uitstap, maar ook een 'labo' om praktijkgericht kennis over te dragen en onderzoek uit te voeren. Actoren bevragen, nieuwe teelten uitproberen, marketing uitwerken,... Lokale onderwijsinstellingen (al dan niet met onderzoeksafdeling) zijn te vaak vergeten maar waardevolle partners.



- **Buurtbewoners en inwoners van de stad:** als boer-producent is het belangrijk te weten wat je buurconsument verwacht. Je produceert immers voor de (lokale) markt. Wat je teelt en hoe je het teelt gebeurt best met de eindklant voor ogen.
- De grond die de landbouwer bewerkt heeft hij niet altijd in eigendom. Daarom betrek je best ook de **grondeigenaars** vanaf een bepaald moment. Denk daarbij aan het moment waarop je op zijn grond meerjarige beplanting wil aanplanten (houtkant, boom).
- Veel landbouwgronden zijn in eigendom van lokale besturen (OCMW-gronden). Als die gronden in of rond de betrokken gemeente of stad liggen, kunnen ze mee betrokken worden bij de invulling van het voedsellandschap. Doe dat wel in overleg met de land- of tuinbouwer die de grond nu bewerkt.
- Een voedsellandschap zorgt voor beleving. Je kan er fietsen, wandelen, landschapselementen en gebouwen bewonderen. In veel regio's zijn er op het platteland nog heel wat historische elementen te bezichtigen. Een samenwerking met de lokale **heemkundige kring** zet weetjes op de kaart waarvan de eigen inwoners vaak het bestaan of de oorsprong niet meer kennen.
- De samenwerking met **zorginstellingen en maatwerkbedrijven** uit de buurt biedt heel wat kansen. Voedseloverschotten worden verwerkt tot soep. Waar horeca of middenstand niet meer actief zijn, kan een buurtpunt opengehouden worden, ... De samenwerking zorgt voor inclusie, tewerkstelling van mensen met een beperking die zo hun talenten (her)ontdekken. De samenwerking maakt het mogelijk om dingen uit te rollen die via reguliere tewerkstelling onhaalbaar en/of niet rendabel zijn. Inspiratie vind je op www.onsbuurtpunt.be
- **Lokale verenigingen**, zoals de lokale sportclubs (o.a. wandel- en fietsclub) maar ook jeugdverenigingen, socio-culturele en natuurverenigingen, volkstuintwerking, ...

OPDRACHT:

- Breng de lokale actoren in kaart. Denk aan beleidsmakers, lokale ondernemers, onderwijs- en kenniscentra, verenigingen, ... Benoem ze en probeer per actor een contactpersoon te vinden. Uit overleg met de actoren groeit de lijst ongetwijfeld aan en breng je een sterk netwerk van lokale spelers in kaart. Blijf daarop inzetten. Een netwerk is nooit af.

TIPS:

- Lokale besturen vinden inspiratie rond lokale voedselstrategie op <https://www.vvsg.be/milieu-klimaat-duurzaamheid/lokale-voedselstrategie>
- De ervaring leert dat het belangrijk is om alle potentiële actoren te betrekken, maar dat het waardevol is om, waar nodig, de verschillende actoren ook apart te benaderen. Wil je echt weten hoe een bepaalde groep naar het concept van een voedsellandschap kijkt, neem die groep dan apart en noteer al hun bezorgdheden. Die komen zelden naar boven in een algemene infosessie. Natuurlijk is dat ook het moment om de dromen te noteren.
- Een apart infomoment voor de landbouwers is zeker aangewezen. Zij bekijken een voedsellandschap als 'hun werkplek'. Zij zijn de actoren voor wie het voedsellandschap hun broodwinning is. De uitrol van een voedsellandschap mag hun inkomen dus zeker niet onder druk zetten. Anderzijds, je vindt in de (groep) landbouwers sterke partners, als een voedsellandschap zorgt voor meer inkomensgarantie en -stabiliteit én voor meer begrip en erkenning voor hun werk.



4.6 EEN VOEDSELLANDSCHAP IS EEN SAMENWERKING

Een voedsellandschap is een gebiedsbenadering. Daarom is samenwerken belangrijk. Land- en tuinbouwers kunnen samenwerken rond de verkoop van hun producten (bijvoorbeeld via een afzetcoöperatie), maar ook rond de aanleg en het beheer van akkerranden en houtkanten, de buffering van water, het onderhoud van waterlopen, ... Dat laatste kunnen ze doen als agrobeheergroep. Kosten daarvoor kunnen worden gedragen door de gemeente of andere actoren.

Maar ook de inwoners kunnen 'investeren' in het landschap. Giften kunnen ervoor zorgen dat boerennatuur kan worden ingezaaid. Bloemenranden zorgen via de bijen die aangetrokken worden zeker voor een betere bestuiving. Ze verhogen de beleving voor de recreant en zorgen misschien op termijn ook voor lokale honing?

Het zijn maar enkele voorbeelden die duidelijk maken dat een voedsellandschap verder gaat dan een samenwerking tussen land- en tuinbouwers. In een voedsellandschap is er samenwerking mogelijk en noodzakelijk tussen de diverse actoren. Horeca garandeert de afname van de lokaal geproduceerde land- en tuinbouwproducten. Een lokale brouwer of bakker sluit een overeenkomst met de landbouwers om welbepaalde granen te telen (op een welbepaalde manier) tegen een prijs die boer en verwerker een aanvaardbaar inkomen oplevert.

Ook om zwerfvuil te voorkomen en op te ruimen, voor de signalisatie van wandelroutes, het onderhoud van picknickplekken, het uitstippelen van een zoektocht of leerpad, ... kunnen de handen in elkaar geslagen worden met lokale actoren. Leerkrachten, vrijwilligers, lokale afdelingen van socioculturele organisaties, natuurverenigingen, de heemkundige kring, ... zijn waardevolle bondgenoten.

De lokale actoren zorgen er daarenboven voor dat ieder voedsellandschap een unieke invulling krijgt. Elk gebied heeft immers zijn eigen verhaal.

OPDRACHT:

- Laat je inspireren en breng de samenwerkingsmogelijkheden binnen jullie voedsellandschap in kaart. Denk aan samenwerking tussen land- en tuinbouwers onderling, tussen landbouwers en andere actoren en tussen de andere actoren.
- Spreek potentiële partners aan en maak er jullie gemeenschappelijk project van.

TIPS:

- Inspiratie vind je op
 - www.boerenbond.be/voedsellandschap
 - <https://www.vvsg.be/milieu-klimaat-duurzaamheid/lokale-voedselstrategie>
- Zoek je informatie over of hulp bij de oprichting van een agrobeheergroep, neem dan zeker contact op met Boerennatuur Vlaanderen. <https://www.boerennatuur.be/werking/agrobeheergroepen/>

4.7 DE ROL VAN DE NABIJGELEGEN (GROOT)STAD

Een voedsellandschap wordt versterkt door de nabijheid van een (groot)stad. De stad zorgt voor afname van de land- en tuinbouwproducten en van de streekproducten die gemaakt zijn met de lokale landbouwproducten als grondstof (denk aan bier, brood, koekjes, confituur, fruitsappen, ...).

Steeds meer steden en gemeenten zetten in op een sterke voedselstrategie. Die sluit vaak aan bij of wordt ingezet vanuit hun klimaatstrategie, mobiliteitsstrategie, of vanuit het ruime milieu- en duurzaamheidsbeleid.

De nabijgelegen stad kan het voedsellandschap versterken op diverse vlakken. Meestal hebben de land- en tuinbouwers het moeilijk om afzet te vinden in de stad. Potentiële afnemers individueel aanspreken vraagt niet alleen tijd, het vraagt ook talenten die een landbouwer niet noodzakelijk heeft. Verkoop en marketing is immers een vak apart. Steden kunnen de lokale streekproducten onder de aandacht brengen van hun horecazaken, maar steden kunnen, zoals onder 4.5 al aangehaald, ook zelf een belangrijke afnemer zijn. Stel dat in de kantines van de stadsdiensten of stedelijke onderwijsinstellingen vooral lokaal geproduceerde land- en tuinbouwproducten gebruikt worden, dan is die hoeveelheid een belangrijke hefboom om het voedseltransport naar de stad rendabel te maken.

Eén of meerdere **Foodhubs** aan de rand van de stad maken het voor de lokale land- en tuinbouwers en streekproducenten gemakkelijker om hun producten af te zetten in de stad. Vanuit de *foodhub* kan er dan een *pick & pack* volgen. Producten van de verschillende leveranciers, bijeengebracht in de *foodhub*, worden volgens de bestellingen samengesteld (*pick*) en verpakt (*pack*), op maat van wat de klanten (bijvoorbeeld de horecazaken) bestellen. Die pakketten worden dan vanuit de *foodhub* geleverd waarbij de meest efficiënte route doorheen de stad uitgestippeld wordt. Steeds vaker zie je dat de levering gebeurt door voertuigen die rijden op groene energie. Groene energie kan worden geproduceerd door zonnepanelen op het dak van de *foodhub*. In een *foodhub* zou je ook nog een verwerkingseenheid kunnen voorzien waar bijvoorbeeld groenten gewassen, versneden en verpakt worden. Er zijn voorbeelden waar dat gebeurt via de **sociale economie**. Het mag duidelijk zijn dat een sterke samenwerking en een goede organisatie cruciaal zijn voor een *foodhub*. Steden kunnen daar een belangrijke faciliterende rol in spelen.



OPDRACHT:

- Ga na of de stad in jouw buurt een voedselbeleid voert. Speel daarop in, als je hen benadert met jullie idee rond een voedsellandschap.

TIPS:

- De Vereniging voor Steden en Gemeenten (VVSG) helpt haar leden bij de uitrol van een lokale voedselstrategie.
Inspiratie vind je op <https://www.vvsg.be/milieu-klimaat-duurzaamheid/lokale-voedselstrategie>.
- Stad Brussel werkt een *Good Food Strategy* uit. Alle informatie rond dat project is gebundeld op <https://goodfood.brussels/nl/content/de-good-food-strategie-0>
- Stad Antwerpen werkt een voedselstrategie uit. Hier lees je meer over dat project: <https://www.antwerpenmorgen.be/nl/projecten/klim-voedselstrategie/over>



Boerenmarkt in de stad © VLM



4.8 EEN VOEDSELLANDSCHAP IS EEN WIN-WIN VOOR ALLE ACTOREN

De kracht van een voedsellandschap zit in het feit dat meerdere partijen erbij winnen. Recreanten (her)ontdekken een toegankelijk, groen gebied. Horeca en kleinhandel kunnen zich onderscheiden door lokaal geproduceerde producten aan te bieden. Iedereen wint bij meer biodiversiteit op en langs de akkers. Landbouwers voldoen aan de vergroeningsverplichtingen en kunnen een betere prijs voor hun producten krijgen, als ze die telen in afspraak met hun afnemers. De uitdaging van een voedsellandschap is dat de win voor elke partner zodanig is, dat hij er zijn schouders blijft onder zetten.

