



Vlaams
Parlement

ingediend op **620** (2020-2021) – Nr. 1
22 januari 2021 (2020-2021)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Landbouw, Visserij en Plattelandsbeleid
uitgebracht door Chris Steenwegen

over alternatieve verdienmodellen in de landbouw

Samenstelling van de Commissie voor Landbouw, Visserij en Plattelandsbeleid:

Voorzitter: Bart Dochy.

Vaste leden:

Arnout Coel, Cathy Coudyser, Karolien Grosemans, Sofie Joosen, Joris Nachtergaele;
Leo Pieters, Stefaan Sintobin, Frieda Verougstraete-Deschacht;
Bart Dochy, Joke Schauvliege;
Emmily Talpe, Bart Van Hulle;
Mieke Schauvliege, Chris Steenwegen;
Ludwig Vandenhove.

Plaatsvervangers:

Allessia Claes, Maaïke De Vreese, Bert Maertens, Nadia Sminate, Tine van der Vloet;
Roosmarijn Beckers, Els Sterckx, Suzy Wouters;
Lode Ceyssens, Tinne Rombouts;
Tom Ongena, Bart Tommelein;
Gustaaf Pelckmans, Jeremie Vaneeckhout;
Maxim Veys.

INHOUD

I.	Toelichting bij het onderzoek van ILVO over alternatieve verdienmodellen in de landbouw, door Fleur Marchand en Edward Belderbos.....	5
1.	Algemene situering van het onderzoek naar alternatieve verdienmodellen	5
2.	Verschillende soorten verdienmodellen	6
2.1.	Circulaire economie.....	6
2.2.	Diversificatie	6
2.3.	Vraaggedreven en marktcreërende productie	6
3.	Zoeken naar nieuwe markten en afzetkanalen	6
4.	Samenwerken met alle partners in de keten	6
5.	Onderzoek naar alternatieve verdienmodellen	7
5.1.	Het businessmodel Canvas.....	7
5.2.	De Routeplanner Melkvee	7
5.3.	Het onderzoek naar de rentabiliteit van sojateelt	8
5.4.	Het belang van de keten bij innovaties	8
II.	Uiteenzetting door Kurt Sannen.....	9
1.	Verdiene en agro-ecologie	9
2.	Landbouw vanuit agro-ecologisch perspectief	9
3.	Verdiene vanuit agro-ecologisch perspectief	10
4.	Marktfalen van de vrije voedselmarkt	10
5.	Het agro-ecologisch verdienmodel.....	11
6.	Een aantal voorbeelden uit de praktijk.....	13
6.1.	Win-win binnen het GLB voor natuur, landbouw en de melkveehouderij	13
6.2.	De bruine kiekendief in het Antwerpse havengebied.....	14
6.3.	Natuurboerderij Het Bolhuis	14
III.	Uiteenzetting door Erwin Schöpges	15
1.	Situering van Faircoop.....	15
2.	Aanbieden van producten in samenwerking met partners.....	16
3.	Geen ondersteuning van de federale of regionale overheid	17
IV.	Uiteenzetting door Petra Tas	17
1.	Situering van De Landgenoten	17
2.	Toelichting van de grondproblematiek voor landbouwers.....	18
3.	Concrete werking van De Landgenoten	18
4.	Huidig areaal en werking van de bestaande boerderijen	19
5.	Hinderpalen voor een vlotte werking	20
V.	Uiteenzetting door Nele Lauwers en Sander Van Haver.....	21
1.	Situering van de werking van de Boerenbond rond verdienmodellen	21
2.	Voorbeelden van verdienmodellen door Sander Van Haver	21
3.	Voorbeelden van verdienmodellen door Nele Lauwers.....	23
4.	Uitdagingen om tot geslaagde verdienmodellen te komen	24

VI. Vragen van de commissieleden.....	24
1. Joris Nachtergaele.....	24
2. Arnout Coel.....	24
3. Emmily Talpe.....	25
4. Mieke Schauvliege.....	26
5. Ludwig Vandenhove	26
6. Chris Steenwegen	27
7. Bart Dochy.....	28
VII. Antwoorden van de sprekers.....	28
1. Erwin Schöpges	28
2. Fleur Marchand en Edward Belderbos	29
3. Kurt Sannen.....	31
4. Petra Tas	33
5. Nele Lauwers en Sander Van Haver.....	34
Gebruikte afkortingen.....	37
Bijlage: zie dossierpagina op www.vlaamsparlement.be	

De Commissie voor Landbouw, Visserij en Plattelandsbeleid hield op 9 december 2020 een hoorzitting over alternatieve verdienmodellen in de landbouw.

Op deze hoorzitting werden volgende sprekers uitgenodigd: Fleur Marchand, directeur Wetenschap en Edward Belderbos, onderzoeker ILVO; Kurt Sannen, ex-voorzitter BioForum en voorzitter Farmers-Group van IFOAM; Petra Tas, coördinator De Landgenoten; Nele Lauwers, consultant Nieuwe verdienmodellen Boerenbond en Sander Van Haver, innovatieconsulent Bio-omschakeling, Innovatiesteunpunt Boerenbond; Erwin Schöppges, voorzitter Fairebel.

(Deze vergadering werd als videoconferentie georganiseerd.)

De presentaties van de sprekers zijn raadpleegbaar op de [dossierpagina](https://www.vlaamsparlement.be) op www.vlaamsparlement.be.

I. Toelichting bij het onderzoek van ILVO over alternatieve verdienmodellen in de landbouw, door Fleur Marchand en Edward Belderbos

1. Algemene situering van het onderzoek naar alternatieve verdienmodellen

Fleur Marchand stelt dat het de ambitie van ILVO is om alle relevante actoren, en dus ook het beleid, op te roepen om te komen tot een voedingsbeleid waarin alle elementen van de keten worden opgenomen, tot en met de consumenten. Dat is ook de reden dat ILVO vindt dat het beter zou zijn om 25 procent biologische consumptie na te streven in plaats van 25 procent productie van biologische producten. ILVO is ervan overtuigd dat de keten stelselmatig vorm moet krijgen en dat productie en consumptie gelijk moeten groeien, en dit door vanuit de vraagzijde te vertrekken en alle spelers in de keten te stimuleren in de richting van een groenere productie. Het mag niet enkel om de productie gaan, want dat zou gegarandeerd problemen opleveren en overschotten creëren.

Op het productieniveau moeten die verdienmodellen voor een gezond inkomen voor de landbouwer zorgen. Op het omgevingsniveau kunnen ze zorgen voor een reductie van de impact op de omgeving. Op het niveau van de verwerking en de consumptie moeten de verdienmodellen voor minder afval en een beter gebruik van de afvalstromen zorgen. Hiervoor wordt vooral aan de circulaire economie gewerkt.

De verdienmodellen zetten per definitie in op gezonde sociaal-economische relaties. ILVO gelooft ook dat succesvolle verdienmodellen de weerbaarheid van de voedselvoorziening proactief kunnen versterken. ILVO kan hierover meer ondersteunend beleidsadvies geven.

Het is de bedoeling om de complexe systemische uitdagingen in de landbouw aan te pakken. Traditioneel wordt rendabiliteit gezocht door middel van efficiëntie en specialisatie, waar dan een kostenvoordeel wordt uitgethaald. Dit gebeurt vooral onder druk van de hoge grondprijzen en arbeidskosten. Maar er zijn verschillende opties om tot rendabele en veerkrachtige bedrijven te komen, want elk landbouwbedrijf is uniek en elke context is anders. Het is geen keuze tussen een niche of grootschaligheid. ILVO wil alle opties voor de landbouwers en de andere ketenactoren in kaart brengen.

2. Verschillende soorten verdienmodellen

2.1. Circulaire economie

Een eerste mogelijkheid om nieuwe verdienmodellen te zoeken, is de circulaire economie. Dit houdt in dat op andere niveaus efficiëntie wordt gezocht. Er is een groot verschil met het lineair systeem, want in het circulair denken wordt geprobeerd grondstoffen te behouden en de levensstromen maximaal te benutten. Het komt erop neer de beschikbare grondstoffen langer in plaats van minder te gebruiken. Als het totale systeem efficiënter wordt, kan dit ook betekenen dat bepaalde elementen van dat systeem minder efficiënt werken. Als reststromen als varkensvoer worden gebruikt, kan de voederefficiëntie per varken bijvoorbeeld wat dalen, maar wordt het hele systeem door het gebruik van reststromen wel efficiënter. Afspraken en samenwerking in heel de keten zijn dan wel essentieel om tot een gepaste waardeverdeling te komen.

2.2. Diversificatie

Een andere mogelijkheid is diversificatie. Zo kan op veerkracht worden ingezet, kunnen risico's worden gespreid en kan een bedrijf sneller op wisselende omstandigheden inspelen. Een landbouwer kan meerdere agrarische activiteiten uitoefenen, voor nieuwe teelten kiezen, voor boslandbouw kiezen, nieuwe producten en processen in de agrovoedingsindustrie gebruiken of zelf nieuwe afzetssystemen ontwikkelen. Diversificatie kan op veel niveaus plaatsvinden. De agrarische activiteiten kunnen ook worden gecombineerd met niet-agrarische activiteiten zoals hoefveterisme, landschapsbeheer of andere activiteiten die op ecosysteemdiensten zijn gericht. De andere schakels in het voedingssysteem kunnen op zoek gaan naar producten met een unieke smaak of kleur of naar producten die gezonder zijn.

2.3. Vraaggedreven en marktcreërende productie

Een derde mogelijkheid betreft de vraaggedreven en marktcreërende productie. De landbouwer kan op zoek gaan naar nieuwe maatschappelijke verwachtingen en marktvragen, zoals versheid, smaak, gezondheid, dierenwelzijn, milieu- en klimaatvriendelijke productie of een innovatieve verwerkingsmethode. Zo kan hij zich door aangepaste productieprocessen en afzetkanalen trachten te onderscheiden.

3. Zoeken naar nieuwe markten en afzetkanalen

Fleur Marchand benadrukt dat het voor de drie genoemde opties belangrijk is nieuwe markt- en afzetkanalen uit te bouwen. Alle schakels in het voedingssysteem moeten aanwezig zijn en de waardeketen moet tegelijkertijd worden opgebouwd. Als de keten de productie niet kan volgen, ontstaan er problemen. Wie op deze drie mogelijkheden inzet en zijn product waarde wil geven, moet een goed verhaal brengen. Transparantie en authenticiteit zijn belangrijk, maar men moet ook rekening houden met de keuze van de klant. De landbouwer moet stilstaan bij zijn afzetkanalen en zijn relatie met de klant.

4. Samenwerken met alle partners in de keten

ILVO werkt samen met de ketenpartners, de Vlaamse overheid, de boeren, de consumenten en tal van actoren aan nieuwe verdienmodellen. Een concreet voorbeeld hiervan is de VerdienWijzer, waarin alle mogelijke informatie wordt verzameld en door middel van kwantitatieve rekenvoorbeelden toegankelijk wordt gemaakt.

Een van de doelstellingen van farm-to-fork is een biologische productie van 25 procent. ILVO zou liever over 25 procent biologische consumptie spreken, want dat maakt het mogelijk vanuit een marktvraag te produceren. Het wordt dan een ketenverantwoordelijkheid en geen verantwoordelijkheid van de productieschakel.

5. Onderzoek naar alternatieve verdienmodellen

Edward Belderbos, onderzoeker bij ILVO, toont een film over het onderzoek van ILVO naar alternatieve verdienmodellen. Deze film is eerder vertoond tijdens een studiedag over verdienmodellen waar tweehonderd mensen aan hebben deelgenomen en waar grote interesse bleek naar nieuwe verdienmodellen. Het is duidelijk dat meer kennis over de verdienmodellen de kansen op een economisch, ecologisch en sociaal duurzame agrovoedingssector zal vergroten. De vraag is dan hoe een verdienmodel kan worden opgesteld en verbeterd.

5.1. Het businessmodel Canvas

Het businessmodel Canvas is een veelgebruikte visualisatiemethode voor verdienmodellen, met negen facetten. Centraal staat de waardepropositie. Aan de rechterzijde staan zaken als de klantrelatie, klantsegmenten en verkoopkanalen. Onderaan wordt op de kostenstructuur en de inkomstenstromen gefocust. Aan de linkerzijde staan partners, mensen en middelen. Elk bedrijf vult die facetten anders in, waardoor elk verdienmodel bedrijfsspecifiek is. Er zijn evenveel modellen als landbouwbedrijven. Het verdienmodel wordt verbeterd door aan een of meerdere facetten iets te veranderen. Om die reden heeft ILVO geen boekje met voorbeelden uit succesvolle bedrijven gemaakt. De webtool is interactief en biedt de landbouwadviseur de mogelijkheid om samen met de landbouwer specifieke cases te onderzoeken. Met een brochure zou dat moeilijker zijn.

5.2. De Routeplanner Melkvee

ILVO heeft ook de Routeplanner Melkvee ontwikkeld. Deze rekentool maakt de strategische keuzes voor melkveehouders meer inzichtelijk. Voorbeelden van strategische keuzes zijn een uitbreiding van de stallen of het zelf opfokken van jong vee. Tactische keuzes zijn dan de teeltplannen en de rantsoensamenstellingen. Strategische beslissingen zijn langetermijnbeslissingen. Tactische beslissingen worden een of twee keer per jaar genomen. Operationele beslissingen zijn kortetermijnbeslissingen. De eerste versie van de Routeplanner Melkvee is een tijdje geleden ontwikkeld en wordt ondertussen door honderd melkveebedrijven toegepast. Wegens de grote vraag werd een subsidie voor een tweede versie aangevraagd.

De Routeplanner Melkvee is gemaakt omdat de spreiding tussen de rentabiliteit van melkveebedrijven enorm groot is. Dat is begrijpelijk, want melkveehouders moeten complexe keuzes maken. Op het startscherm moeten data worden ingevoerd. Het gaat dan om variabelen als areaal, genotypes, rantsoenbepaling, de opfok van jong vee, investeringen, arbeid of mestafzet. Die variabelen worden met elkaar verbonden waardoor de invulling zeer bedrijfsspecifiek wordt. Het is in theorie mogelijk om, bijvoorbeeld samen met de bank, eenmalig een optimaal punt uit te rekenen, maar eigenlijk werkt het zo niet. De randvoorwaarden zoals de prijs van melk of van voeder, veranderen continu. De feedback van de gebruikers luidt dat de grote meerwaarde van de tool is dat ze kunnen zien hoe de veranderende omstandigheden ook het optimale punt veranderen.

Edward Belderbos geeft een concreet voorbeeld. Op de x-as staat de melkprijs en op de y-as staat de economische prestatie. Het nulpunt is 32 euro per liter, de prijs die het bedrijf op dat ogenblik ontving. De bolletjes vertegenwoordigen het aantal koeien. Als de melkprijs tot 36 euro per liter stijgt, verandert het aantal koeien

niet. Het bedrijf verdient iets meer, maar het is niet nuttig uit te breiden. Pas vanaf een prijs van 37 euro per liter wordt het nuttig in meer stalplaatsen te voorzien. Als de melkprijs tot 28 of 29 euro per liter daalt, adviseert de tool om niet alle stalplaatsen te benutten en vijf dieren minder te houden zodat op de aankoop van mais kan worden bespaard.

De Routeplanner Melkvee biedt inzicht in de optimale schaal voor de melkveehouder. Uit het gegeven voorbeeld blijkt bijvoorbeeld dat een groter bedrijf niet altijd beter is. Als de prijs zakt, kan het voor sommige bedrijven interessant zijn om uit te breiden, maar in dit voorbeeld is het na een prijsdaling beter om kleinschaliger te werken.

