

## Statenmededeling

**Onderwerp**

FoodUp! Brabant: Sociale innovatie als aanvullend uitvoeringsinstrument t.b.v. Uitvoeringsagenda Brabantse Agrofood

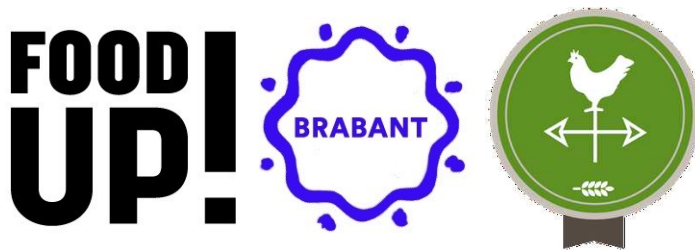
**Datum**

12 november 2019

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112



Aan Provinciale Staten van Noord-Brabant,

**Kennisnemen van**

De bijdrage van FoodUp! Brabant/ Landbouw Innovatie Campus (LIC) aan de actuele transitie van de agrofood in Noord-Brabant, als aanvullend uitvoeringsinstrument van provinciaal beleid.

**Aanleiding**

Het bestuursakkoord van het voorgaande College van Provinciale Staten maakte melding van zogeheten experimenteerruimte, om te ervaren hoe andere dan de gebruikelijke werkwijzen de realisatie van maatschappelijke opgaven (waaronder landbouw) kunnen versnellen. In het verlengde daarvan hebben wij FoodUp! Brabant ontwikkeld. In het huidige bestuursakkoord heeft u de wens uitgesproken deze werkwijze te continueren voor het realiseren van de Landbouw- en Voedselopgave.

Deze Statenmededeling geeft u inzicht in een aantal initiatieven en projecten van de afgelopen vier jaar.

**Bevoegdheid**

Het college van GS is bevoegd om binnen de door u gestelde kaders van de Uitvoeringsagenda Brabantse Agrofood (UBA) de activiteiten van FoodUp! Brabant uit te voeren. U ontvangt deze informatie in uw controlerende rol.

Datum

12 november

Documentnummer

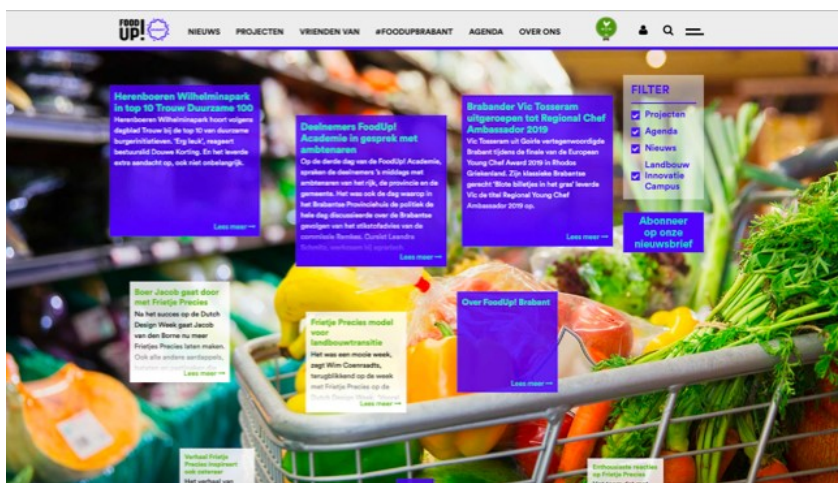
GS: 4602035

PS: 4609112

## Kernboodschap

1. *FoodUp! Brabant richt zich op het gezamenlijk met belanghebbenden wegnemen van (institutionele en psychologische) barrières in de transitie.*

FoodUp! Brabant - en de Landbouw Innovatie Campus als onderdeel hiervan - (hierna: FoodUp!) zoekt gericht een aanvullende positie t.o.v. het gangbare uitvoeringsrepertoire dat de provincie inzet om haar maatschappelijke opgaven te realiseren. Vanuit een outside-in-benadering, denken en werken van buiten naar binnen. Uitgangspunt is het beleid zoals dat is vastgesteld, maar in de uitvoeringsrol zijn de vragen/behoefte zoals boeren en andere stakeholders die in hun dagelijkse praktijk ervaren leidend.