Een voedsellandschap mag geen bovenwettelijke beperkingen en verplichtingen opleggen aan de land- en tuinbouwers die actief zijn in het gebied. Wel kunnen er afspraken gemaakt worden met de lokale landbouwers voor wat de teelten en teeltwijze betreft. Een landbouwer sluit zich daar op vrijwillige basis bij aan. De boeren gaan daar graag op in, als ze de meerwaarde ervan zien én ervaren.

OPDRACHT:

- Formuleer de 'win' voor de diverse partners in een voedsellandschap. Bekijk of er kosten en baten aan verbonden zijn en wie de kosten draagt en wie de baten krijgt. Bewaak de verhouding tussen beide.
- Communiceer de 'win' naar de diverse doelgroepen.

TIPS:

- Een samenwerking blijft enkel bestaan als alle actoren er iets bij winnen. Weet wel dat de win voor de ene groter kan zijn dan voor de andere. Laat dat de samenwerking niet afremmen.
- De win druk je niet enkel uit in euro's. Het kan ook gaan om meer biodiversiteit, meer waterbeschikbaarheid, productie en gebruik van lokale groene energie, meer beleving, meer erkenning, een beter imago, een sterker 'wij-gevoel' en dus een sterke identiteit, ...

4.9 GOEDE AFSPRAKEN (SPELREGELS)

Waar het landbouwgebied voor de landbouwers hun werkplek is, is het voor vele anderen een recreatiegebied. Op het platteland kruisen beide groepen elkaar letterlijk. Kennis van elkaars activiteiten, elkaars bezorgdheden én ergernissen is een eerste stap naar meer begrip voor elkaar. Wederzijds respect en, waar nodig, duidelijke afspraken, zijn aangewezen. Daarom helpt het in bepaalde buitengebieden om spelregels op te stellen waarin die afspraken vervat zitten. Hier en daar spreekt men van een gedragscode.

Zo zorgen recreanten, maar ook de lokale passanten, voor **zwerfvuil**. Behalve het feit dat sigarettenpeuken, blikjes, flesjes, vuile luiers, ... niet (snel) afbreken, zorgen ze ook voor veel dierenleed. Zo belanden blikjes in akkers, worden ze mee verhakseld met de maïs en het gras en komen ze zo via het veevoeder in de maag van de dieren terecht waar ze voor verwondingen zorgen. Interne bloedingen leiden in Vlaanderen jaarlijks tot de dood van tientallen koeien.



Loslopende honden laten via hun uitwerpselen parasieten achter in de weide die de grazende koeien infecteren en sterfte kunnen veroorzaken van de ongeboren vrucht. Of ze jagen de dieren op en zorgen zo voor stress.

Wandelaars nemen heel wat **selfies** en waar doe je dat beter dan tussen de teelten? Jezelf, bij voorkeur met een groep vrienden of familie, fotograferen tussen de wiegende graanhalmen, maïskolven, bloeiend koolzaad of mosterdzaad, ... Mooie kiekjes maar ten koste van behoorlijk wat kilo's opbrengst voor de landbouwer. Je bent immers niet de enige die dat doet.

Niet weinig landbouwers treffen een **wandelspoor** aan **langs** en zelfs **door** hun **akkers**. Ook al lijkt er nog niets te groeien op de akker, vaak trap je kiemende planten kapot of vertrap je de akkerrand die de boer aanlegt om de biodiversiteit rond zijn akker te vergroten. Op die akkerranden worden vaak ook bloemen ingezaaid. Ze dienen niet als veldboeket, maar om bijen en andere insecten aan te trekken die zorgen voor bestuiving of die als natuurlijke bestrijder de plagen op de akkerplanten aanpakken.

Land- of tuinbouwproducten uit het veld of de boomgaard halen, is strafbaar. Men noemt dat **moeskopperij**. Wat voor jou een kleinigheid lijkt (wat is nu één appel, één handvol appels, één fietszak met appels, ... ten opzichte van een hele boomgaard?) is bij herhaling voor de land- of tuinbouwer een flink deel van zijn oogst. Daarnaast is de kans groot dat je in je enthousiasme planten beschadigt, zodat de landbouwer niet één maar meerdere bloemkolen minder kan verkopen. Al wat je meeneemt is knabbelen aan het inkomen van de boer.

Maar ook land- en tuinbouwers moeten zich aan de spelregels houden. Een trage weg wordt niet omgeploegd. Waar **doorgang** verplicht is, mag je die niet afsluiten en **verkrotte schuilhokken** kunnen best opgelapt of afgebroken worden. Ook staat de landbouwer te weinig stil bij de rommelhopen achter of naast de bedrijfsgebouwen die wachten op een opruimbeurt, maar van op de weg weinig fraai ogen. Ze geven vaak een vertekend beeld van de bedrijfsvoering waar hoge normen op het vlak van hygiëne gehanteerd worden. Ook herinneren we even aan de **code van goede landbouwpraktijken** die elke land- en tuinbouwer moet volgen.

Zo moet bijvoorbeeld de landbouwer, tijdens en na de veldwerkzaamheden, de weg proper achterlaten. **Modder op de weg** is immers een groot gevaar voor andere weggebruikers.

Daarbij aansluitend deze warme oproep aan elke weggebruiker op het platteland. Ook hier gelden **verkeersregels**. Wees hoffelijk en blijf als fietsers en wandelaars achter elkaar, zodat (landbouw)voertuigen kunnen passeren. Tegelijk blijven tractoren achter de rij fietsers of wandelaars, als de weg te smal is om veilig in te halen. De drukte tijdens de voorjaarswerkzaamheden of de oogst zijn daarbij geen excuus.

Vorrangsregels worden gerespecteerd en je past je snelheid aan de zichtbaarheid aan. Sommige teelten groeien hoog. Minder dus je snelheid, als je een kruispunt nadert.

Landbouwvoertuigen nemen vaak heel wat plaats in. Zowel boer als passant houden daar best rekening mee. Volop genieten van het platteland doe je dus door je **veilig en hoffelijk** op de weg te begeven.



Ook (lokale) overheden dragen verantwoordelijkheid. Zo moeten zij zorgen voor het tijdig en goed **onderhouden** van sommige (veld)wegen, hagen en bomen wat leidt tot een goede doorgang, ook voor landbouwmachines. Ook het tijdig en goed ruimen van beken en andere waterwegen is vaak een bevoegdheid van de overheid.



Campagne tegen zwerfvuil © Innovatiesteunpunt

OPDRACHT:

- Noteer tijdens je gesprekken met de diverse actoren de bezorgdheden die geuit worden. Ga op zoek naar oplossingen tegen zwerfvuil, loslopende honden, het gevaar van landbouwmachines, geurhinder, gevaarlijke of onduidelijke verkeerssituaties, ...
- Ga na welke spelregels moeten worden geformuleerd in jullie gebied. Wat zorgt voor overlast?
- Ga na hoe je de boodschap formuleert. Beter dan vermanend en bestraffend wordt een boodschap op een uitnodigende, positieve manier geformuleerd. Hou daarbij de doelgroep voor ogen.
- Ga na hoe je de boodschap naar de doelgroep brengt. Kan je gebruik maken van bestaande communicatiekanalen (denk aan het gemeenteblad, sociale media, infoborden, een flyer, lokale radio- of televisiezenders, ...) of moet je iets nieuws opstarten?
- Ga na in hoeveel budget je moet voorzien (en wie dat zal ter beschikking stellen), als je communicatie wil opstarten.

TIPS:

- De code van de goede landbouwpraktijken zit gebundeld in verschillende praktijkgidsen, terug te vinden op de [website](#) van het Departement Landbouw & Visserij. Deze bevatten nuttige tips,

technieken en aanbevelingen waarmee de land- en tuinbouwers aan de slag kunnen om mee de basiskwaliteit te helpen respecteren.

- Plattelandsklassen vzw bundelde in dit [lespakket](#) enkele tips rond verkeersveiligheid op de buiten. Je hoeft geen scholier te zijn om er iets van op te steken: <https://www.plattelandsklassen.be/ons-aanbod/educatief-materiaal/verkeersveiligheid-op-de-buiten-samen-onderweg-werkblaadjes>
- Provincie West-Vlaanderen rolt elk jaar de campagne ‘modder op de weg’ uit. Info en bruikbaar campagnemateriaal vind je [hier](#) .
<https://www.verkeersveiligwestvlaanderen.be/campagne-modder-op-de-weg>
- Onder 4.13 lees je enkele tips rond communicatie.

4.10 EEN VOEDSELLANDSCHAP VORMGEVEN VRAAGT TIJD

Wie ook het idee van een voedsellandschap lanceert, het bovenstaande maakt duidelijk dat het tijd vraagt om dat uit te rollen. Welke actoren worden betrokken, waar dromen ze van en wat kan op relatief korte termijn uitgerold worden? Wie neemt welke rol op?

Wie trekt de kar? Doen we dat zelf of gaan we op zoek naar een onafhankelijke facilitator? (Zie 4.14). Wat is de gemeenschappelijke doelstelling? Welke afspraken maken we? Zijn er inspirerende voorbeelden, kunnen we die samen bekijken en kunnen we die vertalen naar onze eigen locatie?

Besef dat je bij de invulling van een voedsellandschap best stapsgewijs tewerk gaat. In hoofdstuk 7 vind je een stappenplan. Belangrijk is dat de lokale actoren mee vormgeven aan het voedsellandschap. Zij bepalen dus mee het tempo.



In groep bepaalt de traagste het tempo.