De landbouwadviseur gebruikt de Routeplanner Melkvee samen met de boer. In het businessmodel Canvas moet dit in de kostenstructuur worden gesitueerd. Intussen werd ook een projectaanvraag ingediend voor het ontwikkelen van een routeplanner voor de varkenshouderij om ook voor deze sector de strategische keuzes meer inzichtelijk te kunnen maken.

5.3. Het onderzoek naar de rentabiliteit van sojateelt

Een ander voorbeeld betreft de teelt van soja. De sojarassen worden in de afdeling Plant van ILVO veredeld om de opbrengsten te verbeteren. Na veel onderzoek staan er momenteel al twee sojarassen op de Europese rassenlijst. De onderzoekers werken samen met landbouwers om de teelt in de praktijk te testen. Wat het verdienmodel betreft, is de vraag wanneer het economisch interessant wordt om soja in het teeltplan op te nemen. Er is een sterke verwevenheid tussen de bedrijfskeuzes. Het is zeer bedrijfsspecifiek, want niet elk bedrijf haalt dezelfde opbrengsten uit bepaalde gewassen.

Voor dit project werden de boekhoudkundige gegevens van een representatief aantal landbouwbedrijven voor meerdere jaren geanalyseerd. De teeltrotaties werden onderzocht met als doel te ontdekken voor hoeveel procent van de betrokken bedrijven soja meer zou opbrengen dan de slechtst presterende teelt en in welke mate soja in de teeltrotatie zou passen. In 2018 bracht soja 3 ton per hectare op en kon voor 500 euro per ton worden verkocht. Het was toen voor minder dan 30 procent van de bedrijven interessant om soja te kweken. ILVO heeft een toekomst-scenario uitgetekend. In dat scenario is de prijs licht gedaald, maar is de opbrengst van de nieuwe rassen sterk verhoogd. In dat geval wordt het voor 60 procent van de bedrijven interessant soja in het teeltplan op te nemen.

Het is voor ILVO belangrijk dat soja een solide keuze is voor een landbouwer die niet van een enkel valorisatietraject afhankelijk wil zijn. Soja voor menselijke voeding brengt meer op dan soja voor diervoeding, maar het moet een bepaald eiwitgehalte en niet te veel onzuiverheden bevatten. Als de oogst te weinig eiwitten bevat, moet er een alternatief valorisatietraject zijn. Soja kan dan tot diervoeder worden verwerkt.

5.4. Het belang van de keten bij innovaties

Bij innovaties is het belangrijk om de keten goed in beeld te brengen. Een landbouwer kan innoveren, maar zonder goede keten is er geen handel. Die scheefgroei is al eerder vastgesteld, onder meer met biologische melk in Denemarken. Er was te veel productie en te weinig afzet. In België is dit met spelt gebeurd. In het businessmodel Canvas situeren die innovaties zich aan de rechterzijde, met name bij de ontwikkeling van nieuwe markten of marktsegmenten.

Het voordeel van een nieuwe of groeiende markt is dat de vraag meestal groter is dan het aanbod. In een vroeg stadium van een groeiende markt wordt op basis

van kwaliteit en beschikbaarheid, en niet zozeer op basis van de prijs geconcentreerd. Dat levert mooie opportuniteiten op. De keten moet goed in de gaten worden gehouden. De groei van de markt moet er komen door consumenten die een trend in gang zetten. De retailsector en de verwerker moeten hierop inspikken en pas dan moet de boer hierin meegaan. De producent zelf kan zo iets niet afdwingen.

II. Uiteenzetting door Kurt Sannen

1. Verdienen en agro-ecologie

Kurt Sannen is naast ex-voorzitter van BioForum ook voorzitter van de Farmers-Group van de International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), de internationale organisatie van de biosector. Hij heeft zelf ook een biologisch landbouwbedrijf in Diest. Als adviseur verricht hij onderzoek en adviseert hij landbouwers over het raakvlak tussen natuur en landbouw. De agro-ecologie vertrekt vanuit de wil om wetenschap, sociale beweging en landbouwpraktijk bij elkaar te brengen. Zelf probeert hij in zijn onderzoek, zijn praktijk en zijn maatschappelijk bewustzijn bij elkaar te brengen. Voor dat onderzoek werkt hij samen met Mico-effect en met Wim Govaerts & Co.

Een alternatief verdienmodel is een verdienmodel dat van het gebruikelijke afwijkt, maar er zeker niet voor moet onderdoen. Het sluit aan bij innovaties en bij het zoeken naar oplossingen voor de bestaande problemen. Kurt Sannen vindt het woord 'verdienmodel' wel goed gekozen, want al te vaak wordt dit gelijkgesteld aan een winstmodel of een businessmodel. Het woord 'verdienen' heeft echter twee betekenissen. In het Engels wordt dat 'to earn' en 'to deserve'. Het gaat niet enkel om de winst die iemand boekt, maar ook om de vraag of iets of iemand dat wel waard is. Het gaat niet enkel om de vraag hoe een boer winst kan maken, maar om een bredere kijk op hoe de maatschappij mee kan verdienen aan wat die boer doet.

2. Landbouw vanuit agro-ecologisch perspectief

Agro-ecologie is geen landbouwsysteem. Er zijn geen agro-ecologische landbouwbedrijven. Het is een bril die iemand opzet om naar landbouw te kijken en om zich vragen te stellen. Die weg wordt niet bewandeld om een specifiek punt te bereiken. De weg is het belangrijkste. Wetenschap, praktijk en sociale beweging zijn continu in interactie. Er wordt gestreefd naar een landbouwsysteem dat binnen de draagkracht van de planeet voor iedereen voedsel produceert.

Het is mogelijk dit een ideologie te noemen, maar volgens Kurt Sannen hoeven volksvertegenwoordigers dit geen vies woord te vinden. Van hen wordt net verwacht dat ze vanuit een bepaalde ideologie naar de wereld kijken en keuzes maken. Een ideologie is een samenhangend geheel van ideeën over de samenleving, en dat is precies wat agro-ecologie is. Wat de impact van het ideologisch denken op het landbouwbeleid betreft, wijst Kurt Sannen erop dat iedereen als vanzelfsprekend gelooft in vooruitgang, meer vrijhandel en meer economische groei en dat wetenschap en techniek een antwoord kunnen geven op alle vragen. De mens staat tegenover de natuur en kan haar beheersen. De som van alle individuele belangen zou dan leiden tot een geoptimaliseerd algemeen belang, maar de agro-ecologie stelt dit allemaal in vraag.

Er zijn een aantal principes om vanuit agro-ecologisch perspectief naar landbouw te kijken. Die principes komen op verschillende vlakken terug en zijn niet het monopolie van de agro-ecologie.

De kringlopen moeten worden gesloten. Het is evident dat beter geen afval wordt geproduceerd. De landbouwer moet proberen om voedsel te produceren zonder te veel vervuiling en input van buitenaf. Alles moet zo veel mogelijk in het systeem worden gehouden.

De bodem staat centraal, want een goede bodem is de basis van elke goede landbouwproductie. Het landbouwsysteem moet eigenlijk een zero-input- en zero-outputstelsel zijn. In principe is de voedselproductie een perpetuum mobile. Het is mogelijk met enkel de zon, de bodem en water eeuwig voedsel te produceren. Dit vergt een divers landbouwsysteem met verschillende landbouwbedrijven en voedseldistributiesystemen die alle schokken kunnen opvangen.

De natuur is de vijand niet. De landbouwer moet met de natuur samenwerken en moet synergiën zoeken om de ecosysteemdiensten optimaal te beheren en voor voedselproductie te gebruiken. Voedsel moet zo dicht mogelijk bij de consument worden geproduceerd zodat de agro-ecologische landbouw voor een optimale winst voor de samenleving, en niet enkel voor individuele winstmaximalisatie, kan zorgen.

De begrippen 'agro-ecologie' en 'biolandbouw' worden vaak door elkaar gebruikt. Volgens Kurt Sannen is de agro-ecologie de pijl die de biologische landbouw in de juiste richting stuurt. De twee grote assen zijn het risico op schade aan de gezondheid en het milieu, en het gebruik van pesticiden, kunstmest en aangekocht veevoer. De mate waarin landbouwbedrijven in de juiste richting evolueren, bepaalt op welke plaats langs die assen ze staan. De biologische landbouw is waardegedreven. Er zijn vier grote waarden, namelijk gezondheid, ecologie, zorg en fairness. Die waarden lopen gelijk met de richting waarin de agro-ecologie zou moeten evolueren.

3. Verdienen vanuit agro-ecologisch perspectief

Als Kurt Sannen vanuit dit agro-ecologisch perspectief naar de inkomsten kijkt, vraagt hij zich vooral af wie er verdient. Is het de boer, de bank, de agrarische toeleveringsbedrijven, de voedingsindustrie, de groothandel, de retailsector of de consument? Hij vergeet nooit naar de impact op de natuur, het milieu en het klimaat te kijken. Het gaat om de gezondheid en het welzijn van de mensen. De vraag is dan of zij verdienen of schade lijden. Wat in het Noorden gebeurt, heeft een impact op het Zuiden. Al die vragen moeten worden gesteld. Er is geen agro-ecologische methode die alles in orde brengt. Het gaat om het stellen van de juiste vragen om een weg te bewandelen die naar een duurzame landbouw leidt.

4. Marktfalen van de vrije voedselmarkt

De vrije markt werkt tegelijkertijd goed en niet goed. De boeren voelen in de praktijk dat er veel marktfalen is. De vrije markt wordt al sinds de invoering van het Europees gemeenschappelijk landbouwbeleid in de jaren 50 gecorrigeerd. De markt werkt immers onvoldoende om de landbouwers voldoende inkomsten te bieden en voor alle mensen de toegang tot voedsel te garanderen. Dat is net de reden waarom het GLB er is gekomen, maar uit de curves blijkt dat het landbouwbeleid sinds de millenniumwisseling gestaag achteruitgaat. Momenteel verdient een landbouwer slechts de helft van wat een gemiddelde loontrekker verdient. Dat is zeer weinig. Bovendien vormen de grote negatieve externaliteiten met betrekking tot het milieu, het klimaat en de biodiversiteit ook een vorm van marktfalen. De markt krijgt het niet opgelost, de landbouwers worden onvoldoende beloond voor de maatschappelijke diensten die ze leveren en het Noorden heeft nog steeds een grote impact op het Zuiden. Er is nood aan true cost accounting.

Kurt Sannen verwijst in dit verband naar Adam Smith, de uitvinder van de vrije markt. Neoliberalen interpreteren hem letterlijk, maar Adam Smith beschreef niet enkel de ideale vrije markt in *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Adam Smith was ook een moraalfilosoof en in *The theory of moral sentiments* ging hij ervan uit dat de deelnemers aan de vrije markt een moreel bewustzijn hebben en handelen met een verantwoordelijkheidszin tegenover hun medeburgers. Dat gaat helemaal in tegen de hedendaagse homo economicus, die enkel nog door winstmaximalisatie wordt gedreven, waardoor de vrije markt onvoldoende werkt.

Landbouwers horen bij de belangrijkste slachtoffers, want hun inkomsten zijn onderhevig aan het marktfalen. Ze worden in dit systeem tot goedkope grondstoffenleveranciers beperkt. Ze krijgen lage prijzen voor de producten, maar dragen wel het risico. Veel landbouwers zitten vast in een lock-in. In vergelijking met de andere actoren in de keten, hebben landbouwers unfair lage winstmarges. De winst is de omzet, minus de kosten en de reserves die moeten worden opzijgezet. Het is niet fair dat de meeste landbouwbedrijven geen winst maken, want de andere spelers op de agrovoedingsmarkt maken wel winst. De grote spelers hebben enorm veel macht en de kleine spelers zijn hier niet tegen gewapend. Zo bezitten drie bedrijven 60 procent van de globale markt in zaden en pesticiden en nemen vijf bedrijven 70 procent van de handel in geoogste producten rechtstreeks voor zich. Eigenlijk staan vijftig bedrijven in voor de helft van alle voedselverwerking. Ten gevolge van die enorme concentratie wordt het onmogelijk de echte regels van de vrije markt te volgen. Kurt Sannen vergelijkt dit met het monopolyspel. In het begin hebben alle spelers weinig en wordt iedereen beter van handel. Halverwege het spel heeft iedereen wat straten, huizen en hotels kunnen kopen en is iedereen erop vooruitgegaan, maar uren later heeft iemand alle straten gekocht en heeft de rest niets meer. De vrije markt heeft welvaart gebracht, maar bevindt zich momenteel in de eindfase van het monopolyspel. Een beperkt aantal spelers gaat met de winst lopen en de samenleving moet hier iets aan doen. Dit is immers geen wetenschappelijke wetmatigheid, maar een keuze over de wijze waarop de economie wordt georganiseerd.

Ha-Joon Chang, professor Economie aan de universiteit van Cambridge, heeft gesteld dat economie geen wetenschap, maar politiek is. Internationale, Europese, Belgische en lokale overheden hebben de belangrijke rol om keuzes te maken en ze beschikken daarvoor over veel tools. De manier waarop de marktregels worden gemaakt, verdragen worden gesloten en richtlijnen worden opgesteld, bepaalt welke richting de voedingssector uitgaat. Als een onderdeel van de Vlaamse overheid, hebben de Vlaamse volksvertegenwoordigers de verantwoordelijkheid een goede keuze te maken en voor een faire, vrije voedingsmarkt te zorgen. Dat kan een inspiratie zijn voor andere economische sectoren. Alle betrokkenen, en niet enkel een beperkt aantal spelers, moeten kunnen verdienen. De keuze voor maatschappelijk bewustzijn, biologische producten, Fairtradeproducten of een keurmerk zou niet mogen afhangen van de vrije keuze van consumenten of ondernemers. Uiteindelijk zijn het klimaat, de biodiversiteit en het milieu zo belangrijk dat de Vlaamse overheid haar verantwoordelijkheid moet nemen. Voedsel is een mensenrecht en de vraag is of dit zo maar aan de regels van de geglobaliseerde neoliberale vrije markt mag worden overgelaten. Kurt Sannen heeft in *De Standaard* een inspirerend interview gelezen met een partijvoorzitter die zich duidelijk vragen stelt bij de globalisering en de neoliberale dogma's die hun doel voorbijschieten.

5. Het agro-ecologisch verdienmodel

Er zijn verschillende wegen om boer, mens en planeet te laten verdienen. Het pad is niet voor elk bedrijf hetzelfde. In het klassieke landbouwmodel wordt de input in steeds groter wordende bedrijven in een grote output in de lange keten omgezet. Uiteindelijk komen de producten bij de consument terecht, maar dan wel met een

grote druk op het milieu, de omgeving en de maatschappij. Er komen dan end-of-pipeoplossingen, zoals meer investeringen in de stallen, waardoor op het einde de externaliteiten moeten worden aangepakt om de milieudruk te verlagen.

De agro-ecologie zet maximaal in op recyclage, waardoor veel minder input nodig is en er automatisch veel minder negatieve externaliteiten zijn. Het is ook de bedoeling de producten zo dicht mogelijk bij de consument af te zetten. De landbouw haalt winst uit verhandelbare goederen en het is de bedoeling dat meer van de toegevoegde waarde naar de landbouwers zelf gaat.

Het agro-ecologisch denken over verdienmodellen bevat zes ingrediënten die Kurt Sannen op verschillende manieren toepast telkens hij bedrijven adviseert. Het zijn eigenlijk registers waaraan een landbouwer kan trekken en die een richting aangeven. De VerdienWijzer van ILVO is daarbij een hulp om landbouwers over de evolutie van hun bedrijf te laten nadenken. De agro-ecologie kan een inspiratiebron zijn.

