

# Voedselketens in de regio Amersfoort



Een onderzoek naar de regionalisering en  
internationalisering van de voedselketen in de  
regio Amersfoort

**Masterthesis Economische Geografie**

**Esther Kemna – 3343723**

**Begeleider: de heer prof. dr. O.A.L.C. Atzema**

**Universteit Utrecht, Factuliteit Geowetenschappen**

**Augustus 2013**



## Voorwoord

Voor u ligt mijn masterthesis voor de opleiding Economische Geografie aan de Universiteit Utrecht. Deze thesis is het afsluitende onderdeel van de master.

Een onderzoek naar de internationalisering dan wel regionalisering van de voedselindustrie in de regio Amersfoort is niet geheel bij toeval ontstaan. Doordat ik heb gekozen om stage te gaan lopen voor mijn master, heb ik de vele regionale initiatieven met betrekking tot voedsel die in de regio Amersfoort bestaan ontdekt. Mijn werk als stagiair bij het project Regio Amersfoort Hoofdstad van de Smaak 2012 heeft mij inzicht gegeven in een wereld vol initiatieven om voedsel onder de aandacht te brengen bij mensen.

Door middel van deze inzichten ben ik gaan nadenken over voedsel, waar het vandaan komt en welke soorten voedsel er worden aangeboden voor de consument. Ik kwam er al snel achter dat er een aantal enthousiaste mensen zijn dat de mens het verhaal achter hun voedsel wil laten inzien en dat zij bewuster omgaan met voedsel. Daarbij was er één barrière: de internationalisering van de voedselketen. De wisselwerking tussen aan de ene kant internationalisering en aan de andere kant regionalisering van een verschijnsel vond ik erg interessant en het is voor een geograaf natuurlijk een interessant onderwerp om te bestuderen.

Bij deze wil ik graag van de gelegenheid gebruik maken om een woord van dank uit te spreken aan een aantal mensen. Allereerst wil ik de heer Atzema bedanken voor zijn begeleiding tijdens het schrijven van deze thesis. Zijn inzichten en nieuwe ideeën hebben mij gebracht tot het schrijven van dit onderzoek. Daarnaast wil ik graag de kernteamleden van Regio Amersfoort Hoofdstad van de Smaak 2012 bedanken voor hun kennis en enthousiasme over het onderwerp waar ik uiteindelijk deze thesis over geschreven heb. In het bijzonder wil ik hierbij de heer Pijnenburg bedanken voor het meedenken met mijn onderzoek en het begeleiden hierin. Daarnaast wil ik natuurlijk alle ondernemers bedanken die mee hebben gewerkt aan mijn interviews en bereid waren hun tijd ter beschikking te stellen. Als laatste wil ik mijn familie en vrienden bedanken die mij steun gaven wanneer dit nodig was. In het bijzonder bedank ik hierbij ook mijn broer, die mij tevens heeft begeleid in dit proces. Zonder bovengenoemde personen had ik dit onderzoek niet kunnen doen.

Veel plezier met het lezen van deze thesis,

Esther Kemna

Utrecht, augustus 2013

## Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	<b>3</b>
<b>Inhoudsopgave</b>	<b>4</b>
<b>Inleiding</b>	<b>7</b>
1.1 Aanleiding	7
1.2 Onderzoeksvragen	9
1.3 Doelstelling	10
1.4 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie	11
<b>Hoofdstuk 2 – Voedsel van ver weg</b>	<b>12</b>
2.1 Het proces van internationalisering	12
2.2 Internationalisering en haar barrières	13
2.3 Een aanvullende grote barrière: de stad	16
<b>Hoofdstuk 3 – Voedsel van dichtbij</b>	<b>19</b>
3.1 Regionalisering	19
3.2 Biologisch versus duurzaam voedsel	20
3.3 Het belang van de regio door de jaren heen	21
3.4 Food miles en de mythe ervan	23
3.5 Een eeuwenoude theorie	23
3.6 Streekproducten en regionalisatie	25
<b>Hoofdstuk 4 - Internationalisering en regionalisering in één wereld</b>	<b>27</b>
4.1 Externe factoren	27
4.2 Global pipelines en local buzz	28
4.3 Local buzz en global pipelines in de voedselindustrie	30
<b>Hoofdstuk 5 - Onderzoeksmethoden</b>	<b>32</b>
5.1 Gebiedsbeschrijving en populatie	32
5.2 Conceptueel schema	33
5.3 Dataverzamelingsmethode	34
5.4 De onderzoeken en geïnterviewden	35
5.5 Operationalisering	36
5.6 Voedselketen	39
<b>Hoofdstuk 6 – De regio Amersfoort in cijfers</b>	<b>41</b>
6.1 De voedselketen in codes	41
6.2 Groei in de voedselsector	42

6.3 Lokale concentratie	42
6.4 Regionale en lokale specialisatie	43
<b>Hoofdstuk 7 – Industriële voedselbedrijven</b>	<b>44</b>
7.1 De zuivelindustrie	44
7.2 Visverwerkingsindustrie	46
7.3 Slachterijen en vleesverwerkingindustrie	47
7.4 Brood, banket en deegwaren	48
7.5 Aanvullende interviews	49
7.6 Conclusie	50
<b>Hoofdstuk 8 – Streekgerichte bedrijven</b>	<b>51</b>
8.1 Regio als factor voor streekgerichte bedrijven	51
8.2 De geïnterviewden	51
8.3 Analyse van de interviews	54
8.4 Conclusie	65
<b>Hoofdstuk 9 – De rol van de gemeente in de voedselsector</b>	<b>67</b>
9.1 Analyse van de geïnterviewden	67
9.2 Analyse van de interviews	67
9.3 Conclusie	73
<b>Conclusie en aanbevelingen</b>	<b>74</b>
Beleidsaanbevelingen	75
Onderzoeksreflectie	76
Persoonlijke reflectie	76
<b>Literatuurlijst</b>	<b>77</b>
<b>Bijlage I - Interviewvragen</b>	<b>80</b>
Deel 1 – Werknemers of eigenaren streekgerichte bedrijven	80
Deel 2 – Beleidsmakers Regio Amersfoort	80
<b>Bijlage II - Interview dhr. Jacobs – De Natuurwinkel Amersfoort</b>	<b>83</b>
<b>Bijlage III - Interview dhr. Keune – Le Perron</b>	<b>85</b>
<b>Bijlage IV - Interview mevr. Van Middelaar - Landwinkel De Kastanjeboom</b>	<b>87</b>
<b>Bijlage V - Interview mevr. Bartels – Bij Daphne In De Kas</b>	<b>89</b>
<b>Bijlage VI - Interview dhr. Snoeij – Boerderij 't Paradijs</b>	<b>91</b>
<b>Bijlage VII - Interview dhr. Kok – Biologisch Dynamische Boerderij Heerlijkheid Groot Weede</b>	<b>93</b>

<b>Bijlage VIII – Interview dhr. Willebrandts – Gemeente Amersfoort</b>	<b>95</b>
<b>Bijlage IX – Interview dhr. Berkvens – Gemeente Barneveld</b>	<b>99</b>
<b>Bijlage X – Interview burgemeester Van de Groep – Gemeente Bunschoten</b>	<b>105</b>
<b>Bijlage XI – Interview dhr. Elsman &amp; mevr. Veldhoen – Gemeente Nijkerk</b>	<b>109</b>
<b>Bijlage XII – Berekening cijfers hoofdstuk 6</b>	<b>115</b>

## Inleiding

In dit onderzoek staan de onderwerpen voedsel, steden, internationalisering en regionalisering centraal. Voorop staat dat de voorraad en gebruik van voedsel de afgelopen decennia zijn veranderd. In dit onderzoek zullen deze veranderingen worden beschreven en wordt daarnaast beschreven welke gevolgen deze veranderingen hebben voor de economische ontwikkeling van de regio Amersfoort.

### 1.1 Aanleiding

Voedsel staat aan de basis van ons bestaan. Zonder voedsel gaan levende wezens immers dood. Maar inmiddels is voedselvoorziening een veel complexere wereld geworden dan alleen voedsel tot de mens brengen. In een welvarend land als Nederland overlijden nauwelijks mensen door gebrek aan voedsel. De voedselindustrie zorgt ervoor dat er volop voedsel te koop is. Tegenwoordig liggen de schappen van Nederlandse supermarkten vol met eten, afkomstig uit ieder werelddeel. Van dit voedsel - dat in veel Westerse landen in overvloed is, maar waaraan in andere landen nog steeds een tekort aan is - wordt op dit moment 75 procent over de hele wereld verbruikt in steden (Financieel Dagblad, 2012; Trouw, 2012). Dit heeft te maken met een geweldige trek van bevolking naar de steden. In het jaar 1800 woonde nog slechts drie procent van de totale wereldbevolking in de stad, in 2006 was dit al meer dan vijftig procent en naar verwachting zal dit in 2050 meer dan tachtig procent van de wereldbevolking zijn (Financieel Dagblad, 2012). De vraag naar voedsel concentreert zich dus steeds meer in steden, terwijl de landbouw en veeteelt nog steeds in hoofdzaak wordt uitgeoefend op het platteland. Zonder goed transport neemt het risico op een voedseltekort in de stad hierdoor toe. Met deze feiten ligt het voor de hand dat voedsel een belangrijk onderwerp op de agenda is van de hedendaagse wereldpolitiek. In een klein en welvarend land als Nederland is de beleidsaandacht voor dit onderwerp echter gering. De meeste mensen hebben een heilig geloof in de efficiëntie van de productie en distributie van voedsel. Voedsel is in het stedelijke beleid en vooral in de ruimtelijke ordening een onderbelicht aandachtspunt. Toch is er op dit punt sprake van een kentering. Niet uit het oogpunt van voedselveiligheid en bereikbaarheid, maar om sociale redenen (Voedselbanken) en duurzame motieven ('green city') wordt ook in Nederland meer aandacht gevraagd voor de voedselvoorziening in steden (Gemeente Amsterdam, 2010; Financieel Dagblad, 2012).

Eén van de namen die herhaaldelijk wordt genoemd wanneer het gaat om de relatie tussen stad en voedsel is Carolyn Steel. Deze Engelse architect, schrijfster en spreekster geeft aan dat de stad niet zonder voedsel kan en dat het nog nooit zonder voedsel heeft gekund (Steel, 2009). In haar boek bepleit ze dat al vanaf het ontstaan van steden de aanvoer van voedsel een rol heeft gespeeld in het stedelijk leven. Steel geeft in haar boek aan dat de sporen van de vroegere komst van het voedsel naar de stad nog steeds te vinden zijn in vrijwel alle grote steden. In Nederlandse steden zijn veel straatnamen en of pleinen gerelateerd aan hun vroegere verhouding met voedsel in de stad, bijvoorbeeld de Vismarkt of de Varkensmarkt. De historische identiteit van veel plekken in steden heeft te maken met de marktfunctie voor voedsel. Steel vindt het de taak van overheden en alle andere organisaties die zich voornamelijk focussen op de stad, om beter te kijken naar de rol die voedsel ook tegenwoordig speelt in de stad. Zij plaatst dat ook in een ruimtelijk kader, namelijk door de vraag op te roepen hoe stad en platteland via de voedselvoorziening beter met elkaar kunnen worden verbonden. Haar doel is dat men er zich meer van bewust wordt waar voedsel wordt geproduceerd en hoe voedsel in de stad terechtkomt, in plaats van er van uitgaan dat het voedsel

wel in de supermarkt ligt. Kortom, bij haar staan de ruimtelijke aspecten van de voedselketen voorop.

De gedachte dat stad en platteland via voedsel een verbintenis hebben, is weliswaar bezig met een 'revival' maar is zeker nog niet wijdverbreid. De gedachte komt langzaam op gang en steeds meer mensen en organisaties worden zich hiervan bewust, maar vooralsnog is de regionale verbinding via de voedselvoorziening tussen stad en platteland beperkt. Stad en platteland worden door overheden, organisaties maar ook burgers vaak nog als twee losse eenheden gezien die vrij weinig met elkaar te maken hebben (Financieel Dagblad, 2012). Het bewuster omgaan met voedsel kan deze scheiding slechten. Dit wordt binnen kleine organisaties bepleit. Daar hoort bij dat de voedselvoorziening zo veel mogelijk op regionale schaal is georganiseerd. Dit scheelt transportkilometers en dus uitstoot van CO<sub>2</sub> en het gebruik van fossiele brandstoffen. Dit is echter nog niet volledig doorgedrongen tot het grote publiek. De vraag is in hoeverre deze redenering de kans heeft het grotere publiek te bereiken en wat er voor nodig is om een breder publiek bewuster te laten omgaan met voedsel. Binnen de ruimtelijke organisatie van de voedselketen gaat het hierbij om het integreren dan wel keuze maken tussen twee stromingen die de afgelopen decennia opgekomen zijn: de internationalisering van de voedselketen en de regionalisering van de voedselketen. Dit onderzoek gaat uit van de veronderstelling dat deze twee stromingen elkaar niet uitsluiten, maar elkaar versterken.

Internationalisering van de voedselketen vindt al plaats vanaf de vroegste geschiedenis van de mensheid. Louise Fresco wijst er in haar recente boek "Hamburgers in het paradijs" op dat de Romeinen al graan voor hun brood haalden uit Noord-Afrika, druiven uit Griekenland en vis uit de Straat van Gibraltar (Fresco 2012, p. 349). Verder wijst zij op de handel in specerijen en suiker door de Verenigde Oost-Indische en West-Indische Compagnie. De internationalisering van de voedselproductie houdt verband met de toenemende transportmogelijkheden en internationale oriëntatie. Internationale handel in voedsel kent dus een lange geschiedenis, maar is de laatste jaren steeds meer omvattend geworden. Het is bovendien geen eenrichtingsverkeer meer. Zo treft men in arme niet-westerse landen typische producten van de westerse voedselindustrie aan zoals ingeblikte ananas en oploskoffie. De internationale voedselketen kent vele omwegen door het gebrek aan verwerkingscapaciteit, geschoold personeel en kwaliteitscontrole in de landen die zich bevinden in het begin van de keten (Fresco 2012, p. 350). Fresco stelt zelfs dat het woord voedselketen steeds minder van toepassing is. Het gaat volgens haar om *"een wereldomvattend netwerk met uitgebreide vertakkingen van aanvoer- en afvoerlijnen, een spinnenweb van voedselgerelateerde relaties"* (Fresco 2012, p. 357). Zij merkt tevens op dat de menselijke soort in evolutionair perspectief verschilt van andere soorten omdat die niet handel drijven met voedsel, zij moeten voedsel in hun eigen leefgebied vinden of anders gaan zij dood. De meeste westerse consumenten zijn zich pas van deze unieke situatie bewust als er iets misgaat in de internationale netwerken van voedsel, zoals bij voedselvergiftigingen (zalm verwerkt in Griekenland), ziekten van plant en dier (BSE in Engeland) en malversaties (paardenvlees in plaats van rundvlees uit Frankrijk, motorolie in wijn uit Oostenrijk, kunsthars in melkpoeder in China et cetera). Deze gevallen hebben allen betrekking op de voedselveiligheid in de hedendaagse internationale voedselvoorziening.

Voedselveiligheid is één van de redenen waarom regionalisering sinds de jaren '90 in opkomst is. Streekgerichte producten zouden veiliger zijn dan wat van ver weg komt, hoewel deskundigen het hier nog niet geheel over eens zijn. Ook het toenemende bewustzijn voor het milieu en de herontdekking van de omgeving zouden een rol spelen bij de opkomst van regionalisering (Winter,



2003). ‘Alternatieve’ voedselproductie is biologisch verantwoord, diervriendelijk, in een zo kort mogelijke keten en waar producent en consument elkaar zouden kunnen kennen geproduceerd. Dit levert de geringste voedselkilometers op. Fresco wijst er op dat het verstandig is ons te realiseren hoe ver voedsel afkomstig is en dat daarbij ook regionale verschillen in productiviteit en technologie en de beschikbaarheid van hulpbronnen, zoals water, moeten worden betrokken. De vraag naar voedsel in de westerse wereld kan volgens haar nooit lokaal bediend worden (Fresco 2012, p. 366). Zij pleit voor meer technologische manieren om duurzaamheid in de voedselproductie te bevorderen. Zij ziet het verlangen naar korte, overzichtelijke voedselketens als *‘een uiting van de identiteitscrisis van de middenklasse in verstedelijkte, post-industriële samenlevingen die hun houvast zoeken in nabijheid en afstand willen nemen van het grootschalige, de bedreigende buitenwereld en de snelheid van veranderingen’* (Fresco 2012, pp. 368-369). Volgens haar roept het pleidooi voor de regionalisering van de voedselvoorziening een onrealistisch en dus romantisch beeld op (‘het voedselpardijs’), waarvoor ze zegt zelf ook niet ongevoelig te zijn. Maar wie volgens haar echt gaat voor een duurzame voedselvoorziening, moet er zo veel mogelijk mensen in de wereld bij betrekken zodat iedereen gevarieerd en verstandig kan eten.

In dit onderzoek staan de twee stromingen van internationalisering en regionalisering van de voedselketen centraal en wordt gekeken in hoeverre beide processen effect hebben voor de economie en de samenleving in de regio Amersfoort. Beide processen worden naast elkaar gelegd om te kijken in hoeverre zij met elkaar in verbinding staan.

## 1.2 Onderzoeksvragen

Dit onderzoek richt zich op de processen van regionalisering en internationalisering van de voedselproductie en brengt in kaart in hoeverre deze processen een rol spelen in de huidige voedselvoorziening in de regio Amersfoort. De vraag die in dit onderzoek centraal staat, luidt:

*‘Ontmoeten de twee werelden van internationalisering en regionalisering in de voedselketen elkaar in de regio Amersfoort en is hiervoor een geschikte ontmoetingsplaats?’*

Om deze vraag te beantwoorden, worden de volgende deelvragen gesteld:

- ✓ Wat zijn de bepalende factoren bij de ontwikkeling van de internationalisering en de regionalisering van de voedselketens?
- ✓ In hoeverre en op welke wijze speelt regionalisering van de voedselketen een rol in de regio Amersfoort?
- ✓ In hoeverre en op welke wijze speelt internationalisering van de voedselketen een rol in de regio Amersfoort?
- ✓ Op welke punten kunnen de internationalisering en de regionalisering van voedselketens in de regio Amersfoort elkaar versterken?

Alle deelvragen bevatten de term voedselketen. De voedselketen is weergegeven in figuur 1.2.1., afkomstig uit een onderzoek van Meyer (2007) over verschillende toekomstige scenario's van voedselketens in Europa. Hierin wordt beschreven dat een voedselketen uit verschillende stappen bestaat: landbouw en veeteelt, voedselverwerkende industrie, detailhandel van voedsel en de consumptie van voedsel. In de praktijk blijkt hier echter vaak nog één stap extra bij tussen te zitten: de groothandel/distributie van voedsel naar de detailhandel.

Voedselketens geven volgens Maye & Ilbery (2006) de belangrijkste productie, distributie en consumptie knooppunten weer en verbinden deze knooppunten met elkaar. Volgens hen wordt de voedselketen beïnvloed door sociale, culturele en natuurlijke omstandigheden. Meyer (2007) acht daarnaast de politiek als een belangrijke invloedsfactor.

### 1.3 Doelstelling

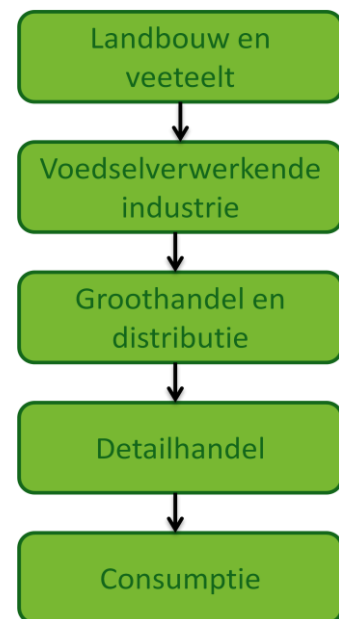
Het doel van dit onderzoek is om te inventariseren in hoeverre er sprake is van internationalisering dan wel regionalisering van voedselketens in de regio Amersfoort en waar deze twee elkaar ontmoeten en mogelijk versterken. Daarbij is het de vraag of internationalisering en regionalisering van voedselketens twee verschillende processen zijn of dat ze naast elkaar bestaan of zelfs geïntegreerd zijn in elkaar. In ieder geval lijken de drijfveren verschillend: internationalisering gaat om concurrentie op prijs, concurrentie in de regionalisering gaat vaker om kwaliteit. Zo is er een tweestrijd gaande tussen goedkoop voedsel waarbij kostenreducering de voornaamste reden is voor keuzes betreffende een grote lengte en dichtheid van de ketens (internationalisering) tegenover het vaak iets duurder voedsel waarbij kwaliteit en milieubewustheid voorop staan (regionalisering). Het onderscheid tussen deze twee 'paden' komt men tegen bij producenten, verkopers en consumenten.

Op korte termijn bepaalt de consument welke van de twee paden door ondernemers in de voedselketen worden bewandeld. De consument kan tot op zekere hoogte die keuze sturen. De meeste consumenten gaan voor de prijs van voedsel, maar de voorkeur voor duurzame kwaliteit neemt wel toe. Zo is er een duidelijk verschil van de groei in bestedingen aan 'gewoon' voedsel en 'duurzaam' voedsel zoals dat in de Monitor Duurzaam Voedsel 2011 van het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie wordt genoemd (2012, p. 9). Deze Monitor geeft aan dat de besteding aan duurzaam voedsel is gegroeid van 1,3 miljard euro in 2010 naar 1,75 miljard euro in 2011. Dit is een groei van 30,5 procent, terwijl de totale voedselbesteding maar 3,1 procent is gestegen van 37,7 miljard in 2010 naar 38,9 miljard euro in 2011. Het marktaandeel van duurzaam voedsel is dan ook gestegen van 3,5 procent naar 4,5 procent. Ook het aandeel biologisch voedsel is in 2011 gestegen met 17,1 procent ten opzichte van 2010 (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, 2012, p. 21). Dit duidt aan dat er nieuwe manieren zijn van voedsel produceren en dat het aandeel hierin steeds groter wordt.

Op lange termijn bepalen producenten, handelaren en distributeurs de paden die worden ingeslagen. De opkomst van nieuwe manieren van voedsel produceren en verhandelen leiden er toe dat voedselketens veranderen. In dit onderzoek wordt vooral gekeken naar de positie die de landbouw en veeteelt, voedselverwerkende industrie, groothandel en distributie en detailhandel daarbij innemen bij de internationalisering dan wel regionalisering van voedselketens. Er wordt inzicht gegeven in de opkomst van zowel internationalisering en regionalisering. Ook wordt er gekeken naar de rol die boeren en verkopers spelen in de processen van regionalisering en internationalisering en hoe de overheid hierop inspeelt.

De uitkomsten van dit onderzoek geven inzicht in de effecten van de processen van regionalisering en internationalisering van voedselketens in de regio Amersfoort. Er is onderzocht in hoeverre deze

Figuur 1.2.1: Schakels in de voedselketen



twee processen naast elkaar bestaan dan wel geïntegreerd kunnen worden. Er wordt inzicht gegeven in de mate van regionalisering en internationalisering van verschillende schakels van de voedselketen: de landbouw en veeteelt, voedselverwerkende industrie, groothandel en distributie en detailhandel. Daarbij zal ook de invloed van de overheid hierop worden besproken.

Het onderzoek kan bijdragen aan eventueel toekomstige aanpassingen in het proces naar meer regionalisering dan wel internationalisering. Ook kunnen de uitkomsten van dit onderzoek gebruikt worden voor beleidsbesluiten met betrekking tot de voedselsector in de regio Amersfoort. Het geeft inzicht in de trends en ontwikkelingen in de voedselsector. Het onderzoek zelf richt zich op de regio Amersfoort, maar de resultaten kunnen worden toegepast in meerdere regio's in Nederland en/of andere ontwikkelde landen.

#### 1.4 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

Het ruimtelijke beleid van de Nederlandse overheid is er onder meer op gericht het platteland meer te laten integreren in het stedelijke landschap en zodoende aan het platteland een verbrede functie te geven. De ideeën van verbrede plattelandontwikkeling zijn meer dan tien jaar geleden ontstaan (Vlieger e.a., 1999). Het gaat om de ruimtelijke kwaliteit van het platteland en om de verbinding tussen de stad en het platteland, tussen boeren en burgers. Dit heeft ook gevolgen voor de manier waarop boeren en burgers met voedsel omgaan. Steeds meer blijkt dat consumenten niet alleen prijs, smaak en veiligheid van voedsel belangrijk vinden, maar ook de manier waarop het geproduceerd is: de maatschappelijk gewenste productiemethode. Diverse schakels in de voedselketen zijn dan ook steeds meer bezig met het ontwikkelen van deze maatschappelijk gewenste productiemethode. Hierbij speelt regionalisering van de keten een belangrijke rol. In Nederland vragen steeds meer consumenten zich af waar voedsel vandaan komt en hoe het wordt geproduceerd. Het is zodoende relevant om te kijken hoe de overige schakels van de voedselketen hiermee omgaan (Vlieger e.a., 1999).

Dit is een typisch economisch geografisch onderwerp, want binnen de economische geografie spelen in tal van economische sectoren vraagstukken van internationalisering en regionalisering. De tegenstrijdigheid of samenwerking van beide processen is dus niet een kwestie die alleen in voedselketens voorkomt. Echter, er wordt vaak maar één van beiden uitgelicht. Zeker binnen het voedselsectorgebied is vaak te zien dat er één van de twee kanten wordt beschreven, aangezien het beiden sterk toenemende processen zijn. Binnen de huidige economische geografie is het gebruikelijk beide termen gezamenlijk te belichten, aangezien de hedendaagse wereld in verschillende vakgebieden zowel regionalisering als internationalisering ondergaat (Bathelt e.a., 2004). Hieruit blijkt dat beide processen niet altijd los van elkaar staan, maar elkaar ook kunnen beïnvloeden. Binnen de voedselsector is de combinatie van beide processen in de voedselketen nog vrij weinig onderzocht, terwijl het mijns inziens wel belangrijke aspecten bevat van de hedendaagse voedselproductie. Dit onderzoek kan bijdragen aan het combineren van beide processen in de voedselketen en daarmee aan het beter op elkaar betrekken van stad en ommeland in de regio Amersfoort.

## Hoofdstuk 2 - Voedsel van ver weg

Het overgrote deel van het voedsel dat in Nederland wordt verkocht is afkomstig uit andere landen. Dit aandeel is in de afgelopen decennia alleen maar groter geworden. Dit heeft onder meer te maken met de veranderde smaak van de Nederlandse consument. De opkomst van buitenlandse gerechten dateert uit de tweede helft van de jaren '50, toen er meer welvaart kwam en er meer reizen werden gemaakt (Geschiedenis24, 2012). Ook de producent van voedsel is geïnternationaliseerd. Met Unilever en Ahold heeft Nederland belangrijke voedselgerelateerde multinationals in huis, die aardig meedoen in de wereldtop, respectievelijk plaats 139 en 243 in de Global 500 van Fortune (Fortune, 2012). Ook FrieslandCampina is een belangrijke wereldspeler in de voedselmarkt en Nederland is ook nog eens één van de belangrijkste exporteurs van voedsel in de wereld. Rotterdam is één van de belangrijkste doorvoerhavens van grondstoffen en eindproducten van voedsel in de wereld. Nederland speelt dus een belangrijke rol in de internationale voedselketens. Dit hoofdstuk gaat verder in op dit proces. Het omschrijft hoe die internationalisering is opgekomen en probeert dit ook te verklaren.

### 2.1 Het proces van internationalisering

Internationalisering is een begrip dat veelvuldig gebruikt wordt, maar niet altijd met een goede en duidelijk verwoorde betekenis. Dat er sprake is van internationalisering in bijna alle industriële sectoren, is volgens De Vries (2002) algemeen bekend en in brede kring geaccepteerd. Dat geldt ook voor de ruimtelijke kant van het proces en daarmee voor de mondiale spreiding van de manier waarop voedsel wordt verbouwd en verhandeld. Toch zijn er vele verschillende definities van internationalisering, waarbij het proces vaak per vakgebied verschillend wordt uitgelegd. Een mooi voorbeeld is hoe voedselkundige Louise Fresco tegen internationalisering aankijkt. Zij legt er de nadruk op dat de golf van internationalisering sinds 1900 de wereld als het ware op de kop heeft gezet. Niet langer de lokale producent bepaalt wat er wordt gegeten, maar internationaal georganiseerde supermarkten en hun reclamemakers die de smaak van grote groepen anonieme consumenten bepalen dit (Fresco 2012, p. 2009). Tegelijkertijd relativeert ze het begrip 'lokale keuken'. Ook die is vaak beïnvloed door de reclame. Een originele, authentieke keuken is een illusie. Ook vroeger was er niets veranderlijker dan smaak.

Een meer geografische definitie van internationalisering die tevens betrekking heeft op de internationalisering van de voedselketen geeft Yeung in zijn omschrijving van de gevaren en beloften van internationalisering. Zijn definitie luidt als volgt (Yeung, 1998, p. 475):

*“globalization, which may be defined as the interconnectedness of capital, production, services, ideas and culture on a worldwide basis. It is characterized by hypermobility of some of these elements and in large volumes. The crossborder flows of capital, goods, labour, knowledge and information are mediated primarily by transnational corporations which operate on principles of comparative advantage and maximization of varied factor endowments.”*

In dit onderzoek is deze definitie leidend voor internationalisering. Het gaat hierbij om het proces van onderlinge verbondenheid van kapitaal, productie, diensten, ideeën en cultuur op een wereldwijde schaal.

In grote lijnen zijn er twee oorzaken van de steeds toenemende internationalisering. Ten eerste heeft dat te maken met de liberalisering van de internationale handel. In het kader van de WTO maken

steeds meer regeringen afspraken over het wegnemen van belemmeringen bij de handel tussen landen en dus het faciliteren van vrijhandel. Er ontstaat zodoende op steeds meer markten vrijhandel. Met als gevolg dat de handel, de productie en het kapitaalverkeer steeds meer op mondiale schaal gebeuren en dat er zodoende één mondiale markt is ontstaan. Dit heeft geleid tot een toename van de import en export van landen. Ten tweede is er de opkomst van internationale bedrijven. Zulke multinationals spelen een belangrijke rol in het internationaliseringproces. Zij zorgen ervoor dat het productieproces op mondiale schaal plaatsvindt, doordat ze zijn gaan investeren in het buitenland. Multinationals hebben op verschillende plaatsen in de wereld hun dochterbedrijven zitten. Een samenwerking tussen deze bedrijven stimuleert daarmee weer de internationalisering (Went, 1996).