Besef dat je zeker de land- en tuinbouwers mee moet hebben. Uiteindelijk gaat het om hun werkplek en hun inkomen. Als ideeën alleen maar werk en kosten met zich meebrengen, zal je weinig enthousiaste medestanders vinden bij de groep land- en tuinbouwers. Stel je maatregelen voor die leiden tot meer zekerheid op inkomen, ecologische draagkracht en gedragenheid door de maatschappij, dan vind je in een landbouwer een trouwe, gedreven compagnon.



4.11 HET JUISTE MOMENTUM

Wie van start wil gaan met een voedsellandschap in de eigen streek moet weten dat het maar kans op slagen heeft als de behoefte bij meerdere actoren leeft. Heb daarom oog voor het juiste momentum. Is er nog niets aan het kiemen, dan zal je weinig draagvlak vinden voor een voedsellandschap. Voel je dat steeds meer mensen, om welke reden ook, hun toevlucht zoeken in het landbouwlandschap, denk dan na hoe je ze rond de tafel krijgt. Betrokkenheid is cruciaal voor de uitbouw van een voedsellandschap. Uiteindelijk start je met een langetermijnproject. Een voedsellandschap rol je niet uit *voor* anderen, maar *met* anderen. Je legt een voedsellandschap ook niet van bovenaf op. De slaagkansen zijn veel groter, als het van onderuit groeit.

Af en toe doen zich kansen voor die je kan grijpen. Denk aan het moment waarop een gebied heringericht wordt, waarop een nieuwe fietsroute met bijbehorende evenementen uitgetekend wordt (bv. naar aanleiding van een 100-jarig bestaan van iets), de aanwezigheid van een buurtcomité dat de link met de lokale landbouw en het bijbehorende gebied weer wil versterken, een situatie (bv. de coronacrisis) die het belang van een nabijgelegen toegankelijk gebied aantoon, ... Soms worden ook de krachten gebundeld als (landbouw)grond dreigt ingenomen te worden door grote infrastructuurwerken of de expansie van een bedrijf. Een gemeenschappelijke bedreiging kan de katalysator zijn om de handen in elkaar te slaan, om de waarde van de open ruimte meer zichtbaar en tastbaar te maken en multifunctioneel gebruik te versterken, zodat landbouw en voedselproductie er ook voor de volgende generaties mogelijk blijft.

Steeds meer steden en gemeenten zetten in op een klimaatvriendelijk beleid, een voedselstrategie, op minder mobiliteit, ... Speel in op de beleidslijnen die uitgezet worden. Een voedsellandschap kan invulling geven aan diverse doelstellingen.

Grote maar ook kleine gelegenheden of veranderingen, die voelbaar zijn bij diverse doelgroepen, kunnen de kiem zijn voor de uitrol van een voedsellandschap. Zo'n kapstok of sleutelmoment kan heel wat in beweging zetten.

OPDRACHT:

- Ga na wat er leeft, wie waarrond werkt en kijk of een voedsellandschap kan bijdragen tot de oplossing.
- Heb oog voor kapstokken en sleutelmomenten die in jouw buurt de opstart van een voedsellandschap kunnen initiëren. Grijp de kansen die ze bieden. Denk aan de start van een (land)inrichtingsplan, initiatieven rond streekidentiteit, beleidsplannen rond waterbeheer, klimaat, voedselstrategie, infrastructuurwerken, ...
- Benader en betrek gedragen vertegenwoordigers/aanspreekpunten van de diverse actoren (landbouwers, middenstand, lokale overheid, ...).

TIPS:

- Analyseer de beleidsnota's die opgesteld werden bij de start van een nieuwe legislatuur. Doe dat voor de gemeente(s) waarin het voedsellandschap ligt, maar ook voor de nabijgelegen (groot)stad. Je vindt er ongetwijfeld kapstokken waaraan je het voedsellandschap kan ophangen.



- Een landinrichtingsplan kan een hefboom zijn voor de verkenning en eventuele ontwikkeling van een voedsellandschap. Landinrichting voorziet immers budget voor de inrichting van het gebied. Bovendien brengt landinrichting multidisciplinair verbeteringen aan in een gemeente of streek, waardoor er in het landinrichtingsproces per definitie heel wat actoren worden bijeengebracht. Twee sterke argumenten om de uitrol van een voedsellandschap te laten samenlopen met een landinrichtingsplan.



Ontmoetingspunt, waar de bezoeker verwelkomt en geïnformeerd wordt © VLM



4.12 GEEN VOEDSELLANDSCHAP ZONDER EXTRA BUDGET

Hoe minimaal je een voedsellandschap ook invult, het vergt extra financiële middelen. De aanleg én het onderhoud van een trage weg, van akkerranden en houtkanten, van picknickplaatsen, een foodhub of automaten met lokale land- en tuinbouwproducten, ..., maar ook de kost van bewegwijzering, infoborden, communicatie en marketing, ... moeten in rekening worden gebracht, niet alleen bij de start maar doorheen de jaren. Zonder extra structureel budget is de uitrol en het bestendigen van een voedsellandschap zeer moeilijk.

Denk dus ook na over het verdienmodel achter een voedsellandschap. Zowel het individu (bijvoorbeeld de landbouwer of de lokale ondernemer) als de hele groep moet eraan verdienen. Daarbij gaat het zowel om euro's (inkomen) als om meerwaardecreatie op ecologisch en maatschappelijk vlak.



Op de vraag of mensen, consumenten of overheden bereid zijn om te betalen voor ecologische diensten, zoals ze betalen voor voeding, antwoordt Joris Relaes, administrateur-generaal ILVO: "Betalen moet je ruim zien. Gedragenheid realiseren is ook *verdienen*."



"De driehoek van consument, producent en overheid is het totaal systeem zoals wetenschappers de economie benaderen. Vermits de consument wel meer wil betalen voor voedsel met toegevoegde waarde, maar niet voor een landschap met toegevoegde waarde, zal dat laatste betaald moeten worden met belastinggeld." (Krijn Poppe, prof. emeritus Wageningen Economic Research)

OPDRACHT:

- Breng de verwachte kosten in kaart.
- Breng de verwachte opbrengsten in kaart, zowel op economisch, ecologisch als maatschappelijk vlak.
- Ga na of er voor jouw gebied subsidiekanalen zijn die de opstart en verdere ontwikkeling van een voedsellandschap mogelijk maken. Klop zeker aan bij je gemeente waar men vaak weet heeft van projectoproepen en andere subsidiekanalen. Die sluiten vaak aan bij beleidsplannen op lokaal, provinciaal, Vlaams en/of Europees niveau.

TIPS:

- Er zijn projectsubsidies om een voedsellandschap op te starten of te versterken. LEADER-projecten zijn ideaal om een project rond een voedsellandschap in te dienen. Een voedsellandschap is lokaal, innovatief en gaat uit van een samenwerking tussen verschillende partners. Kijk na of jouw gemeente in een LEADER-gebied ligt en neem contact op met je lokale LEADER-coördinator. Algemene informatie over LEADER vind je [hier](#), maar zoek zeker ook informatie bij/over je eigen regio en/of provincie. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/leader-steunmogelijkheden-voor-plattelandontwikkeling>

- Er zijn ook subsidies voor projecten die inzetten op het verbeteren van de omgevingskwaliteit en plattelandsontwikkeling.
<https://www.vlm.be/nl/themas/platteland/PDPOIII/Paginas/default.aspx>
- Ook het Departement Landbouw & Visserij lanceert regelmatig een oproep voor projecten die de Vlaamse land- en tuinbouw op één of andere manier verduurzamen. Het concept voedsellandschap sluit aan bij het versterken van de korte keten, het robuuster en veerkrachtiger maken van de Vlaamse landbouwsector, bodem- en waterbeheer, circulaire economie, ... , allemaal thema's die op de politieke agenda staan en waar projectoproepen voor gelanceerd worden.
- Een volledige lijst van projectoproepen opstellen is onmogelijk. Ze zijn niet alleen te talrijk, ze zijn ook tijdsafhankelijk. Doorheen het jaar verschijnen er diverse oproepen vanuit diverse kanalen. Hou ogen en oren open. Je kan zeker ook ten rade bij de organisaties die je terugvindt onder hoofdstuk 8.



Genieten in landbouwgebied © VLM



4.13 COMMUNICATIE EN MARKETING

Een voedsellandschap groeit van idee tot realisatie. Doorheen dat traject is communicatie heel belangrijk. In de **beginfase** dient communicatie vooral om een groep te vormen en bijeen te houden, om **intern informatie uit te wisselen** en om afspraken vast te leggen en gemaakte afspraken vlot terug te vinden. Gaandeweg is communicatie ook een middel om informatie vanuit de groep naar derden te sturen, men spreekt van **externe communicatie**. Vanaf die fase is het belangrijk een naam te hebben voor jullie project en een vaste contactpersoon vanuit de groep. Zo vermijd je verwarring en gaat geen enkel contact verloren.

Waar **communicatie** dient om een boodschap van de zender bij de doelgroep te krijgen via diverse communicatiekanalen, is **marketing** een discipline om je product of je dienst in de markt te zetten. Bij marketing zijn een naam, een logo, een huisstijl die zorgt voor de *look & feel* en een *baseline* sterktemakers. Zorg dat ze goed aansluiten bij wat je als voedsellandschap wil invullen. Communicatie is een hulpmiddel in je marketing maar marketing is zeker niet altijd nodig in je communicatie. Wanneer alle mededelingen op een reclamespot lijken, dreig je wel eens mensen en aandacht te verliezen.

4.14 EEN ONAFHANKELIJKE FACILITATOR HELPT EEN VOEDSELLANDSCHAP UIT DE STARTBLOKKEN

Een voedsellandschap opstarten vraagt tijd en geld. Het vraagt vaak ook een facilitator die in alle neutraliteit de diverse actoren in kaart helpt brengen, aanspreekt en rond de tafel brengt. Hij/zij inspireert en begeleidt van idee tot uitrol. Hij bewaakt het tempo waarop de groep vooruitgaat. Niet te snel, niet te traag. Uiteindelijk is het belangrijk iedereen aan boord te houden.