Het eerste ingrediënt is het creëren van een eigen community. Er valt veel over de vrije markt te zeggen, maar uiteindelijk moeten ondernemers zich wel wapenen in de markt zoals hij is. Ze moeten een verdienmodel ontwikkelen om, rekening houdend met de maatschappelijke bekommernissen, een inkomen te genereren. Om zich in de vrije markt te beschermen, ligt het creëren van een goed label het meest voor de hand. Een biolabel laat de landbouwer een eigen relatie met de klant opbouwen. De klant heeft vertrouwen in zijn dienstverlening. De landbouwer kan met zijn klanten vergaderen over de prijs, wat moet worden geproduceerd en hoe dat allemaal moet worden georganiseerd. Eerlijkheid, transparantie en authenticiteit zijn belangrijk. Een betrouwbaar label is immers geen marketingstunt.

Het tweede ingrediënt is de internalisering van de baten van het bedrijf. Zo kan een landbouwer maatschappelijke diensten leveren, zoals voor een mooi landschap zorgen en het milieu beschermen. Een goede relatie met de klant maakt het mogelijk die inspanningen terug te verdienen. Een landbouwer kan zijn prijs verhogen, in de hoop dat zijn klanten die willen betalen. Het is belangrijk dat een overheid dit met subsidiemechanismen kan ondersteunen, want de prijzen kunnen niet oneindig worden verhoogd. Om de baten in het bedrijf te internaliseren, kan worden samengewerkt met natuurbeheerders voor het beheer van natuurgronden. Hierdoor krijgt het bedrijf meer grond en kan de natuur een meerwaarde voor het bedrijf zijn. Door middel van verbredingsactiviteiten kan het gecreëerde landschap door middel van toeristische activiteiten bij wijze van spreken aan de mensen worden verkocht zonder er afbreuk aan te doen.

Het derde ingrediënt bestaat erin het milieu, de natuur en het klimaat niet te beschouwen als een last die tot end-of-pipe-investeringen leidt en veel geld kost, maar na te denken over manieren om van het werken aan het milieu een meerwaarde te maken. Energiebesparende maatregelen liggen voor de hand, maar een belangrijke mogelijkheid is de eiwitautonomie. Bedrijven die zelf eiwitten produceren, hoeven geen dure eiwitten meer aan te kopen. De kringlopen moeten worden gesloten. Het belang van de bodem, wordt vaak over het hoofd gezien. Een goede bodem optimaliseert de opbrengsten en zorgt voor meer productie.

Het vierde ingrediënt is de ketenverkorting, waardoor landbouwers meer marktmacht krijgen en zo meer toegevoegde waarde naar hun bedrijf trekken.

Het vijfde ingrediënt is de verdeling van het risico, dat in het huidige marktsysteem naar de landbouwer wordt geschoven. Dat risico moet over de rest van de keten worden gedeeld. Dat kan door diversificatie in het bedrijf of door op veerkracht in te zetten. Het bedrijf kan de risico's dan internaliseren en de schokken opvangen, zonder te externaliseren met dure risicopremies en verzekeringen.

Het zesde ingrediënt bestaat erin de focus op het arbeidsinkomen en niet op de omzetverhoging te leggen. De boer moet zijn inkomsten verhogen door op kostenverlagingen in te zetten.

6. Een aantal voorbeelden uit de praktijk

Kurt Sannen geeft een aantal voorbeelden uit zijn eigen praktijk. Het eerste voorbeeld betreft een studie die hij samen met Mieco-effect en met Wim Govaerts & Co voor het World Wildlife Fund (WWF) heeft verricht. De onderzoeksvraag was hoe binnen het GLB voor een beter inkomen voor de boeren en voor meer natuur kan worden gezorgd. Het tweede voorbeeld is een al jaren lopend project in samenwerking met de Antwerpse haven. Het derde voorbeeld is eenvoudigweg zijn eigen bedrijf.

6.1. Win-win binnen het GLB voor natuur, landbouw en de melkveehouderij

Voor melkveehouders kan in het GLB een win-winsituatie voor de natuur en de landbouw ontstaan indien de implementatie in Vlaanderen meer op de versterking van de net vermelde mechanismen zou inzetten. Het gaat dan vooral om de voedereiwitten en de ecoregelingen om de landbouwbedrijven met klimaatregelingen te versterken. De gemiddelde melkveehouderij in Vlaanderen telt volgens de gegevens van het Departement Landbouw en Visserij 74 melkkoeien en een teeltplan met 15 hectare grasland en 16 hectare mais.

In het onderzoek is berekend hoe dat bedrijf kan worden omgevormd door maximaal in te zetten op natuurmaatregelen die een meerwaarde kunnen betekenen. Het arbeidsinkomen stijgt met gelijke subsidies. Uit het meerjarig financieel kader voor het GLB in Vlaanderen blijven de directe steun en de ecoregelingen ongeveer gelijk. Vanuit die premisse werd besloten om het bedrijf zelf te veranderen. Mais heeft door het pesticidengebruik en de erosie een hoge milieudruk. In plaats van die mais komen er extensieve graslanden in het teeltplan en komen er perceelranden met botanisch beheerd grasland. Dat zorgt voor meer natuur. Er komt meer permanent grasland, dat door een ecoregeling wordt ondersteund. Het bedrijf moet dan maximaal op de teelt van eigen eiwitten inzetten, onder meer met grasklaver, luzerne en eventuele mengteelten als veldbonen met triticale. In het rantsoen en het teeltplan wordt wat graan opgenomen. Bij dat rantsoen met meer grasklaver en minder mais komt nog graan en pulp en ook bierdrab, wat volgens een onderzoek naar enterische emissies ook een meerwaarde levert, door het verminderen van de methaanuitstoot. De kostenbesparing zit in het feit dat veel minder krachtvoer en eiwitrijke brokken moeten worden gekocht. Het oorspronkelijk dagrantsoen per koe bevat 3 kilogram aan droge stof uit eiwitrijke brokken en 2,5 kilogram droge stof uit evenwichtige brokken. Het is mogelijk deze voederkost met 23 procent te laten dalen. Zeker in de beginfase zal de productiviteit hierdoor wat dalen, maar dat is een leerproces. De steun vanuit het GLB wordt dan minder directe steun en meer steun voor ecoregelingen en klimaatmaatregelen die specifiek gericht zijn op meer extensief grasland en meer eiwitteelt op het bedrijf. De bedrijfs-subsidie blijft gelijk en het arbeidsinkomen kan tot 22 procent stijgen.

Dit scenario is voor veel melkveebedrijven in Vlaanderen haalbaar en maakt het mogelijk veel maatschappelijke voordelen inzake klimaat, water, bodem, natuur, biodiversiteit en landschap te realiseren. De koeien lopen in de wei en krijgen in hun stal goed voer, waardoor ze goede melk produceren. Naast de mais staan dan de perceelranden, de luzerne, de graanvelden en het ei van Columbus: de grasklaver waar elke boer blij van wordt. De baten van het bedrijf zijn met de subsidiemechanismen in het GLB geïnternaliseerd en er zijn synergiën met de natuur, het milieu en het klimaat. Dat kan door op eiwitautonomie in te zetten, kringlopen te sluiten en de bodem te optimaliseren. Een klein gedeelte van het risico is geïnternaliseerd en het bedrijf is veerkrachtiger geworden. De focus ligt op het

arbeidsinkomen door middel van een kostenverlaging, waardoor het saldo hoger wordt. De landbouwer, de burger en de planeet verdienen aan dit model, dat voor alle landbouwers een inspiratiebron kan zijn. Als er voldoende budget voor ecoregelingen en milieu- en klimaatmaatregelen is, kan het nieuwe GLB voor een geleidelijke daling van de directe steun zorgen. Er is dan een brede set van maatregelen waarin elke landbouwer iets kan vinden.

Om die transitie mogelijk te maken, is het belangrijk in te zetten op onderzoek, begeleiding en advies. Uit de praktijk blijkt dat niet eenvoudig te zijn, maar goede begeleiding en onafhankelijk advies zijn nodig om de boeren zichzelf te laten versterken. In het tweede voorbeeld over de samenwerking met de Antwerpse haven wordt dit al vijf jaar toegepast.

6.2. De bruine kiekendief in het Antwerpse havengebied

De Antwerpse haven wenste uit te breiden, maar stootte op de Europese regels inzake natuurbescherming. Aangezien de bruine kiekendief vooruitgang moest kunnen boeken of toch minstens behouden moest blijven, had de Antwerpse haven nood aan een groter foerageer- en leefgebied voor deze vogels. Dit verhaal speelde zich af op de Linkerscheldeoever, in de omgeving van Doel. Kurt Sannen heeft samen met de landbouwers een win-winsituatie gezocht die niet het zoveelste verlies voor de landbouwers zou betekenen. De landbouwers in die regio hebben immers al heel wat te verduren gekregen. Het was de bedoeling voor de bruine kiekendief een leefgebied te creëren op een manier waar de landbouwers er beter van zouden worden.

Een bruine kiekendief heeft kleine vogels en muizen nodig in een open landschap. Dat kan ook boven grasklaver en boven mengteelten of luzernestroken. Onder een aantal voorwaarden, waaronder minder of geen pesticidegebruik, zijn die teelten voor de bruine kiekendief heel aantrekkelijk, want ze zorgen voor veel randen waar muizen wonen. Om die reden werd aan de boeren gevraagd of ze die teelten niet in hun teeltplan en rantsoenen konden opnemen. Dit loopt ondertussen goed en de Antwerpse haven zet nu zelf een landbouwinnovatiefonds op voor natuurintensieve landbouw. De landbouwers kunnen zelf projecten indienen.

Kurt Sannen toont een foto van een lachende boer die blij is met de genomen maatregelen. Hij heeft geleerd veldbonen met triticale te telen om in het afmesTINGSrantsoen van zijn stieren op te nemen. Hierdoor zijn de kosten voor krachtvoer gedaald. Het agro-ecologisch denken is niet polariserend. Het gaat om een manier om met de boeren na te denken over de wijze waarop zij en de hele maatschappij kunnen verdienen.

6.3. Natuurboerderij Het Bolhuis

Het derde voorbeeld van Kurt Sannen is zijn eigen bedrijf, Het Bolhuis, dat midden in de natuur is gelegen. Met zijn biovleeshouderij met oude rassen probeert hij het beste te maken van de natuurreservaten in zijn omgeving. Hij werkt samen met de natuurbeheerders en zet zijn vlees af in de korte keten. Hij focust op lage kosten en zet met de teelt van ruwvoer in op voerautonomie. Het gaat in hoofdzaak om grasklaver en luzerne, maar hij koopt ook nog een beetje graan van een andere boer.

Wat de korte keten betreft, creëert hij een sterke community met zijn klanten. Hij organiseert activiteiten en verspreidt een nieuwsbrief. Hij werkt graag samen met andere boeren voor het biogroentenafval dat als voer in zijn stallen terechtkomt, voor de teelt van grasklaver in een agroforestrysysteem en om materiaal met elkaar te delen. Al die zaken versterken zijn bedrijf en de natuur wordt een meerwaarde voor de bedrijfsvoering. Er hoort ook een verbreding bij, want er komen

mensen met ezels in de natuur wandelen, waardoor een gedeelte van die natuurwaarde weer naar hem komt. Hij probeert de ervaringen die hij als boer opdoet, verder te vermarkten als adviseur en zelfstandig onderzoeker.

De zes ingrediënten die Kurt Sannen eerder heeft opgesomd, komen in dit voorbeeld aan bod en zorgen voor de ontwikkeling van een waardevol bedrijf. Uiteraard is dit niet voor iedereen op dezelfde manier weggelegd. Veel hangt af van de persoon als bedrijfsleider, de sterktes en zwaktes van het bedrijf en van de marktomgeving. Het is geen toverformule, maar het kan een inspiratiebron zijn om vanuit die agro-ecologische hoek als boer en als maatschappij te verdienen.

III. Uiteenzetting door Erwin Schöpges

1. Situering van Faircoop

Erwin Schöpges, voorzitter van Faircoop en verantwoordelijke van het sectorcomité melk, is afkomstig uit het Duitstalig gebied en is melkveehouder in Amel. Na de grote melkcrisis in 2009 hebben een aantal mensen besloten met Fairebel een eigen merk te creëren. De betrokkenen hadden immers vastgesteld zelf geen marktdeelnemer meer te zijn want ze hadden geen invloed meer op de commercialisering van de producten. De melk kwam grotendeels uit het buitenland, want Campina en Joyvalle zijn Nederlandse merken. De grootwarenhuizen hadden hun eigen merken en eigenlijk waren er weinig eigen merken in België. Het was de bedoeling met de oprichting van de coöperatieve vennootschap een faire melk op de markt te brengen. De missie bestaat erin om alle producten van de coöperanten in de structuur te verwerken, wat niet zo eenvoudig is. Aangezien de meeste consumenten in de grote steden wonen en moeilijk tot bij de bedrijven geraken, was het de bedoeling met de grootwarenhuizen samen te werken. Dat is gestart voor fruit en in januari 2021 start het ook voor vlees.

Het is belangrijk dat alle boeren in België coöperant kunnen worden. Of die boeren al dan niet bij de Boerenbond of het Algemeen Boerensyndicaat zijn aangesloten, speelt geen rol. De naam Fairebel staat voor fair en Belgisch. België is een klein land met elf miljoen inwoners. Met een Waals project is het onmogelijk gebleken de Vlaamse consumenten te bereiken en omgekeerd. Het is belangrijk dat boeren uit heel België aan de organisatie deelnemen.

De producten die momenteel op de markt worden gebracht zijn kaas, boter, volle melk, chocomelk, halfvolle melk en bio-ijs. Momenteel is de melk van Faircoop in alle warenhuizen in België aanwezig. De verkoop heeft een evolutie doorgemaakt, van 8000 liter in het eerste jaar tot 13.000.000 liter in 2020.

Sinds 2020 wordt de melk bij de boeren opgehaald. In 2015 is de coöperatieve vennootschap voor consumenten toegankelijk en ondertussen zijn al 1500 consumenten lid van de coöperatieve vennootschap. Dat is een succesverhaal. Ze kunnen voor 500 euro aandelen kopen, aan de algemene vergadering deelnemen en in de raad van bestuur zetelen. Het is belangrijk dat boeren en consumenten samen in dezelfde coöperatieve vennootschap zitten.

In 2009 is Faircoop met acht boeren gestart. In 2020 gaat het al om vijfhonderd melkboeren, waarvan 70 procent in Wallonië en 30 procent in Vlaanderen. Sinds 2020 gaat het ook om 130 veeboeren, waarvan 50 procent in Wallonië en 50 procent in Vlaanderen. De coöperatieve vennootschap telt eveneens dertig fruitboeren, waarvan 30 procent in Wallonië en 70 procent in Vlaanderen. Ten gevolge de COVID-19-crisis is het niet mogelijk geweest vergaderingen te houden. De coöperatieve vennootschap is in 2009 met een zakencijfer van 600.000 euro gestart. In 2020 is dat al 13.000.000 euro.

2. Aanbieden van producten in samenwerking met partners

Voor melk wordt samengewerkt met Luxlait, een coöperatieve vennootschap in Luxemburg. In 2009 wilde geen enkele melkverwerker in België met Faircoop samenwerken. De enige oplossing was elders een coöperatieve vennootschap zoeken. Bij Luxlait werken momenteel 22 personen enkel voor Faircoop en 27 procent van de werknemers van Luxlait is uit België afkomstig. Vanaf 2021 zal dat 25 procent zijn.