Door dit persoonlijke vertrekpunt komt FoodUp! snel tot verbinding met haar doelgroep(en). Een belangrijk resultaat daarvan is dat in de contacten en trajecten met boeren, verwerkers, retailers, bankfunctionarissen en vertegenwoordigers van lagere overheden scherp wordt dat veel dilemma's en onevenwichtigheden in de agrofoodtransitie vaak gedeelde dilemma's en onevenwichtigheden zijn.

Tegelijkertijd maakt de aanpak van FoodUp! (binnen systeemverandering de persoon en zijn/haar overwegingen centraal stellen) duidelijk dat de behoudzucht die wij als overheid vaak menen te ervaren vaak een gedragspsychologische oorzaak heeft. Rationeel kunnen geschetste - of via wet- en regelgeving voorgeschreven - veranderroutes logisch zijn, dat betekent niet dat personen in de transitie zich voldoende gesterkt voelen om zich naar die route te gedragen.

**Datum**

12 november

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112

Enkele voorbeelden van transitiedilemma's:

- In de agrofoodtransitie die wij als provincie ambiëren is verandering van businessmodel voor boeren ingrijpend. Wellicht verruilen zij de commoditymarkt voor een nichemarkt, of differentiëren hun bedrijf met het verduurzaamd exploiteren van landschappelijke functies.

Voor beide opties geldt dat het oorspronkelijke bedrijf een samenhangend systeem van acties op erfniveau is die de boer niet 1-2-3 van koers kan verleggen. Een omschakeling vraagt al snel enkele jaren en geregeld bestaat bij boeren de indruk dat wij als overheid dat besef onvoldoende hebben;

- Boeren krijgen bij het overwegen van verandering in bedrijfsvoering vaak te maken met sociale druk. Zij voelen dat ze moeten 'breken' met familietraditie ('zo hebben we dat altijd gedaan'). Dit loyaliteitsconflict speelt niet enkel tussen ouder-bedrijfsopvolger, maar ook binnen het gezin. En ook collega-boeren blijken vaak een duurzame keuze weinig te waarderen, het brengt immers het moment dichterbij dat ook zij moeten veranderen;
- De aard van de keten zoals die nu is ingericht beperkt de vernieuwingszin en innovatiekracht van de individuele boer. Partijen verderop in de keten ervaren een boer die meer regie en autonomie wil ontwikkelen als hinderlijk, want bedreigend voor hun marge. Zo stuiten boeren, die niet als niche-speler maar op grootschaliger wijze de verbinding met de consument zoeken, op verwerkingsbeperkingen in het bestaande systeem. Daardoor worden ze in feite belemmerd een zelfstandige B2C-positie (directe leverancier aan consument) in te nemen.

Zoals eerder aangegeven ervaren niet alleen boeren transitiedilemma's. Ook andere stakeholders ervaren soortgelijke druk vanuit hun gangbare systeem als gevolg waarvan ze onvoldoende mee kunnen gaan in de verandering die nodig is. Dit ervaart FoodUp! zelf in de projecten en contacten met de bancaire sector, ngo's en het onderwijs.

De meerwaarde van FoodUp! is dat ze deze dilemma's met alle belangengroepen (van grond tot mond) bespreekbaar hebben weten te maken. Dit legt een basis voor wederzijds begrip en vertrouwen, waardoor benodigde zakelijke besluiten makkelijker te nemen zijn. Zo'n vertrouwensbasis is nodig om verder aan transitie te kunnen bouwen. Want veranderen doe je samen.