Deze twee componenten hebben net als in alle andere sectoren ook in de voedselsector plaatsgevonden. De voedselsector wordt echter in de meeste landen beschermd tegen buitenlandse concurrentie en bijgestaan met subsidies, zoals De Kort (2008) aangeeft. Hierdoor heeft de internationalisering van de voedselsector zich minder snel kunnen ontwikkelen dan andere sectoren. Vooral de landbouwmarkt wordt enorm beschermd en behoort daarom tot de meest verstoorde internationale markt ter wereld. Eén van de bekendste voorbeelden hiervan is het landbouwbeleid van de Europese Unie. Hierbij wordt steun aan binnenlandse producten gegeven door middel van subsidies, maar ook door importheffingen op buitenlandse producten. De reden waarom deze steun wordt gegeven is simpel: veel landen wensen zelfvoorzienend te zijn in hun voedselproductie om zo niet afhankelijk te zijn van andere landen (Kort, de, 2008, pp. 189-191).

De afgelopen decennia is de voedselsector al wat meer geliberaliseerd, maar er is nog steeds geen volledige liberalisatie. Door liberalisering ontstaan er enorme prijsschommelingen en landen willen nog steeds hun boeren en tuinders beschermen tegen deze schommelingen. Er is er echter wel een verandering in gedachten te constateren: er is bijvoorbeeld al een volledige vrije markttoegang binnen de EU voor boeren in de meeste ontwikkelingslanden. Daarnaast willen de Europese Unie en de G8 beiden een afname van het landbouwbeleid in gang zetten. Dit zijn dan wel langetermijnperspectieven die na 2013 in gang worden gezet (NRC, 2009).

## 2.2 Internationalisering en haar barrières

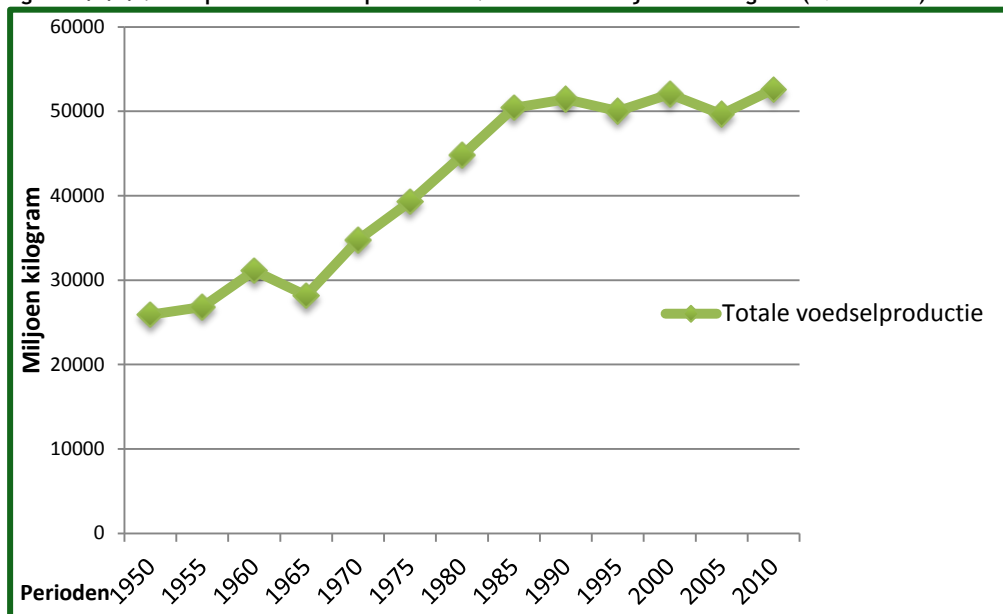
De versnelling van de internationalisering binnen de voedselvoorziening heeft volgens Winter (2003) plaatsgevonden in de 19<sup>e</sup> eeuw. Hij refereert hier naar de onafhankelijkheid van nationale economieën en de massatransport die toen op gang kwam. Lokale en seizoensgebonden tekorten namen af en de prijzen werden meer gelijk. Door deze vermindering in prijsverschillen werd steeds meer voedsel uit het buitenland gehaald en behoefde steeds minder voedsel van regionale bodem te komen. Dit gold toentertijd alleen voor de geïndustrialiseerde landen.

De internationalisering is in Nederland verder gegroeid in de tijden na beide wereldoorlogen. Na de Tweede Wereldoorlog en de periode van de wederopbouw van het land nam in de tweede helft van de jaren vijftig de welvaart toe. De Nederlander ging langer en verder op vakantie. Later, in de jaren zestig kwamen de eerste gastarbeiders, waarvan velen in Nederland bleven. In de loop van de jaren zeventig ontstond, vooral in de steden, een multiculturele samenleving. Hierdoor zijn veel buitenlandse gerechten met hun buitenlandse ingrediënten geïntroduceerd in het Nederlandse leven (Geschiedenis24, 2012). Andere voeding en kookgewoonten behoren tot de meest uitgesproken

symbolen van de multiculturele identiteit van Nederland. Ook dat is een aspect van de voortgaande internationalisering van voedsel.

Beschikbaarheid van eten en drinken, zo geven De Jong e.a. (2008) aan, is in Nederland, evenals in bijna alle ontwikkelde landen, redelijk vanzelfsprekend. Echter, in vorige eeuwen waren de landbouw en andere voedselverwerkende technieken niet zo goed ontwikkeld. Dit had een lagere productiviteit ten gevolge en een bijzondere gevoeligheid voor weersomstandigheden. Vroeger kwamen hongersnoden dan ook regelmatig voor. Maar na de Tweede Wereldoorlog zijn productiemethoden verbeterd en zijn ook de gewassen versterkt, waardoor de voedselproductie veel hoger werd dan voorheen (zie figuur 2.2.1). In deze figuur is te zien dat er in 1960 al een kleine piek in de totale voedselproductie is te constateren. Vanaf 1965 tot 1985 is er echter een flinke stijging in de totale voedselproductie van Nederland vast te stellen, waarna vanaf 1985 de voedselproductie meer constant wordt.

Figuur 2.2.1: Verloop totale voedselproductie Nederland in miljoenen kilogram (1950-2010)

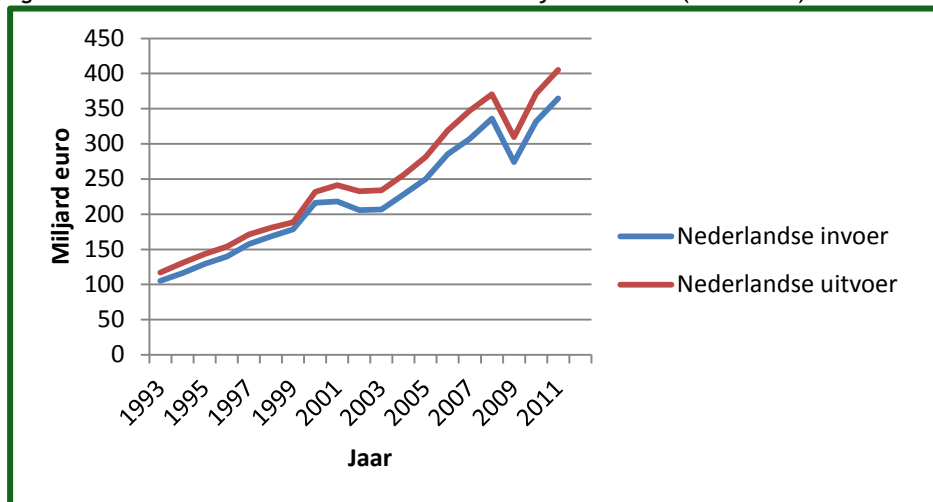


Bron: CBS, 2013.

Het werd al gauw duidelijk dat door de nieuwe technieken en de toenemende voedselproductie de voorraad voedsel genoeg was om de hele wereld te voeden. Echter, de onderontwikkelde landen liepen, en lopen nog steeds, achter op de ontwikkelde landen met de technieken om voedsel te produceren. Dat heeft ten gevolge dat in de ontwikkelde landen een productieoverschot is, terwijl in de onderontwikkelde landen een productietekort ontstaat. Dit kan deels opgelost worden door voedsel te transporteren. Dit werkt in de praktijk minder eenvoudig dan technisch mogelijk is. Er bestaan nogal wat institutionele belemmeringen bij de internationale handel van voedsel (hiermee bedoelende de bescherming die voedselproducenten genieten van hun eigen land, zoals in paragraaf 2.1 reeds is besproken). Ondanks deze belemmeringen wordt er veel voedsel verplaatst. Dit geeft aan dat ook de voedselindustrie toegeeft aan de internationalisering die plaats heeft gevonden in de afgelopen twee eeuwen. De afgelopen twee decennia heeft de internationale voedselhandel in Nederland nog een flinke stijging ondergaan (weergegeven in figuur 2.2.2). In 2009 is er een kleine daling te constateren, maar in 2010 en 2011 is er weer een stijging van de internationale

voedselhandel. Deze figuur laat zien dat de totale internationale voedselhandel in Nederland stijgend is en bevestigt daarmee de internationalisering van de voedselhandel.

Figuur 2.2.2: Totale Nederlandse in- en uitvoer in miljarden euro's (1993-2011)



Bron: CBS, 2013.

Ondanks de grote productie van voedsel maakten enkele politici en belanghebbenden zich vanaf het einde van de jaren '60, begin jaren '70 zorgen over de wereldvoedselvoorraad. De pessimisten in die tijd waarschuwden voor een serieuze hongersnood die wijdverspreid over vele landen zal plaatsvinden voor het jaar 2000 en daarnaast zou er een uitputting van onze natuurlijke bronnen ontstaan. De optimisten daarentegen, beweerden dat voordat deze hongersnood en uitputting uit zouden barsten, de mens door nieuwe ideeën en technieken deze ramp zou voorkomen. Door de groei van de wereldbevolking (ieder jaar met ongeveer 70 miljoen) ontstond er de angst voor een toenemend aantal mensen en een afnemende voedselvoorraad (Harrar, 1970, p. 900). Daarnaast speelde de klimaatverandering een centrale rol (De Jong e.a., 2008). Klimaatverandering kan zorgen voor een groter aantal mislukte oogsten en daarmee bij de vermindering van de mondiale voedselvoorraad.

De wereldbevolking groeit tegenwoordig minder snel en het voedseltekort is niet zo groot als de pessimisten in de jaren '70 voorspelden. Dat neemt niet weg dat er ook vandaag de dag nog steeds problemen zijn met de wereldvoedselvoorraad. Veranderingen in het klimaat kunnen verschillende veranderingen in de natuur met zich meebrengen (hevige regenval, droogte, een stijgende zeespiegel et cetera). Deze veranderingen kunnen zorgen voor een lagere voedselproductie. Reeds in de jaren '70 was de ongelijke verdeling van de voedselvoorraad een probleem: elf tot twaalf procent van de wereldbevolking had toegang tot het meeste aantal calorieën per dag (3000 of meer calorieën per dag, terwijl 2.500 calorieën het meest optimaal is), terwijl het overige percentage van de wereldbevolking minder dan 2.500 kilocalorieën per dag beschikbaar had (Harrar, 1970, p. 901). Deze ongelijke voedselverdeling is veertig jaar later nog steeds een probleem. Over het algemeen is er genoeg voedsel om de meer dan 7 miljard mensen die tegenwoordig op de aarde leven te voeden, maar een klein deel van de bevolking (voornamelijk in westerse landen) heeft beschikking over een heel groot deel van de voedselvoorraad. Een heel groot deel van de wereldbevolking heeft maar een klein deel van de voedselvoorraad tot zijn beschikking (Worldometers, 2012).

Ook in Nederland is de voedselvoorraad ongelijk verdeeld, hoewel dit minder extreem is dan op internationaal schaalniveau. Niet iedereen heeft gelijke kansen om aan voedsel te komen. Op vrijdag

6 april 2012 bracht de NOS naar buiten dat het aantal klanten van de Voedselbank in sommige delen van het land zo snel groeit dat er wachtlijsten ontstaan. In Nederland maken ruim 60.000 mensen gebruik van de Voedselbank en van december 2011 tot eind februari 2012 is er een groei te constateren van tien procent in het aantal klanten. Deze toename van klanten aan de Voedselbank wordt voor een groot deel gewijd aan de aanhoudende economische crisis waarin de wereld op dit moment verkeerd, maar de schaarste van voedsel en het daardoor duurder worden ervan speelt ook een rol (NOS, 2012).

De barrières waar internationalisering tegenaan loopt kunnen kort samengevat worden in drie hoofdpunten: de scheve verdeling van de voedselvoorraad waarbij onderontwikkelde landen te weinig en ontwikkelde landen te veel voedsel hebben, institutionele belemmeringen doordat landen hun eigen boeren en tuinders willen beschermen tegen prijsschommelingen en klimaatveranderingen over de hele wereld waardoor er onzekerheid is over de voedselproductie. Naast deze drie barrières is er nog één aanvullende barrière: de stad.

### 2.3 Een aanvullende grote barrière: de stad

Urbanisatie neemt wereldwijd fors toe. Meer dan de helft van de wereldbevolking woont inmiddels in steden. Hoewel op dit moment vooral de ontwikkelingslanden een grote mate van urbanisatie ervaren, speelt de urbanisatie van ontwikkelde landen ook nog steeds een rol bij de landbouw daar. Aubry e.a. (2012) zien de relatie tussen de landbouw en de groeiende stedelijke ruimten als een ruimtelijk conflict: de beschikbare ruimte wordt steeds meer opgevuld door groeiende steden en infrastructuur. Dit gaat ten koste van de ruimte die nodig is om voedsel te produceren voor de inwoners van groeiende steden.

Steden zijn al lang niet meer zelfvoorzienend waar het voedsel betreft. Zij voeren voedsel aan uit rurale gebieden in binnen- en buitenland. Pas toen de landbouw in overvloed voedsel kon produceren, zijn steden ontstaan. De groei van de afzet in de steden heeft vervolgens de productiviteit in de voedselproductie enorm gestimuleerd. Lange tijd was de ruimtelijke scheiding tussen stad en ommeland wat betreft de voedselproductie minder scherp dan tegenwoordig. Zo werd er vroeger in steden meer aan 'bijvoeding' gedaan. Fresco (2012, p. 317) verwijst naar schilderijen van Nederlandse steden uit de zeventiende en achttiende eeuw, waarop vaak binnen de stadsmuren boomgaarden en weiden aanwezig waren, zowel de arme als welgestelde stadsbevolking er een eigen moestuin op na hielden en bovendien de weilanden direct begonnen aan de poort van de stad. Het onderscheid tussen urbane en rurale tuinbouw is lange tijd gering geweest. Ook in functionele zin sloten stad en platteland op elkaar aan, bijvoorbeeld door de stedelijke mestproductie. Daarna hebben de snelheid van wereldwijde verstedelijking en uitdijende internationalisering ervoor gezorgd dat moderne steden, hoofdzakelijk in ontwikkelde landen, bijna volkomen afhankelijk zijn van de import van voedsel. De internationale schaal waarop deze voedselketens opereren hebben nadelige externe factoren voor de samenleving als geheel. Het levert verontreiniging op van water, bodem en lucht en tast het landschap aan door het vervoer van voedsel. De maatschappelijke kosten die worden veroorzaakt door de internationalisering van voedselketens worden niet doorberekend in de prijs van voedsel, waardoor uiteindelijk niemand hiervoor opdraait (Caalders e.a., 2009).



Ook heeft internationalisering een toename van consumptie tot gevolg die weinig duurzaam is en vooral ook overmatig; obesitas is tegenwoordig een veelvoorkomende ziekte in ontwikkelde landen. Het heeft daarnaast andere natuurlijke gevolgen: de demografische verschillen tussen stad en land worden groter. Grewal & Grewal (2012) geven aan dat de bevolkingsdichtheid in steden groter zal worden terwijl deze op het platteland alleen maar afneemt. Dit werkt een verdere toename van het transport van voedsel van rurale naar stedelijke gebieden in de hand. Dit zal nadelig zijn voor de natuur, aangezien deze de gevolgen van een groter transportnetwerk en verstedelijking zal moeten dragen.

De massaliteit van consumptie, de toenemende transportafstanden voor import en de hectiek van het stedelijk leven hebben geleid tot het wegvallen van het contact tussen producent en consument van voedsel. Voedselproductie wordt daardoor een anonieme aangelegenheid. Er is een groeiende onwetendheid onder consumenten over wat men eet. Het gevaar hiervan is dat de bronnen van voedsel uitgeput worden, de natuurlijke omgeving steeds meer vervuild wordt en dat de afvalhoeveelheid per consument enkel en alleen toeneemt zonder dat de consument dit bevat. Caalders e.a. (2009) merken op dat er:

*“in moderne voedselketens nauwelijks meer sprake is van sterke banden tussen producent en consument. Men kent elkaar niet meer en/of raakt van elkaar vervreemd. Waar vroeger de relatie tussen burger en ‘boer’ relatief direct en nabij was, zeker op het platteland – men wist wat men van wie kocht en waar en hoe het geproduceerd was – is de voedselketen tegenwoordig door schaalvergroting en verstedelijking een langeafstandsrelatie geworden die zich deels uitstrekt tot ver buiten de regio waar men woont, vaak zelfs tot in het buitenland. De lokale/regionale binding is hierbij geheel verloren gegaan.”*

Zij geven aan dat producent en consument weinig met elkaar in contact komen en dat schaalvergroting en verstedelijking dit alleen maar versterkt. Door de internationalisering van de voedselketen wordt er wellicht meer voedsel geproduceerd, maar zijn de ketens langer geworden en de interactie anoniemer.

De internationalisering van de voedselketen is al een tijdje aan de gang en blijkt ook in deze tijd nog steeds een belangrijk proces binnen de voedselsector te zijn. Dit leidt tot een groter aanbod van producten en een wereldwijd toenemend aanbod van verscheidenheid in producten. Steden nemen in de internationale markt van voedselproducten een speciale plaats in. Zij zijn de belangrijkste afzetgebieden van voedsel, zowel in kwantitatieve zin (groeiende bevolkingsaandelen) als kwalitatieve zin (welvaarts groei). Zoals Fresco stelt *“brengen steden het beste en het slechtste in de etende mens naar boven”* (Fresco 2012, p. 335). In steden treft men een uitgebreide verzameling aan van verschillende soorten gemakvoedselcultuur (McDonalds et cetera) evenals menig sterrenrestaurant en culinair hoogstandje. De internationalisering van de smaak verloopt er sneller dan waar dan ook. Naast deze paradox wijst Fresco erop dat de internationalisering van de smaak leidt tot uniformiteit. De mondiale consument blijkt vooral geïnteresseerd te zijn in een smal assortiment aan exotische gerechten (de mondiale snackmarkt van pizza, sushi, tortilla, hamburger en kip) waarbij vooral de saus de smaak bepaalt.

Steden zijn onvoldoende in staat een zelfvoorzienende voedselproductie te faciliteren. Daarvoor ontbreekt de ruimte en zijn actoren achter andere vormen van ruimtegebruik (wonen, werken,

recreatie e.d.) in staat hogere grondprijzen te betalen. Steden zullen daarom ook in de toekomst voor de voedselvoorziening afhankelijk blijven van de aanvoer van voedsel uit binnen- en buitenland. Dat laat onverlet dat er in steden een trend ontstaat tegen de internationalisering van de voedselvoorziening. Deels wordt die gevoed door de naar authenticiteit en lokale identiteit verlangende middenklasse, deels door een meer radicale reactie die zich verzet tegen de perversiteit van de consumptiemaatschappij. Zij eisen elke voor voedselproductie geschikte vierkante meter in de stad op en organiseren er alternatieve (biologische) voedselmarkten. Hun activiteiten sluiten aan op de groeiende kritiek op de twee grootste nadelen van de internationalisering van de voedselketen, namelijk milieuverontreiniging en anonieme marktrelaties. Mede door deze nadelen is er de laatste decennia een ander proces zich gaan ontwikkelen: regionalisering van voedselketens. Dit wordt in het volgende hoofdstuk besproken.

## Hoofdstuk 3 - Voedsel van dichtbij

In het vorige hoofdstuk staat beschreven dat de voedselproductiemarkt steeds grootschaliger en steeds meer internationaal wordt. Maar door een beperkte liberalisering van de voedselmarkt en omdat diverse consumenten en producenten de band tussen producent en consument erg belangrijk vinden, is er, naast internationalisering, een ander proces in gang gezet: regionalisering. De band tussen consumenten en producenten staat hierin centraal met ondermeer als gevolg dat de productie en verkoop niet mijlenver uit elkaar komen te liggen. Daarom is de regio en de korte afstand zo belangrijk in dit proces. Dit hoofdstuk beschrijft dit proces van regionalisering.

### 3.1 Regionalisering

Regionalisering is ruimtelijk gezien het tegenovergestelde van internationalisering. Volgens Milieudefensie (2008, p. 28) houdt regionalisering in dat productie en consumptie zo veel mogelijk op basis van regionaal aanwezige natuurlijke hulpbronnen plaatsvindt. Het betekent ook dat overheden weer de mogelijkheid krijgen hun economieën, midden- en kleinbedrijf, arbeiders en boeren te beschermen tegen de vrije wereldmarkt. Geurts (2008, p. 6) geeft aan dat er door regionalisering een meer lokaal, nationaal en regionaal georiënteerde economie en samenleving ontstaat. Een regio is volgens hem op te vatten als een deel van een land, maar ook als een groep van landen, zoals de Europese Unie. In dit onderzoek worden deze beide definities als uitgangspunt genomen voor het beschrijven van de oorzaken en gevolgen van regionalisering van voedselketens. Het gaat er om dat productie en consumptie zo veel mogelijk op basis van regionaal aanwezige hulpbronnen en middelen plaatsvindt en dat er een lokaal, nationaal en regionaal georiënteerde economie en samenleving ontstaat.

Consumenten spelen een belangrijke rol bij zowel regionalisering als internationalisering van de voedselketen. Consumenten zijn altijd de laatste schakel in de voedselketen geweest. Deze voedselketen is door de jaren heen steeds langer geworden, voornamelijk door langere afstanden van transport en door meer verwerking van voedsel voordat het op de markt komt. Wanneer het voedsel de consument heeft bereikt, houdt de keten op en is het eindpunt bereikt. De rol van de burger is langzamerhand veranderd in deze keten (Caalders e.a., 2009). Tijdens het internationaliseringproces is volgens Caalders e.a. de rol van de consument in de voedselketen steeds meer beperkt. De consument was enkel en alleen de koper van producten en daarmee de speelbal van industrie en handel. Eerder werd Fresco (2012) aangehaald die als gevolg van internationalisering de consument een steeds belangrijkere rol in de voedselketen toedicht. Door de steeds grotere toegevoegde waarde van voedselproducten valt aan het eind van de keten het meeste geld te verdienen. Of anders gezegd, van de prijs van het kopje koffie op een terras krijgt de Columbiaanse koffieboer veel minder in zijn hand dan de koffieproducent en de horeca. De drang bij producenten en handelaren om de smaak van de consument te beïnvloeden wordt groter, ondanks de grote keuzevrijheid die de consument geniet. Dit leidt er toe dat de soevereiniteit van de consument afneemt. Hierdoor ontstaat een paradox: aan het einde van de voedselketen verdient de ondernemer het meest aan de consument, maar daar heeft de consument weinig over te zeggen.

Binnen regionalisering is de rol van de consument over het algemeen groter dan binnen internationalisering. De consument is binnen regionalisering zelf onderdeel geworden van de voedselketen en wordt niet gezien als enkel de laatste schakel waaraan het voedselproduct moet

worden verkocht. Consumenten denken steeds meer actief mee in het produceren van regionaal voedsel en stimuleren de regionale voedselketen dankzij het kopen van producten gemaakt in de regio. De rest van de voedselketen gaat hierop anticiperen: de landbouw en veeteelt, voedselverwerkende industrie, groothandel en distributie en de detailhandel maken hun werkwijze meer transparant, zodat de consument weet wat er speelt (Caalders e.a., 2009).

Door de opkomst van de regionalisering van voedselketens ontstaat er een herwaardering van de afstemming tussen stad en ommeland. In de periode van modernisering (en internationalisering) werden agrarische gebieden rondom steden gezien als een reservegebied, geschikt voor een eventuele uitbreiding van de stad. Veel boeren zaten hun tijd uit en wachtten tot het moment dat hun landbouwgrond voor relatief veel geld aan een projectontwikkelaar of belegger verkocht werd. Deze fase van uitbreidingsplanologie lijkt grotendeels voorbij. Tegenwoordig is het ommeland volgens Aubry e.a. (2012) steeds meer onderdeel van de stadsplanning zelf, of zelfs een specifiek onderdeel van de stadsplanning met als doel de duurzame ontwikkeling van steden te bevorderen. Dit heeft geleid tot een nieuwe term: 'urban agriculture', dat gedefinieerd kan worden met (Moustier & Mbaye, 1999):

*"agriculture located within a city or on its periphery, the products of which are at least partly destined for the city, and for which alternative agricultural and non-agricultural uses of resources are possible."*

Bij 'urban agriculture' gaat het er om dat de producten die in de regio van de stad zijn gemaakt ook echt voor een deel bedoeld zijn voor deze stad. Van belang is dat niet alleen de productie van voedsel centraal staat in dit beeld, maar ook de beleving van die productie van voedsel voor de mens in de stad. Voor de mens is dit een onderdeel van recreatie waarbij men gebruik maakt van natuur en landschap. Fresco wijst er terecht op dat 'urban agriculture' onderdeel is van een breder gedachtegoed dan het produceren van voedsel alleen. Het gaat om het tot stand brengen van duurzame groene steden. Het is een soort van 'natuurlijk tuinieren' (Fresco 2012, p. 341) dat kan samengaan met het opvangen van overtollig water, de opslag van CO<sub>2</sub> en het opwekken van duurzame energie, evenals de verbetering van de luchtkwaliteit, versterking van de sociale cohesie en vermindering van de criminaliteit. Daarmee loopt 'urban agriculture' de kans als wondermiddel te worden opgevat van alles wat het stadsleven meer of minder aangenaam maakt. Vooral als men bedenkt dat slechts een klein deel van de stedelijke ruimte echt geschikt is voor landbouw en dat de productiviteit per vierkante meter waarschijnlijk ver achter blijft bij de in op zich gunstigere locaties buiten de stad.

### 3.2 Biologisch versus duurzaam voedsel

Zowel biologisch als duurzaam voedsel zijn tegenwoordig veel gebruikte termen. Zeker met betrekking tot meer regionale productiemethoden worden deze termen veel gebruikt. Ook in dit onderzoek zijn in voorgaande hoofdstukken de termen al genoemd en in verschillende gebruikte bronnen worden ze veelal gebruikt. Om verdere onduidelijkheid over deze twee termen uit de weg te gaan is het van belang dat deze twee termen eerst duidelijk worden gedefinieerd, zodat ze in het verloop van dit onderzoek goed gebruikt worden.

Wanneer beide termen worden opgezocht in het woordenboek blijkt dat er weinig verschil is tussen de twee termen. Biologisch wordt hier uitgelegd als (Van Dale, 2013a): *"op de biologie betrekking hebbend: biologische landbouw die werkt zonder kunstmest en bestrijdingsmiddelen"*.

Duurzaam wordt in de Van Dale (2013b) beschreven als: “1 lang durend, 2 weinig aan slijtage of bederf onderhevig, 3 het milieu weinig belastend”.

Zoals deze twee termen worden beschreven in het woordenboek kan het opgevat worden als twee begrippen die dicht bij elkaar staan. Biologisch is dan een onderdeel van het overkoepelende begrip duurzaam. Zonder kunstmest en bestrijdingsmiddelen werken, wat onder biologisch verstaan wordt, is namelijk één van de onderdelen van het milieu weinig belasten, zoals in de definitie van duurzaam wordt beschreven.

De Rijksoverheid (2012) bevestigt deze opvatting van biologisch en duurzaam: “Onder duurzaam voedsel vallen producten die zich positief onderscheiden door de manier waarop ze geproduceerd zijn: diervriendelijk, biologisch, milieuvriendelijk en/of ethisch.” In dit onderzoek wordt deze opvatting over duurzaam en biologisch gevolgd. Wanneer wordt gesproken over biologisch voedsel, dan betekent dit dat het voedsel is geproduceerd zonder kunstmest en bestrijdingsmiddelen. Wordt gesproken over duurzaam voedsel, dan betekent dit dat de gedachte achter de productie van dit voedsel iets verder is gegaan dan alleen biologisch, maar is het ook diervriendelijk, milieuvriendelijk en/of ethisch geproduceerd.

### 3.3 Het belang van de regio door de jaren heen

Ondanks dat ook de voedselproductie onderhevig is geweest aan internationalisering, wordt er in de literatuur verondersteld dat dit in absolute zin beperkt is. Zoals Jongeneel (2008) aangeeft in zijn stuk:

*“Het leeuwendeel van de voedselproducten wordt min of meer geconsumeerd op de plaats of in de regio waar ze ook zijn geproduceerd. Er zijn natuurlijk uitzonderingen (specifieke landen, specifieke producten zoals koffie en bananen), maar het globale beeld is dat de handel een aanvullend karakter heeft. In die zin is handel zelfs relatief onbelangrijk.”*

Ook Winter (2003) laat weten dat internationalisering zeker een rol heeft gespeeld in de voedselindustrie, maar veronderstelt dat de regio onmiskenbaar aan de voedselindustrie gebonden is. Zelfs grote internationale voedselbedrijven zijn volgens hem deels gedwongen zich aan te passen aan lokale omstandigheden, zoals de lokale arbeidsmarkt. Hieruit blijkt dat internationalisering in de voedselproductie wel is gegroeid, maar dat nog steeds de regio het belangrijkste speelveld is in de voedselindustrie.