Voor boter wordt samengewerkt met Olympia, waar momenteel twee personen voor Faircoop werken. Erwin Schöpges hoopt dat dit in 2021 vier tot vijf personen kunnen worden.

Voor kaas wordt samengewerkt met de Herve Societé, waar eveneens twee personen voor Faircoop werken. Voor roomijs wordt samengewerkt met Gilfi, waar een werknemer voor Faircoop werkt.

Verder werken drie tot vier personen elke dag voor de logistiek van Faircoop en werken drie personen aan de boekhouding van de onderneming. Voor marketing beschikt Faircoop over drie personen. Het komt erop neer dat meer dan dertig personen onrechtstreeks aan de verkoop van de producten werken. Als de verkoop zou stilvallen, zouden dertig mensen geen werk meer hebben. Bij Faircoop werken zes personen rechtstreeks voor de administratie, maar Erwin Schöpges denkt in 2021 twee tot drie personen meer te zullen moeten inzetten voor fruit en vlees.

Elke boer in België kan lid worden van de coöperatieve vennootschap Faircoop. Faircoop verkoopt het verpakt fruit aan een partner, net zoals dat voor de melk gebeurt. Voor fruit is dit de coöperatieve vennootschap New Green. Faircoop verkoopt de producten aan een faire prijs aan de warenhuizen en de winst gaat naar de boeren. Wat appels betreft, is het de bedoeling dat de boer 1 euro per kilo krijgt. Voor een liter melk moet de boer 0,35 euro krijgen. Wat vlees betreft, is de prijs 6,20 euro per kilo. Dit is wat de boer als faire prijs zal ontvangen.

De prijs van appels en peren ligt niet hoog wegens het Russische embargo. De partner, New Green, is onder meer gecertificeerd door GLOBALG.A.P (Global Good Agricultural Practice, een certificaat voor goede landbouwpraktijken) en door Vegaplan. De kwaliteit van de appels is A2++. Het is belangrijk dat de kwaliteit is gecertificeerd. De verpakkingen hebben een certificaat van het British Retail Consortium. De appels en de peren worden per 1 of 2 kilogram verpakt. Het is de bedoeling eventueel ook met appelsap te starten.

Voor het vlees geldt hetzelfde. Veehouders in heel België kunnen lid van Faircoop worden. De partner is Q-food. Faircoop verkoopt aan de retailsector en de winst gaat naar de boeren. Het grote probleem is dat de gemiddelde leeftijd van de veeboeren 58 jaar is. Het is belangrijk dat er een toekomst voor een nieuwe generatie komt, want anders zullen er in de toekomst geen onafhankelijke boeren meer zijn.

Faircoop heeft een gesprek gevoerd met Comeos. Volgens Comeos willen de supermarkten met de boeren samenwerken, want sommige consumenten vragen dat. Maar eigenlijk zien supermarkten niet graag dat boeren hun producten zelf commercialiseren. De retail zorgt er immers voor dat zij elkaars concurrenten zijn. Daarom wil Fairebel de Belgische boeren samen te brengen in een coöperatieve vennootschap die voor de eigen commercialisering kan zorgen. De consumenten willen labels zien, en dat is het concept van het Fairtrade label, dat nu al bestaat voor cacao en koffie. Fairtrade Belgium steunt Faircoop. Het is belangrijk dat iedereen in de keten, landbouwers, verwerkers en distributeurs, een faire prijs krijgt en dat de consument zeker is dat iedereen in de keten correct wordt betaald. Fairebel is het enige Belgische faire label dat in de supermarkten wordt aangeboden.

Het is voor Faircoop belangrijk dat de producten van de hoogste kwaliteit zijn. De Belgische boeren leveren topkwaliteit en het is niet de bedoeling van Faircoop iets aan de bedrijven te veranderen. De boeren zijn zelf verantwoordelijk voor hun bedrijf. Het merk heeft kracht dankzij de samenwerking met partners als Rossel, RTBF of Mediahuis. De boeren moeten direct contact met hun consumenten zoeken en hiervoor moet de mentaliteit van de boeren nog veranderen. Vroeger boden boeren hun producten op straat aan, maar die tijd is voorbij. Er zijn steeds vaker evenementen in de warenhuizen, maar in 2020 is dat helaas niet mogelijk geweest wegens de coronacrisis.

3. Geen ondersteuning van de federale of regionale overheid

Faircoop heeft tot nu toe geen enkele ondersteuning van de federale of regionale overheid ontvangen. Het is immers de bedoeling onafhankelijk te zijn. Faircoop moet veel communiceren, onder meer door middel van advertenties. Er lopen campagnes in Vlaamse en Waalse kranten. Dit gebeurt al voor melk en fruit, maar het zal ook gebeuren voor vlees.

Faircoop wil geen politieke steun, premies of subsidies. De boeren willen leven van wat ze produceren en willen aan de markt deelnemen, wat enkel met een eigen merk kan. De Belgische landbouw is de voorbije dertig jaar vergeten een Belgisch merk op te richten. Erwin Schöpges citeert in dit verband Dominique Michel: "De boeren maakten van hun woede een positief project." Fairebel is een concreet project dat is gestart omdat het voor de boeren moeilijk is om van de supermarkten een eerlijke prijs te krijgen. De consument kan lid van de coöperatieve vennootschap worden, maar er is wel nog veel werk. De supermarkten willen immers hun eigen merken promoten.

Faircoop vraagt geen subsidies, maar de overheden kunnen via hun aankoopgedrag toch een belangrijke bijdrage leveren. Zij zijn verantwoordelijk voor de aankopen van bedrijfsrestaurants, ziekenhuizen, gevangenissen en dergelijke. Nu moet een overheid steeds aan de goedkoopste prijs inkopen. Dat leidt tot dumping. Faircoop wil geen premies of subsidies, maar wel toegang tot deze markt.

IV. Uiteenzetting door Petra Tas

1. Situering van De Landgenoten

Petra Tas, coördinator van De Landgenoten, deelt mee dat De Landgenoten in 2014 werd opgericht. Eerst is de coöperatieve vennootschap opgericht en iets later de gelijknamige stichting. De vennootschap en de stichting zijn van start gegaan om een antwoord te bieden op de groeiende problematiek in verband met de toegang tot grond. Dit geldt vooral voor minder kapitaalkrachtige boeren, kleine boeren en starters zonder boerenachtergrond of familiegronden.

De Landgenoten is geïnspireerd door gelijkaardige initiatieven in het buitenland, zoals *Terre-en-vue* in Wallonië, *Terre de Liens* in Frankrijk of de Stichting Grondbeheer in Nederland. Veel initiatieven zijn verenigd in het netwerk Access To Land.

Het is de missie van de organisatie om, samen met burgers, grond te financieren zodat boeren die kosten niet moeten dragen. Gronden in gemeenschappelijk bezit bieden de zekerheid dat ze als landbouwgrond gebruikt zullen blijven worden en dat de opgebouwde bodemvruchtbaarheid niet verloren gaat.

De Landgenoten is door zeventien verschillende organisaties en boeren opgericht. Het gaat om Natuurpunt, Velt, Bond Beter Leefmilieu, maar ook om boerderijen als De Kollebloem, De Wassende Maan of Widar. Landwijzer, het opleidingscentrum

voor bioboeren, heeft hier een belangrijke rol in gespeeld. Landwijzer wordt immers sterk met de grondproblematiek geconfronteerd. Elk jaar wordt een nieuwe groep boeren opgeleid die dan vervolgens geen toegang tot grond heeft. De coöperatieve vennootschap heeft een sociaal oogmerk, wat betekent dat de vennootschap een maatschappelijk doel voor ogen heeft.

2. Toelichting over de grondproblematiek voor landbouwers

Er verdwijnen steeds meer boeren en de gemiddelde leeftijd van de boerenpopulatie stijgt sterk. De agrarische ondernemers hebben geen opvolgers en er zijn minder jobs in de landbouw. Tegelijkertijd worden de boerderijen groter en wordt de landbouwgrond duurder. Vlaanderen verliest in sneltempo sociaal kapitaal, productiemiddelen, ruimte en de ecosysteemdiensten die de landbouw levert. Die context is er in heel de EU. De EU zoekt manieren om de familiale landbouw en de starters te ondersteunen, want het platteland ontvolkt en de landbouwgrond wordt door buitenlanders opgekocht.

Wat De Landgenoten verontrust, is dat de landbouwgrond in Vlaanderen niet enkel voor landbouw wordt gebruikt. Soms gaat het om 15 procent, maar in de provincie Antwerpen wordt 30 procent van de landbouwgrond voor tuinen, paarden en niet-agrarische ondernemingen gebruikt. Bovendien blijft de als landbouwgrond ingekleurde grond niet altijd landbouwgrond. Die grond kan andere bestemmingen krijgen, zoals industrie. Ten gevolge van de subsidies per hectare kunnen grote bedrijven nog meer kapitaal bemachtigen en nog groter worden. Aangezien die groei door verschillende actoren wordt gestimuleerd, staan de grond en de boeren onder druk en is er een grote onderlinge concurrentie.

De Pachtwet beschermt de boeren, maar creëert geen grond. De Pachtwet, die trouwens gemakkelijk kan worden omzeild, dwingt of stimuleert niemand om landbouwgrond voor landbouw te gebruiken. Dit is geen pleidooi om de pacht af te schaffen, want de pachters zijn blij met deze bescherming. Maar boeren die een boerderij willen starten, moeten vaak op voorhand ondertekenen dat ze geen beroep op de rechten in de Pachtwet zullen doen. De Pachtwet schiet hierdoor zijn beschermend doel voorbij.

3. Concrete werking van De Landgenoten

De Landgenoten vindt het belangrijk dat de voedselproductie lokaal en op een milieuvriendelijke manier gebeurt. Het is de bedoeling veerkrachtige, rendabele bedrijven te ondersteunen die in de gemeenschap zijn ingebed. De Landgenoten ondersteunt bedrijven met een productiediversiteit en ondersteunt geen bedrijven die slechts één product op de markt brengen. Bovendien moeten de bedrijven in hun bedrijfsplan blijf geven van verschillende afzetmethodes. Het kan onder meer gaan om de verkoop op de markt of aan restaurants. Vaak gaat het om de korte keten, maar dat hoeft niet.

De boeren zijn autonoom. De Landgenoten bezit de grond onder de boerderijen, maar grijpt op geen enkele manier in met betrekking tot de bedrijfsvoering. Derde partijen kunnen ook geen druk uitoefenen, waardoor de boeren autonoom over de evolutie van hun bedrijf kunnen beslissen.

De Landgenoten vraagt de boeren wel om gecertificeerd biologisch te werken, zodat ze de bodemvruchtbaarheid opbouwen. Aangezien het om gemeenschappelijk bezit gaat, wordt die grond immers van generatie op generatie doorgegeven. Dat is voor de boeren een investering. Een boer die biologisch wil werken, moet de grond omschakelen. Dat kost twee jaar voor een gewone teelt en drie jaar voor een meerjarenteelt. Het is voor een biologische landbouwer dan ook niet mogelijk om zomaar op een willekeurig perceel te beginnen werken. De Landgenoten hecht

veel belang aan de zekerheid van de boer. Als de percelen aan een andere biologische landbouwer worden overgedragen, blijft de certificatie gelden en heeft de beginnende boer een uitstekende landbouwgrond om op te werken.

De verbinding met de gemeenschap is ook zeer belangrijk. Een bedrijf is geen productie-eiland te velde. De boeren worden uitgenodigd om een band met de gemeenschap op te bouwen, bijvoorbeeld door een vorm van korteketenverkoop, zelfpluk of educatie. Sommige boeren ontvangen klassen. Het kan op verschillende manieren, maar het is voor De Landgenoten wel een belangrijk aspect.

Aangezien De Landgenoten de grond bezit, is het gemakkelijk een boerderij aan een nieuwe landbouwer over te dragen. Een zeer kapitaalintensieve boerderij past niet echt in die visie.

Alle boeren die bij De Landgenoten aankloppen, moeten een goedkeuringsproces doorlopen. Dit betekent dat De Landgenoten nagaat of de kandidaat een landbouwopleiding heeft gekregen en de nodige kennis en ervaring heeft om een bedrijf te leiden. Aangezien het om ondernemers gaat, is het ook belangrijk naar de financiële plannen te kijken en een gemotiveerde kandidaat te vinden die minstens voor een paar jaar een bedrijf wil leiden. Verder moet de kandidaat de visie van De Landgenoten delen en zelf van het biologische aspect overtuigd zijn. Uiteindelijk moet de nieuwe landbouwer zich goed voelen bij de idee dat hij de grond waarop hij werkt niet zelf zal bezitten en de openheid ten aanzien van de gemeenschap moet bij hem passen.

Het is gemakkelijk theoretisch uit te leggen op welke manier De Landgenoten ondersteuning biedt. In de praktijk moet natuurlijk wel geld bij burgers worden opgehaald. Dat kan in de vorm van giften en aandelen. Met dat geld koopt De Landgenoten grond die vervolgens aan een boer wordt verhuurd. De boer krijgt zekerheid, want het contract loopt zo lang hij boer blijft. De Landgenoten engageert zich om een opvolger te zoeken wanneer de boer wil stoppen.

Dit vergt niet enkel een inspanning van De Landgenoten om investeerders te zoeken, maar ook van de boer zelf, die wordt verondersteld tijdens de crowdfunding het gezicht van de campagne te zijn en zijn verhaal te vertellen. Hij moet zijn eigen klanten en vriendenkring aanspreken.

In de eerste plaats biedt deze ondersteuning de boer zekerheid op lange termijn. Hij weet dat hij gedurende heel zijn verdere carrière op die grond kan blijven boeren. Hij moet niet in grond investeren en behoudt financiële ruimte om in materiaal of gebouwen te investeren. Met die financiële ruimte heeft hij ook de mogelijkheid in de bodem en de biodiversiteit te investeren. Hij kan heggen en bomen planten of bloemenranden aanleggen. Dit komt het bedrijf ten goede, maar een boer die puur naar de winst moet kijken, komt hier vaak niet aan toe.

Er is een nadeel aan verbonden. In het huidige systeem beschouwen boeren hun grond vaak als hun pensioenpot. Op het eind van hun leven verkopen ze hun grond en gebruiken ze dat geld voor hun pensioen. Dit kan in dit systeem natuurlijk niet. Het is dan ook belangrijk dat een boer een eerlijke prijs voor zijn producten krijgt, zodat hij tijdens zijn carrière voldoende kan verdienen om een pensioen op te bouwen.

4. Huidig areaal en werking van de bestaande boerderijen

Petra Tas toont een kaart waarop alle gronden van De Landgenoten met een stip zijn aangeduid. De Landgenoten heeft ondertussen 25 hectare aangekocht. Het aankoopproces voor 8,5 hectare is nog lopende en de ondertekening is voor februari 2021. Dat zal het totaal op 33,5 hectare brengen. Op die gronden worden

dertien boeren met tien boerderijen ondersteund. Daarvan zijn er vijf op het model gebaseerd van community supported agriculture. Dat betekent dat de klanten in het begin van het jaar een oogstaandeel kopen en bijgevolg in de winst en het risico delen. Vijf bedrijven zijn op een andere manier georganiseerd. Meestal gaat het om verkoop in de korte keten. De helft van de bedrijven zijn groentebedrijven, maar er zijn ook twee bedrijven met melkgeiten, een fruitbedrijf, een bloementeler en een gemengd bedrijf. Die bedrijven liggen over heel Vlaanderen verspreid, want De Landgenoten is in elke provincie aanwezig. Niet alle bedrijven werken enkel op de grond van De Landgenoten. Sommige bedrijven hebben voldoende aan die grond, maar andere bedrijven huren elders nog andere gronden.