**Datum**

12 november

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112

2. *FoodUp! Brabant heeft zich ontwikkeld tot een door belanghebbenden (stakeholders) gewaardeerde partij voor duurzame verandering in de Brabantse agrofood.*

De hierboven geschetste empathische benadering is voor ons een belangrijke essentie van sociale innovatie. En vanuit deze benaderingswijze heeft FoodUp! de afgelopen jaren enkele zichtbare en impactvolle projecten voltooid. In willekeurige volgorde laten we er enkele de revue passeren:

**RIJP!**

FoodUp! is mede-initiatiefnemer van het online korteketenplatform RIJP! dat deze winter geïntroduceerd wordt. T.o.v. soortgelijke initiatieven werkt RIJP! sterker met (big) data om de verkoop- en distributieprocessen tussen boeren en klant (zakelijk, consument) te optimaliseren. RIJP! is i.s.m. boeren uit het FoodUp!-netwerk ontwikkeld vanuit de vraag van de klant. De boer past zijn bedrijfsprocessen op die vraag aan (vraaggestuurd i.p.v. aanbodgericht). RIJP! vergemakkelijkt de markttoegang voor omschakelende boeren, waardoor ze beter in staat worden gesteld hun transitie in de markt te verdienen. Boeren zijn mede-eigenaar van RIJP! en krijgen vanuit de RIJP!-organisatie ondersteuning in marketing en logistiek. Mede-ontwikkelaar ZLTO bestudeert momenteel de mogelijkheid om als aandeelhouder het initiatief verder te dragen.

**Slagerij de Hamvraag**

Hoe zien Brabanders de toekomst van vlees en hun eigen vleesconsumptie, als inwoner van een provincie waar de productie van vlees op groeiende maatschappelijke weerstand en milieugrenzen stuit. Rondom deze vraag richtte FoodUp! voorjaar 2016 in hartje Den Bosch een pop-up store in. Alle aspecten van 'vlees eten' en 'niet vlees eten' kwamen daar op een uitnodigende, niet polariserende manier aan bod.

Gedurende een week bezochten rond de 3.000 Brabanders de winkel. Slagerij de Hamvraag bood de provincie de mogelijkheid om op toegankelijke wijze met burgers in gesprek te gaan over veranderingen in ons voedselsysteem. In het begin was er terughoudendheid om de slagerij als een provincie-project te positioneren, uit vrees hierop afgerekend te worden (niet behorend tot kerntaak provincie). Na enkele dagen bleek dat bezoekers het bijzonder waardeerden om op deze manier met de provincie, haar beleidsoverwegingen en de gedeputeerde in contact te komen.

**Datum**

12 november

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112

De slagerij leidde tot veel positieve media-aandacht (o.a. talkshow Omroep Brabant), met omgerekend een publiciteitswaarde van ruim 200.000 euro. De publiciteit zorgde ook voor uitnodigingen om in compactere vorm op andere plekken binnen en buiten Brabant de toekomst van ons vlees bespreekbaar te maken. De slagerij heeft o.a. een vervolg gehad op ProefMei (Bergen op Zoom), de Dutch Design Week (Eindhoven) en bij het Interprovinciaal Overleg (IPO-jaarcongres Nijmegen).

**FoodUp! Academie/Transitietafel**

Het bouwen en onderhouden van een netwerk is vanaf het begin één van de hoofdtaken geweest. Met als achterliggende doel dat in transitie gemotiveerde boeren, onderzoekers, ketenspelers en burgers elkaar vinden en blijven vinden. Naast bewustwording en van elkaar leren is de sociale component belangrijk. Het elkaar willen begrijpen en kunnen waarderen heeft tot gevolg dat deelnemers in het netwerk elkaar naderhand bewust opzoeken als knelpunten worden ervaren.

Via de [FoodUp! Academie](#) ervaren *young professionals* en intrinsiek gemotiveerden in een compact cursustraject de uitdagingen die de transitie van de landbouw en ons voedselsysteem met zich meebrengen. De deelnemers sluiten zich na afloop van de academie in de regel aan bij de Transitietafels die we twee keer per jaar rondom een specifieke vraag organiseren. Voorwaarde voor deelname aan de Transitietafel: deelnemers zitten daar als persoon en niet namens een organisatie. Dit creëert ruimte om informeel en oplossingsgericht (politiek) gevoelige kwesties te bespreken. In algemene zin ervaren deelnemers

**Datum**

12 november

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112

(boeren, consumenten/burgers, vertegenwoordigers overheden, onderwijs en bedrijfsleven) de feedback op die avonden als zeer waardevol.