Jongeneel (2008, pp. 114-117) geeft aan dat er meerdere bottom-up benaderingen in de voedselmarkt zijn die de regio voorop stellen. Volgens hem is internationalisering sinds het begin van de 21<sup>e</sup> eeuw niet meer de belangrijkste trend. Hij noemt drie alternatieve benaderingen voor internationalisering op de voedselmarkt die steeds belangrijker worden, waarbij de verschillende schakels van de voedselketen ieder hun eigen benadering blijken te hebben:

1. Biologische of organische landbouw;
2. Fair trade voedselproductie;
3. Koop-lokaal benadering.

Biologische of organische landbouw richt zich op de allereerste schakel van de voedselketen: de landbouw. Het houdt in dat er tijdens het verbouwen van de producten geen gebruik is gemaakt van kunstmest en/of andere chemicaliën. Het gaat erom dat het product zo natuurlijk mogelijk is

geproduceerd, waarbij de bodemvruchtbaarheid in stand gehouden wordt en ook dieren niet onwillig gebruikt zijn. Daarbij wordt vooral gebruikt gemaakt van hulpmiddelen uit de regio om het gewas zo goed mogelijk te laten groeien. Een groot nadeel van deze benadering is de lagere productiviteit per hectare vergeleken met de huidige landbouw.

De fair trade benadering legt de nadruk op de voedselverwerkende industrie en heeft zijn oorsprong in het uitbuiten van boeren in ontwikkelingslanden. Boeren in ontwikkelingslanden worden door de ontwikkelde landen uitgebuit om hun producten tegen een zeer lage prijs te verkopen, terwijl de consument ze in de ontwikkelde landen weer voor een veel hogere prijs koopt. De fair trade organisaties willen door middel van een eerlijke prijs voor het product de boeren in ontwikkelingslanden stimuleren om zich verder te ontwikkelen. Boeren kunnen zodoende hun eigen productie opvoeren, zonder dat zij hun omgeving uitputten. Hierbij wordt de regio gespaard.

De koop-lokaal benadering, richt zich op de (detail)handel en heeft als doel een korte en directe verbinding te creëren tussen de producent en de consument. Daarbij gaat het voornamelijk om streekeigen producten en de aanzienlijk mindere transportkilometers die bij deze benadering worden gehanteerd. Deze benadering gaat uit van de kracht van de regio zelf en streeft er naar zo min mogelijk producten uit andere gebieden te halen.

Deze drie benaderingen zijn op dit moment steeds meer in opkomst, waarbij de regio een grote rol speelt. Bij de biologische of organische landbouw en de koop-lokaal benadering ligt de nadruk op de regionale schaal. Het past ook het beste bij de definitie van regionalisering die eerder in dit hoofdstuk is gegeven. Bij de fair trade benadering ligt de nadruk op internationale schaal, maar speelt de ontwikkeling van de regio waarin de boer zich bevindt wel een belangrijke rol. Dit laat zien dat regionalisering niet alleen de regio omvat, maar dat het ook kan gaan om het stimuleren van andere regio's buiten de landgrenzen.

De opkomst van de regionalisering van de voedselketen heeft volgens Winter (2003) en volgens Maye & Ilbery (2006) voor een deel te maken met de vraag naar kwalitatief goed voedsel. Lokaal eten wordt vaak gezien als kwalitatief goed voedsel, vandaar dat de lokale productiegebieden direct verbonden worden met kwalitatief goed voedsel. Er zijn echter geen garanties dat lokaal geproduceerd voedsel ook beter van kwaliteit is. Bij kleinschalige productie kan bijvoorbeeld veel eerder bederf optreden. Daarnaast is met de stijging van het inkomen de vraag naar 'speciaal' eten gestegen, bijvoorbeeld naar speciale kazen. Er is meer vraag gekomen naar het unieke product, niet de massaproductie. Regionalisering heeft in zekere zin een tegenstelling van massaproductie in zich, omdat in de regio geen massaproductie mogelijk is door het tekort aan grond en producten.

Een voordeel van regionalisering is volgens Winter (2003, p. 30) dat er minder conflicten zullen optreden tussen boeren en andere partijen. Vooral conflicten tussen boeren en burger escaleren volgens Winter nogal eens. Daarbij is er van beide kanten sprake van vooroordelen. Door meer contact te creëren tussen deze twee partijen kan er meer wederzijds begrip worden gekweekt en zullen er minder conflicten zijn.

### 3.4 Food miles en de mythe ervan

Het produceren en verkopen van lokale en streekeigen producten staat centraal binnen de regionalisering van de voedselketen. Doordat ook de voedselketen is beïnvloed door het proces van internationalisering, wordt er meer aandacht besteed aan de gevolgen voor het milieu en duurzame ontwikkeling in de landbouw. Daarbij wordt veel gebruik gemaakt van termen als 'local food' en 'food miles'.

'Food miles' is een term die gebruikt wordt om het aantal kilometers aan te duiden dat producten zoals groente, fruit en andere levensmiddelen hebben afgelegd voordat ze in de winkel liggen (Duurzamelifestyle.nl, 2009). Om deze 'food miles' te beperken is er, zoals Coley e.a. (2008) aangeven, behoefte aan voedselketens die actief zijn in een lokaal milieu en die kunnen reageren op de vraag van de klant.

Het idee dat alleen lokale productie goed is voor het milieu wordt van verschillende kanten tegengesproken. Dit is volgens The Guardian (2008) iets te simpel uitgewerkt en geeft alleen het aantal kilometers weer dat een product heeft gereisd voordat het in de schappen kwam. Er wordt niets aangegeven over de hoeveelheid mest en bestrijdingsmiddelen die zijn gebruikt en ook tractoren die het gewas bewerken zijn slecht voor het milieu. Als voorbeeld kunnen bonen uit Kenia worden genomen. Deze bonen worden op een zeer biologische manier geproduceerd: er wordt met koeien het land bewerkt, er zijn geen irrigatiesystemen, bemesting gebeurt via koeienmest en het levert ook nog eens werkgelegenheid op in een ontwikkelingsland. Dat moet worden afgewogen tegen de kilometers die moeten worden afgelegd naar een supermarkt, bijvoorbeeld die in Nederland.

Het idee van 'food miles' is goed bedacht, het is echter te simpel om te stellen dat alleen de kilometers van productie tot schap iets zeggen over het biologische aspect van het gewas, ook andere factoren spelen een rol. Dit neemt niet weg dat het inmiddels veelgebruikte begrip 'food miles' laat zien dat men de regio een belangrijk aspect vindt in de productie van voedsel.

### 3.5 Een eeuwenoude theorie

Het was eeuwenlang normaal voedselproducten uit de eigen regio te halen. Doordat er weinig vervoersmiddelen waren om voedsel over lange afstand te vervoeren, werd al het voedsel uit de omgeving gehaald. Werd het voedsel niet uit de streek gehaald, dan gold over het algemeen dat dit voedsel een stuk duurder was en alleen betaalbaar voor de allerrijksten. Deze gedachtegang werd in 1826 uiteengezet door de heer Von Thünen. Hij was zelf landeigenaar en richtte zich in zijn theorie daarom vooral op de landbouw, ondanks dat de Industriële Revolutie in die tijd in Duitsland net opkwam (Atzema e.a., 2009).

Von Thünen ontdekte zijn theorie door het volgende (Atzema e.a., 2009, p. 54):

*"Als landeigenaar in Mecklenburg hield hij (Von Thünen) zich bezig met de landbouw. Hij vroeg zich af waarom er zulke grote verschillen bestonden in agrarisch grondgebruik. Het was hem opgevallen dat bij een toenemende afstand tot de marktcentra dit grondgebruik veranderde."*

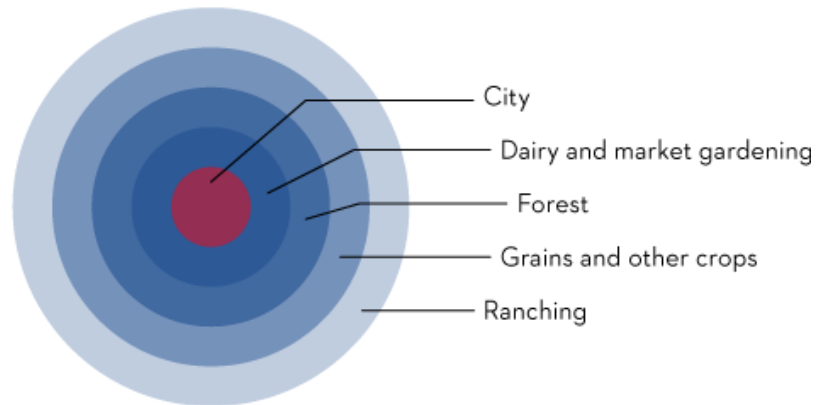
Uit zijn bevindingen concludeerde hij dat de verschillende soorten agrarisch grondgebruik, bekeken vanaf de afstand tot de marktcentra, te maken heeft met de transportkosten van het product. Hij

was de eerste man die afstand als een belangrijk gegeven voor de kosten zag. Hierbij hanteerde Von Thünen een aantal vooronderstellingen (Atzema e.a., 2009, p. 55):

- Er is sprake van een isotrope ruimte (een grenzeloos en vlak gebied zonder barrières);
- De stad die het meest dichtbij is, is de afzetmarkt;
- De transportkosten van de producten verschillen per product;
- De transportkosten nemen lineair toe met de afstand tot de markt;
- De opbrengsten per hectare zijn overal in het gebied hetzelfde.

Het draait bij het model van Von Thünen om de productiekosten en transportkosten. Door middel van zijn theorie probeerde hij te verklaren hoe het grondgebruik rondom een centraal punt eruit ziet. In figuur 3.4.1 is weergegeven hoe grond gebruikt wordt rondom de stad, wanneer gekeken wordt naar de marktprijs en transportkosten van het gewas. Hieruit valt op te

Figuur 3.4.1: De theorie van Von Thünen uitgewerkt



Bron: Chant, 2012.

maken dat het dichtst bij de stad de melkproducten worden gemaakt en groente wordt verbouwd. Deze producten moeten door hun korte houdbaarheidsdatum snel naar de markt worden gebracht en zullen daarom vlakbij de markt worden geproduceerd. In de ring daaromheen wordt hoofdzakelijk hout geproduceerd, wat onder andere wordt gebruikt voor brandhout. Hout wordt dicht bij de stad geproduceerd omdat het veel transportkosten met zich mee brengt: het is groot en zwaar om te vervoeren en daardoor lopen de transportkosten al snel op. De daaropvolgende ring buiten de stad wordt hoofdzakelijk gebruikt voor het verbouwen van granen en andere gewassen die niet snel bederven, deze zijn licht om te vervoeren, waardoor de transportkosten over langere afstand relatief laag zijn. De buitenste ring wordt voornamelijk gebruikt door veehouders.

De opkomst van de Industriële Revolutie en daarmee de komst van nieuwe vervoersmiddelen als auto's, treinen en later ook vliegtuigen, zorgde er voor dat de theorie van Von Thünen gedateerd werd en niet meer voldeed om het grondgebruik rondom een stad te voorspellen (Chant, 2012).

Maar nemen we de terugkeer van de regio als relevante context voor de voedselvoorziening serieus, dan blijkt dat met een kleine aanpassing de theorie van Von Thünen nog steeds een rol kan spelen in de huidige maatschappij. Wim Heijman, regionaal econoom in Wageningen, toonde in 2001 aan dat er een sterk verband bestaat tussen de landbouwproductie en de bevolkingsdichtheid van een aantal landen in Europa. Hierbij kwam hij tot de conclusie dat (Atzema e.a., 2009, p. 59):

*“... naarmate de bevolkingsdichtheid groter wordt, de intensiteit van de landbouw toeneemt. Met andere woorden, in dichtbevolkte gebieden is de inzet in de landbouw van de productiefactoren kapitaal en arbeid per eenheid grond het hoogst.”*

Zo blijkt ineens een theorie van bijna twee eeuwen oud, door middel van een kleine verandering, nog steeds, of liever gezegd weer toegepast kan worden op de huidige samenleving. De kunst is om nu



voedselproducerende technieken te bedenken die een hoge intensiteit vertegenwoordigen en toch voldoen aan de stedelijke wens tot duurzaamheid.

### 3.6 Streekproducten en regionalisatie

Bij regionalisatie staat de regio voorop. Tegenwoordig is de regio onlosmakelijk verbonden aan de voedselvoorziening met streekproducten. Onder de term streekproducten of regionale producten worden verschillende zaken verstaan. Vlieger e.a. (1999, p. 12) hebben de term streekproducten ingedeeld in drie hoofdgroepen:

1. Producten die expliciet zijn verbonden met de landbouw van een streek. Dit kunnen producten zijn die op één bepaalde boerderij zijn geproduceerd, producten die op meerdere boerderijen in de regio zijn geproduceerd en een streeklijn met verschillende producten uit dezelfde streek;
2. Traditionele streekspecialiteiten die een lange geschiedenis hebben en van oudsher kenmerkend zijn voor de streek;
3. Industriële streekproducten die door individuele fabrikanten worden gemaakt en door een handelsbedrijf of door de fabrikant een streeknaam krijgt.

Hoe streekeigen het product in werkelijkheid is, hangt af van vijf factoren die zijn benoemd door Vlieger e.a. (1999, p. 13): territorialiteit, typiciteit, traditionaliteit, collectiviteit en landschappelijkheid. Territorialiteit heeft te maken met het feit dat het product uit een bepaalde streek moet komen en dat het verbonden moet zijn met deze streek. Typiciteit houdt in dat het product unieker is dan ieder ander vergelijkbaar product omdat het uit die streek komt. Traditionaliteit legt de nadruk op de geschiedenis van het product, waarbij het historische verhaal en de traditionele productiewijze een belangrijke rol spelen. Collectiviteit refereert naar de samenhang van verschillende regionale producten die samen één streekproduct kunnen vormen. Ook samenwerking tussen de makers van de producten in de regio worden van belang geacht. Als laatste verwijst landschappelijkheid naar de mate waarin het cultuurlandschap van de regio is verbonden met het product. Streekproducten kunnen meer of minder streekeigen zijn, maar vaak is de mening hiervan subjectief: de gewichten die aan deze factoren worden gehangen zijn vaak sterk persoonlijk.

Consumenten vinden niet alleen prijs en kwaliteit van voedsel belangrijk, maar ook de manier waarop het geproduceerd is: de maatschappelijk gewenste productiemethode. De maatschappij is dan ook steeds meer bezig met deze maatschappelijk gewenste productiemethode, waarbij regionalisering een belangrijke rol speelt. In Nederland heeft de voedselketen een prominenter rol gekregen in de huishoudens en het is zodoende relevant om te kijken hoe producenten hiermee omgaan (Vlieger e.a., 1999).

Deze maatschappelijk gewenste productiemethode maakt dat regionalisering van de voedselketen opgekomen is en hiermee ook de opkomst van streekproducten in de hand heeft gewerkt. Streekproducten worden volgens Vlieger e.a. (1999) vaak gezien als een biologische productiewijze die herkenbaar is voor de consument. Deze streekproducten hebben voor het grootste gedeelte een aparte afzetmarkt.

Regionalisering is een recent opgekomen proces dat dateert uit de jaren '90 van de 20<sup>e</sup> eeuw. Productie en consumptie vindt zo veel mogelijk plaats op basis van regionaal aanwezige producten. In dit onderzoek trekken we deze redeneerlijn verder door. Het gaat niet in de eerste plaats om het

contact tussen producent en consument en ook niet alleen om streekproducten. Het gaat wel om technologisch vooraanstaande vernieuwing van de voedselvoorziening in een stadsregio ('smart city') waarbij de processen van internationalisering en regionalisering in de voedselketens op elkaar worden betrokken. Dat betekent dat in de voedselketen twee zaken worden verbonden: samenwerking tussen bedrijven op het gebied van technologische ontwikkeling ('*innovation*') enerzijds en betrokkenheid van de consument bij wat wordt geproduceerd ('*customization*') anderzijds.

Het proces van regionalisering is in die zin iets heel anders dan vroeger, waarin men producten niet van ver kon halen door het gebrek aan transportmogelijkheden. Die transportmogelijkheden zijn nu ruimschoots en uitgebreid voor handen. In plaats van een ambachtelijke voedselproductie zoals vroeger gaat het nu om hoogtechnologische en duurzame productie waarin samenwerking met verschillende partners, waaronder consumenten, van belang is bij de ontwikkeling van hoogtechnologische innovaties.

## Hoofdstuk 4 - Internationalisering en regionalisering in één wereld

Internationalisering en regionalisering zijn twee kanten van dezelfde medaille. Men spreekt in dit verband wel over glocalisering, oftewel de integratie van het globale met het lokale dat resulteert in een unieke uitkomst in een bepaalde regio (Ritzer, 2009). De veronderstelling is dat de markten waarin bedrijven in de regio Amersfoort voedsel produceren en verhandelen onderhevig zijn aan zowel het proces van internationalisering als van regionalisering. Ten aanzien van beide processen overheersen in de opinievorming de negatieve effecten. Bij het proces van internationalisering kan men denken aan sociaal-economische ongelijkheid, ernstige milieuverontreiniging en onwetende consumenten. Bij het proces van regionalisering gaat dat al gauw om ondoelmatige productie, geringe productiviteit en uiteindelijk nieuwe armoede. Deze vooroordelen staan de integratie van processen die spelen op internationaal en regionaal niveau in de weg. Het is hierdoor van belang dat de ruimtelijke afstemming tussen stad en ommeland in de regio Amersfoort goed voorbereid wordt, maar dit is niet altijd eenvoudig. In dit hoofdstuk wordt aan de hand van begrippen uit de kenniseconomie deze gedachte theoretisch uitgewerkt. Later zal aan de hand van empirisch onderzoek onder voedselbedrijven en gemeentelijke beleidsvoerders en -makers in de regio Amersfoort onderzocht worden in hoeverre door de bedrijven de processen van internationalisering en regionalisering gecombineerd worden en in hoeverre de gemeentelijke overheid een rol speelt bij de ontwikkeling van internationalisering en regionalisering in de regio Amersfoort.

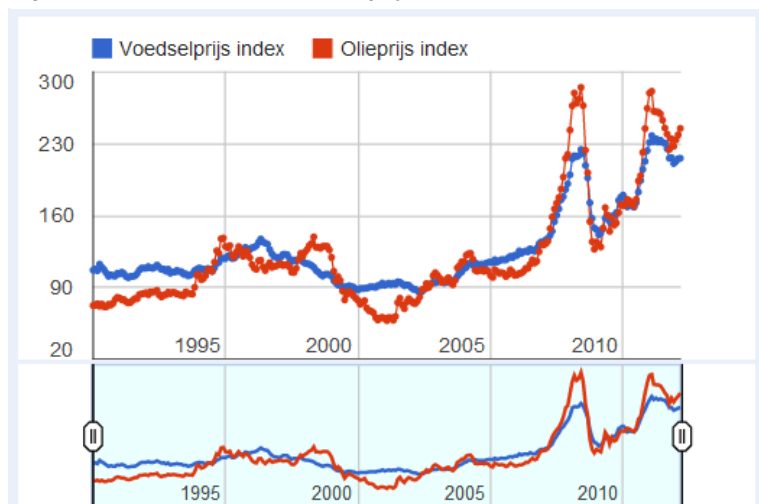
In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van het begrippenpaar *global pipelines* en *local buzz*. Deze begrippen lijken twee gescheiden werelden te omschrijven, maar dit is niet het geval. Er is namelijk een gecombineerde *local buzz – global pipelines* benadering, waarbij beide begrippen geïntegreerd zijn (Bathelt e.a., 2004). In dit hoofdstuk worden de externe factoren van regionalisering en internationalisering besproken en wordt beschreven dat integratie van regionalisering en internationalisering binnen de voedselketen theoretisch mogelijk is.

### 4.1 Externe factoren

Er zijn meerdere externe factoren die invloed hebben op de voedselproductie. Zo is er in figuur 4.1.1 een direct verband te constateren tussen de olieprijs en de voedselprijs. Als de olieprijs stijgt, zullen ook de transportkosten van voedselproducten stijgen (ANP, 2012). Een ander verband tussen stijgende olieprijs en stijgende voedselprijzen op de wereldmarkt is de toename van biobrandstoffen (Jongeneel, 2008). Vooral in de Verenigde Staten en in Europa komt

het gebruik van biobrandstoffen steeds meer voor als reactie op de steeds hoger wordende olieprijsen. Dat betekent dat verschillende soorten granen gebruikt worden voor zowel brandstof als voedsel, wat inhoudt dat het aanbod voor de voedselketen slinkt en de prijs van granen stijgen.

Figuur 4.1.1: Index voedsel- en olieprijs sinds 1990



Bron: ANP, 2012.

Klimaat is daarnaast één van de meest invloedrijke factoren op voedselproductie en de prijs ervan (Jongeneel, 2008). Doordat voedselproductie, en dan vooral de landbouwproducten, pas over een lange tijd resultaat laten zien, bepaalt het klimaat of een oogst mislukt of succesvol is. Hevige regenval of juist extreme droogtes zullen geen goede landbouwproducten opleveren, maar ook een tsunami of een vulkaanuitbarsting hebben invloed op de oogst. Als laatste noemt Jongeneel (2008) de opkomst van ziekten en plagen, zoals de vogelgriep, gekkekoeienziekte en mond en klauwzeer, als een externe factor van de voedselproductie. Deze ziekten en plagen zijn voor een groot deel onder controle, maar af en toe breekt er een nieuwe ziekte uit die de voedselproductie in één keer verkleint.

De werking van de wereldmarkt van vraag en aanbod geldt voor alle landen en zorgt ervoor dat dit in elk land anders is. Voor alle producten geldt het volgende: er is vraag en aanbod, is de vraag groot en het aanbod klein, dan schieten de prijzen omhoog en gaan steeds minder mensen het product kopen zodat de vraag daalt. Andersom geldt dat bij veel aanbod en weinig vraag de prijs laag is, waardoor er steeds meer vraag ontstaat. Bij voedsel loopt dit volgens Jongeneel (2008) echter iets anders. Volgens hem gaan mensen bij een lage prijs niet meer eten en gaan producenten niet minder voedsel aanbieden. Wel hebben vraag en aanbod in de voedselproductie invloed op het soort voedsel wat er wordt gekocht. Wanneer bijvoorbeeld de prijs van granen heel hoog is, dan gaan mensen voedsel kopen dat granen kan vervangen. Zodoende zal de marktwerking niet leiden tot het meer of minder kopen van voedsel, maar wel tot een verandering van productkeuze binnen de voedselsector. De totale vraag naar voedsel zal niet zo snel minder worden, mede gezien de groei van de wereldbevolking.

Naast deze drie iets minder invloedbare factoren zijn er instituties die ook de regionalisering en internationalisering van de voedselsector kunnen beïnvloeden. Zo is het landbouwbeleid van de Europese Unie een duidelijk voorbeeld hier van (De Kort, 2008). Ook overheden op nationale en regionale schaal hebben invloed op regionalisering en internationalisering. Hoeveel dit is, is echter niet duidelijk, dit wordt in hoofdstuk 9 duidelijk.

Klimaatveranderingen, marktwerking (ook in olieprijzen) en instituties zorgen voor verschuivingen van productkeuzes binnen de voedselsector. Deze factoren hebben in meer of mindere mate invloed op de regionalisering en internationalisering van de voedselketens, ook in de regio Amersfoort.

#### 4.2 *Global pipelines en local buzz*

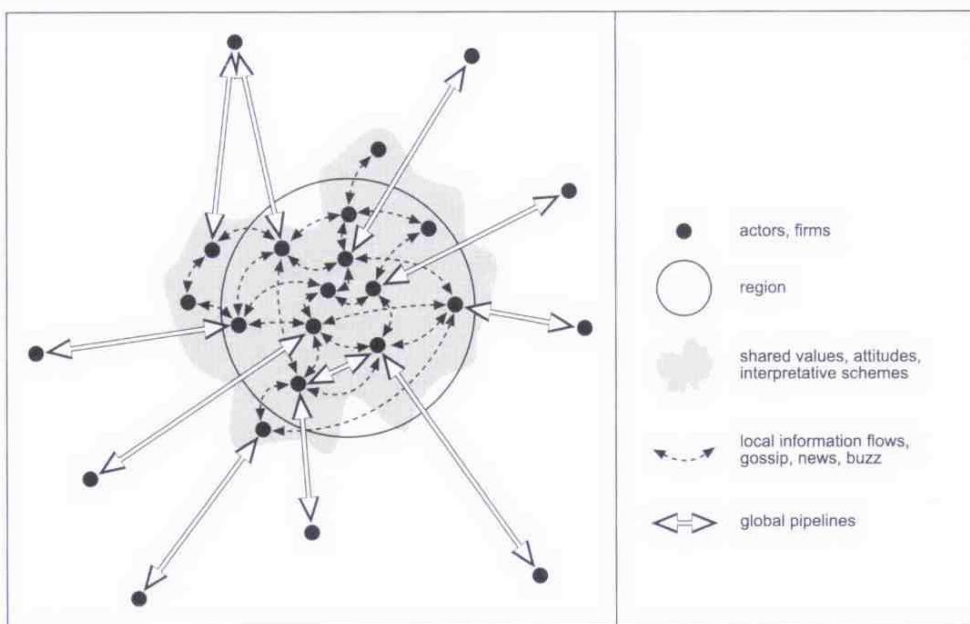
Internationalisering en regionalisering spelen een rol in de wereldwijde economie in vele verschillende sectoren. Zoals is gebleken uit voorgaande hoofdstukken spelen deze twee processen ook een rol in de voedselsector. Ze staan echter niet los van elkaar, maar zijn eerder twee kanten van dezelfde medaille. Met betrekking tot deze twee kanten van één medaille kan er een netwerktheorie worden aangehaald om de overeenkomsten tussen internationalisering en regionalisering beter te begrijpen: de *local buzz – global pipelines* benadering. Deze benadering lijkt erg aan te sluiten op dit onderzoek naar internationalisering en regionalisering van de voedselketen in de regio Amersfoort en wordt hier dan ook besproken.

De termen *local buzz* en *global pipelines* vinden hun oorsprong in de ruimtelijke clustering van economische activiteiten en de relatie hiervan tot de ruimtelijkheid van kenniscreatie. Bathelt e.a.

(2004) geven in hun onderzoek aan dat er de afgelopen jaren veel is geschreven over deze twee begrippen en leggen uit wat ze inhouden.

*Global pipelines* en *local buzz* spelen in op de ruimtelijke activiteit van bedrijven en instellingen. Innovatie en kenniscreatie zijn het resultaat van interactieve processen van verschillende actoren die verschillende typen kennis bezitten en dat met elkaar delen. Bedrijven en instellingen moeten innoveren om zich verder te ontwikkelen, zodat ze kunnen blijven concurreren. Aan de ene kant bestaat er kennis die eenvoudig te codificeren is en die zodoende zich ruimtelijk snel kan verspreiden (via bijvoorbeeld internet). Bedrijven die zich op dat soort specialistische kennis of technologie toeleggen, zullen geneigd zijn bij uitwisseling van kennis samenwerking te zoeken met eveneens gespecialiseerde bedrijven of instellingen buiten de eigen vestigingsregio. Bij de uitwisseling van deze kennis is het belangrijk om internationale contacten te hebben die het bedrijf sneller de informatie kunnen brengen, de *global pipelines*. Dit is weliswaar een dure strategie (het winnen van vertrouwen op afstand kost veel tijd en dus veel geld) en kent bovendien veel onzekerheden (en dus hoge transactiekosten), maar de strategie kan bij succes ook veel opleveren. Daarnaast bestaat er kennis die moeilijk te codificeren is en waarvan de kennis moeilijk over te dragen is naar andere actoren. Het is van belang dat bij het overdragen van deze zogenoemde *tacit knowledge* de actoren ruimtelijk vlak bij elkaar zitten, zodat ze *face-to-face* contact met elkaar kunnen hebben waarbij fijnkorrelige (markt)kennis beschikbaar komt. Het gaat hier dan om de *local buzz*.

Figuur 4.2.1: De structuur en dynamiek van local buzz and global pipelines



Bron: Bathelt e.a. (2004, p. 46).

Bathelt e.a. (2004, p. 45) pleiten ervoor om vanuit het perspectief van de stadsregio de *global pipelines* strategie en de *local buzz* strategie elkaar te laten aanvullen. De *local buzz* strategie stimuleert de ontwikkeling van gemeenschappelijke waarden en interpretaties van kennis. Dit bevordert het opzetten van interactieve leerprocessen en gezamenlijke manieren om (markt)problemen op te lossen. De *global pipelines* strategie voedt de regionale economie met nieuwe en waardevolle kennis van buiten de regio. Het houdt de regio als het ware up-to-date. Bathelt e.a. verduidelijken hun redenering met een figuur (figuur 4.2.1).

Deze figuur toont een regio waarbij actoren binnen een regio vele verschillende contacten met elkaar hebben. Deze contacten bestaan onder andere uit gedeelde waarden, gedrag en interpretaties die zich echter niet alleen binnen de regio bevinden, maar buiten de regio verder bestaan. De vele pijlen binnen de regio laten zien dat de *local buzz* hier erg belangrijk is, maar tegelijkertijd is er ook ruimte voor contacten buiten de regio. De *global pipelines* brengen informatie naar de regio, maar leiden tegelijkertijd informatie uit de regio naar buiten. De conclusie hieruit luidt: om de lokale contacten waardevol te maken, is het van belang om de kennis en ontwikkeling uiteindelijk via de mondiale contacten naar buiten te brengen. Daarentegen zijn mondiale contacten belangrijk om kennis en ontwikkeling naar de regio te brengen om zo nieuwe ideeën toe te passen en de regio te laten groeien in de regionale en internationale economie (Bathelt e.a., 2004, pp. 45-46).

#### 4.3 Local buzz en global pipelines in de voedselindustrie

De *local buzz – global pipelines* strategie is ook van toepassing op de voedselindustrie. Daarbij staat *local buzz* voor een kennisstrategie waarbij de lokale ecologie van ‘*face-to-face contacts, co-presence and co-location of people in the same industry*’ zo goed mogelijk worden benut (Bathelt e.a. 2004, p. 38). Het gaat daarbij om min of meer toevallige ontmoetingen, routineuze uitwisseling van fijnkorrelige kennis en vriendendiensten. Dit zou men een soort economie van het gunnen kunnen noemen. Het voordeel van lokale nabijheid zit voor de bedrijven in het elkaar regelmatig ontmoeten, het spreken van dezelfde ‘bedrijfstaal’ en hebben van overeenkomstige interesses. Het voordeel van de *global pipelines* is heel anders. Daarbij gaat het veel meer om internationale, strategische kennisallianties met partners buiten de regio. Het genereren van nieuwe kennis staat voorop. Dit is geen vrijblijvende strategie, want deelnemers aan zulke netwerken worden zorgvuldig geselecteerd en het kost de nodige moeite om deel uit te maken van zulke netwerken. Het onderhouden van de netwerkrelaties kosten bovendien specifieke investeringen. Als een bedrijf eenmaal deel uitmaakt van een *global pipeline*, dan is het lastig om van het bijbehorende traject van kennis en samenwerking af te wijken (padafhankelijkheid).