De Landgenoten is er nog niet in geslaagd veel boeren gelukkig te maken. De databank bevat 170 kandidaten die tussen 2014 en 2020 hebben aangeklopt, waarvan iets meer dan 40 procent grond zoekt om een boerderij te starten. Die mensen hebben vaak ervaring en hebben al in dienst van een ander bedrijf gewerkt. Verder klopt ongeveer 40 procent van de kandidaten aan om te kunnen uitbreiden. Hun bedrijf kan niet groeien omdat er geen grond ter beschikking is. Tot slot komen een aantal kandidaten bij De Landgenoten aankloppen omdat de grond onder hun eigen bedrijf wordt verkocht. Ze kunnen die grond zelf niet aankopen en ze hebben hulp nodig om hun bedrijf veilig te stellen. Heel uitzonderlijk komt een bedrijf aankloppen om door de verkoop van grond aan De Landgenoten, financiële middelen vrij te maken.

5. Hinderpalen voor een vlotte werking

De huidige prijs van de landbouwgrond is te duur en de grond is vaak ook niet beschikbaar of reeds in gebruik. De wetgeving kan ook hinderlijk zijn, bijvoorbeeld omdat op een grond zelfs geen kleine stockageruimte mag worden gebouwd. Maar een bedrijf dat op anderhalve hectare een korteketenbedrijf wil starten, heeft een stockageruimte voor materiaal en water nodig. De regelgeving laat dat niet altijd toe.

Soms is de grond te klein. Er is veel versnippering en met stukken van een halve hectare gaan landbouwers niet aan de slag. Soms wordt de grond te snel verkocht of is de grond te ver gelegen. Die hinderpalen zorgen ervoor dat De Landgenoten niet alle boeren kan helpen.

Een perceel dat beschikbaar wordt, moet passen in het bedrijfsplan waarvan een boer droomt. Een CSA-boerderij is gericht op klantcontacten en kan niet zomaar 'in the middle of nowhere' worden ingeplant. Dat moet bij een dorpskern gebeuren. De percelen moeten pachtvrij zijn. Aangezien De Landgenoten zelf geen landbouwbedrijf is, kan De Landgenoten een pacht niet opzeggen. Het perceel moet voldoende groot zijn, toegankelijk zijn en eventueel over een schuur en een wateraansluiting beschikken.

De boer is zelf ook een cruciale factor. De boer moet een goede ondernemer zijn en moet de crowdfunding willen trekken. Een aantal boeren willen wel met De Landgenoten werken maar zien het niet zitten de druk van die crowdfunding op zich te nemen. In 2021 is er een potentiële groei van 12 hectare, wat voor vier boeren is bedoeld. De financiering vormt het belangrijkste obstakel, maar de plannen liggen klaar.

De Landgenoten is niet enkel actief op het vlak van aankopen, maar stimuleert ook gemeentebesturen om hun gronden te bestemmen voor lokale, milieuvriendelijke voedselproductie en om zorg te dragen voor bedrijven die de gemeenschap ten goede komen en een sociaal weefsel creëren. Er zijn gesprekken met een aantal gemeenten om hiervoor plannen op te stellen.

V. Uiteenzetting door Nele Lauwers en Sander Van Haver

1. Situering van de werking van de Boerenbond rond verdienmodellen

Nele Lauwers, consulent Nieuwe verdienmodellen bij de Boerenbond, licht toe dat de Boerenbond op verschillende manieren werkt aan verdienmodellen, zodat zij tijdens deze hoorzitting veel van haar collega's vertegenwoordigt. De diensten van de Boerenbond werken ook vaak samen om landbouwers met uiteenlopende bedrijfsvormen te ondersteunen.

De landbouwers kunnen bij de Boerenbond terecht voor ondersteuning bij de analyse van de economische cijfers. Daar komen dan allerhande adviezen over de bedrijfsvoering bij kijken. In deze context brengt Nele Lauwers, als consulente over dit thema, landbouwers samen om kennis op te bouwen en ervaringen uit te wisselen. Ze werkt ook samen met het Innovatiesteunpunt, waar landbouwers terecht kunnen om een advies te krijgen over bedrijfsstrategieën, marketing, verkoop in de korten keten, samenwerking, de omschakeling naar biologische landbouw, nieuwe technieken en nieuwe teelten.

Op het raakvlak tussen het Innovatiesteunpunt en de andere diensten van de Boerenbond gebeurt veel gezamenlijk en apart. Hiervoor worden dan opleidingen en trainingen voor de landbouwers georganiseerd en wordt ook veel met projecten gewerkt. Verder worden, specifiek voor de nieuwe verdienmodellen, lerende netwerken van landbouwers opgezet. De land- en tuinbouwers komen dan samen om kennis op te doen en met de adviseurs te interageren. Ze stellen veel vragen, want als ondernemers moeten zij de moeilijke keuzes uiteindelijk zelf maken. De Boerenbond probeert de landbouwers de juiste informatie te bezorgen, zodat ze die keuzes bewust en weldoordacht kunnen maken.

Nele Lauwers toont een brochure die de Boerenbond recent heeft geschreven over de vele vragen van mensen die nieuw zijn in de sector, maar wel een verdienmodel met betrekking tot voeding willen creëren. Die brochure moet hen helpen de juiste vragen te stellen. De toelichting gebeurt op basis van het businessmodel Canvas, maar de landbouwers worden vooral gestimuleerd om zelf vragen te stellen. Tijdens de contacten stelt de Boerenbond vast dat, hoe anders de projecten van nieuwkomers en bestaande bedrijven er ook kunnen uitzien, ze vaak voor dezelfde uitdagingen komen te staan. En daarbij staat een correct inkomen voor de boer centraal.

De landbouwbedrijven zijn heel divers, want zelfs in de gangbare praktijk is er veel diversiteit. Het komt erop aan in te spelen op de uitdagingen in de markt en in de maatschappij. De ondernemers slagen er op heel uiteenlopende manieren in om een correct inkomen te verwerven. Nele Lauwers is het ermee eens dat er geen verdienmodel is dat in elk bedrijf past, want het is werkelijk maatwerk. Ze verwijst naar de lijst van voorbeelden die ze samen met haar collega Sander Van Haver zal toelichten. Er kan daarbij nooit een absolute garantie op succes worden gegeven, maar er zijn wel thema's die meerdere landbouwers kansen bieden en waar de Boerenbond met veel energie aan werkt.

2. Voorbeelden van verdienmodellen door Sander Van Haver

Sander Van Haver, innovatieconsulent Bio-omschakeling bij het Innovatiesteunpunt van de Boerenbond, deelt mee dat er in de EU en in Vlaanderen een stijgende vraag is naar energieproductie en de transitie naar meer groene energie. Land- en tuinbouwers zetten hier al lang op in, maar zoeken ook steeds meer toenadering naar burgers om samen projecten voor hernieuwbare energie op te zetten.

Zo heeft een groep landbouwers een project opgezet om in eerste instantie energie voor hun eigen landbouwbedrijven te produceren. Die bedrijven liggen in dezelfde regio en de boeren kunnen hun verbruik beter op elkaar afstemmen. Dit gebeurt in samenwerking met burgers, want in tweede instantie willen ze energie voor de lokale gemeenschap produceren. De landbouwer wordt dan zowel een voedselproducent als een energieproducent.

De tweede casus is agrovoltatics, wat in Vlaanderen redelijk nieuw is. Elke vierkante meter telt en de vraag is of een landbouwer op elke vierkante meter waarop hij voedsel produceert, ook energie kan produceren. Dit project bevindt zich nog in de onderzoeksfase maar het Innovatiesteunpunt werkt hier actief aan mee en ziet hier potentieel in.

Het volgend voorbeeld is de toegevoegde waarde, waar het Innovatiesteunpunt veel kansen in ziet. Als innovatieconsulent Bio-omschakeling wil Sander Van Haver het eerst over biologische veehouderij hebben. Door naar biologische melkveehouderij over te schakelen, kan een landbouwer voor dezelfde liters melk een meerwaarde creëren. Hij krijgt er immers een hogere prijs voor, wat in een ideale situatie voor een beter arbeidsinkomen moet zorgen. De omschakeling van de primaire productie vormt de grootste hindernis, want voor de verdere commercialisering kan de boer bij de bestaande kanalen aankloppen. Het is echter niet zo evident naar biologische melk over te schakelen. Tussen 2010 en 2020 heeft het Innovatiesteunpunt ongeveer 150 bedrijven met succes begeleid, maar daar staat tegenover dat meer dan 600 bedrijven het advies hebben gekregen dat een succesvolle omschakeling om meerdere redenen niet zou lukken.

In het Waasland ligt het bedrijf van Marc De Boey, die onder meer over een kudde jerseykoeien beschikt. Hij wil inspelen op de genetica van zijn jerseykoeien, want die produceren A2A2-melk, die mensen met een melkeiwitintolerantie blijkbaar kunnen verteren. Het bedrijf gelooft hier sterk in en zal die melk zelf verwerken en op de markt brengen. Dit betekent dat het bedrijf de marketing zelf moet uitwerken, maar er wordt wel een grote toegevoegde waarde voor het product gecreëerd. Om dit te bolwerken moet Marc De Boey tegelijkertijd producent, verwerker, marketeer en verkoper zijn. Dat is niet evident, en het Innovatiesteunpunt begeleidt hem hierbij.

Het volgend voorbeeld is de korte keten, waarover zeker in coronatijden veel wordt gesproken. Dat concept is al lang gekend, maar dan gaat het vooral om de korte keten ten aanzien van de consument, bijvoorbeeld met automaten, een hoevewinkel of markten. Steeds meer producenten vatten de korte keten nu als een business-to-businesskanaal op. Ze richten zich tot cateraars, horecazaken en winkeliers. Een aantal voedselproducenten in de rand rond Leuven hebben samen de coöperatieve vennootschap Kort'om Leuven opgericht, waarmee ze inspelen op de vraag van de stad Leuven naar meer lokale voedselvoorzieningen. De webshop stelt klanten in staat business-to-business te bestellen. Kort'om Leuven bundelt het aanbod en de logistiek, waardoor de producten zeer efficiënt naar de stad worden gebracht.

Een volgend voorbeeld betreft voedselverliezen. Sander Van Haver verwijst naar een bedrijf dat tomaten kweekt. Aanvankelijk werden de overschotten van onverkochte tomaten gewoon vernietigd. Nu worden die tomaten in gazpacho en passata verwerkt, wat van deze verliespost een verdienpost maakt. Dit nieuwe merk Tompuur wordt succesvol in hoevewinkels en door retailers verkocht. Het verdienmodel schuilt in de omvorming van een voedselverlies in een winstgevende activiteit.

Een volgend voorbeeld betreft samenwerking, de bundeling van de vele krachten en vaardigheden. Zo is er het Granennetwerk Pajottenland: een netwerk van land-

bouwers die op vraag van de brouwerij 3 Fontein met lokale brouwgranen werken. In het verleden werden die granen op de anonieme markt gekocht, maar de boeren hebben zich verenigd om hierop in te zetten. Ze krijgen van de brouwerij een betere prijs, maar ze moeten wel de rassen, kwaliteit en volumes produceren die op de brouwerij zijn afgestemd. Ze verdelen onderling wie wat zal telen en wie welke rassen zal verbeteren. Ten gevolge van die samenwerking verdienen ze meer aan hun graanteelt.

Hetzelfde geldt voor de coöperatie Vlaams Hoevebund, bestaande uit een groep vleeveehouders die meer aan de verkoop van hun vlees wil overhouden en om die reden de veehandelaars als tussenschakel uit de keten hebben gehaald. Ze onderhandelen zelf met de afnemers en de retailers en maken onderlinge afspraken om voor voldoende continuïteit en kwaliteit te zorgen. Op die manier krijgen ze een hogere prijs en een beter verdienmodel.

Een volgend voorbeeld zijn de vele mogelijkheden die logement en beleving bij landbouwbedrijven bieden om een verdienmodel op te zetten. Zo heeft een melkveebedrijf in de Kempen een oude veewagen tot knusse slaapunit omgebouwd. Met die verplaatsbare slaapunit kunnen mensen tussen de koeien overnachten en 's morgens in het veld ontbijten. Die mensen komen voor meer beleving op het platteland. Ze komen voor de natuurgebieden, maar ook voor wat de bedrijven te bieden hebben. Een zelfplukboerderij creëert automatisch een beleving, want mensen komen er zelf hun groenten oogsten. Daar kunnen ook andere zaken aan worden gekoppeld, zoals kookworkshops of verjaardagsfeestjes. Een ander initiatief op het vlak van beleving is FarmFun. De organisatie van teambuildings voor bedrijven en activiteiten voor gezinnen met kinderen zorgt op een ludieke manier voor beleving op een boerderij.

3. Voorbeelden van verdienmodellen door Nele Lauwers

Nele Lauwers verwijst naar de wereldwijde interesse in een volledig gestuurde teelt, waaronder verticale teelt die op een hoogtechnologische manier indoor gebeurt. De plant wordt gestuurd om zo weinig mogelijk input of impact op de omgeving te genereren, en de teelt gebeurt zo kort mogelijk bij de consument. De interesse hiervoor is wereldwijd, maar in West-Europa is de uitdaging dat er al een performante landbouwsector met een goede logistiek bestaat. De bestaande bedrijven zoeken producten die heel specifieke klanten bedienen, zoals restaurants die specifieke bladgewassen of kruiden zoeken. De Boerenbond zorgt voor een goede interactie met de bestaande tuinbouwbedrijven, die ook steeds vaker omwille van dezelfde duurzaamheidsdoelstellingen voor een gestuurde teelt kiezen.

Het volgende voorbeeld betreft de wijze waarop de bedrijfsvoering door landbouwers de natuur kan versterken. Vertrekkend vanuit de passie voor rundvee, heeft de boerderij Van het Lindeveld in Linter nagedacht over de rol die de boerderij in natuurgebieden en op natuurweides kan spelen. Het gevolg is dat er, naast het Belgisch witblauw ras, nu ook Black Angusrunderen op de extensieve weides rondlopen. Die runderen zijn hier beter aan aangepast, maar het bedrijf heeft ook andere kanalen nodig om het vlees op de markt te brengen. Het wordt nu in de korte keten rechtstreeks aan de consument verkocht. Een ander voorbeeld is dat een landbouwer, door bloemenranden in te zaaien, de lokale biodiversiteit kan ondersteunen. Door producten via de korte keten te verkopen, zijn er hier en daar mogelijkheden om deze inspanningen te laten vergoeden. Het blijft echter moeilijk om uit de reguliere markt een gepaste vergoeding voor de geleverde inspanningen te halen. Dit betekent dat de rol van de overheid hier belangrijk blijft. Er zijn voorbeelden van manieren om een markt te creëren, maar dit staat in Vlaanderen nog niet ver.

Het volgende voorbeeld betreft de uitdagingen in verband met carbon farming. Het is de bedoeling een model voor de opslag in de bodem op te bouwen en de landbouw zo een positieve bijdrage aan het klimaat te laten leveren. De Boerenbond heeft een project om de maatregelen in beeld te brengen die de landbouwer kan gebruiken om doelgericht aan koolstofdioxideopslag te werken. De Boerenbond heeft wel een idee hoeveel dit potentieel kan opbrengen, maar het komt erop aan vraag en aanbod samen te brengen. De betrokken partijen moeten bereid zijn om een vergoeding voor de inspanningen te voorzien.