**Onderwijs**

Transitie verliest tempo zolang wij toekomstige agrarische professionals de kennis en vaardigheden blijven bijbrengen van het systeem dat we voor een belangrijk deel achter ons willen laten. De praktijk leert dat de formele aanpak om tot onderwijsvernieuwing te komen vooral tot cosmetische aanpassingen in het curriculum leidt. Een fundamentele nieuwe invulling van de leerprogramma's blijft uit.

Door jaarlijks met o.a. de HAS Hogeschool minoren voedseltransitie in te richten bieden we studenten niet alleen een duurzaam agrarisch lesprogramma aan, we ervaren met docenten ook waar de belemmeringen zitten om deze aanpak binnen onderwijsinstellingen op te schalen.



**Datum**

12 november

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112

Op deze manier wordt nu vier jaar samengewerkt met HAS en andere onderwijspartijen en FoodUp! kan begin november verdergaande afspraken met HAS Hogeschool, Kennispact MBO Brabant (de koepel van Brabantse mbo-scholen) en ZLTO presenteren. De partijen gaan diepgaand de mogelijkheden verkennen om tot een gezamenlijke uitvoeringsagenda voedsel- en agro-onderwijs te komen.

**Frietje Precies**

Inzake RIJP! is het al gezegd: de voedseltransitie dient in de markt verdiend te worden. Met de kennis op het gebied van conceptontwikkeling, marketing en communicatie die we met FoodUp! in huis hebben ondersteunen we boeren om met hen nieuwe, duurzame marktproposities te ontwikkelen. [Frietje Precies](#) is er één van.



Aardappelteler Jacob van den Borne wil zich meer toeleggen op de combinatie precisielandbouw-strokonteelt, mede om langs die weg de bodemkwaliteit van zijn akkers te verbeteren. Maar dergelijke aanpassingen in bedrijfsvoering zijn economisch niet volhoudbaar als daar geen passende beloning tegenover staat (hoe verwaard ik de meerkosten).

Vanuit het netwerk werd Jacob geattendeerd op de betekenis die FoodUp! op dit vlak kan bieden. Met designers en campagnevoerders is vervolgens het Frietje Precies ontwikkeld, het eerste bodem- en boervriendelijke frietje dat tijdens de Dutch Design Week 2019 is gepresenteerd.



**Datum**

12 november

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112

De campagne rondom Frietje Precies en de rol die de gedeputeerde daarin speelt leidt tot veel positieve reacties. Publicaties door regionale media en vakmedia (overheid) stelt ons in staat de vernieuwende werkwijze van de Provincie Noord-Brabant over het voetlicht te brengen en de bijdrage die dat levert aan het realiseren van maatschappelijke opgaven.

De verkoop op de DDW overtrof alle verwachtingen, met een omzet 3 keer hoger dan geraamd. Gedurende de negen dagen op het Ketelhuisplein hebben delegaties vanuit het bedrijfsleven de kraam bezocht en zijn gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers uit de financiële sector. Allen waren niet alleen lovend over de professionele kwaliteit van het product, maar ook naar de productontwikkeling en de activerende rol die de provincie hierin heeft gepakt. Met twee partijen (cateraar, aardappelverwerker) worden deze weken gesprekken gevoerd over mogelijke opschaling van het Frietje Precies (en daarmee de strokenteelt bij Jacob van den Borne).