Het pleidooi voor de combinatie van *local buzz* en *global pipelines* houdt in dat beide vormen van kennisuitwisseling elkaar verankeren. Uiteraard zijn *global pipelines* niet afhankelijk van *local buzz*, maar andersom gaat mogelijk wel op. Hoe meer bedrijven extralokale kennis genereren, hoe interessanter het is voor andere bedrijven in de regio om met hen samen te werken. Nieuwe informatie over markten en technologieën worden zodoende de regio als het ware ingepompt. Hoe meer de *local buzz* dan zijn werking doet, hoe meer de *global pipelines* een bijdrage leveren aan de regionale economie. Het voorkomt dat het regionale bedrijfsleven te zeer op zichzelf gericht raakt (*lock-in*) en het biedt internationaal opererende bedrijven de mogelijkheid in de regio te experimenteren met bepaalde vernieuwingen zonder dat internationale concurrenten meekijken (Bathelt e.a. 2004). Dit theoretische betoog laat zien hoe waardevol het is om lokale en internationale kenniscontacten in elkaars verlengde te zien.

De beoogde overeenkomst houdt voor dit onderzoek in dat de theorie van verankering tussen *local buzz* en *global pipelines* wordt toegepast op de processen van internationalisering en regionalisering in de voedselketen in de regio Amersfoort. Het is niet voor niets dat er voedsel en recepten uit vele verschillende landen van de wereld ook in Nederland verkrijgbaar zijn. Dit voedsel uit het buitenland vergroot de voedingskeuze van de consumenten in de regio Amersfoort. Gelijktijdig kan de in deze regio gevestigde voedselindustrie profiteren van nieuwe technieken en ontwikkelingen waarmee

voedsel uit het buitenland is verwerkt en dit toepassen op de productie van voedsel in de regio Amersfoort. Daarnaast gaat het vooral ook om nieuwe recepturen en ingrediënten die op de internationale markt verkrijgbaar zijn. Ook de *global pipelines* worden onderhouden door middel van traditionele of erg regionale gerechten of combinaties van ingrediënten die interessant kunnen zijn voor andere bedrijven (Grewal & Grewal, 2012). De *local buzz* zal zorgen voor een toenemend bewustzijn van het regionale bedrijfsleven in de voedselindustrie. Zij kunnen informatie snel met elkaar uitwisselen, samenwerken en concurreren met elkaar.

Daarmee hanteert dit onderzoek een ingang die sterk afwijkt van die van Schanbacer (2010). Hij plaatst de processen van internationalisering en regionalisering juist tegenover elkaar. Volgens hem is internationalisering een strategie om de voedselzekerheid veilig te stellen. Deze strategie past in de neo-liberale benadering van economische ontwikkeling van landen en regio's. Het suggereert een afhankelijkheid van transnationale markten, waarbij voedsel wordt verplaatst van landen met een voedseloverschot naar landen met een voedseltekort. Hierbij zijn de marktkrachten het belangrijkste, waardoor een oneerlijke welvaartsverdeling kan ontstaan. En dat is wat er is ontstaan door deze internationalisering. De benadering van voedselzekerheid zorgt ervoor dat er ongelijkheid in de wereld ontstaat in plaats van verantwoordelijkheid nemen voor mens en milieu die de staat op zich zou moeten nemen. Schanbacer (2010) stelt daar het proces van regionalisering tegenover, namelijk als strategie om voedselsoevereiniteit te garanderen. Het gaat dan om het recht van ieder mens op voldoende voedsel. Landen en regio's zijn dan voor hun voedselvoorziening niet langer afhankelijk van handel in voedsel: ieder gebied kan voor zijn eigen voedsel zorgen, waardoor er geen of weinig hongersnood meer zal zijn in de wereld. Er wordt dus meer gekeken naar welk en hoeveel voedsel de regio kan produceren. Volledige voedselsoevereiniteit is echter niet haalbaar, omdat veel regio's onvoldoende capaciteit hebben om hun eigen (gevarieerde) voedsel te produceren.

De *local buzz - global pipelines* benadering suggereert echter dat de processen van internationalisering en regionalisering niet per se tegenover elkaar hoeven te staan, maar elkaar kunnen versterken. Dit wordt met betrekking tot de voedselketen onderschreven door Grewal & Grewal (2012). In hun onderzoek maken internationalisering en regionalisering gebruik van elkaar. De internationale inter-connecties die zijn opgebouwd tijdens de internationalisering worden gebruikt voor het uitwisselen van ideeën en technologie om het gebruik van middelen zo efficiënt en duurzaam mogelijk te maken. Anderzijds kunnen de internationaal georiënteerde voedselbedrijven inspelen op de kennis en kenmerken van specifieke regio's en hier hun voordeel mee doen in de regio's die buiten het gebied vallen.

In het empirische onderzoek wordt verondersteld dat de *local buzz – global pipelines* benadering zal helpen bij de ontwikkeling van een regio. Daarom wordt hier ook onderzocht in hoeverre gebruik wordt gemaakt van de lokale en internationale contacten in de voedselindustrie in de regio Amersfoort. Het belang van contacten tussen lokale en internationale bedrijven is hierbij cruciaal.

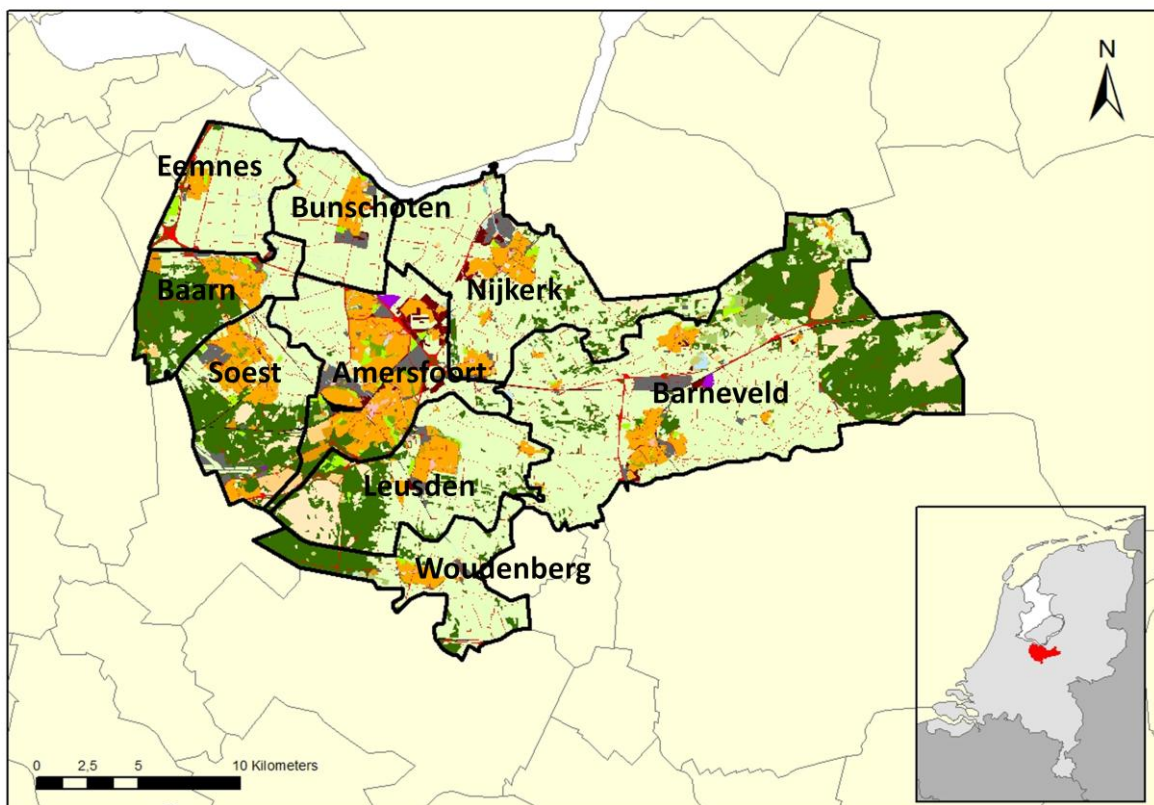
## Hoofdstuk 5 - Onderzoeksmethoden

Voorgaande hoofdstukken geven inzicht in de processen van internationalisering en regionalisering en de invloed die zij hebben gehad op de voedselproductie. Daarbij is gebruik gemaakt van literatuuronderzoek. De eerste twee deelvragen van dit onderzoek zijn hiermee behandeld. In de komende hoofdstukken komen de laatste twee deelvragen aan bod. Daarbij zal gebruik worden gemaakt van empirisch onderzoek. In dit hoofdstuk wordt de hierbij gehanteerde onderzoeksmethode toegelicht.

### 5.1 Gebiedsbeschrijving en populatie

De regio Amersfoort is centraal gelegen in Nederland en ligt aan de oostkant van de Randstad. De regio bestaat uit negen gemeenten, die verspreid liggen rondom de gemeente Amersfoort (zie figuur 5.1.1). De regio Amersfoort bestaat uit de gemeenten Amersfoort, Baarn, Barneveld, Bunschoten, Eemnes, Leusden, Nijkerk, Soest en Woudenberg.

Figuur 5.1.1: Regio Amersfoort gelegen in het midden van Nederland



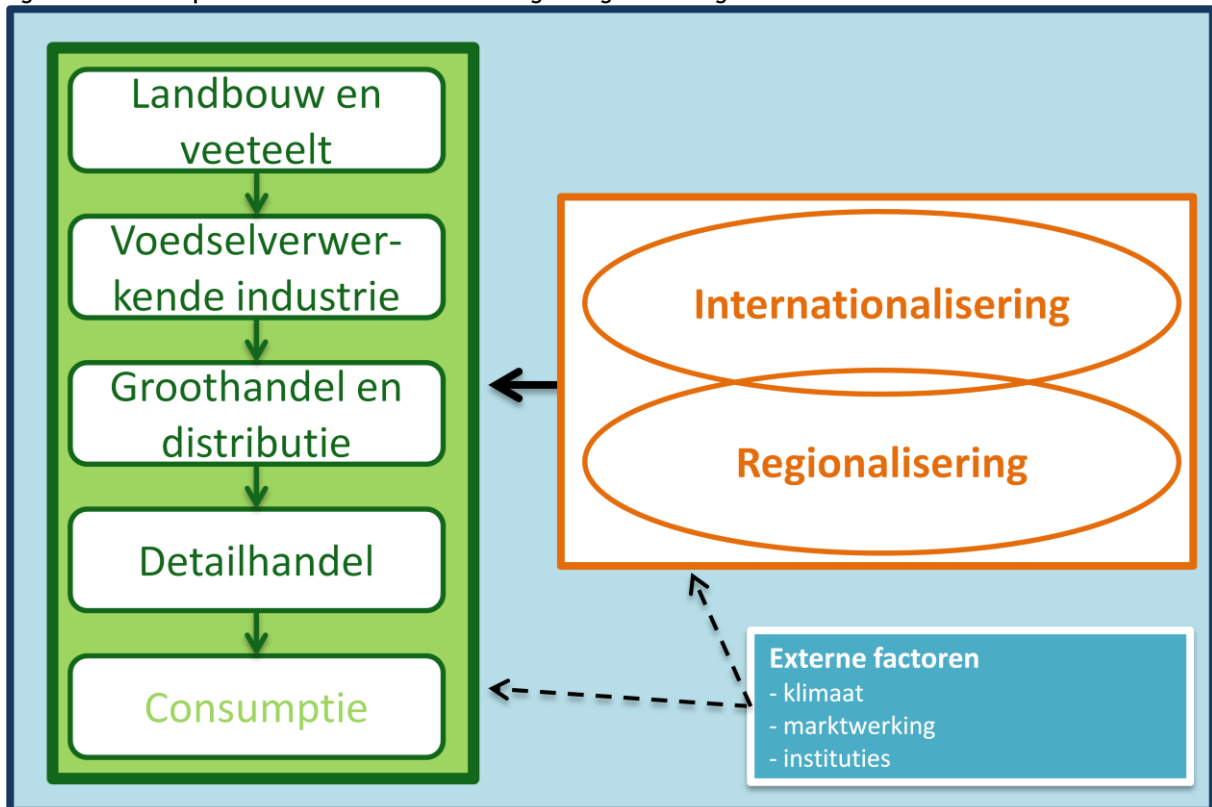
De stad Amersfoort is de centrale stad van de regio. Daar omheen liggen verschillende kernen. De donkergroene gebieden aan de randen van de regio zijn bossen. Zoals te zien is in figuur 5.1.1 is er naast de vele kleine kernen in de regio Amersfoort veel ruimte voor landbouwgebieden die aangegeven worden door de lichtgroene vlakken. Dit duidt er op dat er veel verbouwd wordt in de regio en daarmee ook de voedselsector een grote rol kan spelen in de regio Amersfoort.



## 5.2 Conceptueel schema

Het conceptueel schema (figuur 5.2.1) geeft een schematisch overzicht van de veronderstelde invloed van regionalisering en internationalisering op de voedselindustrie. In dit schema wordt weergegeven wat er in de literatuurstudie in voorgaande hoofdstukken is beschreven. De invloed van internationalisering en regionalisering wordt primair onderzocht voor de voedselindustrie. Daarnaast wordt bekeken welke factoren op internationaal en regionaal schaalniveau invloed hebben op de voedselkeuze van de consument.

Figuur 5.2.1 Conceptueel schema internationalisering en regionalisering van de voedselketen



In het schema geeft het oranje blok de processen van regionalisering en internationalisering weer. Deze twee processen zijn aparte oppervlaktes binnen het schema. Omdat de twee processen echter niet geheel gescheiden werelden behoeven te zijn, zoals in hoofdstuk 4 is beschreven, overlappen de oppervlaktes van internationalisering en regionalisering elkaar. De pijl die verwijst naar de voedselketen maakt duidelijk dat de processen van internationalisering en regionalisering invloed hebben op de voedselketen. In dit deel van het onderzoek staat de vraag centraal in hoeverre voor de voedselproducerende industrie in de regio Amersfoort de processen internationalisering en regionalisering elkaar overlappen en met elkaar zijn verankerd.

Het groene blok geeft schematisch de voedselindustrie weer. De voedselindustrie wordt gekenmerkt door de verschillende schakels van de voedselketen. Deze keten is in het groene blok weergegeven. Allereerst begint de voedselketen met voedselproductie, wat wordt gerealiseerd in de landbouwsector. Nadat voedsel is geproduceerd wordt voedsel verwerkt in de voedselverwerkende industrie. Niet al het voedsel hoeft verwerkt te worden in voedselproducten, dus niet al het voedsel zal deze schakel van de voedselketen passeren. De volgende schakel in de keten is de groothandel en distributie van voedselproducten. Hier wordt voedsel ingekocht van de boeren en van de voedselverwerkende industrie om vervolgens weer te worden doorverkocht en vervoerd te worden

naar de detailhandel. Ook deze schakel wordt door enkele producten overgeslagen. Vervolgens komt voedsel bij de detailhandel terecht die het voedsel te koop aanbiedt aan de consument. De consument zorgt er uiteindelijk voor dat het voedsel wordt geconsumeerd. Ieder product hoeft niet per se de gehele voedselketen te doorlopen. Soms is het zelfs mogelijk om bijvoorbeeld als consument de aardbeien zelf bij de boer te plukken. In dit geval zijn alleen de eerste en de laatste schakel van de voedselketen gepasseerd. Het conceptueel schema laat zien dat de laatste schakel, de consumptie, niet mee wordt genomen in dit onderzoek.

De externe factoren zijn in het blauwe blok weergegeven en kunnen invloed uitoefenen op alle schakels van de voedselketen en tevens op regionalisering en internationalisering. Zoals uit de literatuurstudie is gebleken, zijn er meerdere externe factoren die de voedselindustrie beïnvloeden. In de literatuur komen drie factoren naar boven: het klimaat, de marktwerking en verschillende instituties (waarbij de overheid een grote rol speelt). De pijlen laten zien dat ook externe factoren een kleine invloed hebben op de voedselindustrie.

### 5.3 Dataverzamelmethode

Om de hoofdvraag van dit onderzoek te beantwoorden wordt op twee manieren data verzameld. Allereerst is er, zoals hiervoor al uitgewerkt, een literatuuronderzoek gedaan naar de internationalisering en regionalisering van de voedselketen en naar de manier waarop deze twee processen kunnen plaatsvinden en interactie kunnen hebben met elkaar. Naast dit literatuuronderzoek, is op kwantitatieve en kwalitatieve wijze informatie verzameld in de regio Amersfoort. Op de kwantitatieve manier worden cijfers die bekend zijn over de voedselsector in de regio Amersfoort geanalyseerd om zodoende een goed overzicht te krijgen van de aanwezigheid van de voedselsector in de regio. Vervolgens wordt er verder kwalitatief onderzoek gedaan naar de voedselsector in de regio Amersfoort. Dit wordt allereerst gedaan door het analyseren van reeds eerder uitgevoerde onderzoeken naar de algemene voedselindustrie in de regio Amersfoort. Daarnaast wordt door semi-gestructureerde interviews dieper in gegaan op onderwerpen die streekgerichte voedselbedrijven betreffen. Als laatste worden ook semi-gestructureerde interviews afgenomen bij beleidsmakers om de rol van de overheid op de voedselsector in de regio Amersfoort te achterhalen.

Er is hiermee een ideaaltypische indeling gemaakt tussen industriële voedselbedrijven en streekgerichte voedselbedrijven. De eerste groep, industriële voedselbedrijven, zijn voor een groot deel gericht op kostenefficiëntie, bedienen zich van een industriële productiewijze en zetten hun producten niet op een bepaalde met grenzen gedefinieerde markt. De tweede groep, de streekgerichte voedselbedrijven, zijn vooral gericht op hoogwaardige kwaliteit van producten, bedienen zich van een duurzame productiewijze en zetten hun producten af op een bepaalde met grenzen gedefinieerde markt. Let wel, dit is een ideaaltypische indeling. In de praktijk zal er naar verwachting veel overschrijding zijn tussen de twee soorten groepen, mogelijk ook binnen de bedrijven die zijn onderzocht.

Het kwalitatieve onderzoek is gehouden onder twee groepen bedrijven in de regio Amersfoort. Het gaat om industriële voedselbedrijven en streekgerichte voedselbedrijven. In het onderzoek naar industriële voedselbedrijven is gebruik gemaakt van twee reeds eerder uitgevoerde onderzoeken die zijn geanalyseerd:

1. Onderzoeksanalyse over de mate van cluster- en netwerkvorming in de voedselindustrie in de regio Amersfoort: hierbij is onderscheid gemaakt in verschillende sectoren, te weten: de

broodsector, zuivelsector, vleesverwerkingindustrie, visverwerkingindustrie en de industrie die zich bezighoudt met de opslag in koelhuizen. Voor dit onderzoek is geen gebruik gemaakt van de laatste sector, de opslag in koelhuizen. De sector is uitgesloten omdat deze sector een tussenschakel is in de voedselketen en niet een directe verbinding heeft: het is een tussenschakel tussen de voedselverwerkende industrie en de groothandel en distributie. Het geeft geen toegevoegde waarde aan het product. De andere sectoren – de broodsector, zuivelsector, vleesverwerkingindustrie en visverwerkingindustrie – worden allen meegenomen in de analyse, omdat zij één van de schakels van de voedselketen representeren en zodoende in dit onderzoek van belang zijn. De landbouw en veeteelt valt buiten het bereik van dit onderzoek;

2. Analyse van interviews die voor een ander onderzoek zijn afgenomen: deze interviews zijn afgenomen bij meerdere bedrijven in de voedselindustrie in de regio Amersfoort, waarbij een algemeen beeld geschetst wordt van het bedrijf.

Het tweede deel van het empirische onderzoek betreft interviews bij bedrijven die gespecialiseerd zijn in streekgerichte productie en beleidsvoerders en –makers in de regio Amersfoort. Dit betreft een kwalitatief onderzoek met semi-gestructureerde interviews. Het doel van dit soort onderzoek is om te ontdekken wat de persoon beweegt om zijn keuze te maken en het achterliggende verhaal van bepaalde uitspraken kan worden ontbloot (Boeije e.a., 2009, p. 53). Er is gekozen voor een semi-gestructureerd interview omdat deze methode van interviewen erg geschikt is om door te vragen naar de diepere gedachtegang van de geïnterviewde en specifieke informatie die van belang kan zijn voor het onderzoek. Het semi-gestructureerde interview geeft daarnaast een bepaalde vrijheid en flexibiliteit om tijdens het interview dieper op bepaalde kwesties in te gaan en de mening van de geïnterviewde onder de loep te nemen (Boeije e.a., 2009, p. 267). In dit onderzoek is twee maal gebruik gemaakt van semi-gestructureerde interviews:

1. Werknemers of eigenaren van bedrijven die gespecialiseerd zijn in streekgerichte productie. Er is voor gekozen om alleen mensen die actief zijn in het regionaliseringproces te interviewen. Het is de bedoeling de informatie van het eerste onderzoeksdeel over industriële voedselbedrijven aan te vullen door in te gaan op de (kennis)strategie van voedselbedrijven die zich specifiek voor de regio inzetten. In het onderzoek naar industriële voedselbedrijven is al veel informatie verzameld van bedrijven die opereren op grotere schaal dan de regio. Het regionaliseringproces is echter niet zozeer aan bod gekomen in deze onderzoeken en zal dus zelf onderzocht moeten worden. Voordat de interviews hebben plaatsgevonden is een vragenlijst opgesteld met vragen die beantwoord moeten worden (Bijlage I, deel 1). De volgorde van de vragen ligt niet vast;
2. Beleidsvoerders en -makers binnen de regio Amersfoort. Deze beleidsvoerders en -makers bestaan uit personen die werkzaam zijn in verschillende gemeenten van de regio Amersfoort en zich enigszins bezighouden met de voedselsector in deze gemeente. Met de kennis van de uitkomsten van voorgaande onderzoeken is een nieuwe vragenlijst opgesteld om voor te leggen aan de beleidsmakers binnen de regio Amersfoort (Bijlage I, deel 2).

#### 5.4 De onderzoeken en geïnterviewden

De onderzoeken die worden gebruikt voor de analyse van industriële voedselbedrijven, zijn uitgevoerd door studenten die de bachelorcurcus Economische Geografie II aan de Universiteit Utrecht hebben gevolgd. Zij hebben in tweetallen onderzoek gedaan naar de cluster- en

netwerkvorming van de voedselindustrie in de regio Amersfoort. Verschillende sectoren zijn aan bod gekomen, namelijk:

- De zuivelindustrie (vier onderzoeken)
- Visverwerkingindustrie (twee onderzoeken)
- Slachterijen en vleesverwerkingindustrie (drie onderzoeken)
- Brood- en banketwaren (twee onderzoeken)

De eerder afgenomen interviews die worden geanalyseerd bestaan uit zes interviews. Vijf personen zijn met hun bedrijf actief in de voedselverwerkende industrie. De andere persoon dat is geïnterviewd heeft een bedrijf in de groothandel.

Daarnaast zijn zes verschillende ondernemers of werknemers geïnterviewd die werkzaam zijn in een streekgerichte bedrijf of zelf dit bedrijf bezitten. Twee van de zes ondernemers of werknemers zijn actief in de detailhandel en één ondernemer bevindt zich in de voedselverwerkende industrie. De overige drie ondernemers of werknemers omvatten twee schakels van de voedselketen, waarvan twee ondernemers de schakels landbouw en veeteelt en voedselverwerkende industrie op zich nemen en één ondernemer de schakels voedselverwerkende industrie en de detailhandel op zich neemt. In hoofdstuk 8 wordt meer uitleg gegeven over de geïnterviewden.

Voor dit onderzoek zijn verschillende soorten bedrijven geanalyseerd en geïnterviewd. De meeste industriële voedselbedrijven zijn actief in de voedselverwerkende industrie, terwijl de streekgerichte bedrijven meer actief zijn in de landbouw en veeteelt en detailhandel. Door een gebrek aan andere bronnen zal een vergelijking worden gemaakt met deze verschillende schakels.

Als laatste is er voor gekozen om na het onderzoek van algemene en streekgerichte voedselbedrijven in de regio Amersfoort ook nog interviews te houden met vier beleidsvoerders en -makers in de regio Amersfoort. Aangezien de instituten binnen een regio als belangrijk onderdeel van ontwikkeling wordt gezien is dit van belang voor de volledigheid van dit onderzoek. Er zijn interviews gehouden met beleidsmakers van de gemeenten Amersfoort, Barneveld, Bunschoten en Nijkerk. In hoofdstuk 9 wordt meer uitleg gegeven over de geïnterviewden.

### 5.5 Operationalisering

Het conceptueel schema in figuur 5.2.1 laat zien dat er verschillende concepten gebruikt worden in dit onderzoek. Deze concepten moeten een beeld geven van de voedselindustrie in de regio Amersfoort. Ze worden gebruikt bij het analyseren van eerdere onderzoeken en de semi-gestructureerde interviews. Om een beeld te krijgen van deze concepten is het van belang om helder neer te zetten wat er met het concept bedoeld wordt en hoe deze gedefinieerd is in dit onderzoek. Ook wordt in de operationalisering van de concepten uitgelegd hoe ze gemeten worden (Baarda & De Goede, 2006, p. 174). De operationalisering maakt dat de verschillende resultaten van zowel onderzoeksanalyse als de interviews met elkaar vergeleken kunnen worden en dat bij ieder bedrijf dezelfde criteria voor de concepten zijn gebruikt.

Het conceptueel schema verbindt vier concepten met elkaar: internationalisering, regionalisering, externe factoren en de voedselketen. In de analyse van de onderzoeken en de interviews zal door middel van deze onderdelen vastgesteld worden hoe en of deze verschillende concepten met elkaar samenhangen. Door middel van de literatuur die in voorgaande hoofdstukken is besproken, is

vastgesteld welke onderdelen een deel zijn van de concepten. Dit is weergegeven in het overzicht hiernaast

**Internationalisering:**

- Opereren op internationale schaal
- Samenwerking
- Prijs
- Toekomstperspectief

**Regionalisering:**

- Betekenis van de regio
- Opereren op de regionale en nationale schaal
- Duurzaamheid
- Samenwerking
- Rol van de consument
- Prijs
- Toekomstperspectief

**Externe factoren:**

- Opereren op de regionale en nationale schaal
- Duurzaamheid
- Prijs

**5.5.1 Internationalisering**

Eén van de kernbegrippen van dit onderzoek is internationalisering. In hoofdstuk 2 is aangegeven dat in dit onderzoek uitgegaan wordt van de definitie van Yeung ( 1998, p. 475). Hierin wordt vastgesteld dat internationalisering een proces van onderlinge verbondenheid van kapitaal, productie, diensten, ideeën en cultuur op een wereldwijde schaal is. In de analyse van de onderzoeken en in de interviews wordt internationalisering aan de hand van verschillende onderdelen getoetst: opereren op de internationale schaal, contacten en samenwerking, prijs en toekomstperspectief.

Het opereren op de internationale schaal wordt vertaald naar de mate waarin bedrijven wat betreft productiefactoren, toelevering en afzet gericht zijn op het buitenland. Naarmate dit meer het geval is, is er op bedrijfsniveau meer sprake van internationalisering. In de geanalyseerde interviews wordt gescand naar de schaalniveaus waarop productiefactoren, toelevering en afzet op het buitenland zijn gericht, in de interviews wordt hier specifiek naar gevraagd.

Daarnaast bepaalt de schaal waarop samenwerking plaatsvindt in hoeverre er sprake is van internationalisering. Zijn er veel samenwerkingen met bedrijven in het buitenland, dan is er sprake van een hoge mate van internationalisering. Als er geen samenwerking over de landsgrenzen heen plaatsvindt, dan is internationalisering niet automatisch afwezig binnen het bedrijf, maar geeft het wel aan dat internationalisering geen vooraanstaande rol speelt. In de geanalyseerde interviews wordt gescand naar de schaalniveaus waarop samenwerking plaatsvindt, in de interviews wordt hier specifiek naar gevraagd.

Prijzen zijn één van de redenen waarom op internationale schaal wordt geopereerd: het aanbod of de productie van bepaalde producten in het buitenland kan op grotere schaal gebeuren, waardoor de prijs van het product lager is dan in Nederland en het zodoende aantrekkelijker is om op internationale schaal te opereren. In dit onderzoek is gevraagd of de prijs van voedselproducten een reden is voor het opereren op een bepaalde schaal. In de interviews wordt gevraagd naar de invloed die de prijs van voedselproducten heeft op het opereren op een bepaald schaalniveau.

Als laatste wordt gevraagd naar het toekomstperspectief van de geïnterviewde personen. Is er volgens hen in de toekomst een grote rol weggelegd voor internationalisering? Blijkt dat men verwacht dat deze rol kleiner is, dan is het aannemelijk dat de regionale schaal meer in opkomst is en dat internationalisering in het bedrijf minder zal worden. Dit onderdeel is niet besproken bij de onderzoeken die geanalyseerd worden, hierdoor kan enkel de geïnterviewden gevraagd worden hoe zij de toekomst van hun streekgerichte bedrijf zien.

### 5.5.2 Regionalisering

Naast internationalisering is regionalisering een belangrijk kernbegrip in dit onderzoek. In dit onderzoek wordt de regio Amersfoort onderzocht. Regionalisering is in dit onderzoek gedefinieerd als het betreffende bedrijf de productie zo veel mogelijk op basis van regionaal aanwezige producten laat plaatsvinden en dat er hierdoor een lokaal, nationaal en regionaal georiënteerde economie en samenleving ontstaat. De regio wordt in dit onderzoek gezien als de regio Amersfoort, maar ook de nationale schaal speelt een rol bij regionalisering. De mate van regionalisering hangt af van meerdere onderdelen: betekenis van de regio, opereren op de regionale en nationale schaal, duurzaamheid, contacten en samenwerking, rol van de consument, prijs en toekomstperspectief.

Eén van de belangrijkste onderwerpen binnen regionalisering is de betekenis van de regio. Ieder bedrijf zal een andere gedachte hebben bij het woord 'regio' en het begrip zal daarom anders gedefinieerd worden door ieder bedrijf. Dat betekent ook dat regionalisering binnen ieder bedrijf een andere betekenis heeft. In de onderzoeksanalyse wordt gescand op het woord regio en in hoeverre deze van belang is voor het bedrijf. In de interviews wordt specifiek gevraagd naar de betekenis van de regio om zo per bedrijf of per gemeente de regio te definiëren.