Hij formuleert conclusies uit lange debatten, brengt hersenspinsels in kaart en zet duidelijke lijnen uit. Vanuit zijn ervaring kan hij inspirerende voorbeelden aanhalen om verwachtingen of ideeën concreter te maken. Hij zet een tijdslijn uit met te nemen stappen, beoogd resultaat en de rol die de actoren zullen opnemen. Hij zorgt ook voor opvolging van dat stappenplan. Hij stimuleert het dromen en bewaakt het realiteitsgehalte. Hij heeft oog voor ieders standpunt en zoekt de grootste gemene deler. Daarbij doet hij ook het besef groeien dat grenzen doorheen de tijd kunnen worden verlegd. Een voedsellandschap is immers geen statisch gegeven. Het is de uitdaging om met de hele groep jaar na jaar verder te geraken op een manier waarop iedereen stappen vooruitzet. Iedere groep kan zijn lat hoger leggen waardoor ook de gemeenschappelijke lat in een goed gerund voedsellandschap jaar na jaar verlegd wordt vanuit een gedeelde ambitie.

Een goede facilitator in het kader van voedsellandschappen is iemand met ervaring op vlak van participatie, projectontwikkeling en -opvolging. Maar ook met kennis van de Vlaamse land- en tuinbouw en ruimtelijke ordening en met een neus voor innovatie.

Een facilitator helpt de groep op weg, maar doet dat in nauwe samenwerking met een groep lokale trekkers. Op die manier is zijn rol beperkt in de tijd. Af en toe kan hij als inspirator opnieuw betrokken worden bij het lokale initiatief.



4.15 WAT NOG?

Ongetwijfeld zijn er nog randvoorwaarden, al dan niet eigen aan de locatie. De concrete uitrol van voedsellandschappen in Vlaanderen zal die naar boven brengen. Staar je dus niet blind op het bovenstaande. Heb oog voor alle drempels die overwonnen moeten worden en voor alle kansen die zich aandienen. Besef daarbij dat er in de samenwerking heel wat kennis en ervaring aanwezig is bij de diverse actoren. Benut ze en leer van elkaar. En steek je licht eens op, daar waar men op een andere locatie een voedsellandschap heeft opgestart.



Ideeënbox © Innovatiesteunpunt



Een voedsellandschap is een unieke plaats om te overnachten.
Glamping, zijnde glameus kamperen kan ook op een boerderij © aan de Vleterbeke



Kies je bij de aanplant van bomen voor voederbomen, dan versterk je niet alleen het landschap, zorg je niet alleen voor een schuilplek voor de dieren maar verrijk je ook hun dieet met mineralen en sporelementen © VLM





5 WAT HELPT (NIET) ...

5.1 DWING NIETS AF

Een voedsellandschap heeft geen wettelijk kader. Het is een vrijwillig initiatief van lokale actoren. Een voedsellandschap vertrekt vanuit het engagement rond een gemeenschappelijke doelstelling die men op de lange termijn samen uitrolt. Centraal staat het landbouwgebied met focus op land- en tuinbouw en op landschapsbeheer waarbij via veelzijdige invulling een grote groep actoren ijvert voor meerwaardecreatie en het behoud van de open ruimte. Door druk te zetten of inspanningen af te dwingen waar de partners (nog) niet klaar voor zijn dreig je de uitrol van een voedsellandschap af te remmen of zelfs stil te leggen.

Zoals in hoofdstuk 4.10 aangegeven, vraagt de uitrol van een voedsellandschap tijd. Gun elkaar de nodige tijd.

5.2 LEER ELKAAR KENNEN EN RESPECTEREN

In overleg dat moet leiden tot samenwerking is het belangrijk dat de verschillende actoren **elkaar kennen**. Zo is de actuele land- en tuinbouw te weinig bekend. Weten wat de landbouwer doet en waarom hij het zo doet, helpt de verwachtingen juist te stellen. Voor een landbouwer helpt het dan weer om te weten wie wat verwacht en waarom hij dat verwacht. Dat gaat zowel om de recreant als om de potentiële afnemer. Als je zelf nooit op een veldweg fietst, weet je niet wat stoort of gevaarlijk is. En als je weet hoe je afnemer voortwerkt met jouw land- of tuinbouwproducten, weet je beter hoe je die best op de (lokale) markt brengt.



“People will only protect what they love and they will only love what they know.”

(Konrad Lorenz)

Wat niet helpt bij de uitrol van een voedsellandschap is actoren stigmatiserend (blijven) benaderen. Als je op elk overleg moet horen dat je als landbouwer de grote vervuiler bent, als gemeente nooit iets doet voor de landbouwers of als recreant altijd zwerfvuil achterlaat, dan geraak je geen stap verder. Benoem knelpunten, weerleg ze of duid ze, pak ze vast en los ze op. Samen werken aan een voedsellandschap is bekommernissen en ergernissen wegwerken.

Laat de samenwerking ook niet afremmen door eindeloze discussies over hoe ver ‘lokaal’ reikt, wat nu echt korte keten is, wat een eerlijke prijs of meerwaarde is, ... Als elk overleg uitmondt in eindeloze ideologische discussies, dan zet je geen stap vooruit. Weet dat elke marathon gelopen wordt door stap na stap vooruit te gaan. De enige voorwaarde is dat iedereen moet open staan voor verandering en er ook een actieve rol moet opnemen. Win-win voor alle actoren betekent ook actie-actie door alle actoren. En besef dat je een tanker, wat een landbouwbedrijf anno 2021 is, niet zo vlot draait als een grote vloot kleine bootjes.



OPDRACHT:

- Vertrek vanuit waardering voor elkaar. Daarvoor moet je elkaar (leren) kennen. Organiseer, indien nodig, kennismakingsmomenten. Zo kan je een bezoek brengen aan de lokale landbouwbedrijven, aan verwerkende bedrijven, aan goede voorbeelden van boerennatuur, ... Elkaar kennen helpt om elkaar te begrijpen. Enkel vanuit begrip en waardering voor elkaar is een samenwerking voor een lange termijn mogelijk.
- Wuif de ergernissen van anderen niet weg, maar zoek samen naar een oplossing. Vaak helpt het om het eens te bekijken vanuit de andere kant, zowel letterlijk als figuurlijk.

5.3 WETGEVEND KADER

Nieuwe beleidsplannen kunnen de springplank zijn voor ideeën die al lang broeden. Denk aan de *blue* en *green deal* die ook Vlaanderen uitrolt, het beleid rond nationale parken en landschapsparken, de circulaire economie en initiatieven rond klimaatverandering die op de diverse beleidsniveaus hoog op de agenda staan. Ze zijn vaak de hefboom, nodig voor verandering.

Maar het wetgevend kader durft ook wel af te remmen. De onomkeerbaarheid bij de aanleg van een poel, het planten van een bomenrij, het geven van doorgang, ... maakt dat waardevolle ideeën niet altijd uitgewerkt worden. Laat ze je niet ontmoedigen. Kaart ze aan (via je lokale overheid, de landbouworganisaties, natuurverenigingen, ...), werk binnen het wettelijk kader en werk verder aan wat wel uitgerold kan worden in de hoop dat, wat vandaag niet kan, in de (nabije) toekomst misschien wel kan.

Laat het duidelijk zijn dat een voedsellandschap beleidsoverschrijdend is. Het heeft te maken met ruimtelijke ordening, landbouw, natuur, erfgoed, toerisme, sport en gezondheid, ... Daarom is het niet altijd duidelijk bij welke overheidsinstantie je moet aankloppen voor ondersteuning of antwoord op je vragen. De gebiedsgerichte benadering is ook voor overheden, zowel op lokaal als op Vlaams niveau, een nieuwe uitdaging.

De juiste partners, gelegenheid en/of nieuwe inzichten creëren de mogelijkheid tot nieuwe initiatieven. Grijp het momentum en zet iets in gang. Laat ideeën rijpen, kijk waar ze samenvallen en rol ze samen uit. Een stimulerend beleid helpt de grenzen te verleggen.



5.4 LASAGNE VAN INITIATIEVEN

De uitrol van een voedsellandschap is geen losstaand gebeuren. Vaak vinden er in het gebied nog heel wat andere projecten en processen plaats in het kader van ruimtegebruik. Ze kunnen de uitrol van een voedsellandschap versterken maar ook afremmen of stopzetten. Denk aan initiatieven rond waterbeheer, landinrichtingsplannen, uitbreiding van het wegennet, industrieterrein of woongebied, boscompensatie, ...

Het is een hele uitdaging om al die initiatieven op elkaar af te stemmen. Maar door het partnerschap in een voedsellandschap zijn er nu meer actoren die pleiten voor het behoud van de open ruimte en de landbouwactiviteiten.

OPDRACHT:

- Inventariseer alle lopende initiatieven die in het beoogde gebied betrekking hebben op de invulling van de ruimte en die het voedsellandschap kunnen beïnvloeden. Probeer ook te inventariseren wat (in de toekomst) op de planning staat.
- Formuleer de kansen en bedreigingen die deze initiatieven bieden/vormen voor het voedsellandschap.
- Bekijk of je vanuit de groep actoren van het voedsellandschap een gezamenlijke reflectie kan formuleren op die initiatieven en of je vanuit het voedsellandschap, waar zinvol, mee rond de tafel kan zitten als betrokken actor.



De geplande uitbreiding van de Ring rond Brussel zet druk op De Kouter © VLM





6 INSPIRATIE

Elk voedsellandschap is uniek, want idealiter wordt het uitgerold vanuit de lokale actoren en voldoet het aan de lokale noden. Maar toch valt er heel wat inspiratie te vinden op andere locaties. Hieronder enkele ‘proevertjes’ die op diverse manieren zorgen voor meerwaarde. Graag inspireren we met enkele economische verdienmodellen, met initiatieven rond vergroening en landschapsbeheer en met initiatieven die zorgen voor maatschappelijke meerwaarde. Ideaal zijn die inspanningen die zowel op economisch, ecologisch als op maatschappelijk vlak meerwaarde creëren.

6.1 INSPIRATIE ROND ECONOMISCHE VERDIENMODELLEN

LOKALE GRANEN VOOR LOKALE BIEREN

Brouwerij 3 Fonteinen uit Lot (Beersel), bekend om zijn lambiek, geuze en kriel, werkt samen met Pajotse akkerbouwers. Zij telen, op vraag van de brouwerij, opnieuw de oude Brabantse graansoorten. Brouwerij en graantelers zijn in overleg een eerlijke prijs overeengekomen. Die prijs biedt toekomstperspectief dat zowel voor de landbouwers als voor de brouwerij belangrijk is.