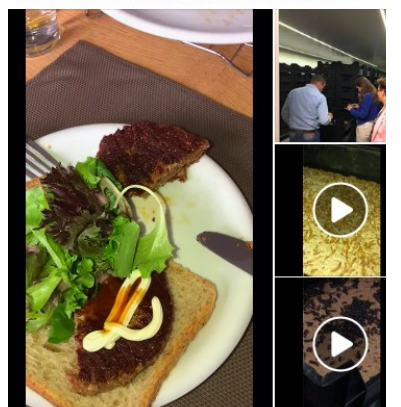
**Individuele trajecten**

De opgedane ervaringen in bovengenoemde trajecten wordt zoveel mogelijk vertaald in de 1-op-1-ondersteuning die FoodUp! aan boeren verleent. Ze fungeren daarbij enerzijds als Haarlemmerolie tussen provinciale/gemeentelijke regelgeving en duurzaamheidsambities van transitieboeren. Daarnaast helpen ze boeren meerwaarde en zelfregie te creëren, een tweetal voorbeelden:

- Meelwormen: Boer/boerin in De Peel willen omschakelen van kalkoen naar meelworm. Dit vraagt om aanpassingen in het gemeentelijk bestemmingsplan. Diezelfde gemeente heeft de ambitie om i.h.k.v. de eiwittransitie boeren te stimuleren hun intensieve veehouderij in te ruilen voor andere bedrijfsmodellen. Vanuit FoodUp! fungeren we als intermediair tussen de omschakelende boer/boerin en de gemeente. Daarnaast schakelen we tussen boer/boerin en belangenbehartiger meelwormkweek. Tot slot laten we fooddesigners consumentenproposities ontwikkelen op basis van de innovatie die de boer/boerin hebben gerealiseerd.

- Doorstart na brand: Boer/boerin in Midden-Brabant willen na de traumatische ervaring van een stalbrand hun bedrijf doorstarten op duurzame leest. Na intensieve marktverkenning gaat hun voorkeur uit naar een marktconcept en bijbehorend stalsysteem waarvoor een proefstalstatus nodig is om de gewenste emissiereducties gevalideerd te krijgen. FoodUp! treedt op als intermediair tussen boer en lokale/provinciale overheid en ondersteunt bij het aanscherpen/onderbouwen van de maatschappelijke propositie binnen het bedrijfsplan. Concreet: de boer/boerin worden geadviseerd (zoveel mogelijk) vanuit omgevingsbewustzijn aan te sluiten op de behoeften vanuit de samenleving en de geldende regelgeving.

Hij bestaat. Sinds vandaag. Eindelijk een insectenburger die lekker bek Omdat'le prettig in de mond ligt, maar vooral ook lekker is. Net vlees, zou De Vegetarische Slager zeggen.  
De hamburger is het werk van Theo & Jolanda Derix, een Brabants boerenstel dat ik vanuit FoodUp Brabant mag begeleiden, en Mark van de Ven, zeg maar de meelwormdeskundige van de drie. Ze kregen vandaag gedeputeerde Anne-Marie Spierings op bezoek. Want die was wel benieuwd wat T&J&M allemaal aan het... Meer weergeven





**Datum**

12 november

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112

3. *Foodup! Brabant heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld en zal zich de komende jaren verder professionaliseren*

Bovenstaande is een kleine greep uit de uitgebreide portfolio die in de periode 2016-2019 is ontwikkeld. Wat we kunnen vaststellen is dat het aantal initiatieven en projecten in de loop der jaren is toegenomen, net als de betekenis en de betrokkenheid van partijen uit het netwerk. Een voorbeeld: stonden we in 2015 nog met een vanuit een niet-commerciële gedachte en ontwikkelde opstelling, de mannenvlees BBQ, op het eigen Brabant Living Lab van de Dutch Design Week, in 2019 bezetten we met een cateraar een foodtruck op het Foodcourt, met een product (Frietje Precies) dat met een boer, een designer en een campagnebureau is ontwikkeld. En waarmee we omzet, winst en verder marktperspectief (gesprekken over bredere marktintroductie) voor de boer hebben weten te realiseren. Ofwel, ontwerpend werken is [meer dan het opleveren van een ontwerp](#) geworden.