Het laatste voorbeeld betreft de toenemende vraag naar lokale eiwitrijke teelten. De Boerenbond speelt hierin een faciliterende rol en organiseert bijvoorbeeld een online netwerkevent met akkerbouwers en lokale afnemers zoals voedings-, horeca- en cateringbedrijven, die via lokale peulvruchten een meerwaarde willen creëren.

4. Uitdagingen om tot geslaagde verdienmodellen te komen

Tot slot somt Nele Lauwers nog even de uitdagingen op. De ontwikkeling van een verdienmodel vraagt veel maatwerk. De ondernemers hebben nood aan een klankbord dat inspiratie levert en waar ze moeilijke vragen aan mogen stellen. Op basis daarvan moeten ze hun keuzes maken. De persoon die het moet uitvoeren, staat hierin centraal en moet goed weten waar zijn interesses en vaardigheden liggen. Als bepaalde vaardigheden cruciaal zijn, moet hij weten hoe hij hiervoor kan zorgen. Hij kan een opleiding volgen of samenwerken, maar misschien zijn er ook andere manieren. Een grote uitdaging is de vermarkting van diensten die moeilijk te vermarkten zijn. De maatschappij verwacht veel van de landbouwers, maar als het moeilijk is hier iets tegenover te plaatsen wordt die keuze niet zo gemakkelijk gemaakt. Uiteindelijk is er nood aan een beleid dat de diversiteit van de ondernemers ondersteunt en omkadert.

VI. Vragen van de commissieleden

1. Joris Nachtergaele

Joris Nachtergaele onthoudt uit de uiteenzettingen dat zowel innovatie als samenwerking belangrijk zijn om de positie van de landbouwer te versterken. Hoe staat ILVO tegenover het initiatief van de Milk Trading Company? Door met een verkoop op termijn te werken, slaagt de Milk Trading Company erin de aangesloten leden 10 procent meer inkomsten te geven. Dat klinkt goed, maar misschien zijn er ook nadelen aan dat systeem.

Erwin Schöpges heeft met trots verteld over de onafhankelijkheid van Faircoop ten aanzien van de rest van de keten. De landbouwers verenigen zich daarbij zonder rechtstreekse steun van de overheid, maar er wordt wel aangestuurd op een gewijzigd aankoopgedrag. Zo zouden de hogere overheden voorwaarden kunnen opleggen voor voedselaankopen door gemeentebesturen of ziekenhuizen. Dat is juridisch niet eenvoudig, maar de overheid kan in elk geval een rol spelen op het vlak van bewustzijnsvorming inzake eerlijke handel en kan landbouwers stimuleren om zich aan te sluiten bij versterkende initiatieven.

2. Arnout Coel

Arnout Coel verwijst naar de uiteenzetting van Kurt Sannen, die in verband met de shift op de gemiddelde boerderij een rekenmodel heeft gepresenteerd dat de netto-inkomsten bij gelijke subsidies laat stijgen. Dat klinkt bijna te mooi om waar te zijn. Waarom wordt deze shift dan niet vaker toegepast? En hoe kunnen boeren er

eventueel toe worden aangezet om die shift te maken? Als het model klopt, lijken er voor niemand nadelen te zijn, behalve voor de mensen die ruwvoer verkopen.

De Landgenoten heeft met 33 hectare een vrij beperkt landbouwareaal in bezit. De vraag is dan hoe dit model verder kan worden bestendigd. Het pensioen van de deelnemende boer zit niet in het imperium dat hij heeft opgebouwd. Hij moet dat tijdens zijn carrière verdienen, maar gezien de huidige inkomsten van landbouwers lijkt dat een hele uitdaging. De Landgenoten begeleidt wel de zoektocht naar een opvolger, maar is er dan echt geen enkele waardering voor het feit dat een boer gedurende dertig jaar de grond van De Landgenoten heeft bewerkt en het bedrijf verder heeft uitgebouwd? Is er nog een tussenschakel die toelaat om een pensioen op te bouwen?

In de Green Deal is de ambitie opgenomen om naar 25 procent biologische landbouw te gaan. Momenteel gaat het om 1,5 procent. Begin 2000 werd in het paars-groen Vlaams regeerakkoord al eens 10 procent als ambitie geformuleerd. Het lijkt contraproductief om de lat zo hoog te leggen, want dit werkt misschien meer demotiverend dan stimulerend. Wat lijkt voor Vlaanderen een realistische doelstelling en welke bijkomende initiatieven moeten er worden genomen om die doelstelling te halen?

3. Emmily Talpe

Emmily Talpe heeft de indruk dat alle sprekers het over eerder kleine bedrijven hebben gehad. Maar het Vlaams Parlement heeft een resolutie goedgekeurd waarin wordt gekozen voor schaalverandering en voor een businessmodel op maat van elke boer. Om het voor iedereen leefbaar te houden, is dus een enorme variatie nodig.

De Boerenbond probeert alternatieven uit die de basislandbouw kunnen aanvullen. Maar er is ook nood aan zuivere vormen van landbouw, zowel voor de eigen voedselproductie als voor de export. Staat de Boerenbond nog steeds achter het zuivere landbouwmodel of is differentiatie voor elk bedrijf nodig?

Het streven naar 25 procent biologische landbouw lijkt erg ambitieus en wellicht is dat ook niet echt nodig. Iedereen mag daar gerust naar streven, maar de andere modellen zijn ook nodig en mogen niet worden weggedrukt.

De Landgenoten beschikt slechts over 33 hectare en kan daarmee onmogelijk voldoen aan de vraag van 170 wachtende kandidaten. Het verwerven van extra landbouwgrond zal niet gemakkelijk zijn. Wat is het standpunt van De Landgenoten over de herbestemming van landbouwgrond als natuurgebied? Dat is dan immers landbouwgrond waar niet langer gebruik van kan worden gemaakt.

De daling van het aantal landbouwbedrijven moet volgens Emmily Talpe enigszins worden genuanceerd met de cijfers van de tewerkstelling. Het blijkt immers dat het aantal voltijdse landbouwkrachten ten opzichte van 2006 is gestegen.

Kurt Sannen gaf een opmerkelijke les geschiedenis en een masterclass over neoliberalisme. Hij heeft het over agro-ecologie als een ideologie, maar staat hij wel dicht genoeg bij de realiteit? Voor Emmily Talpe mag het een samenspel van verschillende factoren worden, want het is de bedoeling de boeren tegen de mondiale markt te wapenen. Daar moeten voorwaarden aan worden gekoppeld, zoals het samenspel met ecologie. Het vroegere subsidiesysteem heeft tot een aantal minimale prijzen geleid. Dat was goed voor de landbouwers, maar leidde ook tot overproductie. Nu moeten modellen worden gezocht die de economische, ecologische en sociale duurzaamheid versterken. Dat is bedrijfsvoering op maat en als liberaal

wil zij de vrijheid van de landbouwers steunen om bepaalde keuzes te maken. Ze heeft het er moeilijk mee om alles in een ideologisch kader te plaatsen.

Er is bij sommigen een strekking om naar kleine familiale bedrijven te evolueren, maar dat betekent dat Vlaanderen afstapt van exportsuccessen zoals voor varkensvlees en fruit. Dat is immers de consequentie als men alles zelf wil produceren en consumeren. Hier kadert ook de discussie in over megastallen. Wellicht zijn differentiatie en innovatie ook hier de oplossing.

Niet elke landbouwer heeft de mogelijkheid om naar de korte keten over te schakelen. Bovendien is niet elke landbouwer geschikt om zelf zijn producten aan de man te brengen. Misschien moet meer worden ingezet op samenwerking tussen boeren, en de vraag is dan welke rol ILVO hierin kan spelen.

Biologische producten zijn meestal duurder. Hoe kan dit worden verzoend met de vraag naar betaalbaar voedsel voor iedereen? Lokaal gekweekte producten van hogere kwaliteit zijn immers niet toegankelijk voor iedereen in de samenleving.

Erwin Schöpges stelde dat er landbouwers en consumenten uit heel België bij Faircoop zijn aangesloten. Hoe groot is het aandeel van Vlaamse bedrijven in het geheel van Faircoop?

4. Mieke Schauvliege

Mieke Schauvliege merkt dat iedereen een eigen kijk heeft op de rol van de overheid. Kurt Sannen vindt dat de Vlaamse overheid hem moet vergoeden om aan de natuur en de biodiversiteit te werken. Erwin Schöpges pleit voor een zelfbedruipend systeem zonder overheidsinbreng. Wat is voor de andere sprekers de rol die de overheid moet aannemen?

Uit alle toelichtingen blijkt dat een landbouwer diverse vaardigheden moet hebben om tot een echt verdienmodel te komen. Moet elke landbouwer zich dan specialiseren in al die elementen of ligt de gemiddelde oplossing in meer samenwerkingen? Maar ook samenwerkingen zijn niet altijd mogelijk.

Kurt Sannen vindt dat de input zo laag mogelijk moet zijn en dat zo veel mogelijk circulair moet worden gewerkt om een maximale meerwaarde te creëren. Het model van de Boerenbond draait vooral rond specialisatie en een hoge investeringsgraad. De vraag is dan of die hoge investeringsgraad het verdienmodel niet sterk onder druk zet. De circulaire aanpak om meerwaarde te creëren komt slechts zijdelings aan bod in de voorbeelden van de Boerenbond.

Er zijn al vragen over de rol van het natuurbeheer gesteld, maar Mieke Schauvliege heeft het liever over samenwerking. Om tot meer natuur, biodiversiteit en bos in Vlaanderen te komen, is samenwerking nodig. Hoe wordt deze samenwerking ingepast in de verdienmodellen van de sprekers?

ILVO spreekt in verband met de farm-to-forkstrategie liever over bioconsumptie dan over bioproductie, omdat het de consumptie is die de productie reguleert. Wat de aandacht voor het milieu en de biodiversiteit betreft, lijkt het haar nochtans belangrijk om in Vlaanderen vooral op de productievormen in te zetten. Kan ILVO zijn standpunt nader toelichten? En hoe past boslandbouw in de verdienmodellen en wat zijn de mogelijke opbrengsten?

5. Ludwig Vandenhove

Ludwig Vandenhove vond het zinvol en leerrijk te horen hoe de sprekers vanuit hun diverse invalshoeken tegen alternatieve verdienmodellen aankijken. De

VerdienWijzer van ILVO is een technisch economisch model, maar hoe kan dit aan de mentaliteit en het bewustzijn met betrekking tot landbouw worden gekoppeld? Is het een louter technisch model dat in het traditionele kapitalistische verdienmodel past of is het een eerder alternatief model?

In de toegelichte verdienmodellen staat heel weinig over de rol van de consument. Als de consument het goed meent met de landbouw en naar een vorm van landbouw wil gaan die voor iedereen gezonder is, zal hij bereid moeten zijn meer te betalen. Dat heeft onder meer gevolgen voor de export, maar ook Kurt Sannen die van een goede samenwerking met de consument moet leven, heeft zijn visie op de rol van de consument niet expliciet vermeld.

Het verdienmodel van traditionele veetelers staat diametraal tegenover het verdienmodel dat Kurt Sannen heeft toegelicht. De vraag is welk percentage van de landbouwers Kurt Sannen en zijn organisatie vertegenwoordigt en hoeveel landbouwers de visie aanhangen van meer groei en winstmaximalisatie. Als 10 procent of minder het verdienmodel van Kurt Sannen aanhangt en 90 procent het andere model, is dat wel een probleem. Want dan houdt slechts 10 procent rekening met alle maatschappelijke gevolgen.

De sprekers hebben in hun alternatieve verdienmodellen geen visie laten blijken op de Green Deal in het GLB. Nochtans kan die Green Deal in de verdienmodellen worden doorgerekend. Er werd ook niets gezegd over concentraties, monopolies en oligopolies. Toch is het wellicht de bedoeling van elk verdienmodel om grote concentraties te doorbreken.

Ludwig Vandenhove heeft de kritiek van De Landgenoten op de Pachtwet al eerder gehoord. De minister wil de Pachtwet tegen het einde van de lopende legislatuur wijzigen. Zelf heeft hij voor voorafgaande hoorzittingen gepleit. Hij vraagt zich af of de minister rekening houdt met organisaties als De Landgenoten.

De landbouwsector kan zelf energie produceren, in de eerste plaats voor het eigen bedrijf, maar eventueel ook om in te schakelen in bredere samenwerkingen. Om die mogelijkheden te benutten zou de Vlaamse overheid daar toch meer in moeten investeren. Hierdoor kan ze haar doelstellingen voor milieu en het klimaat mee helpen realiseren.

6. Chris Steenwegen

Chris Steenwegen hoopt dat de hoorzitting over alternatieve verdienmodellen in de landbouw ook de start kan zijn van een interessant debat over de veeteelt en de megastallen. Verdienmodellen hebben ook betrekking op de grondgebonden landbouw, toegang tot grond en manieren om met die grond om te gaan. Zo zijn teeltcombinaties en ook thuisverkoop aan bod gekomen. Wordt ook nagedacht over nieuwe verdienmodellen voor de megabedrijven zodat ze niet uitsluitend op groei gefocust blijven? Grote veeteeltbedrijven zorgen voor heel wat milieubelasting, maar in de alternatieve verdienmodellen werd niet gesproken over koeien, vleeskippen en varkens.

De Routeplanner Melkvee is interessant om te zien op welke schaal- en prijsniveaus bepaalde investeringen interessant zijn, maar de prijzen zijn volatiel. Volgens het model moet een landbouwer in groei investeren als de melkprijs stijgt. Maar het kan best zijn dat een gemiddeld melkveebedrijf niet in groei geïnteresseerd is als de prijs goed is en volstaat voor een redelijk inkomen. Hoe gaat ILVO hier tijdens de gesprekken met landbouwers mee om?

Wat is het mechanisme van Faircoop om de boeren beter te verlonen? Ze zijn lid van de coöperatieve vennootschap, maar het is hem niet duidelijk of die vennootschap

dan een bepaald bedrag uitkeert op basis van de inkomsten van de melkverkoop. Faircoop weet wat een correcte prijs is waar een boer iets aan kan verdienen, maar er moet toch ook een mechanisme zijn om de aangesloten boeren die prijs te kunnen garanderen en de consument de prijs te laten betalen?

Het is de intentie van De Landgenoten om meer gronden te kunnen verwerven. Dit moet het businessmodel ondersteunen. Moet de Vlaamse overheid hier een rol in spelen? Chris Steenwegen maakt de vergelijking met het natuurbeleid. De Vlaamse overheid ondersteunt de aankoop van gronden, vertrekkend vanuit het idee dat die gronden eeuwig natuur moeten blijven en dus niet meer gecommmercialiseerd kunnen worden. Kan de Vlaamse overheid een rol spelen om een bioareaal te creëren met een soortgelijke garantie inzake de blijvende biologische teelt? Want er wordt jarenlang gewerkt om de biologische vruchtbaarheid te verhogen. Als die gronden dan opnieuw in de gangbare teelt terechtkomen, gaat die investering verloren, wat eigenlijk een vorm van kapitaalvernietiging is. Moet de Vlaamse overheid met andere woorden een faciliterende of ondersteunende rol spelen om de biologische landbouwgronden biologisch te houden?

Voor zijn laatste vraag richt Chris Steenwegen zich tot Kurt Sannen. Wat de samenstelling van teelten en voeders betreft, zijn al een aantal modellen getest. Misschien kan de link worden gelegd met de ecoschema's in toepassing van het GLB? Wat kan ervoor zorgen dat de momenteel circulerende ideeën ingang krijgen in de ecoschema's? Dit zou een hefboom kunnen zijn om de bedrijfsvoering in de goede richting te wijzigen.