Met dat economisch model, waarin de garantie op levering en kwaliteit belangrijker is dan het streven naar de laagst mogelijke grondstofprijs, willen de initiatiefnemers ook andere brouwers, bakkers, ... inspireren. Dit economisch model gaat uit van regionale actoren uit de agrovoedingsketen die inzetten op kwaliteit en ambacht. Het zorgt voor meer veerkracht bij alle actoren.

Meer info: <https://granen.3fonteinen.be/>

A-PLOEG

Via het project ‘de A-ploeg’ zoeken Antwerpse boeren en Antwerpse ondernemers een match. Producenten van land- en tuinbouwproducten en andere ondernemers vinden elkaar via een Facebookpagina (voor leden). Er ontstaan nieuwe afzetkanalen en zonder twijfel leidt dit project tot nieuwe teelten en verwerkingen. Het project hoopt het begin te zijn van een nieuwe economische dynamiek in en rond de stad Antwerpen.

Meer info: <https://a-ploeg.be/> en <https://www.facebook.com/groups/a.ploeg>

6.2 INSPIRATIE ROND VERGROENING EN LANDSCHAPSBEHEER

VOEDERBOMEN

Overweeg je de aanplant van bomen in of langs de weide, denk dan eens na over de aanplant van voederbomen zoals es, wilg en hazelaar. De bladeren en twijgen bevatten immers veel mineralen en spoorelementen. Dat is een goede aanvulling bij de gekende meerwaarde die alle bomen hebben zoals de verhoging van het dierenwelzijn (schuilen bij hitte of slecht weer), de vermindering van erosie (diepe wortels), de verhoging van de biodiversiteit en de landschapswaarde en de beperking van de uitstoot van broeikasgassen.

Welke bomen waar en hoe best aangeplant worden, is maatwerk naargelang het bedrijf. Niet alleen de diersoort (koeien, varkens, pluimvee, ...) en de landbouwactiviteiten, maar ook het cultuurhistorisch landschap en de natuurwaarden rondom de weide zijn bepalend.

Zoek je inspiratie, lees dan de brochure 'Voederbomen in de landbouw. Meer waarde per hectare door multifunctioneel landgebruik' (Nick van Eekeren e.a., Louis Bolk Instituut Nederland). Je vindt ze terug op <https://www.louisbolk.org/downloads/2931.pdf>

Binnen het Interreg Europe project BioGov werd dit filmpje gemaakt: <https://bit.ly/3ipKnAd>

BOERENNATUUR VLAANDEREN

Boerennatuur Vlaanderen vzw werkt in Vlaanderen aan een landbouw die een positieve impact heeft op natuur, milieu en klimaat én economisch rendabel is. De medewerkers van de vzw verenigen en ondersteunen alle landbouwers die daaraan willen meewerken en stimuleren hen om samen te werken met collega's en andere actoren.

Boerennatuur Vlaanderen zet in op koolstofopbouw in de bodem, op vogelvriendelijk boeren, waterbeheer, houtkantbeheer en energiehout, akker- en bloemenranden, agroforestry, ... Boerennatuur Vlaanderen bewaakt daarbij de synergie tussen ecologie en economie.

Boerennatuur Vlaanderen begeleidt ook Agrobeheergroepen (ABG's). In die laagdrempelige samenwerkingsverbanden werken lokale landbouwers samen rond boerennatuur. Gemeentebesturen of andere actoren kunnen opdrachtgever zijn van de uit te voeren werken.

Wil je landbouw en natuur verbinden, dan vind je inspiratie op www.boerennatuur.be





Bomen in de weide, goed voor de grazers, vogels en het landschap © VLM

BEHEEROVEREENKOMSTEN

De Vlaamse Landmaatschappij (VLM) ondersteunt meerdere maatregelen die gericht zijn op het behoud of de verbetering van de kwaliteit van het milieu, de natuur of het landschap. VLM spreekt van beheerovereenkomsten. In ruil voor de inspanning krijgt de landbouwer een vergoeding.

De VLM sluit beheerovereenkomsten in het kader van perceelsranden, erosiebestrijding, soortenbescherming, onderhoud van kleine landschapselementen, botanisch beheer en betere waterkwaliteit.

Laat je inspireren op <https://www.vlm.be/nl/themas/beheerovereenkomsten>



6.3 INSPIRATIE ROND MAATSCHAPPELIJKE MEERWAARDECREATIE

BOER ZKT BANK – BANK ZKT BOER

In Sint-Laureins (Meetjesland) plaatste de toeristische dienst op enkele boerderijen een bank. Die nodigt passanten uit om even uit te rusten. Wanneer het kan, maakt de landbouwer een praatje met de mensen. Het brengt boer en burger dicht bij elkaar. Plaats je de bank bij een hoevewinkel of automaat, dan kan de passant letterlijk proeven van het voedsellandschap.

<https://bit.ly/2XDET11>

LANDBOUWBELEVING

Op diverse plaatsen in Vlaanderen kan je een bezoek brengen aan een land- of tuinbouwbedrijf. De Landelijke Gilden vzw ondersteunt een netwerk van Kijkboerderijen waar groepen en/of klassen welkom zijn. Op die boerderijen geven de bedrijfsleiders, actieve land- en tuinbouwers, op een toegankelijke manier duiding bij hun werking. Een mooie manier om het dagelijks leven op de bedrijven te leren kennen.

Misschien kunnen één of meerdere land- en tuinbouwbedrijven in jullie gebied zich bijscholen tot Kijkboerderij. Landelijke Gilden vzw en Plattelandsklassen vzw helpen je daarbij graag op weg. Ze hebben educatieve borden die de rondleiding ondersteunen, tips om groepen te ontvangen, ... Zelf organiseren ze heel wat activiteiten in het kader van landbouwbeleving en -educatie.

Info vind je op <https://www.landelijkegilden.be/ontdekken/landbouw>. De lijst van Kijkboerderijen vind je hier: <https://www.landelijkegilden.be/informereren/actualiteit/bezoek-een-boerderij>

Dit is een kleine greep uit de vele inspirerende voorbeelden die je online vindt op www.boerenbond.be/voedsellandschap. Daarbij zijn er zowel voorbeelden van economische, ecologische en/of maatschappelijke meerwaardecreatie en dat voor alle actoren. De aangehaalde voorbeelden zijn niet noodzakelijk uitgerold in een voedsellandschap, maar passen wel in het concept. Laat je inspireren en vertaal de voorbeelden naar jullie lokaal initiatief.

TIPS:

- Je vindt ook inspiratie in buitenlandse voedsellandschappen. In de publicatie 'expertenopdracht stedelijke landbouwparken Vlaanderen' (2018) vind je op pagina 13 en verder inspirerende voorbeelden van Noord- tot Zuid-Europa.
https://omgeving.vlaanderen.be/sites/default/files/atoms/files/Expertenadvies_stedelijke%20landbouwparken.pdf

- Op de website www.boerenbond.be/voedsellandschap vind je nog enkele voorbeelden van lopende projecten rond voedsellandschappen in Nederland.
- Vind het warm water niet uit en wacht niet op een allesomvattend plan. Ook al benoem je het gebied nog niet als een voedsellandschap, je kan al initiatieven nemen die aansluiten bij de uitrol van een voedsellandschap. Wanneer de tijd rijp is, kan je het voedsellandschap op de kaart zetten. Eerder dan de naam is het de invulling die het verschil maakt.

OPDRACHT:

- Noteer, vanuit jullie situatie, welke voorbeelden inspireren en een antwoord kunnen bieden op jullie lokale noden of betrachtingen. Wordt het een kopie of hoe zet je ze naar jullie hand?
- Noteer daarbij ook, per initiatief, welke lokale actoren cruciaal zijn in de uitrol. Misschien kan je al een streefdatum noteren waartegen je het initiatief wil uitrollen?
- Ken je zelf nog inspirerende voorbeelden? Laat het ons zeker weten via voedsellandschap@vlm.be. Ook wij vinden het warm water liever niet uit.



QR-code maakt van een knooppuntenwandeling een themawandeling © Innovatiesteunpunt





GEBIED BEPALEN

ACTIVITEITEN EN ACTOREN
IN KAART BRENGEN

ACTORENOVERLEG ORGANISEREN

CHARTER OPSTELLEN
EN ONDERTEKENEN

ACTIEPLAN OPSTELLEN
EN UITROLLEN

COMMUNICATIEPLAN

MARKETING

7 STAPPENPLAN VOOR DE UITROL VAN EEN VOEDSELLANDSCHAP

Heeft het bovenstaande je goesting doen krijgen in de uitrol van een voedsellandschap, dan heb je wat stappen te doorlopen. Bewaak daarbij dat je een voedsellandschap van onderuit opbouwt. Een voedsellandschap dat opgedrongen wordt en waarin de actoren enkel een uitvoerende rol invullen, is geen lang leven beschoren. Zo'n voedsellandschap zal zich ook niet verder ontwikkelen in de loop der jaren, omdat de lokale noden en opportuniteiten niet opgemerkt worden.

Zet je graag je schouders onder de uitrol van een voedsellandschap, om welke reden ook, betrek dan snel compagnons, lokale actoren. Samen vorm je de startende kerngroep. Onderstaand stappenplan helpt jullie op weg. Het stappenplan is de concretisering van de toelichting in bovenstaande hoofdstukken. Hier en daar zal de tekst je herinneren aan de duiding en tips die daar gegeven worden. De antwoorden op de geformuleerde opdrachten hou je best bij de hand. Ze komen in dit stappenplan zeker van pas.

7.1 GEBIED BEPALEN

Om te beginnen: bepaal het gebied waar het om gaat. Je kan de grenzen doorheen het traject nog verleggen, maar een duidelijke begrenzing van het gebied helpt om de groep actoren af te lijnen, visie en missie van de samenwerking scherp te stellen (wat wil je doen en waarom?), en de gezamenlijke aanpak duidelijk te formuleren.

Een voedsellandschap is, in tegenstelling tot landschapsparken en nationale parken, beperkt in omvang. Het gaat zelden om één groot aaneengesloten landbouwgebied. Wegen vormen vaak een grens en woonkernen, industrie- of recreatiezones zorgen voor versnippering, maar de (groep) eigenaars of (groep) gebruikers kunnen als actor meegenomen worden. Ze kunnen een meerwaarde zijn voor het voedsellandschap en omgekeerd. Zo is voor voetballers een Finse piste tussen de velden een stuk aangener trainen dan rondjes lopen rond het nabijgelegen voetbalveld. En restwater of restwarmte van de industrie zijn welgekomen grondstoffen voor de land- en tuinbouwers in de buurt. Én omgekeerd.