In hoeverre het bedrijf opereert op de regionale en/of nationale schaal met betrekking tot zijn productiefactoren, toelevering of afzet zal aangeven in hoeverre het bedrijf echt regionalisering toepast. In de onderzoeksanalyse is gescand op de schaal waarop bedrijven opereren. In de interviews is gevraagd in hoeverre er enkel wordt geopereerd op de regionale of nationale schaal. Als productiefactor en , toelevering of afzet niet gericht zijn op het buitenland , dan is er definitief sprake van nationalisering. Er is sprake van regionalisering als er enkel gebruik wordt gemaakt van een bepaalde regio binnen Nederland.

Duurzaamheid vormt een veelgenoemd onderdeel van regionalisering. Regionaal georiënteerde bedrijven zouden een langere levensduur hebben en daarom speelt duurzaamheid bij deze bedrijven een belangrijke rol. De veronderstelling is dat hoe meer bedrijven duurzaamheid een belangrijk onderdeel van hun bedrijf vinden, hoe meer het bedrijf bezig zal zijn met regionalisering. In de geanalyseerde interviews is gescand naar de mate van interesse in duurzaamheid, in de interviews is hier specifiek naar gevraagd.

Ook schaalniveau waarop samenwerking met andere bedrijven zal plaatsvinden zal voor de regionalisering van belang zijn. Werkt het bedrijf enkel samen binnen een bepaalde regio, dan is de kans groot dat het bedrijf zich vooral met regionalisering bezighoudt. Werkt het bedrijf samen buiten de regionale grenzen en dan vooral ook buiten de nationale grenzen, dan is de kans groot dat het bedrijf zich bezig houdt met internationalisering, dan wel in de toekomst zal internationaliseren. In de geanalyseerde interviews wordt gescand naar de schaalniveaus waarop samenwerking plaatsvindt, in de interviews wordt hier specifiek naar gevraagd.

Binnen regionalisering speelt ook het verkopen van producten met een verhaal een belangrijke rol. Er is gevraagd naar het verhaal achter de producten om zo te kunnen analyseren welk verhaal de producenten vertellen en in hoeverre dit betrekking heeft op de regio. Ook de prijs van het product is van belang bij regionalisering, aangezien deze vaak hoger blijkt te zijn binnen regionale voedselbedrijven in verband met het kleine aanbod in de regio. In de analyse van de onderzoeken is gescand op de prijs van voedselproducten en in hoeverre dit als reden is genoemd voor het opereren op een bepaalde schaal. In de interviews is gevraagd naar de invloed die de prijs van voedselproducten heeft op het opereren op regionaal schaalniveau.

Er is gevraagd naar het toekomstperspectief van de geïnterviewde personen. Wordt in de toekomst een grote rol weggelegd voor regionalisering, dan blijkt dat de regionale schaal erg belangrijk is, ook

in de toekomst. Blijkt dat men verwacht dat deze rol kleiner is, dan is het aannemelijk dat de internationale schaal meer in opkomst is en dat regionalisering minder zal worden. Dit onderdeel is niet besproken bij de onderzoeken die geanalyseerd worden, hierdoor wordt enkel de geïnterviewden gevraagd hoe zij de toekomst van hun streekgerichte bedrijf zien.

### 5.5.3 Externe factoren

In het conceptueel schema komen externe factoren aan bod die invloed hebben op de voedselketen. Deze externe factoren kunnen invloed hebben op de processen van regionalisering en internationalisering. Externe factoren worden in dit onderzoek gezien als factoren van buitenaf die invloed kunnen hebben op de aaneenschakeling in de voedselketen. In hoofdstuk 4 is aangegeven dat er vele verschillende soorten externe factoren zijn, zoals het klimaat, de olieprijsen et cetera. Externe factoren zijn afhankelijk van een aantal onderdelen: opereren op de regionale en nationale schaal, duurzaamheid en prijs.

De mate van opereren op de regionale en nationale schaal heeft invloed op de mate van invloed van externe factoren. Wanneer bijvoorbeeld een bedrijf enkel de regio als bron zal gebruiken voor zijn productie, dan zijn de externe factoren van groter belang dan wanneer de hele wereld als bron gebruikt wordt, omdat deze meerdere alternatieve bronnen kunnen worden gebruikt. In de onderzoeksanalyse is gescand op de schaal waarop bedrijven opereren. In de interviews is gevraagd in hoeverre er enkel geopereerd wordt op de regionale of nationale schaal.

Duurzaamheid speelt een rol bij externe factoren omdat ook hier de grootte van alternatieve bronnen een belang speelt. Wanneer duurzaamheid een belangrijke factor binnen het bedrijf, zullen er minder alternatieve bronnen aanwezig zijn voor dit bedrijf en hebben externe factoren dus meer invloed op het bedrijf. In de geanalyseerde interviews is gescand naar de mate van interesse in duurzaamheid, in de interviews wordt hier specifiek naar gevraagd.

Als laatste speelt ook de prijs een belangrijke rol binnen externe factoren. Zo heeft een bedrijf die de prijs van een product niet als belangrijkste item ziet waarschijnlijk meerdere alternatieve bronnen dan een bedrijf die wel oppast met de prijs. Wanneer er een tekort is door bepaalde externe factoren, dan kan dit worden opgelost door alternatieve bronnen aan te spreken, maar daarmee zal wel de prijs omhoog gaan in verband met een grote vraag en een kleine aanbod. In de analyse van de onderzoeken kan enkel gescand worden of de prijs van voedselproducten is genoemd als reden voor het opereren op een bepaalde schaal. In de interviews is gevraagd naar de invloed die de prijs van voedselproducten heeft op het opereren op bepaalde schaalniveaus.

Ook externe factoren zelf kunnen worden aangekaart in de onderzoeken en interviews. In de analyse van de onderzoeken en interviews kunnen deze externe factoren niet eenvoudig gemeten worden, omdat de interviews hiervoor al zijn gehouden. In de onderzoeken wordt gekeken of er externe factoren genoemd worden en zo ja, dan worden deze externe factoren meegenomen in de evaluatie van het interview. In de interviews wordt specifiek gevraagd naar de externe factoren van de bedrijven en als zij deze hebben, welke dit dan zijn.

### 5.6 Voedselketen

De voedselketen bestaat uit de landbouw en veeteelt, voedselverwerkende industrie, groothandel en distributie, detailhandel en consumptie. Dit onderzoek omvat niet alle schakels van de voedselketen. Het onderzoek onder industriële bedrijven richt zich voornamelijk op de voedselverwerkende

schakel. Het onderzoek onder streekgericht bedrijven is voornamelijk gericht op bedrijven in de landbouw en veeteelt en de detailhandel.

De laatste schakel in de voedselketen, de consumptie, is bewust niet meegenomen in het onderzoek, omdat de consumptie van voedsel een heel andere dimensie heeft dan de overige schakels in de voedselketen. De vier schakels voorafgaand aan consumptie hebben allen dezelfde doelstelling: voedsel aan de consument leveren. Daarnaast hebben de overige schakels meer te maken met internationalisering dan wel regionalisering van de voedselketen. Daarom is besloten om consumptie buiten beschouwing te laten in dit onderzoek.



## Hoofdstuk 6 - De regio Amersfoort in cijfers

In dit onderzoek staat de voedselsector centraal. In de regio Amersfoort zijn er verschillende voedselsectoren aanwezig. Om een duidelijk overzicht te geven van de grootte en concentraties van voedselsectoren in de regio Amersfoort wordt in dit hoofdstuk een cijfermatig overzicht gegeven van de voedselsector in de regio Amersfoort.

### 6.1 De voedselketen in codes

Zoals in hoofdstuk 1 al aangegeven bestaat de voedselsector uit verschillende schakels die samen de voedselketen vormen. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van de eerste vier schakels van de voedselketen, waarbij de consumptie niet meegerekend wordt. Voor een cijfermatig overzicht van de voedselsector is het van belang dat de schakels in de ketens worden gekoppeld aan SBI-codes die zijn opgesteld in 2008 (CBS,2012). De voedselsector in de regio Amersfoort omvat de volgende SBI-codes:

- 01: Landbouw, jacht en dienstverlening voor de landbouw en jacht;
- 03: Visserij en kweken van vis en schaaldieren;
- 10: Vervaardiging van voedingsmiddelen;
- 46.2: Groothandel in landbouwproducten en levende dieren, met uitzondering van 46.21.7: Groothandel in ruwe tabak;
- 46.3: Groothandel in voedings- en genotmiddelen, met uitzondering van 46.34: Groothandel in dranken (geen zuivel) en 46.35: Groothandel in tabaksproducten en rokersbenodigdheden;
- 47.11: Supermarkten en dergelijke winkels met een algemeen assortiment voedings- en genotmiddelen;
- 47.2: Gespecialiseerde winkels in voedings- en genotmiddelen, met uitzondering van 47.25: Winkels in dranken en 47.26: Winkels in tabaksproducten;
- 56: Eet- en drinkgelegenheden.

Figuur 6.1.1: De schakels van de voedselketens gecombineerd aan SBI-codes



Er is gewerkt met 5-digit cijfers om de verschillende onderdelen in de voedselsector te omvatten. Deze cijfers zijn weergegeven in de figuur. Wanneer er minder dan 5-digits worden weergegeven valt de hele groep binnen deze schakel in de voedselketen. In figuur 6.1.1 zijn deze verschillende codes gekoppeld aan de verschillende schakels in de voedselketen, om zo overzichtelijk te maken welke SBI-code onderdeel is van welke schakel in de voedselketen. Wel moet hier opgemerkt worden dat

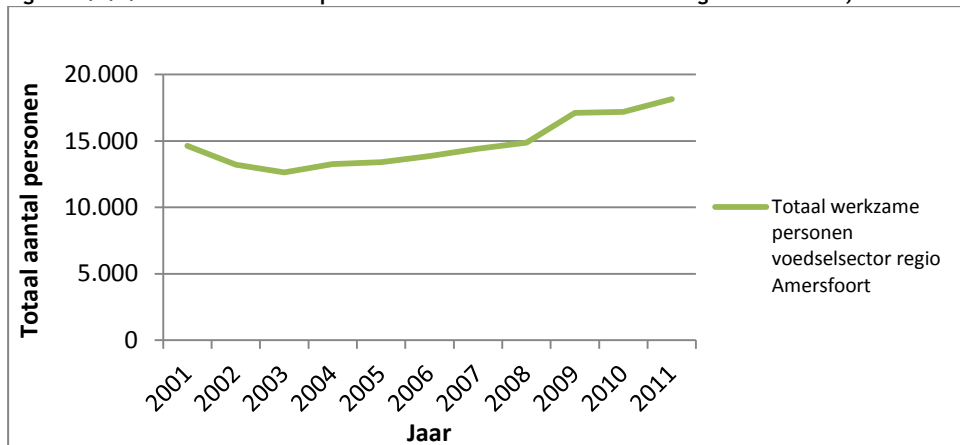
voor de gemeenten Barneveld en Nijkerk enkel de cijfers van de twee middelste schakels van de voedselketen bekend zijn. Hier zijn dus enkel gegevens bekend uit de voedselverwerkende industrie en de groothandel en distributie. Hier is met het verwerken van de gegeven rekening mee gehouden. In Bijlage XII zijn de uitgebreide berekeningen van de cijfers weergegeven.

## 6.2 Groei in de voedselsector

In 2011 zijn in totaal 18.150 personen werkzaam in de voedselsector in de regio Amersfoort. Dit is goed voor bijna 2 procent van het totaal aantal werkzame personen in heel Nederland in de voedselsector in 2011 (PAR, 2012 & PWE, 2012).

In de regio Amersfoort neemt de werkgelegenheid in de voedselsector toe. Het aantal werkzame personen in deze voedselsector is het afgelopen decennium na een kleine daling tussen 2001 en 2003 vervolgens licht gestegen (figuur 6.1.2) (PAR, 2012 & PWE, 2012). Deze lichte stijging heeft voornamelijk te maken met de toename van export van voedsel in Nederland, maar ook deels met een groeiende bevolking in Nederland waardoor het voedselvraagstuk groter wordt. Vanaf 2009 is duidelijk te zien dat de groei stagneert, dit is het gevolg van de wereldwijde crisis die ook in Nederland zijn gevolgen heeft. In 2011 is er weer een lichte stijging te constateren.

Figuur 6.2.1: Totaal werkzame personen in de voedselsector in de regio Amersfoort, 2001-2011



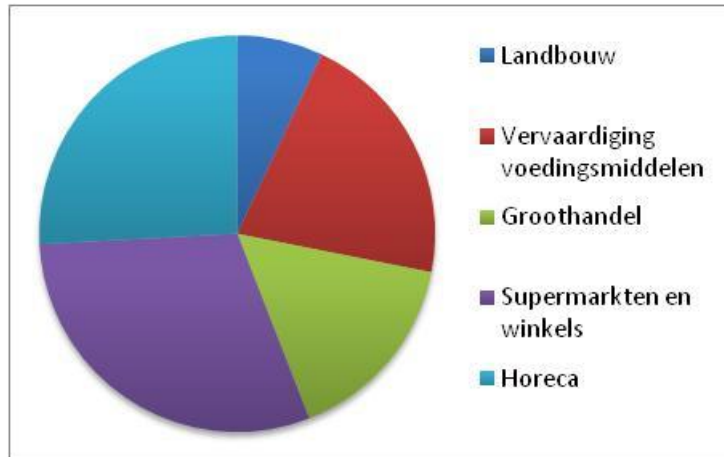
## 6.3 Lokale concentratie

De voedselsector in de regio Amersfoort concentreert zich voornamelijk in de kern van de regio: de gemeente Amersfoort. In 2011 had deze gemeente bijna 40 procent van alle werkzame personen in de voedselsector in de regio Amersfoort binnen haar gemeentegrenzen. De gemeente Bunschoten en de gemeente Nijkerk zijn de opvolgers van de gemeente Amersfoort met respectievelijk 13 procent en 11 procent. Vervolgens heeft Soest de grootste concentratie van aantal werkzame personen in de voedselsector in de regio Amersfoort met een aandeel van 10 procent. De overige gemeenten hebben een beduidend minder aantal werkzame personen in de voedselsector in de regio (PAR, 2012 & PWE, 2012). Wel moet hier opgemerkt worden dat van de gemeenten Nijkerk en Barneveld enkel de personen werkzaam in de voedselverwerkende industrie of de groothandel en distributie zijn geteld. Het aantal werkzame personen in deze gemeenten geeft dus een onvolledig overzicht.

### 6.4 Regionale en lokale specialisatie

Binnen de regio Amersfoort blijkt dat de regio naast een aanzienlijk groot deel in de horeca en detailhandel voornamelijk is gespecialiseerd in de vervaardiging van voedingsmiddelen, de voedselverwerkende industrie. Het aantal werkzame personen in de detailhandel en horeca bevatten in totaal ongeveer 55 procent van de gehele voedingssector in de regio Amersfoort in 2011. De vervaardiging van voedingsmiddelen bedraagt in 2011 21 procent van het totaal aantal werkzame personen in de regio Amersfoort. Daarna is groothandel de grootste sector in de regio Amersfoort. De landbouwsector in de regio Amersfoort is het kleinste deel van de voedselsector, met enkel 7 procent van het totaal (figuur 6.4.1) (PAR, 2012 & PWE, 2012).

Figuur 6.4.1: Regionale specialisatie per voedselsector. 2011



In de regio Amersfoort zijn onder de verschillende gemeenten ook een aantal lokale concentraties te observeren. In iedere gemeente is het aandeel horeca en detailhandel redelijk groot, dit is ook logisch gezien de omvang van deze voedselketenschakels in de gehele regio. Wel is duidelijk te zien dat het grootste aandeel horeca en detailhandel zich in de gemeente Amersfoort bevindt. Met een locatiequotient van 0,14 voor de detailhandel en 0,15 voor de horeca in de gemeente Amersfoort ten opzichte van de gehele regio Amersfoort zijn dit verreweg de grootste spelers in de gehele voedselsector in de regio Amersfoort. De lokale concentratie hiervan in de gemeente Amersfoort kan verklaard worden doordat Amersfoort de grootste stad in de regio is en hierdoor ook de meeste eetgelegenheden en winkels zal hebben.

Opvallend is dat de gemeente Amersfoort voornamelijk gespecialiseerd is in de groothandel binnen de voedselsector. Met een locatiequotient van 0,09 ten opzichte van de regio Amersfoort is dit naast horecagelegenheden en detailhandel de grootste speler in de voedselsector.

In de gemeente Nijkerk is voornamelijk een lokale concentratie van de vervaardiging van voedingsmiddelen oftewel de voedselverwerkende industrie te vinden met een locatiequotient van 0,08 ten opzichte van de regio Amersfoort. Ook de gemeente Bunschoten blijkt een groot aandeel van de vervaardiging van voedingsmiddelen tot zich te nemen met een locatiequotient van 0,06 ten opzichte van de gehele regio Amersfoort.

De voedselsector is een toenemende speler in de regionale economie van de regio Amersfoort en laat een langzame groei zien. Binnen de regio zijn verschillende concentraties te constateren, de grootste daarvan is de concentratie van horeca en detailhandel in de gemeente Amersfoort. Daarnaast is de regio Amersfoort voornamelijk groot in de groothandel en in de voedselverwerkende industrie, dit zijn de grootste spelers binnen de regio en deze laten de grootste concentraties zien.

## Hoofdstuk 7 - Industriële voedselbedrijven

Dit hoofdstuk bevat analyses van verschillende onderzoeken en interviews van het afgelopen jaar in de voedselindustrie in Amersfoort. De onderzoeken en interviews geven informatie over verschillende voedselgerelateerde bedrijven in de regio Amersfoort. Hierbij is gekeken naar de herkomst van de bedrijven en de samenwerking met andere bedrijven. De uitkomsten van deze onderzoeken zijn in dit onderzoek nog eens nader onder de loep genomen.

De onderzoeken die worden gebruikt voor deze analyse zijn uitgevoerd door studenten die de bachelorcurcus Economische Geografie II hebben gevolgd aan de Universiteit Utrecht. Zij hebben in tweetallen onderzoek gedaan naar de cluster- en netwerkvorming van de voedselindustrie in de regio Amersfoort. Daarbij zijn er verschillende sectoren aan bod gekomen, namelijk: zuivelindustrie, visverwerkingindustrie, slachterijen en vleesverwerkingindustrie en brood- en banketwaren. In dit onderzoek worden per sector de onderzoeken geanalyseerd en de resultaten weergegeven. Er wordt specifiek gelet op het al dan niet samenwerken tussen bedrijven in verschillende sectoren en of deze samenwerking over regionale en nationale grenzen heen gaan.

### 7.1 De zuivelindustrie

De zuivelindustrie houdt zich bezig met de vervaardiging van zuivelproducten. In de Standaard Bedrijfsindeling van 2008 (hierna SBI), die door het CBS is uitgegeven, heeft de zuivelindustrie de code 10.51; Vervaardiging van zuivelproducten (geen consumptie-ijs). Hieronder vallen de volgende handelingen (CBS, 2012):

- vervaardiging van verse, vloeibare melk, gepasteuriseerd, gesteriliseerd, gehomogeniseerd en/of ultra-hoog verhit;
- vervaardiging van room van verse vloeibare melk, gepasteuriseerd, gesteriliseerd en/of gehomogeniseerd;
- vervaardiging van melkpoeder en ingedikte melk, ook indien met toegevoegde suiker of andere zoetstoffen;
- vervaardiging van melksuikers (lactose);
- vervaardiging van boter;
- vervaardiging van yoghurt;
- vervaardiging van kaas en wrongel.

De locatiequotiënt van bedrijven in de zuivelindustrie in de regio Amersfoort ten opzichte van Nederland in 2010 bedraagt 1,05 en die van de banen in de regio Amersfoort ten opzichte van Nederland bedraagt 3,17 (CBS, 2013). Er is dus sprake van een lichte geografische concentratie in de regio Amersfoort. Gevers & Van Rooijen (2012) geven ook aan dat er een geografische concentratie in de regio Amersfoort is te constateren in de sector vervaardiging van zuivelproducten. Boekstijn & De Ruijter (2012) geven echter aan dat de zuivelsector niet heel erg groot is en dat vestiging van enkele bedrijven dichtbij elkaar al snel een geografische concentratie lijkt te zijn. Zij merken ook op dat de concentratie van groothandels in zuivel dicht gelegen zijn bij de concentratie van zuivelproducenten. Dit kan er op duiden dat er een nauwe samenwerking is tussen deze twee sectoren en dat zij geografische nabijheid in de regio Amersfoort op prijs stellen. Doomen & Spijkerman (2012, p. 11) benadrukken dat een cluster een geografische concentratie van gerelateerde bedrijven en instellingen is en dat concentratie niet noodzakelijkerwijs inhoudt dat

bedrijven met elkaar samenwerken. Dat betekent dat een geografische concentratie van de zuivelproductie niet per se hoeft te resulteren in samenwerking.

De regio is binnen Nederland een concentratiegebied van zuivelproductie. Volgens Eriks & Van der Steen (2012) is de dit vooral te danken aan twee grote zuivelbedrijven in de regio: Arla Foods B.V. en FrieslandCampina. Daarnaast bevinden zich in de gemeente Barneveld veel kleinere zuivelbedrijven. Niet de hoeveelheid banen in de regio nemen toe, maar wel het aantal zuivelbedrijven. Dit duidt op de opkomst van kleine zuivelproducenten.

Gevers & Van Rooijen (2012) geven aan dat duurzaamheid een belangrijke rol kan spelen bij de samenwerking van geografisch nabije bedrijven die zich niet alleen in de zuivelsector bevinden, maar ook in andere sectoren, zoals de machine-industrie, de agrarische sector, de transportsector en de groothandel. Boekestijn & De Ruijter (2012) geven aan dat Arla Foods, één van de grotere zuivelbedrijven in de regio Amersfoort, duurzaam produceren van belang acht. Hieruit kan worden afgeleid dat voor een internationale producent als Arla Foods niet alleen de nationale kracht maar ook de regionale omgeving van belang is. Eriks & Van der Steen (2012) constateren meerdere duurzaamheidssamenwerkingen van zuivelbedrijven in de regio Amersfoort, daarvan is er echter maar één op regionale basis georganiseerd en de overige op nationale en internationale basis.

Ook Gevers & Van Rooijen (2012) merken op dat samenwerking tussen bedrijven niet zozeer op regionale schaal plaatsvindt en meer op nationale schaal. De directe nabijheid van toeleveranciers en afnemers wordt niet van belang geacht. Op nationale schaal is er in de zuivelindustrie vooral samenwerking tussen zuivelbedrijven om de sector te verduurzamen (Eriks & Van der Steen, 2012). Er is maar weinig tot geen sprake van internationale banden in de zuivelindustrie. Doomen & Spijkerman (2012) beweren juist dat er naast samenwerkingsverbanden op nationale schaal ook veel samenwerkingsverbanden op internationale schaal plaatsvinden. Dit zou betekenen dat er in de zuivelindustrie meer gebruik wordt gemaakt van *global pipelines* dan van *local buzz*.

Boekestijn & De Ruijter (2012) ontdekken wel een samenwerkingsverband van kleine bedrijven in de regio Amersfoort. Hierbij gaat het vooral om de contacten tussen boerderijen, waarbij de bedrijven elkaar niet als concurrent zien, maar als een gelijkwaardige waarmee men kennis kan delen. De grotere zuivelbedrijven hebben echter geen contact met deze kleine bedrijven. De twee grootste zuivelbedrijven in de regio Amersfoort – Friesland Campina en Arla Foods B.V. – hebben naar eigen zeggen warme contacten met elkaar, maar de rest van de regio wordt hierin weinig betrokken. In hun onderzoek constateren Boekestijn & De Ruijter wel een internationaal samenwerkingsverband van het zuivelbedrijf Arla Foods B.V., mede door de buitenlandse vestigingen die zij hebben. Ook is er te constateren dat op nationaal niveau wordt samengewerkt met andere bedrijven.

De zuivelindustrie is in de regio Amersfoort goed vertegenwoordigd, mede dankzij de twee grootste zuivelbedrijven in Nederland: Arla Foods B.V. en FrieslandCampina. Zowel regionalisering en internationalisering spelen een rol in de zuivelindustrie, waarbij de aard van het product bepaalt of de regio van belangrijke waarde wordt geacht (duurzame producten worden vooral binnen de regio geproduceerd). De twee processen van internationalisering en regionalisering zijn echter volledig gescheiden werelden van elkaar in de zuivelindustrie, omdat van samenwerking tussen schaalniveaus geen sprake is. Wanneer samenwerking wordt geconstateerd, is dat samenwerking binnen de schaalgrenzen en niet over de schaalgrenzen heen.

## 7.2 Visverwerkingsindustrie

Er zijn twee onderzoeken gedaan naar clusters en netwerken in de visverwerkingsindustrie in de regio Amersfoort. In de SBI van 2008 wordt het omschreven als visverwerking en heeft het de code 10.2. Hieronder vallen de volgende handelingen (CBS, 2012):

- verwerking en conservering van vis, schaal- en schelpdieren: bevroren, diepvriezen, drogen, roken, zouten, pekelen, inblikken, enz.;
- vervaardiging van producten op basis van vis en schaal- en schelpdieren: gekookte vis, visfilets, kuit en hom, kaviaar, kaviaarsurrogaten, enz.;
- vervaardiging van vismeel voor veevoeder.

De locatiequotiënt van bedrijven in de visverwerkingsindustrie in de regio Amersfoort ten opzichte van Nederland in 2010 bedraagt 3,33 en die van de banen in de regio Amersfoort ten opzichte van Nederland bedraagt 4,52 (CBS, 2013). In de regio Amersfoort is er zodoende een geografisch concentratie van visverwerkingsbedrijven te constateren. Deze zitten overigens voornamelijk in de gemeente Bunschoten-Spakenburg. Daarnaast is er ook in de gemeente Amersfoort een lichte meerderheid van visverwerkingsbedrijven te vinden (DeVincent & Barendse, 2012). Ook Bijzen & Evers (2012) constateren een geografische concentratie van bedrijven in de visverwerkingsindustrie in Bunschoten-Spakenburg. Dit heeft te maken met de van vroeger uit geografisch gunstige ligging voor het aanleveren van vis: aan de oevers van de voormalige Zuiderzee. In de gemeente Bunschoten-Spakenburg bevindt zich een oververtegenwoordiging van zowel het aantal banen als bedrijven in de visverwerkingsindustrie. Er kan volgens Bijzen & Evers (2012) dan ook worden gesproken van een cluster van visverwerkingsbedrijven deze gemeente van de regio Amersfoort.

DeVincent & Barendse (2012) geven aan dat er door de grotere bedrijven in de visverwerkingsindustrie vooral op nationaal en internationaal schaalniveau wordt samengewerkt; het regionale schaalniveau speelt geen rol in deze sector. Bij de midden- en kleinbedrijven constateren zij vooral samenwerking op lokaal niveau. Dat wil zeggen dat er vooral contact is met kleinhandel en horeca. Samenwerking met andere groothandels en visverwerkende bedrijven in de regio is er dan weer weinig. De regionale schaal wordt in de samenwerking tussen visverwerkende bedrijven overgeslagen.

Bijzen & Evers (2012) constateren een trend van globalisering van de markt in de visverwerkingsindustrie. Dit houdt in dat men steeds minder afhankelijk is van Nederlandse vis en dat er steeds meer samen wordt gewerkt met bedrijven in andere landen. Hiermee kan worden vastgesteld dat in deze sector internationalisering plaatsvindt. Er wordt minder gebruik gemaakt van de regio volgens het rapport; de geografische concentratie heeft vooral te maken met kostenvoordelen, de regio zelf geeft geen daadwerkelijk toegevoegde waarde.

In de visverwerkingsindustrie is er een verband te constateren tussen het schaalniveau waarop gewerkt wordt en de omvang van het bedrijf: grote bedrijven opereren voornamelijk op internationaal schaalniveau, terwijl kleine bedrijven voornamelijk op lokaal schaalniveau werken. Internationalisering speelt vooral een grote rol in de visverwerkingsindustrie, regionalisering beduidend minder. Daarmee kan ook geconcludeerd worden dat er geen enkele sprake van integratie van internationalisering en regionalisering is in de regio Amersfoort, deze twee processen zijn in de visverwerkingsindustrie twee gescheiden werelden.

### 7.3 Slachterijen en vleesverwerkingindustrie

Naast de rapporten over de visverwerkingindustrie en de zuivelindustrie is er ook onderzoek gedaan naar de slachterijen en vleesverwerkingssector. In de SBI van 2008 heeft deze sector de code 10.1; Slachterijen en vleesverwerking. Deze sector bevat weer drie verschillende indelingen (CBS, 2012): Slachterijen (geen pluimvee), Pluimveeslachterijen en Vleesverwerking. Hieronder vallen de volgende handelingen (CBS, 2012):

- slachten, al dan niet in loon, van dieren inclusief proportioneren, uitbenen e.d.;
- in loon proportioneren en uitbenen van vlees;
- smelten van dierlijke vetten geschikt voor menselijke consumptie;
- verwerking van slachtafval voor menselijke consumptie;
- vervaardiging van meel en poeder van vlees;
- vervaardiging van huidwol;
- vervaardiging van beendermeel;
- slachten, al dan niet in loon, van gevogelte inclusief proportioneren, zoals van: kippen, parelhoenders, kalkoenen, eenden, ganzen e.d.;
- slachten van konijnen e.d.;
- vervaardiging van geconserveerd, gedroogd, gezouten of gerookt vlees;
- vervaardiging van producten van vlees en van vleeswaren, zoals worst, vleesextracten en vleessappen;
- vervaardiging van vlees en vleeswaren van pluimvee.

De locatiequotiënt van bedrijven in de slachterijen en vleesverwerkingssector in de regio Amersfoort ten opzichte van Nederland in 2010 bedraagt 1,14 en die van de banen in de regio Amersfoort ten opzichte van Nederland bedraagt 2,44 (CBS, 2013). Er is dus een lichte oververtegenwoordiging te constateren in de regio Amersfoort. Bosse & le Clercq, 2012 stellen dat de geografische concentratie in de regio Amersfoort de afgelopen acht jaar is versterkt. Nederveen & Jochems (2012) laten weten dat het hierbij gaat om een oververtegenwoordiging van bedrijven in de slachterijen en vleesverwerkingindustrie hebben. Maat & Gloudemans (2012) geven aan dat deze oververtegenwoordiging zorgt voor een cluster van slachterijen en de vleesverwerkingindustrie in de regio Amersfoort.