Deze ontwikkeling heeft gevolgen voor de manier hoe FoodUp! zich manifesteert. Lange tijd hebben ze vaak bewust onder de radar geopereerd, omdat FoodUp! veronderstelde dat profilering samenwerkingspartners zou kunnen afschrikken. Zo is FoodUp! geregeld betrokken bij trajecten die vertrouwelijk zijn. Zoals boeren die in hun oriëntatiefase naar verduurzaming (wat soms 1-2 jaar kan duren) niet op weerstand van collega's zitten te wachten, maar ook om food-ondernemers die vanuit concurrentieoverwegingen huiverig zijn om hun ambities aan de grote klok te hangen.

Inmiddels is de reikwijdte van het werk zo groot dat FoodUp! als het ware een merk is geworden en meer op de trom mag slaan.

Neem het Frietje Precies. Dit product wordt naar verwachting na de Dutch Design Week verder in de markt gezet, waarbij de boer eigenaar van het Frietje Precies wordt. Het frietje is gebouwd op de grondvesten van provinciaal beleid en is daarmee behalve een product ook een manifestatie van ons beleid.

In dit soort trajecten is het vanuit reputatieoverwegingen wenselijk de waarden van ons beleid te borgen. Bijvoorbeeld door vermelding van een FoodUp!-logo op de verpakking. Deze borging maakt marktpartijen helder dat de provincie Noord-Brabant een overheid is die haar eigen 'heldere kaders' ook in de praktijk toetst op haalbaarheid en daar lessen uit trekt (conform principes [Double Loop Learning](#), [Chris Argyris en Donald Schön](#)). Het is een regierol die ondernemers erg waarderen, omdat de resultaten hen zekerheid biedt.

**Datum**

12 november

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112

Om te voorkomen dat de eigenaar van het product na verloop van tijd de uitgangspunten voor het frietje (bodemkwaliteit) terzijde schuift, kunnen wij ons logo van de verpakking laten verwijderen om te voorkomen dat we feitelijk bijdragen aan greenwashing i.p.v. verduurzaming. Overigens is er inzake het Frietje Precies geen enkele aanleiding om te veronderstellen dat de eigenaar dit van plan is te doen.

Met dit voorbeeld willen we aangeven dat de ervaringen die in de experimenteerruimte zijn opgedaan, niet vrijblijvend zijn. De lessen die we leren en blijven leren, moeten verankerd worden: buiten en binnen onze provinciale organisatie.

**Consequenties**

FoodUp! maakt dat ondernemers in de voedselketen die een bijdrage willen leveren aan transitie, de benodigde handvatten en netwerk krijgen om daadwerkelijke stappen in die richting te zetten.

**Communicatie**

Met FoodUp! brengen we partijen samen in een netwerk, met als belangrijk doel onder de deelnemers het gevoel te ontwikkelen dat ze bij een club horen (gelijkgestemden). Communicatie is een belangrijk middel om een dergelijk gedeeld gevoel te stimuleren. Om die reden steken we veel energie in onze communicatie. We benutten daarvoor verschillende kanalen: fysieke bijeenkomsten (in verschillende vormen), website, nieuwsbrief, social media.

**Datum**

12 november

**Documentnummer**

GS: 4602035

PS: 4609112

**Vervolg**

De betekenis van FoodUp! lijkt als een olievlek uit. Steeds meer boeren en andere belanghebbenden weten hen te vinden. En weten ook waarom ze hen willen vinden: FoodUp! inspireert en realiseert en helpt in persoonlijke verandertrajecten. Dat de provincie die stimulerende rol vervult krijgt veel lof.

De werkwijze van Food Up! voorziet in een behoefte.

In 2020 zal het college aan uw staten een nieuw beleidskader Landbouw en Voedsel aanbieden. In het daaropvolgende uitvoeringsprogramma zal opnieuw worden afgewogen of en op welke wijze Food Up! kan worden ingezet. Vooruitlopend daarop wordt de werkwijze Food Up! voor het jaar 2020 voortgezet.

Gedeputeerde Staten van Noord-Brabant,

de voorzitter,

de secretaris,

Programmamanager: de heer A.F. Meulepas, (073) 681 27 87,  
ameulepas@brabant.nl.

Opdrachtnemer: Tineke Laarhoven-Bom, 0618303348, tlaarhoven@brabant.nl