OPDRACHT:

- Doe een voorstel van gebiedsafbakening. Indien zinvol of gewenst, kan je een paar af te wegen alternatieven op tafel leggen. Neem je bijvoorbeeld het gebied tussen de expresweg en de spoorweg wel/niet mee in het project?
- Zorg dat, na overleg, alle actoren akkoord gaan met het vastgelegde gebied.

TIPS:

- Hou bij de afbakening rekening met de 'identiteit' van het gebied. Vaak draagt het gebied van oudsher een naam. De grens die vroeger getrokken werd, kan ook nu meegenomen worden. Is er een reden om daarvan af te stappen, aarzel dan zeker niet om dat te doen.



- Lokale landbouwers of oudere inwoners zijn vaak de geknipte personen om uitleg te geven bij de oude benaming van het gebied. Een ideale insteek om ze bij het project te betrekken.
- Een voedsellandschap kan ook een verzameling zijn van vroeger afgebakende gehuchten. Je kan in de uitrol van het voedsellandschap blijven rekening houden met de eigenheid van elk gehucht, mocht dit gewenst zijn.

7.2 ACTIVITEITEN EN ACTOREN IN KAART BRENGEN

Breng in kaart welke activiteiten aanwezig zijn in het gebied en wie de betrokken actoren zijn. Hoeveel land- en tuinbouwers bewerken de grond, wie van hen heeft zijn bedrijfszetel in het gebied, wie zijn de grondeigenaars? Welke deelsectoren van de land- en tuinbouw worden beoefend? Hierbij gaat het om groenteteelt, fruitteelt, sierteelt (= tuinbouw), akkerbouw en veeteelt (varkens, pluimvee en rundveehouderij).

Welke andere ondernemers, groot en klein, zijn er actief of hebben een link met het gebied, omdat ze producten afnemen (brouwer, bakker, ...) of grondstoffen leveren? Vooral horeca en kleinhandel zijn interessante partners, omdat zij de lokaal geproduceerde landbouwproducten in de kijker kunnen zetten.

Welke dienstverlening is aanwezig of ontbreekt? En hoe zou een voedsellandschap die kunnen benutten of de leemtes kunnen invullen?

Zijn er toeristische bezienswaardigheden, belevingsplekken, waardevolle erfgoedelementen zowel op het vlak van gebouwen, landschap als legendes? Zijn er verloren hoekjes die een zinvolle invulling kunnen krijgen?

Zijn er burgerinitiatieven die meegenomen kunnen worden zoals een energiecoöperatie of het samen uitbaten van een volkstuin, boomgaard, ...? Zijn er verenigingen actief waarmee je kan samenwerken om wandelingen uit te stippelen, zwerfvuil tegen te gaan, evenementen te organiseren?

Ga na of er korteketeninitiatieven zijn of in de steigers staan zoals hoeveproducenten en hoeve winkels, Voedselteams, Buurderij/Boeren & Buren, Lokaalmarkt, ...

Wat doet of kan de gemeente doen of hoe kan de gemeente faciliteren in de uitrol van een voedsellandschap?

Hoe bereikbaar is je locatie en is het haalbaar voor de stadsbewoners om vlot naar het voedsellandschap te komen als recreant of klant? Of moet je eerder de landbouw- en streekproducten naar de stad brengen en kijken of een *foodhub* in de stadsrand helpt bij het beleveren van de stad? Een combinatie is natuurlijk ook mogelijk.

OPDRACHT:

- Breng diverse activiteiten in kaart en heb aandacht voor economische, ecologische en maatschappelijke aspecten.
- Neem de lijst mee naar het actorenoverleg. Ze helpt de veelzijdigheid van een voedsellandschap concretiseren en dient als basis voor verdere aanvulling.



- Benoem de actoren bij naam en beperk je niet tot de naam van het bedrijf, de dienst of organisatie maar vul aan met de naam van een (potentiële) contactpersoon en zijn/haar coördinaten.

TIPS:

- De opsomming van activiteiten en diensten kan nooit volledig zijn. Ze is een uitgangspunt in verder overleg en wordt doorheen het project en in overleg met de actoren aangevuld.
- Lijst op wat er is en wat er gemist wordt. Misschien kan het voedsellandschap invulling geven aan producten en diensten die gemist worden.
- De opsomming van actoren is nooit volledig. De ervaring leert dat de ene contactpersoon vaak ook andere interessante personen en actoren vernoemt. Vul de lijst aan. Is het niet zinvol om die actoren van bij de start mee te nemen, dan kunnen ze later zeker nog waardevol zijn.
- Met de lijst en aan de hand van de gesprekken kan je vermoedelijk ook in kaart brengen welke profielen je voorlopig nog mist. Ga na of die in de regio actief zijn. Zo niet, ga na of je die kan aantrekken uit de nabije omgeving. Of misschien brengt dat in kaart naar welke actoren er vraag is in het gebied. Zo kunnen er nieuwe ondernemingen, organisaties of verenigingen ontstaan.



“De uitdaging voor de ontwerper van een multifunctioneel landbouwlandschap ligt niet in het zoeken naar functies maar in het bepalen welke de belangrijkste functies voor het onderzoeksgebied zijn.” (Ward Rombaut, 2012²)

7.3 ACTORENOVERLEG

De actoren zijn opgelijst. Misschien sprak je sommigen al over het concept van een voedsellandschap. Tijd om het concept voedsellandschappen toe te lichten.

7.3.1 1e actorenoverleg

Nodig de actoren uit voor een eerste, vrijblijvend overleg. Duid het concept, geef mee wat een voedsellandschap voor jullie kan betekenen en hoe het invulling kan geven aan lokale ambities. Laat eventueel iemand aan het woord die het proces eerder al elders doorliep. Een getuigenis zegt altijd meer dan pure theorie.

Benadruk de noodzaak van samenwerking, van de rol die elke actor kan opnemen en zoek naar de meerwaarde die een voedsellandschap kan betekenen voor elke groep actoren én voor hun omgeving.

² Uit de masterproef van Ward Rombaut (p.145). Masterproef ‘Multifunctioneel landbouwlandschap in peri-urbaan gebied, de open ruimte tussen Zwijndrecht en Melsele’. Artesis Hogeschool – Antwerpen (2012)



TIPS:

- De ervaring leert dat het belangrijk is om de **groep landbouwers eerst apart te consulteren**. Het gaat immers om hun werkplek. Zij voelen de lasten en moeten vaak even wachten op de lusten. Heb je geen link met de landbouwers? Vraag de schepen van landbouw welke landbouwer je kan aanspreken om de groep bijeen te brengen. Vaak zijn land- en tuinbouwers lokaal verenigd in een boerengilde en/of landbouwraad en hebben ze op regelmatige basis overleg. Dat is het ideale forum om in overleg te gaan met de hele groep maar ook om te voelen welke landbouwer achteraf het ideale aanspreekpunt is. Een landbouwer met een brede, toekomstgerichte kijk, constructief in overleg en gedragen door de landbouwgemeenschap is de ideale vertegenwoordiger van de groep.
- Stimuleer in een actorenoverleg dat **dromen** naar boven komen maar bewaak dat alles **realistisch** blijft. Maak ook duidelijk onderscheid tussen de **lange termijn** en de **korte termijn**. Geef mee dat je enkel vooruitgang boekt als je stapsgewijs tewerk gaat en rekening houdt met het feit dat alle actoren, maar zeker de land- en tuinbouwers, meerwaarde moeten ervaren bij de uitrol van een voedsellandschap.

Vaak zijn het de lokale land- en tuinbouwers die vanuit de meerwaardedecreatie het ritme van verandering zullen bepalen. Meerwaardedecreatie kan gerealiseerd worden door een betere prijs voor de (andere) teelten, door het (samen) realiseren van verplichte maar ook door vrijwillige vergroening en meer erkenning voor hun werk. Een voedsellandschap is de ideale manier om het imago van de landbouwsector op te krikken. De niet-agrarische actoren leren immers door de samenwerking in een voedsellandschap de boerenstiel beter kennen, begrijpen het waarom van bepaalde handelingen en het tijdstip waarop die plaatsvinden. Ze leren de link kennen tussen veld en bord, tussen landbouwproducten en hun voedsel.

- Noteer tijdens het overleg alle kritische noten, alle **bedreigingen** die je hoort. Banaliseer of negeer ze niet. Zoek later in het proces een manier om ze weg te werken.
- Noteer ook alle **kansen** die genoemd worden. Zorg dat die later meegenomen worden in het actieplan. Worden ze niet op korte termijn ingevuld, dan worden ze misschien later ingevuld.
- Pols bij de aanwezigen welke actoren nog moeten betrokken worden. De kans is groot dat zij, vanuit hun werking en netwerk, andere personen/bedrijven/organisaties kennen die een rol kunnen spelen in een voedsellandschap.
- Een onafhankelijke facilitator helpt om het proces in gang te zetten en stapsgewijs te doorlopen. Hij kan de actoren uitnodigen, het actorenoverleg modereren en zorgen voor verslaggeving. Hij helpt het tempo bepalen waarop de stappen gezet worden.

OPDRACHT 1^e actorenoverleg:

- Organiseer een actorenoverleg. Als je voelt dat het concept voedsellandschap aanslaat, besef dan dat je best relatief snel een tweede (en volgende) overleg inplant.
- Zorg dat er iemand aanwezig is met een snelle pen. Tijdens een goed actorenoverleg zijn het aantal waardevolle opmerkingen en suggesties talrijk.
- Na het overleg bundel je de ideeën en opmerkingen en bezorg je die aan de deelnemers. Ze kunnen aanvullen of verbeteren, als uit de verslaggeving zou blijken dat ze misbegrepen werden.



7.3.2 2^e actorenoverleg

In een tweede actorenoverleg start je vanuit de samenvatting van het eerste overleg. Dat helpt je voorkomen dat de discussie van het eerste overleg helemaal herhaald wordt.

OPDRACHT 2^e overleg:

- Vraag een akkoord voor de conclusie uit het eerste overleg.
- Probeer te komen tot een duidelijk afgebakende en gedragen visie en missie: wat willen jullie doen en waarom?
- Probeer tot een realistisch plan te komen. Wat pakken we nu aan met resultaat binnen dit en 2 maanden, binnen dit en 2 jaar? Wie neemt welke rol op?