Nederveen & Jochems (2012) bespreken in hun onderzoek de importantie van duurzaamheid in de slachterijen en vleesverwerkingindustrie. Dit is een trend die volgens hen de toekomst in deze industrie zal gaan bepalen. Maat & Gloudemans (2012) bespreken naast de verduurzaming van de markt in deze sector ook de groeiende biologische markt. Bij beide trends kan de regio een belangrijke rol spelen. Uit hun onderzoeken blijkt echter dat de bedrijven in de regio Amersfoort in deze sector vooral gericht zijn op de nationale economie en enkelen zelfs op de internationale economie. De regionale schaal wordt door de onderzochte bedrijven niet belangrijk geacht. Bosse & Le Clercq (2012) beweren daarentegen dat samenwerking op nationale en internationale schaal binnen de bedrijven in de slachterijen en vleesverwerkingindustrie weinig plaatsvindt. Op regionale schaal is volgens hen ook weinig samenwerking en de regio wordt dan ook niet gezien als een belangrijk onderdeel van bedrijven in deze sector.

Ondanks de lichte geografische concentratie van de slachterijen en vleesverwerkingindustrie in de regio Amersfoort is er van samenwerking weinig sprake tussen de bedrijven. Er kan dan ook

vastgesteld worden dat de bedrijven in deze sector voornamelijk *stand-alone* bedrijven zijn. Het internationaliseringproces is de afgelopen jaren wel belangrijker geworden in de sector, het regionaliseringproces speelt vrijwel geen rol.

#### 7.4 Brood, banket en deegwaren

Als laatste komt de brood-, banket- en deegwarenindustrie aan bod. In de SBI van 2008 heeft deze industrie de code 10.7; Vervaardiging van brood, banketbakkerswerk en deegwaren. Deze sector is weer ingedeeld in drie verschillende onderdelen (CBS, 2012): Vervaardiging van brood en vers banketbakkerswerk, Vervaardiging van beschuit en koekjes en van ander houdbaar banketbakkerswerk en Vervaardiging van deegwaren. Hieronder vallen de volgende handelingen (CBS, 2012):

- vervaardiging van brood, broodjes, croissants e.d.;
- vervaardiging van natgebak, dagvers of diepgevroren;
- vervaardiging van cakes, taarten en ander vers banket;
- vervaardiging van bake-off producten;
- vervaardiging van pannenkoeken (niet voor onmiddellijke consumptie);
- vervaardiging van koekjes, wafels, snijkoek, taaitaai en ander houdbaar banket;
- vervaardiging van beschuit, toast, geroosterd brood;
- vervaardiging van ouwel;
- vervaardiging van pasta's als macaroni en noedels al dan niet gekookt of gevuld;
- vervaardiging van wraps en couscous.

De locatiequotiënt van bedrijven in de brood-, banket en deegwarenindustrie in de regio Amersfoort ten opzichte van Nederland in 2010 bedraagt 0,98 en die van de banen in de regio Amersfoort ten opzichte van Nederland bedraagt 1,50 (CBS, 2013). In de regio Amersfoort is derhalve geen geografische concentratie vast te stellen van bedrijven in de brood-, banket- en deegwarenindustrie. Ook Janssen & Terpstra (2012) en Teunissen & Steegman (2012) onderscheiden geen geografische concentratie in de regio Amersfoort. Beide onderzoeken laten een kleine oververtegenwoordiging zien in een klein gedeelte binnen de regio, maar deze is niet van dusdanig grote waarde dat er een concentratie is te vinden.

Teunissen & Steegman (2012) geven aan dat er in de brood-, banket- en deegwarenindustrie geen sprake is van regionalisatie: de samenwerking met andere bedrijven vindt plaats op nationale schaal en in sommige gevallen zelfs op internationale schaal. Volgens Janssen & Terpstra (2012) speelt de regio ook geen rol in de bedrijvigheid van deze sector. Zij laten daarnaast ook weten dat eventuele samenwerking puur noodzakelijk is en dat de sector niet neigt naar regionalisering dan wel internationalisering.

De brood-, banket- en deegwarenindustrie heeft als enige sector die besproken geen concentratie van de bedrijven in de regio Amersfoort. De regio Amersfoort blijkt geen significante rol te spelen voor de bedrijven die zijn ondervraagd. Doordat de bedrijven in deze sector voornamelijk *stand-alone* bedrijven lijken te zijn, is er ook in deze sector sprake van volkomen gescheiden werelden tussen regionalisering en internationalisering.



## 7.5 Aanvullende interviews

Naast de onderzoeken die hierboven zijn besproken, zijn er ook nog een aantal interviews geanalyseerd die door de heer De Groot afgenomen zijn voor het onderzoek 'Vitale bedrijvenclusters in de regio Amersfoort' (2012). Deze zijn gehouden onder een aantal prominente voedselbedrijven in de regio Amersfoort.

### Sisters Storteboom

2 Sisters Storteboom, een voedselverwerkend bedrijf in kip heeft twee vestigingen in de regio Amersfoort. Zelf hebben zij toeleveranciers en een schoonmaakbedrijf uit de regio, maar verder werken zij niet samen met streekgerichte bedrijven. De organisatie is vooral gericht op internationale klanten. De regio Amersfoort heeft als voordeel dat het goed bereikbaar is en dat het dicht bij de Randstad gelegen is. Er zijn geen specifieke kenmerken dat de vestiging in deze regio zich zo bijzonder maakt. De oriëntatie ligt vooral op de internationale schaal en daarmee is de regio minder belangrijk.

### FishPartners

FishPartners is onderdeel van een groter geheel: de Kennemer Visgroep. Veel kennis en samenwerking wordt uit deze groep gehaald, terwijl het grootste gros van deze bedrijven zich buiten de regio Amersfoort bevinden. Dit bedrijf richt zich niet op het regionale schaalniveau. De toeleveranciers van vis blijken vooral uit het buitenland te komen: de diepvriesvis komt overal ter wereld vandaan, van Nieuw-Zeeland tot Vietnam en Zuid-Afrika. De verse vis wordt deels uit Nederland gehaald (waarbij Urk de grootste toeleverancier is). Daarnaast komt de verse vis ook uit landen als Denemarken, Noorwegen en Zweden. De klanten komen voor een aanzienlijk deel uit Nederland zelf, maar ook het buitenland meldt zich als klant. Het bedrijf handelt vooral op internationale schaal. Het grote voordeel van de regio Amersfoort is de centrale ligging en bereikbaarheid en de ondernemersmentaliteit van de regio.

### Bakker Schat

Bakker Schat, gevestigd in Soest, is qua samenwerking vooral gericht op de nationale schaal. De regio Amersfoort heeft in deze samenwerking wel één groot voordeel: het is erg centraal gelegen in het land en daardoor is samenwerking door het hele land eenvoudig te bereiken. Verder wordt aangegeven dat de regio niet heel veel meer voordelen heeft dan andere regio's binnen Nederland. De afnemers zijn allen actief op landelijke schaal en daarmee maakt het dat dit bedrijf noch op de regionale schaal opereert, noch op de internationale schaal.

### FrieslandCampina

FrieslandCampina, waarvan het hoofdkantoor recht tegenover station Amersfoort is gevestigd, heeft bewust gekozen voor de centrale ligging van de regio. Dit is vooral praktisch voor de werknemers die uit het hele land komen. Het schaalniveau waarop FrieslandCampina opereert is internationaal, ze hebben vele vestigingen over de hele wereld. De keuze voor Nederland als vestiging voor een hoofdkantoor heeft te maken met de kennis en expertise die er heerst op de Nederlandse arbeidsmarkt. De centrale ligging van de regio Amersfoort is voor de werknemers van belang. FrieslandCampina ziet de regio Amersfoort als een goede combinatie tussen wonen en werken en een ontzettend gunstige centrale ligging binnen Nederland.

### Koelewijn's Haringinleggerij

De toeleveranciers voor Koelewijn's Haringinleggerij zijn actief op internationaal schaalniveau. Het grootste gros van de afzetmarkt komt uit Nederland (98 procent). Het bedrijf opereert zowel op nationaal als op internationaal schaalniveau. De regio wordt niet als specifiek van belang geacht voor het bedrijf. Wel vindt de geïnterviewde dat de regio Amersfoort heel dynamisch is en dat de mensen in de regio een actieve en hardwerkende mentaliteit hebben. Dit heeft echter niets te maken met de vestigingskeuze. Deze komt vooral uit de historie van het bedrijf dat al een eeuw lang in de regio Amersfoort is gevestigd.

### Market Food Group

Market Food Group is een groothandel en productiebedrijf dat vooral opereert op nationaal schaalniveau. Ook worden enkele producten uit Duitsland en België gehaald. De afnemers van hun producten zitten verspreid over heel Nederland. Ook binnen dit bedrijf wordt de centrale ligging van de regio Amersfoort als een voordeel voor de regio gezien. De werkmentaliteit en de coöperativiteit van de gemeente (gemeente Bunschoten in dit geval) dragen bij aan de voordelen van de regio.

## 7.6 Conclusie

Zoals uit het kwantitatieve onderzoek blijkt (hoofdstuk 6), zijn er in de regio Amersfoort verschillende concentraties van voedselproductie. Met uitzondering van de brood- en banketsector gaat het vooral om lokale concentraties. Uit de interviews onder industriebedrijven blijkt dat lokale concentratie niet betekent dat deze bedrijven lokaal georiënteerd zijn. Eénderde van de onderzochte bedrijven is hoofdzakelijke nationaal gericht, tweederde internationaal. Het belang van internationale oriëntatie in de bedrijfsvoering neemt dus toe.

De voedselproducerende industrie in de regio Amersfoort beoordeelt de regio vooral als geschikte vestigingsplaats (centraal gelegen in het Nederlandse marktgebied) en minder als een geschikt kennismilieu. Vanuit een internationaal perspectief is vooral afzet enorm belangrijk.

Bedrijven in de voedselproducerende industrie opereren vaak als *stand-alone* bedrijven (zij doen de kennisontwikkeling zelf. Als ze al aan kennis uitwisselen doen dan zijn zij voornamelijk gericht op (inter)nationale netwerken. Door industriële voedselbedrijven in de regio Amersfoort wordt gebruik gemaakt van *global pipelines*, maar deze worden nauwelijks of niet gekoppeld aan de *local buzz*. Deze *local buzz* is binnen industriële voedselbedrijven ook weinig aanwezig in de regio Amersfoort.

## Hoofdstuk 8 - Streekgerichte bedrijven

Enkele voedselgerelateerde bedrijven zijn vooral gericht op de streek en produceren en verhandelen veelal op de regionale markt en zoveel mogelijk op duurzame wijze. In dit hoofdstuk is door middel van interviews met eigenaren en medewerkers van zulke bedrijven onderzocht of ze naast streekgericht ook streekgebonden zijn en waarom ze de keuze hebben gemaakt voor duurzame productie en de regionale markt. Ook is gevraagd naar de diepere betekenis van een streekgericht bedrijf. In dit hoofdstuk worden de afgenomen interviews geanalyseerd.

### 8.1 Regio als factor voor streekgerichte bedrijven

In de regio Amersfoort zijn meerdere bedrijven actief in het produceren en verhandelen van voedselproducten uit de regio. De producenten en handelaren proberen door middel van productgerelateerde informatie de consument bewust te maken van wat men eet en drinkt. Tijdens mijn stage, waarbij ik activiteiten rondom het project Regio Amersfoort Hoofdstad van de Smaak 2012 ondersteund heb, ben ik in aanraking gekomen met bedrijven die gericht zijn op de regio. Daarom zet ik mijn onderzoek ook voort met deze streekgerichte bedrijven. Het project Regio Amersfoort Hoofdstad van de Smaak 2012 benadrukt dat de regio Amersfoort een uitgesproken regio is voor het verkrijgen van bijzondere voedselproducten. Het is een project om mensen meer bewust te maken van hun regio en het voedsel wat zij eten (Hoofdstad van de Smaak, 2012):

*“Met een programma van smakelijke activiteiten verleiden we graag iedereen tot smaakvol, gezond en duurzaam eten. Daarbij roepen we graag vragen op als ‘waar komt mijn eten vandaan, hoe is het gemaakt, en hoe ben ik door mijn voedsel met anderen en met mijn omgeving verbonden?’ Vragen die leiden tot een ontdekkingsstocht naar eerlijk, gezond, smaakvol en streekeigen voedsel. Want eten is naast ‘natuur’ ook ‘cultuur’, het raakt je identiteit en verbindt mensen met elkaar en met de omgeving. Eten is ontdekken en koken is een avontuur.”*

Het project Regio Amersfoort Hoofdstad van de Smaak kan worden opgevat als een overheidsinitiatief om samen met regionale voedselbedrijven de producten en handel van streekgerichte producten meer onder de aandacht te brengen bij het brede publiek. In dit onderzoek gaat het er om te achterhalen welk belang de bedrijven hebben om aan dit initiatief mee te doen, of de streekgerichte bedrijven de regio als een belangrijke bron voor productiefactoren, toelevering en afzet zien en hoe deze streekgerichte bedrijven beïnvloed worden door de regio. Om hierop een antwoord te vinden, zijn interviews afgenomen bij bedrijven die streekgericht voedsel een plaats geven in hun bedrijf. In het voorgaande hoofdstuk is een overzicht gegeven van de manier waarop industriële voedselbedrijven gebruik maken van zowel de regionale, nationale en internationale schaal. Tijdens mijn stage ben ik juist ook veel in aanraking gekomen met streekgerichte bedrijven die naar eigen zeggen zich onderscheiden door een andere productiewijze en gebruik van de regio als markt. Regionalisering legt sterk de nadruk op de regio en naar verwachting zijn streekgerichte bedrijven meer ingebed in de regio dan industriële voedselbedrijven. Om regionalisering onder de loep te nemen is het van belang om deze streekgerichte bedrijven nader te onderzoeken en achterliggende gedachten bij ze te ontdekken waarom een regio of een bepaalde streek zo belangrijk is binnen het bedrijf.

### 8.2 De geïnterviewden

Er is gesproken met zes eigenaren of werknemers van bedrijven in de regio Amersfoort die zich enigszins verbonden voelen met de streek en die een duurzame productiemethode en de kwaliteit van voedsel vooropzetten binnen hun bedrijf. De keuze voor deze zes bedrijven is tot stand gekomen

door een aantal selectiecriteria: voedselbedrijven gelegen in en verspreid over de regio Amersfoort, enige verbintenis hebben met de streek, manier van productie van de voedselproducten moet duurzaam of kwaliteitsgericht zijn en de verschillende bedrijven moeten zich in verschillende schakels van de voedselketen bevinden.

Er is gebruik gemaakt van een selectieve steekproef. Niet ieder relevant bedrijf is meegenomen in het onderzoek. De uitspraken geven daarom geen representatief beeld van alle mogelijke streekgerichte bedrijven. Het gaat hier om een exploratief onderzoek waarbij gezocht wordt naar diepere achtergronden in plaats van generalisatie. Wel is duidelijk gekozen voor zoveel mogelijk verscheidenheid tussen de bedrijven te houden met betrekking tot de plaats in de voedselketen. De uitkomsten van dit onderzoek geven een klein deel van de werkelijkheid weer en zijn enkel representatief voor de bedrijven die meewerken aan dit onderzoek. Hieronder wordt beschreven welke bedrijven dit zijn.

### **Boerderij 't Paradijs**

De heer Snoeij is eigenaar van Boerderij 't Paradijs. Deze boerderij, gelegen in Barneveld, bestaat uit een biologische tuinderij en een biologische veehouderij. Daarnaast is het ook een zorgboerderij waarop mensen met een specifieke zorgvraag kunnen helpen op de boerderij. Als laatste is er op het erf ook nog een boerderijwinkel gevestigd die een ruim assortiment biedt aan biologische producten en producten vers van het land en van eigen slacht (Boerderijparadijs.nl, 2012).

Boerderij 't Paradijs is in meerdere schakels van de voedselketen actief. Zowel de landbouw- en veeteeltschakel, de voedselverwerkende schakel en de detailhandelschakel komen voor binnen dit bedrijf. Er wordt weinig gebruik gemaakt van de groothandel- en distributieschakel. Doordat de boerderij een hele voedselketen omvat, weet de eigenaar precies hoe deze voedselketen er uit ziet en wat er is gedaan met het product voordat deze in de winkel kwam te liggen. De consumenten die producten kopen bij de boerderij zijn zelfs uitgenodigd om een kijkje te nemen in deze voedselketen om te zien hoe de producten verwerkt worden tot het product dat in de winkel ligt.

### **Biologisch Dynamische Boerderij Heerlijkheid Groot Weede**

De heer Kok is de derde in zijn generatie die eigenaar is van Biologisch Dynamische Boerderij Heerlijkheid Groot Weede. Het is een biologische boerderij met voornamelijk melkkoeien en daarnaast een biologische winkel. De boerderij wordt gebruikt om biologische melk te produceren, maar is tevens een zorgboerderij. De biologische melk is erg belangrijk voor de heer Kok en wordt al vele decennia biologisch geproduceerd. In de winkel worden verschillende biologische producten verkocht. Enkel het vlees dat wordt verkocht komt van de eigen boerderij, de rest van de producten worden door biologische leveranciers geleverd op de boerderij (Weede.nl, 2012).

Boerderij Heerlijkheid Groot Weede maakt gebruik van alle schakels van de voedselketen. De schakel landbouw en veeteelt wordt gebruikt voor het produceren van melk en het houden van de koeien, de voedselverwerkende industrie wordt gebruikt voor het produceren van vlees, de groothandel en distributie wordt gebruikt om de overige producten die in de biologische winkel worden verkocht aan te leveren en als laatste is de winkel zelf onderdeel van de detailhandel schakel. Hoewel de boerderij gebruik maakt van alle schakels in de voedselketen, is er geen eindproduct die ook al deze schakels doorloopt op de boerderij. Het vlees dat gemaakt wordt slaat bijvoorbeeld de groothandel- en distributieschakel over, terwijl de biologische producten juist enkel de detailhandel op de boerderij gebruiken. Over het vlees dat verkocht wordt in de winkel heeft de heer Kok volledig overzicht over de gehele keten dat dit vlees aflegt, voor de andere producten weet

hij het verhaal wel te vertellen, maar hij heeft geen contact met de verwerkers en producenten van het product.

### **Bij Daphne in de Kas**

Mevrouw Bartels is oprichter en eigenaresse van Bij Daphne in de Kas. Bij Daphne in de Kas is een zeer nieuwe onderneming dat het beste omschreven kan worden als een modern dorpshuis. Het is een kleinschalige opzet voor mensen uit de wijk om daar te lunchen, dineren en borrelen, maar ook workshops te volgen en moestuinen te bezoeken. Het centrale ontmoetingspunt van de Amersfoortse wijk Vathorst ligt hier en alles draait er om lokale producten, verbinden en nieuwe en interessante mogelijkheden. Bij Daphne in de Kas gebruikt voor lunch en diners uitsluitend lokale producten waar ze haar eigen producenten uit de regio voor heeft en goede contacten met hen onderhoudt. Bij Daphne in de Kas is het belangrijk dat alle bezoekers kennis krijgen van het aanbod van de regio en vooral ook kennis over wat echt eten is (BijDaphne.nl, 2012).

Bij Daphne in de Kas is een onderneming die zich vooral bevindt in de voedselverwerkende industrie en de detailhandel. Het eten dat wordt aangeboden door mevrouw Bartels wordt in de kas verwerkt tot maaltijden en worden hier ook geserveerd aan klanten. Daarnaast wordt er door middel van kleinschalige landbouw in de vorm van moestuinen zoveel mogelijk ook zelf geproduceerd, dus ze maakt ook gebruik van de landbouwschakel. De band tussen de verschillende schakels is voor mevrouw Bartels enorm belangrijk, ze wil kennis hebben van de herkomst en verwerking van grondstoffen en producten. Het allerbelangrijkste vindt zij echter dat de bezoekers weten en vooral proeven wat echt eten is en hoe lekker dit kan zijn.

### **Landwinkel de Kastanjeboom**

Mevrouw Van Middelaar is eigenaresse van Landwinkel de Kastanjeboom gelegen in het Nationaal Landschap Arkemheen-Eemland net iets buiten Bunschoten-Spakenburg. Samen met haar man en kinderen beheren zij zowel de landwinkel als een boerderij met onder andere koeien, varkens en schapen. De landwinkel is ontstaan uit een initiatief om de burger te laten genieten van het polderlandschap waarin zij wonen. Daarom is er een boerenterras ontwikkeld om een gezellige, ontspannen en gemoedelijke sfeer te creëren midden in dit boerenlandschap. Door de melkboerderij die er aan verbonden zit, is er uiteindelijk een winkel ontstaan waarin verse zuivelproducten werden verkocht voornamelijk voor de recreatieve voorbijgangers (fietsers). Daarnaast worden er inmiddels in de landwinkel ook verschillende streekproducten verkocht die uit alle windstreken van Nederland komen (Dekastanjeboom.nl, 2012).

Voor de zuivelproducten die Landwinkel de Kastanjeboom verkoopt, heeft de winkel volledig haar eigen voedselketen opgesteld: de landbouw en veeteelt, voedselverwerkende industrie en de detailhandel. Voor de overige streekproducten die worden verkocht zijn ze enkel de laatste schakel in de keten, de detailhandel. Het belangrijkste voor de landwinkel is dat ze dicht bij de klanten staan en vooral ook dat de klanten graag komen om de boerensfeer te proeven.

### **Le Perron**

Bij Le Perron is de formulemanager van het bedrijf geïnterviewd: de heer Keune. Le Perron is een bakkerij met 36 verschillende vestigingen in heel Nederland, de hoofdvestiging bevindt zich in Bunschoten. Naast deze 36 vestigingen staan zij met verschillende verkoopwagens vers brood te bakken op markten door het hele land. Het brood dat gebakken en verkocht wordt bestaat uit natuurlijke en pure grondstoffen, maar bovenal zijn het biologische grondstoffen. Deze biologische

achtergrond is het begin van het product. Zij willen de consument echter niet alleen biologisch brood aanbieden, maar ook een breed assortiment aan broden en vooral smakelijk en vers brood. Naar eigen zeggen ligt de aandacht tijdens het produceren bij acht verschillende punten: smaak, herkomst, versheid, authenticiteit, veiligheid, duurzaamheid, uiterlijke verschijning en innovatie. Le Perron probeert met deze acht punten de vraag naar authentieke en traceerbare producten tegemoet te komen en de klant bewust te laten worden van de producten die zij kopen (Leperron.nl, 2012).

De heer Keune is als formulemanager bij Le Perron verantwoordelijk voor de productontwikkeling binnen het bedrijf. Dat betekent dat hij de acht uitgangspunten van Le Perron zo goed mogelijk moet combineren in het eindproduct en constant op zoek is naar nieuwe technieken, ontwikkelingen en ingrediënten om het beste brood te bakken. Le Perron bevindt zich in de voedselketen in twee verschillende schakels: de voedselverwerkende industrie en de detailhandel. De groothandel- en distributieschakel wordt in dit bedrijf overgeslagen. Le Perron heeft hierdoor sterke contacten met zowel het begin van de voedselketen (de landbouw die hen de grondstoffen leveren voor het brood) en het einde van de voedselketen (de consument waaraan zij het brood verkopen). Het voordeel voor Le Perron is dat ze de informatie die ze aan het begin van de voedselketen krijgen makkelijk kunnen doorspelen aan de consument, waardoor de consument goed geïnformeerd is over het product.

### De Natuurwinkel Amersfoort

De heer Jacobs, eigenaar van de Natuurwinkel in Amersfoort, is de eerste geïnterviewde. De Natuurwinkel is een winkelketen door heel Nederland dat bekend staat als een biologische speciaalzaak. De Natuurwinkel te Amersfoort maakt deel uit van deze winkelketen en heeft een ruim assortiment in eerlijke en biologische producten. De Natuurwinkel legt bij hun verhaal over voedselproductie sterk de nadruk op de oorsprong van het product. De producten die worden verkocht in de Natuurwinkel zijn met zorg en aandacht geteeld en geproduceerd met respect voor mens, dier en milieu. Dit resulteert in de bewuste en vooral ook duurzame keuzes met betrekking tot producten (Natuurwinkel.nl, 2012).

De heer Jacobs is de eigenaar van de Natuurwinkel. Hij zorgt er voor dat de klanten in zijn winkel bewust kiezen voor bepaalde producten en één van zijn belangrijkste taken is het verhaal achter het product (van oorsprong tot aan de winkel) te vertellen aan de klant. De Natuurwinkel bevindt zich in de laatste schakel van de voedselketen, de detailhandel, en staat daarmee in direct contact met de consument. De schakels die de producten hiervoor afleggen worden voornamelijk bepaald door de overkoepelende winkelketen, hoewel dit per product verschillend is (producten worden zoveel mogelijk uit de regio gehaald en direct geleverd in de winkel).

### 8.3 Analyse van de interviews

De zes interviews geven een beeld van de manier waarop streekgerichte bedrijven de regio gebruiken en in welke mate zij de regio van belang achten voor de productie van voedsel. Hierin wordt ook duidelijk welke punten, dan wel eisen, belangrijk zijn voor streekgerichte bedrijven. Ook geven de interviews een beeld van de manier waarop er door deze bedrijven naar de internationale schaal wordt gekeken. Hieronder wordt per deelonderwerp besproken hoe streekgerichte bedrijven deze deelonderwerpen ervaren.

### 8.3.1 Betekenis van de regio

De betekenis van de regio wordt door geen enkele geïnterviewde hetzelfde omschreven, de regio heeft variërende definities. Het is vooral de achtergrond en de aard van het product waarmee wordt gewerkt die bepaald hoe de regio door de streekgerichte bedrijven wordt gedefinieerd.

Het halen van productiefactoren, toelevering en afzet vindt voornamelijk plaats binnen de om zodoende de voedselketen zo kort mogelijk te houden. De regio wordt niet specifiek gebruikt als bron voor productiefactoren, toelevering of afzet maar meer om de productiewijze te verantwoorden door zo min mogelijk schakels van de voedselketen te gebruiken. Dit wordt beaamd door de eigenaar van de Natuurwinkel in Amersfoort (Bijlage II):

*“We proberen dan ook zoveel mogelijk producten uit de streek te halen, om zo min mogelijk schakels te hebben tussen producent en consument.”*

De regio zelf heeft echter voor ieder streekgericht bedrijf een andere betekenis en is dus alsmaar op een andere manier in het verhaal beschreven. Dit wordt aangekaart door de eigenaresse van Landwinkel de Kastanjeboom (Bijlage IV):

*“Niet alle producten uit de winkel komen uit de streek. Ik vraag mij ook af wat dan precies de streek is, wat is de definitie ervan? Als je bijvoorbeeld de definitie van een straal van vijftien kilometer aanhoudt, dan kom je niet verder dan vijf of zes producten. Ik vind de term streekproduct ook tegelijkertijd een heel lastig woord, waar ik veel moeite mee heb. Het is ten eerste vooral een verkoopterm en ga daar dwars tegenin. Ik gebruik dat zeker niet in de winkel als commerciële term, dan ben je gewoon stickertjes aan het plakken. (...) Streek is voor mij ieder gebied in het land en dan kunnen zeggen dat het uit die streek komt en het daar gemaakt is. Dat durf ik een streekproduct te noemen. Om maar even aan te geven dat streek niet per se in de buurt is, maar dat het een lastig uit te voeren term is.”*

De eigenaresse van de Kastanjeboom geeft aan dat het aanbod van voedselproducten in de regio Amersfoort (en ook de rest van het Nederlandse grondgebied) te weinig is om te voldoen aan de vraag van andere producenten en van de consumenten. De overige geïnterviewden beamen dit en zoeken vaak de aanvulling op hun aanbod buiten de regiogrenzen. De betekenis van de regio is voor iedere geïnterviewde anders, omdat men vaak kijkt naar het aanbod wat er is voor het eigen bedrijf. Eén persoon weet daarentegen heel duidelijk de grenzen te stellen binnen de regio. De eigenaresse van Bij Daphne in de Kas heeft minder moeite met het aanbod van voedsel in de regio Amersfoort. Zij geeft aan een duidelijke grens te trekken voor de aankoop van haar voedselproducten (Bijlage V):

*“Als ik het heb over producten uit de regio, dan probeer ik dat binnen 30 kilometer te halen en soms 50 kilometer. Binnen 30 kilometer is redelijk haalbaar voor mij.”*

Streekgerichte bedrijven zien de regio niet zozeer als een bepaald gebied met duidelijke grenzen, mede door het feit dat het aanbod van één bepaalde regio (bijvoorbeeld de regio Amersfoort) onvoldoende is om aan de vraag van consumenten en andere producenten te voldoen. Men komt de vraag tegemoet door ten dele over regionale grenzen heen te kijken. Totale regiogebondenheid is daarom voor veel bedrijven niet haalbaar. Zoals aan het begin van de paragraaf is aangegeven is ook niet zozeer de regio enorm van belang, maar meer de verantwoording van productiewijzen die leidt tot het gebruik van regionale producten door het verkorten van de voedselketen. De betekenis van de regio is hiermee erg variërend voor de geïnterviewde personen. Hoe bepalend de betekenis van

de regio echt is op het gebruik van de regionale of zelfs de nationale schaal wordt in de volgende paragraaf besproken.

### 8.3.2 Gebruik van de regionale en nationale schaal

De betekenis van de regio is dus voor ieder streekgericht bedrijf anders en de regio zelf wordt niet bepaald door duidelijke grenzen. De vraag is bovendien in welke mate deze streekgerichte bedrijven ook streekgebonden of regionaal gebonden functioneren. Aangezien Nederland een klein land is, zal ook bekeken worden welke bedrijven nationaal gebonden zijn en wat hun motivatie hiervoor is.