7. Bart Dochy

Bart Dochy vraagt meer verduidelijking over de relatie tussen De Landgenoten en de exploitant. Moeten de landbouwers een vergoeding betalen aan De Landgenoten voor het gebruik van de gronden? Wordt hierbij met de regels van de Pachtwet gewerkt?

Klopt het dat de relatie tussen de boer en de natuur in de verdienmodellen van de Boerenbond enkel interessant wordt indien dit aan de korte keten of aan een verbrede activiteit kan worden gekoppeld?

Heeft Faircoop een vaste plaats voor de gezamenlijke melkverwerking of gebeurt dit bij de bedrijven zelf? En is voor de vleesverwerking een gemeenschappelijke infrastructuur?

VII. Antwoorden van de sprekers

1. Erwin Schöpges

Erwin Schöpges deelt mee dat de melk van zes bedrijven sinds 1 januari 2020 naar Luxlait wordt gebracht. De melk wordt daar verpakt en de boeren krijgen de prijs van hun melk. De boeren moeten wel een zeker volume halen. Nu het in totaal om 13 miljoen liter melk gaat, kan Faircoop met de ophaling van de melk beginnen. In het begin, toen het nog om 3 tot 4 miljoen liter ging, was het moeilijk om de melk zelf op te halen en te verpakken. Faircoop hoopt tegen 2024 de melk van twintig boeren te kunnen ophalen, maar hierbij speelt ook de marktvraag mee. Als er slechts een markt is voor de productie van vijftien boeren, is het niet mogelijk de melk van honderd boeren op te halen.

Er is veel discussie geweest over de samenwerking met Luxlait, maar in het begin wilden bedrijven als Milcobel, Olympia of Laiterie des Ardennes niet met Faircoop

samenwerken. Aangezien Luxlait Faircoop toen heeft geholpen en ook veel Belgen tewerkstelt, is dat een correcte partner.

Er zijn coöperatieve vennootschappen die de koeien aankopen en slachten. Voor de verpakking en de levering aan de warenhuizen wordt met het bedrijf Puur Food uit Lokeren samengewerkt. Voor appels en peren geldt hetzelfde. Faircoop werkt samen met New Green dat de appels sorteert en verpakt en vervolgens aan de warenhuizen levert.

Faircoop zou graag een nieuwe bakkerij en een nieuw slachthuis bouwen, maar moet eerst in volume groeien.

Momenteel bestaat de rol van de overheid erin de boeren premies en subsidies uit te keren. Dat is niet goed voor de boeren. Nu de melkmarkt is geliberaliseerd, zijn er geen productiequota meer. Alles wat biologisch wordt geproduceerd, kost helaas meer geld dan de reguliere productie. Faircoop zoekt een goed verdienmodel en wil, in de plaats van subsidies, een correcte prijs voor de producten krijgen. Maar dat is momenteel niet mogelijk.

Een andere rol van de politiek is die van koper van producten, onder meer voor ziekenhuizen en dergelijke. De politiek wil de boeren steunen, maar moet altijd producten tegen de laagste prijs aankopen. De biologische producten zijn duurder en vallen meestal uit de boot. Het is in het model van Faircoop nochtans noodzakelijk dat de prijs door de markt gevormd wordt, en niet door steunverlening.

Faircoop heeft momenteel ongeveer vijfhonderd leden, en de voorbije tien jaar is geen enkele aangesloten boer failliet gegaan.

Erwin Schöpges is zelf biologisch landbouwer. De Green Deal streeft naar 25 procent biologische productie, maar als de consumptie niet volgt heeft dat geen zin. De productie moet aan de consumptie worden aangepast. Het is nutteloos om biologisch te produceren als er geen markt voor is.

Er zijn in Vlaanderen bedrijven met vijfhonderd tot duizend koeien, maar dat zijn geen familiebedrijven meer. Dat zijn industriële bedrijven of fabrieken waarvan de boer de eigenaar niet meer is. Voor Erwin Schöpges is het belangrijker dat jonge boeren worden gemotiveerd om de bestaande familiebedrijven over te nemen.

Het mechanisme achter Fairebel is heel ingewikkeld, maar Erwin Schöpges zal proberen het eenvoudig uit te leggen. De boeren kopen voor maximaal 5000 euro aandelen en moeten dan 0,35 euro voor een liter melk krijgen. Het is de bedoeling dat ze 0,10 euro meer krijgen dan op de traditionele markt voor elke liter die de consument in een warenhuis koopt. Hetzelfde geldt voor fairtradeproducten en groene energie. Het is de rol van de coöperatieve vennootschap om aan die 0,35 euro te geraken. Daarvoor moet Faircoop de inkopers van de warenhuizen en de consumenten overtuigen om de producten aan te kopen. Om de handel fair te houden, moet Faircoop de inkomsten onder de aandeelhoudende boeren verdelen.

2. Fleur Marchand en Edward Belderbos

Fleur Marchand stelt dat het de ambitie van ILVO is om te komen tot een voedingsbeleid waarin alle elementen van de keten worden opgenomen, tot en met de consumenten. Dat is ook het antwoord op de vraag waarom ILVO naar 25 procent consumptie in plaats van 25 procent productie van biologische producten streeft. ILVO is ervan overtuigd dat de keten stelselmatig vorm moet krijgen en dat productie en consumptie gelijk groeien. De Vlaamse overheid moet alle spelers in de keten stimuleren in de richting van een groenere productie. Het mag niet enkel om de productie gaan, want dat zou gegarandeerd problemen opleveren.

Er zijn veel instrumenten om vraag en aanbod op elkaar af te stemmen, zoals btw en reclamecampagnes die de consument wijzen op de meerwaarde van biologische producten, op het dierenwelzijn of op het lokale aspect. De Vlaamse overheid kan een rol spelen om de waarde hiervan voor de consument heel duidelijk te maken. Fleur Marchand verwijst ook naar public procurement. Een doelbewuste standaard kan een hefboom zijn om een duurzamere al dan niet biologische keten op gang te brengen.

Het GLB biedt kansen die te weinig worden gegrepen. Bepaalde zaken, zoals de ecosysteemdiensten, kunnen moeilijk op bedrijfsniveau verwaard worden in de huidige marktsetting. De Vlaamse overheid kan in dit verband een rol spelen. Het belangrijkste in dit geheel is dat de Vlaamse overheid een markt kan helpen creëren die ook ecosysteemdiensten waardeert en in de richting van een voedingsbeleid kan evolueren.

De vragen over het nut van export moeten omzichtig worden beantwoord. Eerst en vooral moet men goed bekijken wat met export precies wordt bedoeld. Zo zet de Vlaamse landbouw 60 procent af in de buurlanden en 80 procent binnen de EU. Globaal gezien is dat relatief dichtbij en gaat het soms meer over het aantal keten-spelers. De op export georiënteerde bedrijven kunnen hun verdienmodel onder de loep nemen en eventueel bijsturen. De drie pijlers van dit model zijn dan de circulariteit en het gebruik van reststromen, de diversiteit in het bedrijf en het creëren van de exportmarkt. Met het exporteren van producten is er op zich immers niets verkeerd indien exportbedrijven hun verdienmodel kritisch analyseren en bijsturen. Dat maakt deel uit van de VerdienWijzer.

De aangehaalde voorbeelden hadden inderdaad betrekking op kleinschalige bedrijven, maar dat is niet het enige doelpubliek. Het is de bedoeling de zeer diverse landbouwbedrijven te inspireren en een spiegel voor te houden. ILVO vindt niet dat alles lokaal en kleinschalig moet zijn.

De opmerking over de vereiste competenties in landbouwbedrijven is zeer terecht. De boer heeft heel wat competenties nodig en ILVO voert op dat vlak onderzoeken uit. Zo is er een onderzoek geweest naar de competenties die een landbouwer nodig heeft om in zijn bedrijf agro-ecologische principes toe te passen. De educatie van de landbouwers speelt daar een grote rol in. ILVO werkt samen met hogescholen, maar ook de onderlinge samenwerking tussen landbouwers biedt hierop een antwoord. Samenwerking verhoogt de competenties van elk samenwerkend bedrijf. Het beleid kan eraan werken om de mindset van landbouwers in die zin open te trekken. Het is in de landbouw niet langer elk voor zich.

Edward Belderbos beantwoordt de vraag van Joris Nachtergaele over de Milk Trading Company. Het klopt dat de termijnmarkt nadelen kan hebben. Op de termijnmarkt worden prijzen tot achttien maanden in de toekomst afgesproken. De uiteindelijke afrekening gebeurt op basis van de prijs van het product op het moment van verhandeling. De prijs kan hoger zijn, waarop iemand moet bijbetalen. De Milk Trading Company maakt winst omdat de prijzen vaak lager uitvallen, maar dat kan ook omgekeerd zijn. In dat laatste geval stelt zich niet noodzakelijk een probleem. Als de prijs van het fysieke product hoog is en op de termijnmarkt verlies wordt gemaakt, betekent dit dat de landbouwer aan zijn fysiek product toch veel geld verdient en op de termijnmarkt een beetje moet bijbetalen.

Maar in 2010 en 2012 is het op de graanmarkt misgelopen. Ten gevolge van de droogte was de prijs op de termijnmarkt heel hoog en hadden de boeren een lage opbrengst. Het verlies op de termijnmarkt werd toen niet door het fysieke product gecompenseerd, want er was bijna geen fysiek product. In tegenstelling tot de graanmarkt heeft de Milk Trading Company dat risico wel goed afgedekt en gespreid. Melk is ook een ander product dan graan, dat last kan hebben van droogte

op het hele continent. De Milk Trading Company heeft ook een solidariteitsmechanisme. Indien een bedrijf vanwege een ziekte niet kan leveren, dragen de andere leden bij.

Wat de megastallen betreft, erkent Edward Belderbos dat de grote bedrijven meer mest en meer ongewenste bijproducten hebben, maar sommige grote bedrijven slagen er toch al in om dat volledig op te vangen. De Hollebeekhoeve, een van de grootste zuivelboerderijen in Vlaanderen, is tegelijkertijd de eerste CO₂-neutrale zuivelboerderij in Vlaanderen. Grote bedrijven profiteren van een aantal schaalvoordelen en hebben opportuniteiten om in nieuwe technologie te investeren. Als ze de nadelige effecten niet opvangen, zijn grote bedrijven wel vervuilend. Hoe ondernemers dat aanpakken is heel bedrijfsspecifiek. Het is niet mogelijk te stellen dat alle grote bedrijven slecht en alle kleine bedrijven goed zijn. Zo werkt het niet.

De Green Deal moedigt meer biologische productie en minder pesticidegebruik aan. Die deelactiviteiten zitten al in de VerdienWijzer als technische tool, maar de ondernemer kan filteren wat hij wil zien. De VerdienWijzer kan suggesties doen die aansluiten bij het sociaal contact of het teelttechnische werk. Een ondernemer kan ook zoeken naar bepaalde trends. Als hij interesse heeft in hernieuwbare energie of in plantaardige eiwitten, zal de VerdienWijzer hem opties tonen. Op die manier kan hij bij nieuwe trends en de mentaliteitswijziging aansluiten.

De Routeplanner Melkvee heeft ook een antwoord op de vraag van Chris Steenwegen waarom iemand zou uitbreiden als hij met minder middelen meer kan verdienen. Bij ondernemers gaat het kriebelen als de prijzen stijgen. Als er op het einde van het jaar geld over is, denkt een ondernemer na over investeringen. Los van de positieve emoties van dat moment, maakt de Routeplanner Melkvee een objectieve analyse. Het kan zijn dat na die analyse het advies wordt gegeven niet uit te breiden omdat het niets extra zal opbrengen. Daarnaast is er nog het bedrijfsrisico. Als iemand met honderd koeien 40.000 euro kan verdienen en met tweehonderd koeien 50.000 euro, is de vraag of dubbel zoveel werk en een dubbel kapitaalrisico die 10.000 euro extra waard is. De Routeplanner Melkvee maakt dat zichtbaar.

3. Kurt Sannen

Kurt Sannen vindt de vraag over de rol van de Vlaamse overheid zeer belangrijk. Hij sluit zich aan bij het antwoord van Fleur Marchand. Het is de rol van de Vlaamse overheid om elke gewenste transitie mee te organiseren. Dat is ook een antwoord op de vraag hoe het met de consument zit. Hij vindt het unfair dat een consument meer moet betalen voor een biologisch product, want eigenlijk zou de zorg voor milieu en klimaat in de prijs van elk product verrekend moeten zijn. Het is de rol van de Vlaamse overheid ervoor te zorgen dat het milieubeleid een gedeelde verantwoordelijkheid van iedereen wordt. Hij vindt het goed dat Fleur Marchand al een aantal suggesties heeft gedaan, maar zelf denkt hij nog verder.

Er kan niet genoeg op het handelsbeleid gehamerd worden. Het is onbegrijpelijk dat België, een land waarin de vleesveehouders het moeilijk hebben, een handelsakkoord sluit waardoor Canadees vlees wordt geïmporteerd. Dat is niet goed voor de boeren, maar ook niet voor het milieu. De overheid heeft kansen om hier iets aan te doen.

Het GLB bevat enorme mogelijkheden, maar het Europees Parlement en de Europese Raad hebben er anders over beslist. Kurt Sannen is zwaar ontgoocheld dat het weer oude wijn in nieuwe zakken wordt. De eerste beleidsverklaringen van de nieuwe Europees commissaris voor Landbouw waren hoopgevend, maar nu is hij weer met beide voeten op de grond gezet. Met 60 procent directe inkomensondersteuning worden de boeren vastgehouden in het bestaande systeem. Met dat in-fuus zullen de bedrijven niet veranderen.

Met een groter budget, minstens 50 procent hoger, voor de ecoregelingen en met voldoende budget voor agromilieu- en klimaatmaatregelen (AMKM) kunnen de boeren en de maatschappij vooruit worden geholpen, want de maatschappij heeft belang bij een grote set ecoregelingen. Het Departement Landbouw en Visserij werkt hier momenteel aan. Hopelijk komen er goede ideeën naar boven in verband met graslandpremies voor meerwaardegraslanden en dergelijke. Dit kan iets betekenen voor de eiwittransitie en de diversiteit in het landbouwgebied. En dat kan enkel als er voldoende geld tegenover staat.

Er moeten zich meer boeren door de agro-ecologische principes laten inspireren. Dat is belangrijker dan percentages. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat de vraag over percentages binnen vijftig jaar irrelevant is en dat biologische landbouw dan de norm is. De biologische landbouw moet in elk geval op een verstandige manier groeien. Van groeien terwijl de markt niet meegroeit, worden de boeren absoluut niet beter.

Het voorbeeld over win-wins voor natuur en landbouw in de melkveehouderij en binnen het huidige GLB is inderdaad bijna te mooi is om waar te zijn, maar toch is het realiseerbaar. De vraag is dan waarom niet iedereen dit toepast. Tussen droom en daad staan nu eenmaal praktische bezwaren die hij in een drietal punten wil toelichten.

Het eerste punt is dat weinig marktspelers baat hebben bij meer grasklaver in de melkveebedrijven. De boer heeft maar een zakje klaver nodig om een hele hectare te vullen. Enkel de boer verdient hieraan. De zaadleverancier, de krachtvoerleverder en de meststoffenleverancier winnen hier niet bij. Zij zijn de mensen die de bedrijven het meest bezoeken om de boeren rechtstreeks advies te geven. En dat advies is niet zonder eigenbelang.