TIP:

- Het 2e overleg maakt duidelijk of de actoren zich kunnen scharen rond een gemeenschappelijk doel waar alle partijen, op termijn, iets bij winnen. Geef het besef mee dat de win voor de ene actor groter zal zijn dan voor de andere en de ene actor sneller winst zal boeken dan de andere. Door dat hier duidelijk te formuleren vermijd je dat het later de samenwerking remt of blokkeert.

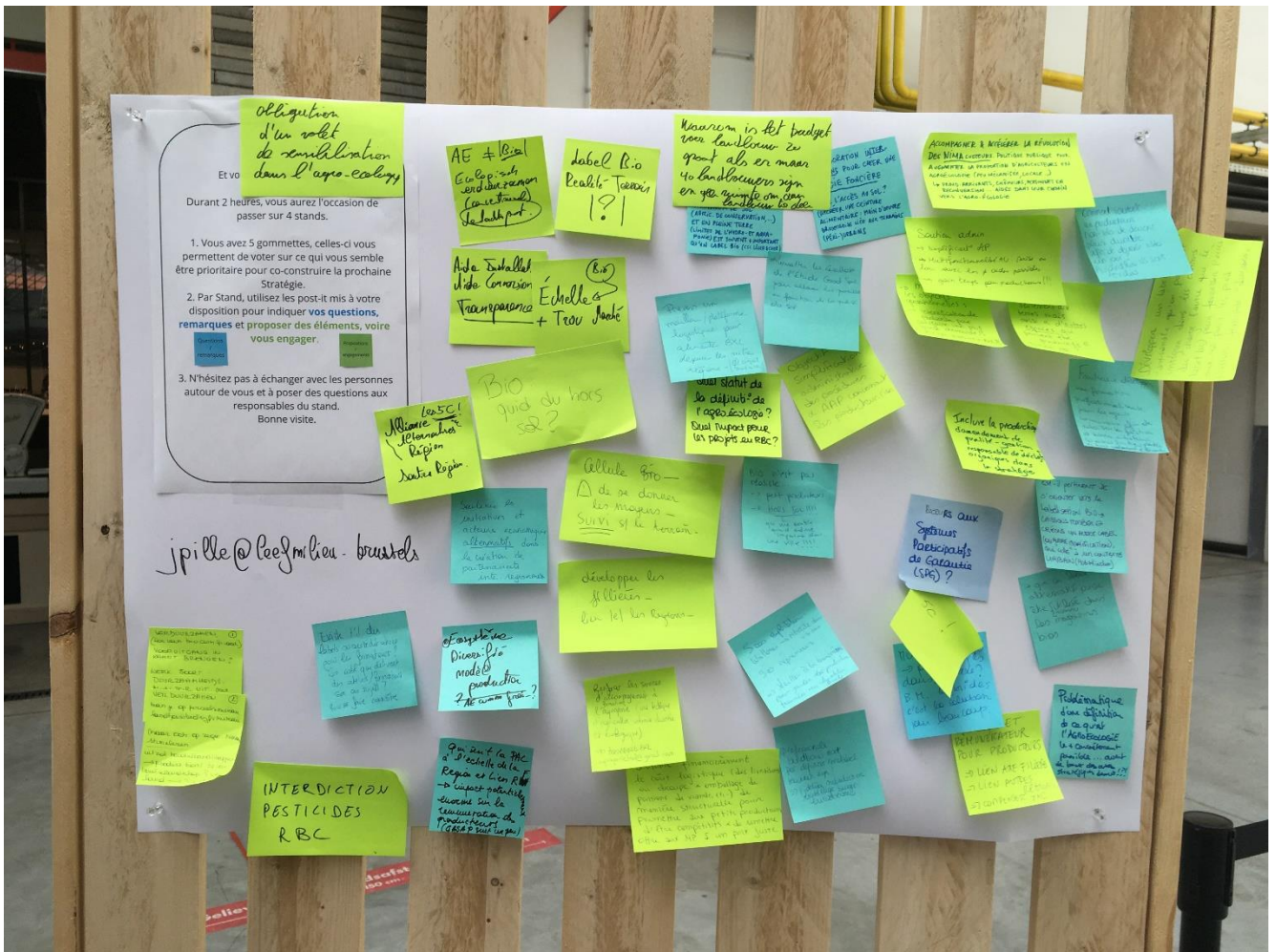
7.3.3 3^e (en volgende) actorenoverleg

Indien nodig, breng je de groep nog een (paar) keer samen. Bedoeling is te landen bij een charter.



© Innovatiesteunpunt





© Innovatiesteunpunt

7.4 CHARTER

Met een charter ondertekenen de diverse actoren en/of hun vertegenwoordigers het engagement om iets samen uit te rollen. Het charter bevat:

- De doelstelling, de **missie** van de samenwerking in een voedsellandschap (Waarom?)
Bv.: we bundelen de krachten van een grote en diverse groep ambassadeurs om vanuit een multifunctionele invulling van het voedsellandschap te ijveren voor het behoud van de open ruimte.
- Wat willen we doen? De **visie** wordt vrij algemeen geformuleerd maar toch concreet genoeg om voor iedereen duidelijk te zijn waar het echt om draait (Wat willen we doen?).

Bv.: we zetten in op een toegankelijk landbouwgebied dat aan veerkracht wint dankzij de samenwerking tussen diverse lokale actoren waarbij er voldoende aandacht is voor economische, ecologische en maatschappelijke meerwaardecreatie, rekening houdend met de noden van alle actoren.

- Vermeld eventueel een tijdsduur waarin de samenwerking zal lopen. Zo weet iedereen niet alleen waarvoor hij zich engageert, maar ook voor hoelang hij zich engageert. Zodra de termijn verstreken is, kan het charter, al dan niet herwerkt, opnieuw ondertekend worden, eventueel met nieuwe of andere partners.

Een charter is een engagementsverklaring, maar verandert weinig aan de situatie als er geen duidelijke **strategie** uitgetekend wordt. Hoe je je visie denkt uit te rollen wordt geconcretiseerd in een actieplan.

7.5 ACTIEPLAN

Het charter zegt WAT je samen wil realiseren (visie) en WAAROM je dat wil doen (missie). Belangrijk is om nu heel concreet te maken HOE je dat zal doen (strategie).

Formuleer concrete acties, benoem de datum waarop je die wil gerealiseerd zien en geef goed weer wie daaraan zal meewerken en wie de eindverantwoordelijkheid draagt. Je kan dat uitzetten in een tijdslijn.

Voorzie tussentijdse evaluatiemomenten waarop je kan bijsturen, indien nodig. De kans is groot dat je een **kerngroep** nodig hebt die de kar blijft trekken. Andere actoren zullen eerder een faciliterende rol opnemen.. Naast een kerngroep zijn ook **werkgroepen** waardevol. Zij focussen op een specifiek gegeven: zo vinden landbouwers en lokale verwerkers elkaar in een werkgroep 'lokale voeding' terwijl leden van een sportclub en enkele leerkrachten in een werkgroep 'educatief bewegen' een nieuw wandel-fitnesstraject kunnen uittekenen. Mensen actief in het regionaal landschap, Boerennatuur Vlaanderen, een natuurvereniging, ... kunnen dan weer samen met enkele landbouwers nagaan wat nodig is in het gebied om de biodiversiteit te versterken mét aandacht voor de landbouwproductie. Elke regio heeft zijn specifieke aandachtspunten omtrent landschapsbeheer. Zo zijn er in bepaalde regio's meer knotbomen aanwezig dan in andere regio's. Ook is het ene bloemenmengsel interessanter voor een boomgaard, het andere voor akkerbouwteelten. Ook de grondsoort bepaalt de keuze van het bloemenmengsel.

De kerngroep komt op zeer regelmatige basis samen, wordt gebriefd vanuit de werkgroepen, stemt alles op elkaar af en stuurt bij. Door op tijd en stond overlegmomenten in te plannen met de hele groep van actoren kunnen cruciale beslissingen na gezamenlijk overleg genomen worden.

7.6 COMMUNICATIEPLAN

Een voedsellandschap is er natuurlijk niet enkel voor wie actief is in de actorengroep. Een voedsellandschap is toegankelijk voor iedereen. Daarom is het belangrijk om tijdig en goed te communiceren.



Communicatie betekent informatie verspreiden. Communicatie heeft een paar basisregels. Je hebt altijd een **zender**, je beperkt je best tot één duidelijke **boodschap** per bericht en je houdt je **doelgroep** voor ogen.

Denk na over de communicatiekanalen die je zal gebruiken om je boodschap te verspreiden. Klassiekers als een infovergadering, een flyer, een artikel in de lokale krant, ... werken nog altijd. Maar via sociale media kan je snel, vaak en goedkoop korte krachtige boodschappen uitsturen. Een sterk beeld vergroot de zichtbaarheid van het bericht. Op je overzichtelijke website is alle informatie terug te vinden. Zorg dat die op tijd en stond geactualiseerd wordt.

Plan je communicatie in. Noteer welke boodschap je als groep wanneer uitstuurt en welke communicatiekanalen je daarvoor zal gebruiken. Zo stel je een communicatieplan op.

OPDRACHT:

- Breng de **doelgroepen** in kaart. Denk daarbij zeker aan de achterban van de diverse actoren en aan de inwoners van de eigen gemeente, maar ook aan de inwoners van de nabijgelegen (groot)stad. Elke actor kan doelgroepen aanbrengen.
- Inventariseer de **communicatiekanalen van de partners** die aan tafel zitten. Dat gaat van het gemeenteblad over het ledenblad van betrokken verenigingen en organisaties over prikboarden in scholen, gemeentehuis, ..., tot beeldschermen bij lokale handelaars. Veel bedrijven, organisaties en gemeenten hebben een eigen pagina op één of meerdere sociale media. Post daar af en toe een bericht over het voedsellandschap, eventueel vanuit de rol die ze opnemen maar zeker met hun doelgroep voor ogen.
- Inventariseer **andere communicatiekanalen** die gezien en gehoord worden door de doelgroepen. Denk aan (lokale) radio en (lokale) kranten maar ook aan infoborden, raamaffiches, ...
- Bouw een **communicatieplan** uit. Zet over een welbepaalde termijn (bijvoorbeeld een jaar) uit welke boodschap je wanneer zal uitsturen, naar wie en via welke kanalen. Hou daarbij ook rekening met kapstukken die van buitenaf aangeboden worden. Zo kan je voor de start van een schoolvakantie (nieuwe) wandelroutes of een zoektocht onder de aandacht brengen. In het voorjaar nodig je de mensen uit voor een bloesemwandeling en in de zomer roep je recreanten op tot voorzichtigheid, omdat de landbouwers hun graanoogst binnenhalen. Wanneer de aardappelen geoogst worden, meld je dat bijvoorbeeld met een knipoog naar de lekkere frietjes die in aantocht zijn, ... Wanneer houtkanten of knotwilgen (fors) gesnoeid worden, geef je vooraf duiding bij de noodzaak ervan. Door de seizoenen weer te duiden wordt een oogstfeest op termijn misschien niet meer alleen door de land- en tuinbouwers gevierd, maar wordt het opnieuw een feest voor de hele gemeenschap.