Vier van de zes geïnterviewden geven aan enkel en alleen binnen de nationale grenzen contacten te hebben voor productie en/of verkoop van voedsel. De eigenaresse van Landwinkel de Kastanjeboom geeft aan dat haar grens duidelijk bij het nationale schaalniveau ligt, hier is zij ook erg consequent in, maar draaft hier naar eigen zeggen niet in door (Bijlage IV):

*“Al mijn producten zijn wel allemaal afkomstig uit Nederland, dat wil ik per definitie in deze winkel. Je hebt bijvoorbeeld verschillende jams die worden gemaakt met geïmporteerde vruchten, maar dat wil ik dan weer niet in mijn winkel hebben, daar ligt mijn grens. Maar ik ga daar ook weer niet te ver in, ik heb bijvoorbeeld een product in de winkel staan met rozijnen er in verwerkt, maar ik weet dan niet waar die rozijnen vandaan komen. Dus ik ben streng, maar ga er niet te ver in door.”*

Deze quote geeft aan dat grenzen worden getrokken, maar dat de regionale en nationale schaal niet het allerbelangrijkste concept is van de producten die zij in de winkel verkoopt. De eigenaar van boerderij 't Paradijs geeft aan dat zijn belangrijkste schaalniveau de regio is (in zijn geval de hele Gelderse Vallei), maar dat er ook wel eens buiten deze regio producten worden ingekocht, dit heeft te maken met de kwaliteit en het aanbod in de regio. Dit principe geldt ook voor de eigenaar van boerderij Heerlijkheid Groot Weede en tevens voor de twee bedrijven die ook het internationale schaalniveau gebruiken binnen hun bedrijf. Ze geven allen aan de regionale schaal wel zoveel mogelijk te willen gebruiken, maar dat het aanbod en de kwaliteit van regionale producten niet altijd voldoende is om te voldoen aan de eisen die zij stellen.

Daarmee kan geconcludeerd worden dat streekgerichte bedrijven niet per se regionaal gebonden zijn. De regio als eigenschap zien voor het bijzondere van streekgerichte bedrijven is dus niet aan de orde. Beperkt aanbod en kwaliteit van de producten spelen een veel grotere rol binnen het regionaliseringproces. Hierbij kan de schakel van de voedselketen waarin het bedrijf zich bevindt een grote rol spelen. Een winkel heeft bijvoorbeeld normaliter een verscheidenheid aan producten in de winkel waaruit de consument kan kiezen, terwijl een bedrijf in de landbouw- en veeteeltsector geen verscheidenheid aan producten nodig heeft om te bestaan. Wellicht is dit ook de reden waarom er maar één geïnterviewde aangeeft op regionale schaal te opereren. Bij Daphne in de Kas is een horecabedrijf die alleen voedsel uit de regio verwerkt in haar producten. Voor haar is het wellicht eenvoudiger om alleen deze producten te gebruiken, omdat ze alles bij elkaar kan zetten en dan kan beslissen wat er van te maken. Hoewel kwaliteit bij alle bedrijven een grote rol speelt in de keuze om te opereren boven regionaal schaalniveau, is dit niet de voornaamste reden voor mevrouw Bartels (eigenaresse Bij Daphne in de Kas) om enkel de regionale producten te gebruiken (Bijlage V):

*“Ik zou het liefst zeggen dat ik het doe voor de kleine zelfstandige ondernemer. Als ik streekproducten ga halen, dan kan ik dat niet bij grote ketens doen, alleen bij de kleine*



*ondernemers. Je helpt dan ook gewoon de middenstand en je omgeving en die worden er alleen maar beter van. En het werkt ook nog eens van twee kanten, als ik bij mijn slager inkoop, stuurt hij ook mensen naar mij.”*

Hoewel het merendeel van de streekgerichte bedrijven zich binnen de nationale grenzen beweegt, is er maar één bedrijf die binnen de regionale grenzen blijft. De grootste redenen om over de regionale grens heen te stappen zijn de kwaliteit en het beperkte aanbod van de voedselproducten die op regionale schaal verkrijgbaar zijn. Het belangrijkste wat uit deze analyse aantoonbaar is het feit dat streekgerichtheid niet identiek is aan regiogebondenheid en daarmee regionalisering een hele andere dimensie krijgt dan verwacht zou worden naar aanleiding van de literatuur.

### 8.3.3 Internationale schaal

Hoewel de regionale schaal en nationale schaal belangrijke uitgangspunten blijken te zijn voor streekgerichte bedrijven, blijkt toch ook de internationale schaal een rol te spelen in het streekgerichte circuit. Van de zes geïnterviewden geven twee personen aan dat het bedrijf waarin zij werkzaam zijn ook opereert op internationale schaal: de heer Keune van Le Perron en de heer Jacobs van de Natuurwinkel Amersfoort. De reden waarom ook de internationale schaal gebruikt wordt in het bedrijf is verschillend. De Natuurwinkel Amersfoort wil de consumenten waaraan de producten worden verkocht een ruim aanbod van verschillende producten geven die vergelijkbaar moet zijn met het aanbod van een supermarkt. Dat betekent dat er producten die niet in Nederland worden verbouwd uit het buitenland gehaald moeten worden. Hieraan zitten echter wel eisen verbonden (Bijlage II):

*“Bij de producten die wel uit het buitenland worden gehaald, bijvoorbeeld kruiden en thee, wordt wel speciaal gelet op het soort vervoer waarmee het wordt geïmporteerd en het project waar het vandaan komt. Dus dat in de regio waarin het geproduceerd wordt ook een project is om deze regio en de productie in deze regio te verbeteren. Het gaat dan om het stimuleren van regionale ontwikkeling.”*

Hoewel de regio Amersfoort geen rol speelt in de aankoop van buitenlandse producten, blijkt toch dat de regionale schaal ook in het buitenland mee kan spelen in de productkeuze. De heer Jacobs geeft hiermee duidelijk aan dat regionalisering ook voor een deel te maken heeft met de stimulering van een bepaalde regio en de positieve invloed op de regionale ontwikkeling.

Bij Le Perron heeft de keuze om op internationaal schaalniveau te opereren niets te maken met het aanbod van producten maar wel met de kwaliteit van het product. De heer Keune geeft aan dat voor de broodproductie van Le Perron tarwe de belangrijkste grondstof is. In Nederland is de kwaliteit van tarwe minder goed dan in landen waar de zon veel meer schijnt (Bijlage III):

*“Dus wat er in de regel gebeurt, is dat de Nederlandse tarwes worden gemelangeerd met buitenlandse tarwes die wel een beter bakaard hebben, zodat je altijd een constante hebt in je kwaliteit van het product. De buitenlandse tarwes worden veel uit Frankrijk gehaald, daar waar de tarwes het beste zijn op dat moment.”*

Binnen de voedselsector kan het internationaal schaalniveau nooit helemaal weg gedacht worden, simpelweg door het feit dat er tegenwoordig veel buitenlandse producten worden gegeten die niet in Nederland verbouwd kunnen worden. Le Perron haalt weliswaar tarwe uit het buitenland om een betere kwaliteit van hun eindproduct te krijgen, maar dit heeft te maken met de ligging van

Nederland in verband met het aantal zonuren. De voornaamste reden waarom een internationaal schaalniveau belangrijk is en zal blijven in de voedselsector is dus het onvoldoende aanbod van producten en grondstoffen op de Nederlandse bodem. Dit geldt zelfs voor streekgerichte bedrijven.

Streekgerichte bedrijven die ook opereren op internationale schaal om voedselproducten aan te kopen, houden in het buitenland rekening met de manier waarop het product geproduceerd is en in welke regio dit product geproduceerd is. Dit is niet vergelijkbaar met de manier waarop industriële voedselbedrijven de internationale schaal gebruiken, omdat dit vaak voor massaproductie is of voor de laagst mogelijke prijs. Zoals in de vorige paragraaf is aangewezen laat ook dit zien dat streekgerichtheid niet direct leidt tot gebondenheid aan de eigen regio, maar dat er ook gebondenheid bestaat op grotere schaal. Internationalisering en regionalisering zijn dus binnen de streekgerichte bedrijvigheid geen tegenpolen. Sterker nog, internationalisering kan regionale ontwikkeling stimuleren.

Om een duidelijk overzicht te geven van de schaalniveaus waarop de streekgerichte bedrijven opereren, is een overzicht gemaakt (tabel 8.3.1). In dit overzicht zijn de schaalniveaus weergegeven waarop achtereenvolgens toelevering, afzet en kennis plaatsvindt.

Tabel 8.3.1: Overzicht schaalniveaus streekgerichte bedrijven

	Toelevering	Afzet	Kennis
<b>Regionaal</b>	- Bij Daphne in de Kas	- Bij Daphne in de Kas - 't Paradijs - De Natuurwinkel - Heerlijkheid Groot Weede	- Bij Daphne in de Kas
<b>Nationaal</b>	- 't Paradijs - Heerlijkheid Groot Weede - De Kastanjeboom	- De Kastanjeboom - Le Perron	- 't Paradijs - Heerlijkheid Groot Weede - De Kastanjeboom
<b>Internationaal</b>	- Le Perron - De Natuurwinkel		- De Natuurwinkel - Le Perron

De afzet van streekgerichte bedrijven vindt voornamelijk plaats op regionaal niveau, terwijl toelevering en kennis maar weinig op regionaal niveau plaatsvindt, maar meer op nationaal niveau. De interviews maken duidelijk dat streekgerichte bedrijven enkel met de afzet regiogebonden zijn en dat de toelevering en kennis vooral op nationale en internationale schaal plaatsvindt.

### 8.3.4 Duurzaamheid

In paragraaf 8.3.2 wordt aangegeven dat het gebrek aan kwalitatief goed voedsel één van de redenen is waarom bedrijven niet alleen de regio gebruiken voor de aanvoer van producten, maar ook opereren op nationaal schaalniveau. In de vorige paragraaf wordt zelfs aangegeven dat kwaliteit één van de redenen is om ook gebruik te maken van het internationale schaalniveau. Het streven naar duurzame productie past bij de manier van kwalitatief goed produceren.

Alle zes geïnterviewden geven aan dat duurzaamheid een rol speelt binnen het bedrijf en dat hier aandacht aan besteed wordt. Het begrip en belang van duurzaamheid wordt per bedrijf op een andere manier geïnterpreteerd. Bij De Kastanjeboom en Bij Daphne in de Kas is de aandacht voor

duurzaamheid niet erg bewust aanwezig, maar de eigenaressen geven aan hier onbewust toch veel mee bezig te zijn: streekproducten zijn veelal duurzaam geproduceerd. Het scheiden van afval vinden ze bijvoorbeeld belangrijk.

De overige vier bedrijven geven aan bewust bezig te zijn met het milieu en laten dit ook aan de buitenwereld weten. Dit vertaalt zich vooral in het gebruik van producten die op een biologische wijze zijn geproduceerd of op de boerderijen worden gemaakt. Om dit aan de consumenten en andere producenten te laten zien gebruiken zij keurmerken, waardoor ze laten weten dat ze aan bepaalde eisen en regels voldoen.

In De Natuurwinkel Amersfoort worden alleen biologische producten verkocht, deze worden voor een deel uitgezocht door de groothandel, maar ook door henzelf (Bijlage II):

*“We zijn ook zelf heel erg biologisch gericht. Als er bijvoorbeeld streekproducten zijn die niet biologisch zijn, dan komt dat bij ons niet de winkel binnen. We kijken natuurlijk wel eerst naar wat de streek te bieden heeft aan biologische producten.”*

In deze quote wordt beaamd wat eerder ook al is geconstateerd: niet zozeer de regio of de streek doet er toe als het gaat om de productie van voedsel, maar in dit geval ook de biologische productiemethode.

Bij Le Perron en bij Boerderij Heerlijkheid Groot Weede worden duurzaamheid en kwaliteit als twee onlosmakelijke eigenschappen van een product gezien (Bijlage III & Bijlage VII):

*“Het verhaal van Le Perron producten staat voor lekker brood, puur en om dat te kunnen borgen ook biologisch. Als wij echt naar pure ingrediënten kijken dan kom je automatisch bij biologische ingrediënten uit. (...) Dus als je goed, ambachtelijk brood bakt dan begin je gewoon met goede grondstoffen. En dan kom je uit op natuurlijke grondstoffen en als je zegt dat je ‘natuurlijk brood’ produceert, dan wil de consument dat ook ergens geborgd zien. En dat kan je weer het beste doen om voor biologisch gecertificeerde kwaliteit te kiezen, en dat hebben wij gedaan.”*

*“De kwaliteit van de producten is heel belangrijk voor mij (de heer Kok van Heerlijkheid Groot Weede). Dat gebeurt voor een groot deel ook automatisch omdat je biologisch bent dus niet met kunstmest of iets dergelijks bezig bent.”*

Voor alle streekgerichte bedrijven is het milieu een belangrijke kwestie om rekening mee te houden. Naast het kwaliteitskenmerk (zie paragraaf 7.3.2) is duurzaamheid een belangrijke eigenschap van voedselproducten binnen streekgerichte bedrijven. De opvatting van duurzaam produceren wordt door vele streekgerichte bedrijven bevestigd door het biologische product centraal te stellen en biologisch naar de buitenwereld toe te communiceren. De aspecten van duurzaamheid en kwaliteit verschillen van elkaar, maar worden zelden los van elkaar gezien en blijken elkaar alleen maar te versterken volgens streekgerichte bedrijven.

### 8.3.5 Samenwerking

Productie in de regio kan enkel plaatsvinden wanneer er contacten zijn tussen bedrijven onderling. De vraag is in hoeverre deze contacten verdergaan dan het enkel doorschuiven van schakel naar schakel in de voedselketen. Zijn er meer inhoudelijke contacten die leiden tot samenwerking om invloed uit te oefenen op de manier van denken van de consument of van andere bedrijven, zowel binnen de voedselsector als ander sectoren?

De heer Jacobs van De Natuurwinkel Amersfoort schetst een goed beeld van de huidige situatie met betrekking tot samenwerking in de regio Amersfoort:

*“Er is daarvoor ook weinig contact met elkaar, dat verbaast ons eigenlijk wel. Contact met andere boerenbedrijven in de regio zal wel eens stimulerend kunnen zijn voor de ontwikkeling van plannen. Er komt op dit moment, door die geringe samenwerking, ook vrij weinig van de grond.”*

Ook de overige bedrijven geven aan dat samenwerking in de regio, maar ook buiten de regio, gering is en dat deze samenwerking niet verder gaat dan eventuele leveranciers of afnemers van voedselproducten. Toch wordt er aangegeven dat er potentie is voor meer samenwerking om de regio te stimuleren en belangrijker te laten worden in het beeld van vele consumenten. Zo is er bij De Kastanjeboom al een kleine ingang gevonden voor eventuele grotere projecten (Bijlage IV):

*“Bedrijven komen hier om bijvoorbeeld zoals nu kerstpakketten te halen om mensen een verhaal mee te geven. Dus andersom werkt het wel. De ‘grote jongens’ kunnen het regionale wel steeds meer waarderen. Ze willen hun medewerkers wel iets regionaals meegeven.”*

Deze kleine ingang heeft potentie om projecten op te zetten om mensen bewuster te laten worden van voedsel, dat geeft ook de heer Snoeij van Boerderij 't Paradijs aan, maar hij ziet ook de minpunten (Bijlage VI):

*“Ik probeer heel bewust wel ook andere bedrijven uit de regio te laten zien wat de regio allemaal te bieden heeft.(...) Het is alleen soms wel heel moeilijk om dan ook nog te gaan samenwerken omdat altijd de verantwoordelijkheid bij de boer ligt. De boer moet vaak ook de meeste tijd er in steken en dat is lastig. Dit zal ook altijd zo blijven denk ik: je moet er een bepaalde passie voor hebben en het moet leuk zijn en dat moet het ook blijven.”*

De geïnterviewden van de streekgerichte bedrijven zijn het er allen over eens dat samenwerking tussen bedrijven die op verschillende schaalniveaus opereren (voor zover deze al bestaan) voor het grootste deel komt vanuit de kleine streekgerichte bedrijven. De behoefte van algemene bedrijven om contact te leggen met streekgerichte voedselbedrijven is niet aanwezig. Niet alleen samenwerking met andere industriële voedselbedrijven wordt gemist door de streekgerichte bedrijven, maar ook de samenwerking met andere instituten (Bijlage VI):

*“(...) Die Food Valley regio is dan ook heel belangrijk voor het internationale aspect, maar daar hoor ik bijna niets van, in de zin van wat ik voor Food Valley kan betekenen. Ik hoor daar niets van, ook niet om producten te leveren of iets dergelijks om de regio te presenteren en dat is jammer. Ik kan ze natuurlijk wel benaderen, maar daar gaat ook weer tijd in zitten. Ik vind het jammer dat de grootschalige bedrijven de kleinschalige zo weinig kans geven, want ik weet zeker dat in hun onderscheid van de regio, dat zij die kleinschalige bedrijven nodig hebben. Want die kleinschalige bedrijven laten de regio zien in hun diversiteit en multifunctionaliteit. We kunnen wel meedenken en mee praten, maar kunnen niet alles gaan opzetten.”*

Samenwerking is weinig aanwezig in de regio Amersfoort. De meeste streekgerichte bedrijven staan echter wel open voor meer samenwerking met voornamelijk voedselbedrijven op verschillende schaalniveaus, maar ook met instituten. Opvallend is dat streekgerichte voedselbedrijven de potentie wel zien, maar geen tijd en geld hebben om contact te leggen en met initiatieven te komen. Voor hen

kost dit te veel tijd en levert dus waarschijnlijk te weinig op om er echt werk van te maken. Dat betekent dat industriële voedselbedrijven, maar ook andere soorten bedrijven en instituten in de regio Amersfoort geen tot weinig beroep doen op de streekgerichte bedrijven die over het algemeen meer kennis hebben dan algemene bedrijven over wat de regio kan bieden. De belangrijkste belemmeringen tot samenwerking kunnen worden samengevat in twee punten: de liefde komt maar van één kant, namelijk de streekgerichte bedrijven en er is gebrek aan tijd en geld van hen om daadwerkelijk iets waardevols op te zetten.

### 8.3.6 Rol van de consument

Streekgerichte bedrijven zien de consument, die het laatste onderdeel van de voedselketen zijn, als een belangrijke actor in de voedselketen. Consumenten zijn diegene die de productiewijze van voedsel van belang moeten vinden om niet enkel voedselproducten in de supermarkt te kopen bijvoorbeeld. De rol van de consument zal dus naar verwachting een groot aandeel hebben in de streekgerichte voedselbedrijven.

Alle zes geïnterviewden laten weten dat zij de consument in hun bedrijf erg belangrijk vinden en dat het deze consument is die het belang van voedsel (en dan vooral biologisch en kwalitatief goed voedsel) bijgebracht kan worden. De heer Jacobs van De Natuurwinkel Amersfoort wil vooral laten zien dat het anonieme in de voedselketen dat tegenwoordig zo normaal is, niet per se nodig is (Bijlage II). Ook Le Perron probeert als bedrijf de consument zoveel mogelijk te informeren over zijn schakels in de voedselketen en probeert hier zo ver mogelijk in door te gaan (Bijlage III):

*“Wij willen de consument informeren over de herkomst van het product. We informeren ze uit welk productieproces het vandaan komt; dat is dus die biologische industrie die er aan hangt. En het is natuurlijk nog mooier om op een gegeven aan te kunnen duiden wie de boer is geweest achter het graan, maar dat zijn hele ingewikkelde processen. Dat is eigenlijk onze uitdaging.”*

De eigenaresse van Bij Daphne in de Kas geeft aan dat veel consumenten maar weinig weten over de herkomst van voedsel (Bijlage V):

*“Mijn diepste gedachtegang hierachter bestaat uit twee dingen: (1) waar komt nou je eten vandaan, dus dat mensen weten dat het niet uit een plastic zakje komt, maar om te laten zien dat het gewoon uit de grond komt en dat er dus zand op zit...”*

Het is dus ook de algemene kennisontwikkeling van de consumenten waar streekgerichte bedrijven aan bijdragen. Het meest opvallende hierin is dat alle zes geïnterviewden precies hetzelfde aangeven: de consument informeren over de herkomst van voedsel, maar hierin niet te veel doordrijven (Bijlage V):

*“Voor mij is het juist om te laten zien aan de mensen wat ze eten en ik wijs niet met mijn vingertje naar andere mensen, want ik doe ook heus wel boodschappen bij de Albert Heijn. Ik eet ook wel eens pizza van twee euro waarvan ik heus wel weet dat het geen echte kaas is, maar het gaat er bij om dat ik wel weet dat het zo is. Iedereen is vrij in zijn keuzes, als je maar weet wat je eet, dat is het belangrijkste.”*

Het is dus niet zozeer een kwestie van enkel en alleen kwalitatief goed en biologisch geproduceerd voedsel eten, maar meer de kennis hebben over de voedsel die je eet. Dit duidt ook op het vingertje wijzen zoals in de quote is aangegeven. Dat willen streekgerichte bedrijven juist niet, want daartegen gaan mensen zich verzetten (Bijlage II, Bijlage V & Bijlage VII). Bewust worden van wat de mens eet is

de belangrijkste stap die kan worden gezet door streekgerichte bedrijven en daarmee moet er niet op de vingers van de consument getikt worden. Het gaat meer “om de betrokkenheid van de samenleving”(Bijlage VI).

Hoewel het verhaal van het product voor de streekgerichte bedrijven een belangrijk aspect is om mee te geven aan de consument, laat de heer Kok van Boerderij Heerlijkheid Groot Weede weten dat de consument niet zozeer geïnteresseerd is in het verhaal van het product, maar meer in de goede manier van produceren (Bijlage VII):

*“Soms leggen we ook wel eens groente uit onze eigen groentetuin in de winkel, maar ik ben er verbaasd over hoe moeilijk je dat kwijtraakt. Het maakt de mens niet uit dat het uit je tuin komt of van de leverancier: als ze maar het gevoel hebben dat het goed geproduceerd is. De leverancier zet wel steeds meer op het product waar het vandaan komt, maar ik heb het idee dat de mensen dat niet zoveel uitmaakt, als het maar goed geproduceerd is.”*

Dit citaat duidt wederom aan dat streekgerichtheid niet leidt tot regiogebondenheid. Zowel de streekgerichte voedselsector als de consumenten in de streekgerichte voedselsector blijken regiogebondenheid niet de belangrijkste waarde van een product te vinden.

De rol van de consument is binnen de streekgerichte bedrijven groter dan binnen industriële voedselbedrijven. Streekgerichte bedrijven willen de consument het verhaal achter het product vertellen, alle schakels in de voedselketen die het product heeft doorgelopen aangeven en het liefst ook nog dat het streekgerichte bedrijf warme persoonlijke contacten heeft met de bedrijven in de voorgaande schakels. De consument wordt zoveel mogelijk betrokken bij het productieproces en wordt zoveel mogelijk geïnformeerd over de voedselketen die het voedselproduct heeft afgelegd. Hierbij is regiogebondenheid van het voedselproduct voor consumenten niet de belangrijkste eigenschap, maar de kwaliteit van de productiewijze.

### 8.3.7 Externe factoren

De voedselsector is een zeer gevarieerde sector en zeer kwetsbare sector. Productie, verwerking en verkoop zijn afhankelijk van meerdere externe factoren. De vraag is in hoeverre externe factoren het functioneren van streekgerichte voedselbedrijven beïnvloedt.

In de zes interviews die zijn afgenomen bij streekgerichte bedrijven komt maar één duidelijke externe factor naar voren die het streekgerichte bedrijf beïnvloedt: het weer oftewel het klimaat. Hierin is een duidelijke scheiding te zien tussen de twee bedrijven die het internationale schaalniveau aanhouden en de vier overige bedrijven die het nationale en/of regionale schaalniveau aanhouden. Streekgerichte bedrijven die het internationale schaalniveau gebruiken, geven aan niet zozeer last te hebben van externe factoren en ook niet van de seizoensgebondenheid van producten of slechte oogsten (Bijlage II & Bijlage III):

*“Seizoensgebonden producten doen wij ook niet aan. De meeste mensen willen het hele jaar door gewoon sperziebonen en tomaten kopen en daar willen wij wel zoveel mogelijk op insprijgen, maar dan wel op een verantwoorde manier. (...) Hetzelfde geldt voor slechte oogst van producten: dan proberen we het product wel uit het buitenland te halen, maar dan wel met het biologische verhaal.”*

*“Slechte oogsten van tarwe hebben wij zelf niet heel veel mee te maken, de maalterij die voor ons het graan omzet in meel zoekt dan verder. Het mooie hierin is dat er altijd wel ergens de zon schijnt en zo is de natuur gewoon geregeld. De ene keer is er daar een mindere oogst, de andere keer elders. Hier kunnen wij op inspringen en zo kunnen wij altijd wel tot een mooie bakaard komen.”*

Eén van de redenen waarom streekgerichte bedrijven de nationale grenzen passeren is dat zij inspelen op de vraag van producten die niet vanuit Nederland geleverd kunnen worden. Streekgerichte bedrijven die enkel de nationale en/of regionale schaal gebruiken, zullen logischerwijs dus wel de gevolgen van slechte oogsten en seizoensgebondenheid moeten tolereren. De vier streekgerichte bedrijven die binnen de nationale grenzen blijven (Landwinkel De Kastanjeboom, Bij Daphne in de Kas, Boerderij 't Paradijs en Boerderij Heerlijkheid Groot Weede), geven allen aan dat dit heel simpel wordt opgelost door het op-is-op principe. Een goed voorbeeld is de volgende reactie van de heer Snoei van Boerderij 't Paradijs (Bijlage VI):

*“Ik ben een seizoensgebonden winkel en ben ook qua slechte oogsten en dergelijke heel simpel: als we bijna geen aardbeien hebben dan geldt bij ons: op = op en daar doen we niet moeilijk over. Dat is wel het principe.”*

Externe factoren in de streekgerichte voedselsector in de regio Amersfoort vertalen zich alleen in de seizoensgebondenheid en afhankelijkheid van het klimaat. Het blijkt dat dit wordt opgelost door een groter schaalniveau aan te houden, zoals de twee streekgerichte bedrijven die ook op internationaal schaalniveau opereren dit oplossen. De overige vier streekgerichte bedrijven willen juist zo veel mogelijk de regionale en nationale schaal aanhouden. Mislukte oogsten zijn hier een onderdeel van, maar ook de seizoensgebondenheid is groot in Nederland, maar hier wordt de productkeuze op aangepast.

### 8.3.8 Prijs

Vaak wordt als één van de grootste nadelen van streekproducten en biologisch voedsel de hogere prijs genoemd. In de gehele voedselketen zou de productie van streekgerichte en biologisch voedsel dan ook duurder moeten zijn en daarmee zullen alle streekgerichte bedrijven hier mee te maken hebben. De vraag is of dit ook zo is in de beleving van de streekgerichte voedselbedrijven.

In het geval van Le Perron wordt het prijsverschil van het product bevestigd. Toch wordt de prijs niet als hoog gezien, zoals de heer Keune aangeeft (Bijlage III):

*“Onze consumenten betalen meer voor een brood in die zin dat het meer geld is voor één brood, maar het is een prijs/kwaliteit verhouding die er toe doet bij ons. Wij maken een goed stuk brood, onze klant betaalt daar veel geld voor in principe en als hij dan thuis komt en het brood op eet, dan moet het ook waard zijn.”*

Ook mevrouw Van Middelaar van De Kastanjeboom geeft aan dat bij haar de producten duurder zijn dan wanneer een consument deze gewoon in de supermarkt gaat kopen. De keuze geeft ze aan de consument of deze het waard vindt om de producten te kopen. De hogere prijs van bijvoorbeeld biologische producten begint al aan het begin van de voedselketen, zoals de heer Kok van Boerderij Heerlijkheid Groot Weede aangeeft (Bijlage VII): *“Voor mij is het lastigste van de boerderij dat als je iets wilt aankopen het altijd biologisch moet zijn en dat is gewoon duurder.”*

Dat alle biologische en/of streekproducten duurder zijn dan 'normale' producten wordt niet alleen bevestigd en genuanceerd, maar ook ontkend. De heer Jacobs van De Natuurwinkel Amersfoort zegt daarover (Bijlage II):

*"De prijs van de biologische producten zijn niet allemaal duurder. Met name de droogwaren zijn duurder, maar de verse producten zijn vaak niet duurder. Dit duurder zijn van producten heeft vooral te maken met de kleinere schaal waarop het wordt geproduceerd. (...) Het verse product mist een schakel in de keten van handel en is daardoor dus niet duurder."*

Ook de eigenaresse van De Kastanjeboom en de eigenaresse van Bij Daphne in de Kas beamen dat biologische producten en/of streekproducten niet zo zeer duurder zijn dan 'normale' voedselproducten. Volgens mevrouw Bartels van Bij Daphne in de Kas gaat er echter wel meer tijd en werk in zitten om de producten van A naar B te verplaatsen (door de kleinschaligheid van het product) en om het product te verbouwen en verwerken en kan hierdoor duurder worden (Bijlage V).

Kortom, wanneer er een hogere prijs wordt betaald door de consument of andere producenten, dan betalen zij vooral voor de kwaliteit van het product en is de prijs/kwaliteit verhouding hetzelfde als andere 'normale' voedselproducten. De prijs van biologische en/of streekproducten is niet altijd hoger, omdat er juist zo min mogelijk schakels in de voedselketen worden gebruikt.

### 8.3.9 Toekomstperspectief

In de theoretische hoofdstukken is naar voren gekomen dat zowel internationalisering en regionalisering processen in de voedselproductie volop in beweging zijn op dit moment. De vraag is echter in hoeverre deze processen van regionalisering en internationalisering van de voedselproductie in de toekomst voortzetten en hoe streekgerichte bedrijven de toekomst hiervan zien.