Het tweede punt is dat er nog meer onderzoek nodig is om de eigen eiwitteelt te optimaliseren. Het Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek en de praktijkcentra kunnen daar een belangrijke rol in spelen. Kurt Sannen weet uit ervaring dat de landbouwbedrijven moeten worden begeleid, want de teelt van grasklaver is niet simpel. Enkel als het goed wordt gedaan, zal het lukken. Hij heeft recent twee boerderijen bezocht. De eerste boerderij werd in 2000 door Wim Govaerts & Co onder handen genomen en gebruikt nu tot 70 procent grasklaver. De rest is mais. Hij produceert met dat rantsoen 11.000 liter melk per koe. De tweede boerderij heeft er moeite mee de klaver in de graslanden te behouden. Het rantsoen wordt niet beter en het bedrijf hangt nog steeds vast aan het krachtvoeraanbod. Het is mogelijk om bedrijven met voldoende wetenschappelijk en praktisch advies verder vooruit te helpen.

Het derde punt is de schaarste aan landbouwgrond in België. De teelt van eigen voedereiwitten vergt toegang tot grond. Bedrijven die veel hebben geïnvesteerd in een uitgebreide veestapel, maar weinig grond hebben, hebben het niet gemakkelijk om uit hun lock-in te geraken en om meer eigen eiwitten in hun teeltplan op te nemen. Mits goede ondersteuning, begeleiding en advies, is het mogelijk om de praktische bezwaren aan te pakken.

Men moet zich de vraag durven stellen wie aan megastallen verdient. Het antwoord op de vraag maakt dan duidelijk of er al dan niet een maatschappelijke meerwaarde is en op welke wijze de Vlaamse overheid haar verantwoordelijkheid kan opnemen.

Wat voor Vlaanderen de juiste opzet is voor agroforestry, moet nog verder worden onderzocht, maar er bestaan goede voorbeelden. De klassieker in dit verband is alley cropping, wat betekent dat een groentebedrijf voorziet in stroken tussen houtige gewassen die op korte termijn een oogst kunnen opleveren of op lange termijn

houtsnipperers of hout kunnen opleveren. Zelf werkt hij samen met een fruit- en okkernotenteler die niet geïnteresseerd is in teelten tussen zijn bomen. Die bomen staan tien meter van elkaar verwijderd. Kurt Sannen zorgt voor het onderhoud en de bemesting. Op die manier ontstaat een goede samenwerking. Er zijn dus mogelijkheden om agroforestry in Vlaanderen ingang te laten vinden.

Het draagvlak voor een meer milieubewuste landbouw kan door de overheid mee worden ondersteund. Veel jonge landbouwers denken dat ze niet anders kunnen dan in groei te investeren. Het is dan ook belangrijk om hen goede informatie te geven over de richting die ze kunnen inslaan. De VerdienWijzer van ILVO, het businessmodel Canvas en de agro-ecologische invalshoek kunnen hulpmiddelen zijn om hen zelf te laten nadenken en de juiste keuze te helpen maken.

Een monopolie of oligopolie gaat in tegen de principes van de vrije markt en maakt ze bovendien kapot. Dit gebeurt momenteel ook in de agrovoedingssector. De concentratie van marktmacht is in te beperkte handen. Internationale en nationale overheden kunnen een belangrijke rol spelen om hier iets aan te doen.

4. Petra Tas

Petra Tas bevestigt dat De Landgenoten als organisatie relatief klein is, want ze is vanuit een heel pragmatische insteek ontstaan. Enkele mensen wilden het verschil maken, zelfs al was het maar voor enkele bedrijven. Ze hadden er ook voor kunnen kiezen de lange weg van protesten of het beleidswerk te volgen, maar ze hebben duidelijk voor verandering gekozen. Het is interessant te zien hoe De Landgenoten met een beperkt aantal hectaren toch tien boerderijen kan ondersteunen.

Om een leefbaar bedrijf voor een persoon te kunnen starten, moet een boer over minimaal 1 en liefst 1,5 of 2 hectare beschikken. Dat geldt natuurlijk niet voor eender welke sector. Voor een bedrijf met een zeer diverse teelt, bijvoorbeeld klein fruit, pitfruit en eieren, en met afzet in de korte keten is dat haalbaar. Jan Douwe van der Ploeg heeft mooi in beeld gebracht hoe een andere vorm van landbouw voor hogere tewerkstelling kan zorgen. De Franse tegenhanger van de Vlaamse Landmaatschappij grijpt dan weer actief in bij de verkoop van landbouwgrond. Daarbij wordt ook het criterium van de tewerkstelling mee gehanteerd.

Aangezien De Landgenoten nog maar zes jaar bezig is, is er nog niet veel ervaring met overdrachten op het einde van een carrière. De Landgenoten investeert in de grond en de boer investeert in zijn materiaal, een schuur, bomen, hagen en andere elementen om zijn land te kunnen bewerken. Op het moment van de bedrijfsoverdracht zijn dat zaken die hij aan zijn opvolger kan verkopen. Zo kan hij zijn pensioen aandikken. Los daarvan blijft het belangrijk dat de boer vooral de prijszetter blijft. Hij kan de prijs van zijn producten niet zonder limiet bepalen, want hij mag zich niet uit de markt prijzen, maar het is gemakkelijker een correcte prijs te krijgen indien hij rechtstreeks verkoopt of ook beleving aanbiedt. Ook zo kan hij met zijn activiteiten aan de opbouw van zijn pensioen werken.

De Landgenoten is klein, maar beschouwt zichzelf ook als een signaal aan de Vlaamse overheid. De toegang tot grond is een probleem. De 170 wachtenden op de lijst willen allemaal landbouw beoefenen op een andere manier dan wat de grote meerderheid in Vlaanderen doet. Ze willen met de handen in de grond zitten en in de korte keten verkopen. Ze vinden de band met de klant belangrijk en willen ecologisch werken. Dat net die mensen geen toegang tot grond hebben en dat een burgerbeweging een antwoord moet bieden, is een signaal aan de Vlaamse overheid.

De Landgenoten heeft weinig tijd om zich grondig in de gewenste rol van de Vlaamse overheid te verdiepen. De Pachtwet is een belangrijk punt, maar dat geldt

ook voor de bescherming van landbouwgrond voor agrarische doeleinden. Als landbouwgrond voor andere doeleinden wordt gebruikt, wordt de druk op de overgebleven landbouwgrond zeer groot. Een overheid mag de vrije markt haar werk laten doen, maar moet ook bijsturen in overeenstemming met de visie op de landbouw die ze wil. Dit kan in verschillende gebieden worden gedifferentieerd, want misschien willen we andere landbouw rond de steden dan in andere gebieden. Die visie op landbouw moet vorm worden gegeven, zodat starters een plek op het platteland kunnen krijgen.

De Landgenoten heeft het kabinet van minister Crevits bezocht en is dankbaar daar een aantal zaken te hebben kunnen bespreken. Er is ook al contact geweest met minister Demir, want landbouw, milieu en klimaat zijn met elkaar verbonden. De Landgenoten zijn vragende partij om in een open discussie na te gaan welke beleidsaanpassingen haalbaar zijn en wat het draagvlak is.

Als de Vlaamse overheid De Landgenoten wil ondersteunen om gronden aan te kopen en sneller te groeien, wil Petra Tas zeker onderzoeken wat de modaliteiten moeten zijn. Ze verwijst ook naar de lokale overheden die grond in bezit hebben. Er zijn niet noodzakelijk middelen nodig om hiermee aan de slag te gaan, maar de lokale besturen staan zelf onder sterke financiële druk. Die problematiek is bekend.

De Landgenoten vraagt uiteraard een vergoeding van de exploitant van de landbouwgrond. Het hanteert daarvoor de tarieven van de loopbaanpacht. De Pachtwet laat niet toe voorwaarden op te leggen, maar De Landgenoten hechten er net veel belang aan dat boeren op die gronden biologisch te werk gaan. Dat wordt opgevangen door van elke boer te verwachten dat hij een aandeel van de coöperatieve vennootschap koopt. Dat is een manier om de visie te onderschrijven, want in de statuten staat duidelijk dat de landbouwgrond biologisch moet worden bewerkt en dat wordt gestreefd naar een groter bioareaal. De Landgenoten trekt uiteraard mensen aan die deze visie genegen zijn en die gecertificeerd biologisch willen werken. Er is een zeker spanningsveld tussen landbouw- en natuurgrond. De Landgenoten probeert de boer ruimte te bieden om de natuur in zijn bedrijf te integreren, wat ook een voordeel biedt. Los daarvan, hoopt Petra Tas dat een slimme ruimtelijke planning natuur en landbouw niet tegen elkaar uitspeelt.

5. Nele Lauwers en Sander Van Haver

Wat de verwaarding van inspanningen voor biodiversiteit en natuur betreft, stelt *Nele Lauwers* dat hier allicht meer mogelijkheden zijn voor bedrijven die via de korte keten verkopen of op verbreding en beleving inzetten. Toch blijft het in deze gevallen toch ook nog moeilijk en bovendien is verbreding niet voor alle bedrijven mogelijk. Daarom blijft er een rol voor de Vlaamse overheid weggelegd. Zo zou een boer een vergoeding uit de markt of een marktmechanisme kunnen halen en zou de Vlaamse overheid de nodige omkadering kunnen bieden. De uitdaging schuilt niet enkel in het nadenken over welke activiteiten iemand kan uitvoeren, maar ook over de kanalen om hieruit inkomsten te genereren. Dat kan dan een gelaagde opbouw zijn, waarbij de basisondersteuning door de Vlaamse overheid wordt aangevuld vanuit de markt die hierrond kan worden opgebouwd.

Nele Lauwers benadrukt het belang van maatwerk dat tijdens de contacten met land- en tuinbouwers wordt toegepast. De Boerenbond laat zich niet door een of andere afhankelijkheid leiden en start steeds vanuit het standpunt van de landbouwer, wat in zijn bedrijf aanwezig is en in welke directe en verre omgeving hij werkt. Er is uiteraard ook een wettelijke context. Samen met de landbouwer wordt nagegaan wat mogelijk is.

Omdat er een diversiteit is aan ondernemers, zijn de verdienmodellen natuurlijk ook heel divers, van hoogtechnologisch tot heel natuurlijk. Het is ook mogelijk om

technologie in agro-ecologische systemen in te passen, bijvoorbeeld met drones. Er wordt doelbewust naar gestreefd om aan alle mogelijke perspectieven ruimte te bieden en deze openheid te stimuleren. Het is niet erg dat ondernemers elkaar kritische vragen stellen. Er is een sfeer van vertrouwen, openheid en respect. Een terechte vraag aan iemand die in een heel andere context zit, kan helpen om met een andere bril naar de bedrijfsvoering te kijken.

Het wordt vaak onderschat hoe complex het is om voedsel in een natuurlijke context te produceren. Het is niet gewoon een app installeren, bij wijze van spreken. Een goed graslandmanagement klinkt banaal, maar daar komt veel bij kijken. Om echt oplossingen te zoeken, moet van het discours over de megastallen naar de realiteit worden afgedaald. Volgens dat discours is er een uniforme groep anonieme bedrijven die zonder na te denken of enige berekening te maken, producten op de markt brengt. Sommige bedrijven voelen zich hierdoor ten onrechte gevisieerd, want ze komen ongevraagd op een website terecht, terwijl er geen exacte formulering bestaat van wat een megastal is, en de selectie dus best heel ruim is. Daar zijn ook veel familiale bedrijven bij die zeer doordachte keuzes hebben gemaakt.

Het is voor geen enkel land- of tuinbouwbedrijf gemakkelijk. Wie de uitdaging aangaat in de voedselproductie een verdienmodel op te zetten, moet heel hard werken zonder megawinsten binnen te halen. Dat geldt ook voor met de meest innovatieve stadslandbouwwormen die binnen de Boerenbond worden opgevolgd. Er moet in het belang van iedereen worden afgestapt van dat negatieve discours en het complotdenken. Het is beter om de energie in de complexe realiteit van de voedselproductie te steken en mee te zoeken naar wat de boer uiteindelijk ten goede komt.

Nele Lauwers vat samen dat de Boerenbond niet één model naar voren schuift, maar elk jaar veel mensen en middelen inzet om heel diverse bedrijven te begeleiden en waarbij de boer centraal staat. De Boerenbond investeert bijvoorbeeld ook in het agroforestryproject van ILVO en investeert tegelijkertijd in verschillende praktijkcentra. De voedselproductie blijft uiteraard een heel belangrijke eigenheid van de landbouw, net zoals andere primaire producties, zoals boomkwekerij en sierteelt. Het is een magnifieke sector met mooie producten en ondernemerschap. Die basispassie drijft de Boerenbond elke dag.

Sander Van Haver vult de antwoorden van Nele Lauwers aan vanuit het Innovatiepunt. Zo is de vraag gesteld of het Innovatiesteunpunt met betrekking tot energieproductie nog meer kan doen, en of de Vlaamse overheid hier nog meer in moet investeren. Het Innovatiesteunpunt is natuurlijk vragende partij om nog meer op hernieuwbare energie in een plattelandscontext in te zetten en werkt hier zelf al jaren aan. Misschien heeft de burger ontdekt dat landbouwbedrijven ook voor hem een rol kunnen spelen. Het Innovatiesteunpunt zet hier mee op in met Europese projecten die het energieondernemerschap stimuleren. Het gaat erom landbouwers en burgers te verbinden.

Sommige land- en tuinbouwers werken al goed samen, terwijl anderen nog een lange weg moeten afleggen. Het Innovatiesteunpunt heeft hier ervaring mee en biedt advies aan. Dat moet niet meteen over de oprichting van een coöperatieve vennootschap gaan. Eerst moeten mensen gewoon bij elkaar worden gezet en dat leidt soms al tot mooie initiatieven.

De uitbreiding van het bioareaal moet inderdaad gekoppeld worden aan het stijgen van de marktvraag. Bij een stijgende vraag zal het aanbod wel volgen. Sinds 2009 hanteert de Vlaamse overheid het Strategisch plan biologische landbouw. Sindsdien is het aantal biologische landbouwbedrijven van 250 tot ongeveer 600 gestegen. Cijfermatig is die groei sterk, maar procentueel in het areaal stelt het niet veel voor. Het aantal adviesvragen hierover stijgt wel zeer sterk als een afnemer in de keten op zoek is naar een leverancier van biologische producten. Op zo'n

moment staat de telefoon roodgloeiend. Om tot meer bioareaal te komen, moet er dus meer marktvraag en meer consumptie zijn. De stijging van het bioareaal volgt dan automatisch de vraag.

Bedrijven groeien en nemen investeringsbeslissingen die hen voor jaren in een bepaalde richting stuwten. Indien het de overheid menens is met een landbouw die richting alternatieve verdienmodellen of meer biologische teelt gaat, moet intensiever worden ingezet op het begeleiden van bedrijven in hun zoektocht naar een nieuw verdienmodel.

Bart Dochy dankt als commissievoorzitter de sprekers voor de interessante uiteenzettingen. Hij hoopt dat de hoorzitting trendsettend zal zijn in de gedachtegang van de commissieleden en voor het beleidswerk dat de commissie in de toekomst nog zal verrichten.

Bart DOCHY,
voorzitter

Chris STEENWEGEN,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

AMKM	agromilieu- en klimaatmaatregelen
CSA	community-supported agriculture
GLB	gemeenschappelijk landbouwbeleid
GLOBALG.A.P	Global Good Agricultural Practice
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
ILVO	Instituut voor Landbouw-, Visserij- en Voedingsonderzoek
INBO	Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek
Velt	Vereniging voor Ecologisch Leven en Tuinieren
VLM	Vlaamse Landmaatschappij
WWF	World Wildlife Fund