TIPS:

- Zend je dezelfde boodschap uit naar meerdere doelgroepen, weet dan dat je de taal, de toon, de aangehaalde voorbeelden en dus de accenten die je legt, moet aanpassen aan de doelgroep. Enkel zo blijft een boodschap plakken.
- Weet dat iemand een boodschap 3 keer moet ontvangen voor hij ze opmerkt. Herhalen is aangeraden en kies daar best verschillende communicatiekanalen voor.



- Maak een lijst van potentieel veel gestelde vragen en het antwoord er op (FAQ). Doe dat in overleg met alle actoren of zeker met de actoren van de kerngroep. Met die FAQ-lijst doorloop je al een goede oefening in eensgezindheid. Het is de bedoeling dat elke actor hetzelfde antwoord geeft op een welbepaalde vraag. Dat hij dat vanuit een eigen invalshoek doet, is geen probleem (maar erken je compagnons) maar de kern van de boodschap moet vastliggen.
- Communicatie is een vak apart. Misschien is er iemand uit de omgeving die (professionele) ervaring kan inbrengen en de werkgroep communicatie kan trekken? Ook de communicatiedienst van de gemeente kan dit trekken of hier een rol in opnemen.

7.7 MARKETING

Marketing dient om een product of een dienst in de markt te zetten. Denk daarover na. Hoe wil je het voedsellandschap op zich en de producten en diensten die je erdoor aanbiedt, in de markt zetten?

OPDRACHT:

Denk na over naam, logo, huisstijl, ...

- In marketing helpt een **sterke naam**. De naam kan iets zeggen over wat het is (voedsellandschap) en/of over de ligging (bv De Kouter, al dan niet aangevuld met de naam van de gemeente).
- Denk ook na over een **sterk logo**. Dat zorgt voor herkenbaarheid. Je kan een eigen logo ontwikkelen of misschien komt er vanuit Vlaanderen een logo dat als 'merk' de erkenning van een voedsellandschap symboliseert. Met enkele lichte aanpassingen kan het gepersonaliseerd worden naar de specifieke locatie.
- Een **huisstijl** helpt om kracht bij te zetten. Een huisstijl zorgt voor een *Look & Feel*, voor herkenbaarheid. Een kleur of kleurencombinatie, een opvallend lettertype, ...
Zo weet je direct over welke voetbalploeg het gaat als je een blauw-zwart voetbaltruitje ziet.

TIPS:

- Denk na over de naam, het logo en de eventuele huisstijl. Beslis of je voor iets unieks gaat of aansluit bij al bestaande voedsellandschappen.
- Voor je iets in de markt zet, moet er eerst iets zijn. Zorg dus eerst voor (een deel van de) invulling voor je het voedsellandschap in de markt zet. Wie er iets over leest, wil het de volgende dag gaan bekijken.
- Marketing is een vak apart. Misschien is er iemand uit de omgeving die (professionele) ervaring kan inbrengen en de werkgroep marketing kan trekken?
- Zijn logo (en huisstijl) uitgerold, zorg dan ook dat die gebruikt worden. Het vergroot de zichtbaarheid én het groepsgevoel. Weet wel dat je hier financiering moet voor uittrekken.





8 ONDERSTEUNING

Het voorgaande maakt duidelijk dat de uitrol van een voedsellandschap tijd en inzet vergt. Maar laat je door het stappenplan niet ontmoedigen.



We overschatten wat we in een jaar kunnen veranderen, maar onderschatten wat we in tien jaar kunnen veranderen.

Lokaal is er heel wat onderschatte en vaak zelfs onbekende expertise en ervaring aanwezig. Veel inwoners bouwden die op tijdens hun studies, werkervaring of in het verenigingsleven. Spreek mensen aan en vraag of ze een rol willen opnemen.

Weet ook dat je kan terugvallen op **inspirerende voorbeelden** in binnen- en buitenland en op de **expertise** van onder andere volgende organisaties:

- **VLM**

De Vlaamse Landmaatschappij, een agentschap van de Vlaamse overheid, versterkt op diverse manieren de open ruimte in Vlaanderen. VLM werkt beleidsadviserend en -ondersteunend en doet dat in partnerschap met diverse actoren. VLM is ook trekker van het Open Ruimte Platform.

www.vlm.be

<https://www.vlm.be/nl/themas/platteland/openruimteplatform/>

https://www.vlm.be/nl/themas/platteland/openruimteplatform/programma_voedsellandschap/

- **Innovatiesteunpunt voor landbouw en platteland vzw**

Deze vzw inspireert, adviseert en begeleidt land- en tuinbouwers en plattelandsactoren bij de uitrol van projecten die de landbouw en de plattelandssamenleving verduurzamen. Het Innovatiesteunpunt zit ingebed in de Boerenbondwerking.

www.innovatiesteunpunt.be

www.boerenbond.be/voedsellandschap

- **Boerennatuur Vlaanderen vzw**

Hier vind je expertise rond functionele agrobiodiversiteit. Landbouw en natuur, dus aandacht voor economie en ecologie, staan centraal in hun werking. Boerennatuur Vlaanderen ondersteunt de agrobeheergroepen (ABG's). Dat zijn laagdrempelige samenwerkingsverbanden van lokale landbouwers die werken rond de boerennatuur. Dat gebeurt vaak in opdracht van en in overleg met andere lokale actoren.

www.boerennatuur.be

- **ILVO**

Het Instituut voor Landbouw-, Visserij- en Voedingsonderzoek (ILVO) is een onafhankelijk wetenschappelijk onderzoeksinstituut van de Vlaamse overheid. ILVO werkt rond de verduurzaming van de landbouw, visserij en agrovoedingssector en dat op een interdisciplinaire/transdisciplinaire manier. ILVO bestudeert zowel het voedselsysteem als de bijbehorende beleidsstrategieën. ILVO bouwde al heel wat expertise op rond voedsellandschappen en verdienmodellen.

Je vindt onder andere inspiratie in deze publicaties van het ILVO:

- **Expertenopdracht: stedelijke landbouwparken in Vlaanderen, een systeeminnovatie met ongekend potentieel (in opdracht van Departement Omgeving, 2018)**
<https://bit.ly/3j29xFg>
- **Pilootprojecten Productief Landschap (2018, in samenwerking met Team Vlaams Bouwmeester)**
<https://bit.ly/2UZ4e1r>

- **Plattelandsklassen vzw**

Plattelandsklassen vzw is gespecialiseerd in het aanbieden van **landbouweducatie**. In hun vorming hebben ze aandacht voor landbouw, voeding en de omgeving waarin dat gebeurt. Hun doelgroep zijn leerlingen (van kleuterklas tot hoger onderwijs), leerkrachten, land- en tuinbouwers en overheden en andere organisaties. Je kan er terecht voor vorming en educatief materiaal. Plattelandsklassen vzw zit ingebed in de Boerenbondwerking.

www.plattelandsklassen.be

- **Regionale Landschappen**

De 16 Regionale Landschappen in Vlaanderen zetten in op kwaliteitsvolle landschappen door het behouden en versterken van natuur, erfgoed & streekidentiteit, klimaat, draagvlak en beleving. Ze brengen inwoners en partners samen rond een wervelend landschapsverhaal dat inspireert en voor verbondenheid zorgt.

<https://www.regionalelandschappen.be/>

- **VVSG vzw**

De Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten is de belangenbehartiger, kennisdeler en netwerkorganisatie van en voor de lokale besturen. VVSG helpt haar leden bij de uitrol van onder andere een voedsel- en/of klimaatstrategie. De link met een voedsellandschap is snel gelegd.

www.vvsg.be



- **WERKERS in aanneming cv**

WERKERS is een erkend aannemingsbedrijf, actief in onder andere natuur- en landschapswerk (zoals maaien en inzaaien van terreinen en bermen of houtkantenbeheer) en in beheer- en onderhoudswerken op openbaar domein. WERKERS speelt ook in op de recente evoluties zoals mechanische onkruidbestrijding. De coöperatie telt ongeveer 1.000 vennoten, allen land- en tuinbouwers. Het zijn de land- en tuinbouwers die de werken uitvoeren wat maakt dat de coöperatie actief is in heel Vlaanderen, maar de werken door lokale actoren worden uitgevoerd. Dat is een meerwaarde, omdat ze de locatie van de werken en de andere actoren die er actief zijn heel goed kennen.

<https://www.werkers.be/aannemingswerk>

Zoek je **financiële ondersteuning** om je project in of uit de startblokken te krijgen, hou dan zeker de projectoproepen van LEADER, OKW, PDPO, ... in het oog. Vaak ligt de focus op lokale voedselproductie en plattelandontwikkeling. Om een project uit te schrijven vind je bij bovengenoemde partners hulp.

Graag herinneren we eraan dat een **externe facilitator** helpt. Iemand met kennis van landbouw en zijn omgeving, ervaring in de begeleiding van participatietrajecten en een neus voor innovatie is een waardevolle hulp om de landbouwers en de andere actoren te benaderen, de groep bijeen te brengen, in kaart te brengen wat ieders verwachtingen zijn en wat bij de verschillende actoren (al dan niet onder de radar) borrelt. Een facilitator zorgt voor begeleiding tot waar de groep die begeleiding nodig heeft. Een beroep doen op een externe facilitator is een investering die zich op termijn terugverdient.



© Joris Snaet