Volgens de heer Jacobs van De Natuurwinkel Amersfoort is er wat betreft de biologische markt al een kleine groei te zien in Nederland en naar verwachting zal dit in de toekomst langzaam meer worden. Hij zegt hierover (Bijlage II): *"Uiteindelijk zal de gedachte bij andere bedrijven wel ontwikkelen, maar dat heeft tijd nodig, denk ik."*

De heer Kok van Boerderij Heerlijkheid Groot Weede ziet daarentegen nog wat drempels die te overwinnen zijn als het gaat om de groei van biologische productie en streekproductie en ziet de internationale voedselbedrijven als een bedreiging hiervoor (Bijlage VII):

*"De regionale productiewijze moet naar mijn idee in de toekomst nog veel meer gestimuleerd worden, maar dat wordt wel lastig. Die internationale productiewijze is niet altijd even goed, omdat veel mensen met veel geld zich daarmee bemoeien en daarbij gaat het vooral om zoveel mogelijk geld verdienen. Die schaalvergroting is voor Nederland helemaal niet goed, omdat de boerderijen veel te groot worden dan. De grote boeren denken dat ze het beter kunnen, maar met robots en dergelijke moet je toch weer mensen bij in dienst nemen."*

Ook de heer Keune van Le Perron geeft aan dat er twee kanten van de medaille zijn (Bijlage III): *"De trend van goedkoper zal zich door blijven zetten, maar aan de andere kant ontstaat ook een beweging die in tegenovergestelde richting gaat."*



Er zijn dus twee kanten van dezelfde medaille: regionalisering en internationalisering. Elke geïnterviewde streeft meer naar regionalisering in de zin van een grotere biologische markt en veel meer gebruik maken van wat de regio te bieden heeft. Hierin zien zij vooral de grote internationale voedselbedrijven met relatief goedkope voedselproducten als bedreiging voor de groei van deze biologische en regionale markt. Echter, de heer Snoeij van Boerderij 't Paradijs ziet deze internationale voedselbedrijven als kennis voor de regio Amersfoort (Bijlage VI):

*“Ik vind de regio in een internationale gemeenschap heel belangrijk. Als je niet krachtig bent binnen de regio zal je ook nooit internationaal van belang zijn. Wij zelf hebben natuurlijk niet de ambitie om internationaal te produceren, maar het is wel heel interessant om van buitenlandse bezoekers hier op de boerderij ook te leren.”*

Hoewel deze gedachte zeldzaam is binnen streekgerichte bedrijven, kan deze gedachte wel enorm belangrijk zijn voor nieuwe toekomstperspectieven en nieuwe ontwikkelingen op de regionaliserende markt. Hoe sterker de regio is en hoe meer kennis de regio bezit, hoe belangrijker deze namelijk kan worden in de toekomst.

#### 8.4 Conclusie

De analyse van de interviews met werknemers of eigenaren van streekgerichte bedrijven leiden tot twee conclusies:

1. Streekgerichtheid is niet hetzelfde als regiogebondenheid;
2. Streekgerichte bedrijven werken weinig samen op verschillende schaalniveaus, omdat dit veel tijd en geld kost.

Streekgerichte bedrijven zien de regio niet zozeer als één bepaald gebied met duidelijke grenzen. Het aanbod in één bepaalde regio (bijvoorbeeld de regio Amersfoort) is onvoldoende om aan de vraag van consumenten en andere producenten te voldoen. Men komt de vraag naar producten tegemoet door over regionale grenzen heen te kijken. Regiogebondenheid is daarom voor veel bedrijven niet haalbaar. Zoals aan het begin van de paragraaf is aangegeven is ook niet zozeer de regio enorm van belang, maar meer de verantwoording van productiewijzen die leidt tot het gebruik van regionale producten door het verkorten van de voedselketen. De betekenis van de regio is hiermee verschillend voor de geïnterviewde personen. Hoewel het merendeel van de streekgerichte bedrijven zich binnen de nationale grenzen beweegt, is er maar één bedrijf die binnen de regionale grenzen blijft. De belangrijkste reden om over de regionale grens heen te kijken is de kwaliteit en de beperkte hoeveelheid aanbod van voedselproducten in de regio. Daarom is streekgerichtheid niet identiek aan regiogebondenheid en daarmee regionalisering een hele andere dimensie krijgt dan verwacht zou worden naar aanleiding van de literatuur.

Binnen de voedselsector kan het internationaal schaalniveau niet worden weggedacht, ook niet in het streekgerichte deel, simpelweg door het feit dat er tegenwoordig veel buitenlandse producten worden gegeten die niet in Nederland verbouwd kunnen worden. Er is dan ook onvoldoende aanbod van producten en grondstoffen van Nederlandse bodem. Dit geldt ook voor streekgerichte bedrijven.

Streekgerichte bedrijven die ook opereren op internationale schaal om voedselproducten aan te kopen, houden in het buitenland rekening met de manier waarop het product geproduceerd is en in welke regio dit product geproduceerd is. Zij gaan niet voor massaproductie of de laagst mogelijke prijs. Ook daarom leidt streekgerichtheid niet direct tot regiogebondenheid. Internationalisering en regionalisering zijn binnen de streekgerichte bedrijven geen tegenpolen, want internationalisering

kan ook regionale ontwikkeling stimuleren. Voor de afzet zijn streekgerichte bedrijven wel regiogebonden, terwijl toelevering en kennis maar weinig op regionaal niveau plaatsvindt, maar meer op nationaal niveau.

Voor alle streekgerichte bedrijven is het milieu een belangrijke externe factor om rekening mee te houden. Naast kwaliteit (zie paragraaf 8.3.2) is duurzaamheid een belangrijke doelstelling bij streekgerichte bedrijven. De opvatting van duurzaam produceren wordt door vele streekgerichte bedrijven bevestigd door het biologische product centraal te stellen en biologisch naar de buitenwereld toe te communiceren. De eigenschappen duurzaamheid en kwaliteit worden zelden los van elkaar gezien en blijken elkaar te versterken volgens streekgerichte bedrijven.

De meeste streekgerichte bedrijven staan open voor meer samenwerking met voornamelijk voedselbedrijven op verschillende schaalniveaus, ook met instituten. Streekgerichte voedselbedrijven zien de potentie wel, maar hebben geen tijd en geld hebben om contact te leggen en met initiatieven te komen. Het levert te weinig op om er echt werk van te maken. Dat betekent dat industriële voedselbedrijven, maar ook andere soorten bedrijven en instituten, in de regio Amersfoort geen tot weinig beroep doen op de streekgerichte bedrijven die over het algemeen meer kennis hebben dan industriële bedrijven over wat de regio heeft te bieden. De liefde komt bovendien te veel van één kant, namelijk de streekgerichte bedrijven.

De rol van de consument is bij streekgerichte bedrijven groter dan bij industriële voedselbedrijven. Streekgerichte bedrijven willen de consument het verhaal achter het product vertellen, alle schakels in de voedselketen die het product heeft doorgelopen aangeven en het liefst ook nog dat het streekgerichte bedrijf warme persoonlijke contacten heeft met de bedrijven in de voorgaande schakels. De consument wordt zoveel mogelijk betrokken bij het productieproces en wordt zoveel mogelijk geïnformeerd over de voedselketen die het voedselproduct heeft afgelegd. Hierbij is regiogebondenheid van het voedselproduct voor consumenten niet het belangrijkste punt waarop men het product beoordeelt, maar de productiewijze.

Streekgerichte bedrijven streven meer naar regionalisering. Zij zoeken naar een grotere biologische markt en willen veel meer gebruik maken van wat de regio te bieden heeft. Hierin zien zij vooral de grote internationale voedselbedrijven met relatief goedkope voedselproducten als bedreiging. De koppeling van *local buzz* en *global pipelines* is in de streekgerichte voedselbedrijven wel aan de hand, maar niet via de dwarsverbinding met de internationaal opererende industriële bedrijven.

Streekgerichte voedselbedrijven gaan er van uit dat vooral de industriële bedrijven, die voornamelijk *global pipelines* bezitten, zich verder sterk kunnen ontwikkelen en zien deze bedrijven daarom eerder als een bedreiging dan als een potentiële samenwerkingspartner. Niettemin opereert men zelf ten dele ook op internationale schaal.

Er blijkt onder streekgerichte voedselbedrijven enige belangstelling te zijn voor samenwerking op verschillende schaalniveaus. Deze belangstelling lijkt enkel van de streekgerichte kant te komen, niet van de industriële voedselbedrijven. Door deze belangstelling geldt dan ook dat de theorie van Schanbacer (2010) niet volledig opgaat. In de voedselsector in de regio Amersfoort staan internationalisering en regionalisering niet volledig tegenover elkaar. Het is eerder dat de twee processen twee kanten van dezelfde medaille zijn en dat industriële en streekgerichte voedselbedrijven ieder een eigen conceptualisering hebben van deze tegenstelling.

## Hoofdstuk 9 - De rol van de gemeente in de voedselsector

Uit voorgaande hoofdstukken is gebleken dat internationalisering en regionalisering bij industriële voedselbedrijven en streekgerichte voedselbedrijven een rol spelen. In het overheidsbeleid speelt dit ook een steeds belangrijkere opgave. In het gemeentevraagstuk van stad en ommeland gaat het de gemeente er uiteindelijk om economische en maatschappelijke doeleinden op elkaar af te stemmen (Ritzer, 2009). In het geval van dit onderzoek gaat het voornamelijk om de voedselproductie in de regio Amersfoort. Voor de overheid in de regio Amersfoort is het goed om te weten in hoeverre beide processen met elkaar samenhangen. Om een duidelijk overzicht te geven van zowel regionalisering als internationalisering in de voedselsector in de regio Amersfoort, is daarom ook nog met een aantal gemeentelijke beleidsvoerders en -makers uit de regio Amersfoort. Hieronder wordt een overzicht gegeven van de manier waarop gemeenten in de regio Amersfoort omgaan met internationalisering en regionalisering in de regio.

### 9.1 Analyse van de geïnterviewden

Er is gesproken met vier beleidsvoerders en –makers van vier verschillende gemeenten in de regio Amersfoort. Deze vier gemeenten zijn de gemeente Amersfoort, gemeente Barneveld, gemeente Bunschoten, en de gemeente Nijkerk. Allereerst is gekozen voor de gemeente Amersfoort omdat deze gemeente de kern van de regio is en de grootste stad van de regio onder deze gemeente valt en er een lokale concentratie van groothandel aanwezig is in de gemeente Amersfoort, zoals uit hoofdstuk 6 is gebleken. Van de gemeente Amersfoort is de heer Willebrandts geïnterviewd, hij is projectmanager van de gemeente. De gemeente Barneveld is gekozen vanwege de bekendheid van Barneveld in de voedselsector (de pluimvee-industrie) en vanwege de banden die Barneveld heeft met Food Valley in Wageningen. Van de gemeente Barneveld is de heer Berkvens geïnterviewd, beleidsadviseur Economie & Strategie. Deze banden met Food Valley heeft ook de gemeente Nijkerk. In de gemeente Nijkerk is daarnaast ook een lokale concentratie geconstateerd van de vervaardiging van voedingsmiddelen, zoals in hoofdstuk is beschreven en daarom zijn mevrouw Veldhoen (teamleider Ontwikkeling) en de heer Elsman (Strategisch Adviseur Economische Zaken) van deze gemeente geïnterviewd. Als laatste is de burgemeester Van de Groep van de gemeente Bunschoten geïnterviewd, omdat Bunschoten bekend staat als de regio waar vis en koek wordt geproduceerd en verwerkt. Daarnaast is er in de gemeente Bunschoten een lokale concentratie geconstateerd van de vervaardiging van voedingsmiddelen, de voedselsector zal dus ook in deze gemeente een belangrijke rol spelen.

### 9.2 Analyse van de interviews

De vier interviews geven een beeld van de manier waarop gemeenten in de regio Amersfoort inspelen op de ontwikkelingen in de voedselsector met betrekking tot regionalisering en internationalisering. Ook komt naar voren welke rol de gemeente speelt in de eventuele samenwerking tussen bedrijven en of deze rol er eigenlijk wel is. Hieronder wordt per deelonderwerp besproken hoe de verschillende gemeenten tegenover deze deelonderwerpen staan.

#### 9.2.1 Samenwerking tussen streekgerichte en industriële voedselbedrijven

De mate van samenwerking tussen streekgerichte en industriële voedselbedrijven wordt door de verschillende beleidsvoerders en –makers verschillend geïnterpreteerd. Zo blijkt in de gemeente Bunschoten deze samenwerking veel aanwezig te zijn en noemt Burgemeester Van de Groep een

concreet voorbeeld (Bijlage IX): de samenwerking van Le Perron en coöperatie Stad en Land om een 'boerenbox' te maken met daarin biologisch brood en streekproducten.

De geïnterviewden uit de overige gemeenten blijken minder enthousiast te zijn over samenwerking tussen streekgerichte en industriële voedselbedrijven. Zo wordt door de gemeente Nijkerk op de vraag of er enige samenwerking tussen deze bedrijven is in de gemeente of in de regio Amersfoort betwijfelend beantwoord (Bijlage XI):

*“Dat vind ik nog matig, voor zover ik het kan overzien. Je ziet dat ze erg hun eigen weg gaan. Er zijn natuurlijk wel nieuwe ontwikkelingen. Dan zie je dat de industrie dan wel trekkend moet zijn.”*

Ook bij de gemeente Amersfoort is geen overzicht van enige samenwerking tussen bedrijven in de voedselsector. Men geeft aan dat het dan vooral de grotere, industriële voedselbedrijven zullen moeten zijn die uiteindelijk besluiten om wel of geen samenwerking aan te gaan in de regio (Bijlage VIII):

*“En of die onderling samenwerken, dat weet ik niet. Ik denk het niet. Zeker die grote bedrijven niet, die hebben wel een relatie met bepaalde bedrijven in dezelfde niche, waar dan bepaalde samenwerking tussen is, maar dat is niet echt duidelijk voor de gemeente naar buiten toe gecommuniceerd. FrieslandCampina is bijvoorbeeld wel bezig met een R&D centre te bouwen in Wageningen, waar natuurlijk ook weer allerlei bedrijfjes omheen zitten, gerelateerd aan de foodsector. Daar zal dan wel weer samenwerking uit ontstaan. Maar ik heb daar geen inzicht in over in hoeverre die samenwerken.”*

Samenwerking tussen industriële en streekgerichte voedselbedrijven blijkt binnen de regio Amersfoort niet aan de orde te zijn of is niet bekend bij de gemeenten. Met uitzondering van de gemeente Bunschoten, waar een belangrijke lokale concentratie van zowel een industriële als een streekgericht voedselbedrijf is aangetoond. Wel zijn de verschillende gemeenten van mening dat vooral de grotere industriële voedselbedrijven hierin trekkend moeten zijn en dat dan de kleinschalige, streekgerichte bedrijven dan wel zullen volgen. Dit komt overeen met de gedachten van de geïnterviewden van streekgerichte bedrijven in hoofdstuk 8, die aangeven dat het hen te veel geld en tijd kost om de samenwerking op te zetten. Gemeenten geven aan dat er voor hen zelf hierin geen trekkende rol is weggelegd.

### 9.2.2 Rol van de gemeente bij samenwerking tussen voedselbedrijven

De beleidsvoerders en – makers die zijn geïnterviewd geven allen aan dat er vanuit de gemeente wel initiatieven zijn om bedrijven in de voedselsector in contact te brengen. Ook de rol die de gemeente hierin speelt wordt door alle vier de gemeenten als gelijk gezien. Burgemeester Van de Groep noemt het *“als makelaar spelen voor de bedrijven”* en dit is leidend voor alle gemeenten. Allen geven zij aan dat de gemeente er is om de verschillende bedrijven en belanghebbenden in één ruimte te krijgen. Om de contacten tussen voedselbedrijven te stimuleren organiseren zij bijeenkomsten. De rol van de gemeente gaat echter niet verder dan het organiseren van deze bijeenkomsten. Hierop hebben bedrijven de kans om met elkaar in contact te komen en vanuit daar moeten zij zelf initiatieven nemen om eventuele verdere contacten en gezamenlijke gedachtegangen te ontwikkelen. Initiatieven voor bijeenkomsten die door de gemeente worden opgezet komen allemaal vanuit dezelfde gedachtegang, zoals de heer Elsman van de gemeente Nijkerk dit verwoordt (Bijlage XI): *“Gebeurt er voldoende? Kennen de bedrijven elkaar voldoende om met elkaar samen te werken?”*

De gemeente Amersfoort gaat een stapje verder en ziet het in contact brengen van streekgerichte voedselbedrijven met industriële voedselbedrijven als het speerpunt van hun beleid (Bijlage VIII):

*“Jazeker, de gemeente probeert zeker bedrijven bij elkaar te brengen. Dat is ook het speerpunt van het beleid. We proberen bedrijven te binden aan de stad of aan de regio. (...) We gebruiken wel eens de metafoor van een zwerm vogels die uiteindelijk wel een groep is, maar daar komen weer vogels bij en de richting verandert en vogels laten de groep los en iedereen beweegt zich mee afhankelijk van de vraag.”*

Hoewel alle gemeenten aangeven een faciliterende rol te spelen in het contact tussen verschillende voedselbedrijven, beweert de heer Berkvens van de gemeente Barneveld dat een grotere rol niet is weggelegd voor de gemeente, maar meer voor het Rijk sectororganisaties (Bijlage IX):

*“maar ik vind dat dat veel meer een rol is voor het Rijk denk ik. Maar ook de standsorganisaties. De clubs van de verschillende sectoren. Zoals de landbouworganisaties en de industriële organisaties. Die moeten het uiteindelijk doen. En die moeten zich realiseren dat ze door samen te werken en samen na te denken over de kwaliteit, dat je het daar mee redt. Dus wij stimuleren wel, maar wij hebben in principe maar een hele kleine rol hierin. Het ministerie van Economische Zaken, waar Landbouw onder zit, die zouden daar veel actiever in moeten zijn vind ik.”*

Hoewel de heer Berkvens van mening is dat de rol van de gemeente niet centraal staat bij de contacten tussen voedselbedrijven is het wel de gemeente Barneveld die vanuit de gemeente het grootste initiatief heeft getoond hierin dat resulteerde in het Dutch Poultry Centre. Dit DPC is een initiatief van de gemeente om Nederland op de kaart te zetten als een goede en bekende pluimveesector speler op de internationale markt.

De rol van de gemeente blijkt beperkt te zijn bij het aanjagen van samenwerkingsverbanden tussen voedselbedrijven. Toch kan de gemeente van cruciaal belang zijn. De gemeente blijkt namelijk vooral aan het begin van dit proces te staan, in het bij elkaar brengen van bedrijven. Samenwerking tussen voedselbedrijven komen mogelijk tot stand door initiatieven van de gemeente, maar de invulling van deze samenwerking staat volledig los van de gemeente.

### 9.2.3 Reden voor stimuleren samenwerking voedselbedrijven

Alle gemeenten geven aan dat zij proberen voedselbedrijven met elkaar in contact te brengen om zodoende regionale ontwikkeling te stimuleren. Hierbij wordt vooral het creëren van werkgelegenheid in de gemeente als belangrijkste doel genoemd. De heer Willebrandts van de gemeente Amersfoort omschrijft de reden van het stimuleren van samenwerking tussen voedselbedrijven erg duidelijk (Bijlage VIII):

*“Uiteindelijk is dat natuurlijk werkgelegenheid. Dus we hebben advies gekregen van een externe commissie. Zij zeiden dat als we de stad vitaal willen houden, we uiteindelijk 1500 arbeidsplaatsen per jaar toevoegen. Dat kan je bereiken door aan verschillende knoppen te draaien. Dat is de knop van dienstverlening, maar dat is ook die groep zelfstandigen, die kleine ondernemers faciliteren.”*

Werkgelegenheid creëren betekent dat bedrijven zich voortdurend moeten ontwikkelen. Daarom geven de gemeenten aan dat het van belang is om samenwerking te stimuleren, zodat voedselbedrijven hun kennis kunnen uitwisselen. Zoals Burgemeester Van de Groep aangeeft (Bijlage X):

*“Ik zie het als gemeente belangrijk voor de visie op het platteland en hoe wordt daar in de toekomst met het platteland gebruik van gemaakt. Het hele verhaal van dat boerderijen om te overleven steeds groter moeten worden en minder opvolgers hebben, dat er dus andere vormen moeten komen om dat platteland in stand te houden.(...) Dus dat betekent ook dat ze gaan kijken van hoe kunnen wij naar productontwikkeling gaan, hoe kunnen we kijken naar landbouwproducten en die te gelden maken.”*

Ook de heer Berkvens van de gemeente Barneveld geeft aan dat het delen van kennis één van de belangrijkste redenen is om samen te werken (Bijlage IX):

*“Ja, dat zal zeker bijdragen aan de regionale ontwikkeling en wij proberen dat ook zeker te stimuleren. Dat proberen we natuurlijk altijd wel te stimuleren. En we proberen ook, voor zover dat in ons vermogen ligt, ook in de innovatie te stimuleren. We proberen ook te stimuleren dat ook MKB gebruikmaakt van de kennis die er in de regio, ook in Wageningen, zit. En dan het liefst ook samen. Dus je probeert het als gemeente bij elkaar te brengen. Zodat ze a) van elkaar leren, maar b) gebruikmaken van al die kennis die er is.”*

De belangrijkste reden voor alle gemeenten om samenwerking tussen voedselbedrijven te stimuleren is het creëren en behouden van werkgelegenheid. De gemeente Amersfoort en Nijkerk geven beiden aan nog niet heel veel te doen binnen de gemeente om samenwerking tussen industriële en streekgerichte voedselbedrijven te stimuleren. Zowel de gemeente Barneveld als de gemeente Bunschoten geven aan dat dit creëren van werkgelegenheid enkel kan ontstaan door het uitwisselen van kennis tussen voornamelijk de kleine en grote bedrijven. Dit is opvallend, omdat in hoofdstuk 8 de streekgerichte bedrijven samenwerking niet per se zien als het uitwisselen van kennis, maar meer als samenwerking tot nieuwe producten. Bij de gemeente Barneveld en Bunschoten is er duidelijk meer een beeld van de *global pipelines – local buzz* theorie die is geschetst in hoofdstuk 4. Deze theorie wordt zowel door de heer Berkvens als burgemeester Van de Groep ondersteunt in de gemeenten.

#### 9.2.4 Contacten tussen ondernemers, overheid en onderwijs in de voedselsector

De gemeenten Amersfoort, Nijkerk, Barneveld en Bunschoten geven aan dat zij proberen zoveel mogelijk samen te werken met het onderwijs. De inzet is om onderwijs en bedrijven in de voedselsector meer bij elkaar te brengen. Dit komt het sterkst naar voren bij de gemeenten Nijkerk en Barneveld. Zij maken onderdeel uit van de Food Valley en hebben daardoor sterke contacten met Wageningen University. De gemeenten Amersfoort en Bunschoten moeten op eigen houtje proberen de contacten tussen ondernemers, overheid en onderwijs te stimuleren en zij geven beiden aan dit belangrijk te vinden. Hier wordt weer het feit genoemd dat kennis de sleutel is tot ontwikkeling van de regio en die kennis wordt voor een groot deel verkregen in het onderwijs.

De manier waarop geprobeerd wordt zoveel mogelijk contact te leggen tussen ondernemers, overheid en onderwijs is hetzelfde als tussen voedselbedrijven. De gemeente speelt hierin een faciliterende rol en probeert vooral onderwijs en ondernemers met elkaar samen te brengen. Concrete plannen hiervoor kwamen echter niet duidelijk uit de interviews naar voren.

Hoewel alle vier gemeenten aangeven contacten tussen ondernemers, onderwijs en overheid te willen stimuleren, is er geen duidelijkheid verkregen over hoe dit daadwerkelijk in de praktijk wordt toegepast. Wel is duidelijk dat de gemeente ook hier weer een meer faciliterende rol speelt en zo

gauw onderwijs en ondernemers het eerste contact via de gemeente hebben gelegd, worden ze losgelaten om hun eigen ideeën voort te zetten.

### 9.2.5 Duurzaamheid

Uit hoofdstuk 7 en 8 is gebleken dat duurzaamheid voor zowel industriële voedselbedrijven als streekgerichte voedselbedrijven een belangrijke bijdrage levert aan hun bedrijfsprofiel. De meeste bedrijven willen zich met duurzaamheid associëren. Dit moet volgens de heer Berkvens van de gemeente Barneveld ook wel (Bijlage IX):

*“Dat is heel belangrijk. Kijk iedereen snapt dat als je naar de toekomst wilt, dat de voedselproductie alleen kan als je dat in combinatie met duurzaamheid doet. Dus wat je ook ziet is dat al die bedrijven en ontwikkelingen het aspect duurzaamheid bijna cruciaal is. Eigenlijk zit het thema duurzaamheid bij iedereen zo langzamerhand wel voorin. Geen waterverspilling, noem het allemaal maar op. Iedereen begrijpt dat als je massaal wilt produceren, in wilt spelen op de behoefte van de wereldbevolking en ook klimatologische omstandigheden in diverse delen van de wereld, dat duurzaamheid, efficiënt en effectief heel belangrijk is.”*

Op de vraag of de gemeente dan ook deze voedselbedrijven moet wijzen op duurzaamheid antwoordt de heer Berkvens (Bijlage IX): *“Je moet het toejuichen en stimuleren, maar de rest doet de sector zelf.”* En dat is ook wat de gemeenten Amersfoort en Bunschoten doen (Bijlage VIII & Bijlage X). Deze drie gemeenten zijn van mening dat duurzaamheid een belangrijke rol gaat spelen in de toekomst, zeker ook in voedselbedrijven, maar vinden het de taak van die voedselbedrijven zelf om hier iets mee te doen.

De gemeente Nijkerk is de enige die als gemeente meer doet dan het stimuleren van duurzaamheid. Zij proberen samen met de bedrijven meer richting duurzaamheid te gaan, zoals de heer Elsman uitlegt (Bijlage XI):

*“Op dit moment gaan twee werknemers van de gemeente echt de bedrijven langs om te inventariseren en praten met bedrijven over wat ze op het gebied van duurzaamheid doen, wat ze op dit gebied ook kunnen doen.”*

Het stimuleren van duurzaamheid speelt voor alle gemeenten een belangrijke rol. Allen erkennen dat duurzaamheid voor voedselbedrijven in de toekomst steeds belangrijker gaat worden. Maar de gemeenten laten vooral de voedselbedrijven vrij in het maken van keuzes over het nemen van duurzaamheidsmaatregelen. De gemeente Nijkerk is op dit punt het sterkst toegespitst op de bedrijven en heeft ambtenaren ingezet om samen met de bedrijven te analyseren hoe duurzaamheid binnen bedrijven kan worden toegepast. De gemeente Nijkerk stelt zich op het punt van duurzaamheid proactiever op dan de andere drie gemeenten.

### 9.2.6 Regiomarketing

De bestuurlijke samenwerking binnen de regio Amersfoort is de laatste jaren toegenomen. Omdat veel gemeenten binnen deze regio zich profileren op de voedselsector ligt het voor de hand dat voedsel wel één van de belangrijke factoren is in het imago dat de regio naar buiten wil dragen. Dit uit zich echter niet binnen de regio Amersfoort, mede door het feit dat er juist vele verschillende producten worden geassocieerd met de regio Amersfoort.

In de gemeente Bunschoten is er vooral aandacht voor vis- en koekproducten. Burgemeester Van de Groep geeft echter aan dat zeker in de vissector de regiomarketing niet optimaal is en daarom ook veel beter kan (Bijlage X):

*“Ik vind zelf dat de marketing van Spakenburgse vis sterker kan. Ik vind dat elke Spakenburgse visboer met een wagen of een winkel altijd het merk ‘Spakenburger vishandel’ moet uitventen. En dat doen ze vaak niet. Zij moeten het hebben van de kwaliteit die je uitstraalt en het moment dat ze dat niet koppelen aan Spakenburg in dit geval, laten ze een enorme kans liggen om zich als lokale/regionale kwaliteitsstempel bedrukken.”*

De heer Elsmann van de gemeente Nijkerk laat weten dat regiomarketing in de regio Amersfoort bijna niet aanwezig is, maar geeft tegelijkertijd aan dat het voor internationale contacten wel van belang kan zijn (Bijlage XI):

*“Dat staat nog in de kinderschoenen. Voor zowel de Food Valley als regio Amersfoort geldt eigenlijk hetzelfde voor de gemeente Nijkerk. We zitten te kijken hoe we ons als regio binnen Nederland, maar ook internationaal kunnen profileren. Voor Food Valley is dat al iets verder met een acquisitieplan om buitenlandse bedrijven bijvoorbeeld aan te trekken. Ook in de Regio Amersfoort zijn veel internationale contacten en we proberen onszelf daar wel in te profileren.”*

Tegelijkertijd geeft hij aan dat wellicht binnen de regio Amersfoort niet bepaald één sterke kant wordt uitgelicht, maar dit is in de Food Valley wel anders (Bijlage XI): *“In de regio Food Valley wordt vooral de topsector Agro Food als aantrekkingspunt genoemd.”* Dat Food Valley als een bepaalde regiomarketing werkt wat betreft de Agro Food in die regio wordt bevestigd door de heer Berkvens van de gemeente Barneveld. De gemeente Barneveld staat daarnaast ook bekend als een belangrijke speler in de pluimveesector en daar zit ook regiomarketing aan vast (Bijlage IX):

*“De industriële pluimveesector heeft wel zijn eigen Dutch Poultry Centre logo en wil dus eigenlijk dat dat DPC logo een soort van Zwitsers kruisje wordt, dat het staat voor kwaliteit. Dat proberen ze door de samenwerking uit te dragen, dat DPC voor kwaliteit staat. Dat is meer op Nederlands niveau eigenlijk.”*

Uit de interviews komt duidelijk naar voren dat de regio Amersfoort nog onvoldoende duidelijke regiomarketing in de voedselsector hanteert. Dit is ook lastig omdat het juist vele verschillende voedselindustrieën bevat met allen hun eigen kwaliteiten. Daarentegen is er binnen de gemeente Bunschoten en de gemeente Barneveld wel duidelijk sprake van enige vorm van regiomarketing, respectievelijk van vis en koek en van de pluimveesector. Dit zijn echter vooral lokale specialisaties en hebben geen betrekking op de gehele regio.

### 9.2.7 Kracht van de regio als internationale kracht

De meningen zijn verdeeld wanneer het gaat om de kracht van de regio te gebruiken om hier internationaal sterker mee te worden. In dit geval wordt hier vooral gedoeld op de voedselsector binnen de regio Amersfoort en om het unieke van de voedselsector in de regio Amersfoort te gebruiken om internationaal uit te breiden. De verdeelde meningen hebben te maken met de grote verschillende industrieën in de voedselsector. Zoals de heer Elsmann het verwoord (Bijlage XI):

*“Het ligt heel erg aan wat voor aspect je het bekijkt. Als je heel goed je netwerk binnen een regio kan organiseren, dan ontstaan er op een gegeven moment wat ruimte om je*



*ook wat meer internationaal te profileren en je daarop te richten. Daar geloof ik wel in. Als je slim verbindingen kan leggen ook met andere bedrijven dat je dan wel wat meer ruimte krijgt om je internationaal op de kaart te zetten. Maar die grote jongens komen deze regionale schaal weer voorbij en daar maakt het niet zo veel uit. Ik denk dat het heel erg afhankelijk is van de schaal.”*

Alle geïnterviewden geven aan dat de regio niet voor ieder voedselbedrijf zo belangrijk is en dat ze ook zonder de regio zouden kunnen bestaan. Ze geven echter wel aan dat het de regio is die een bedrijf sterker zou kunnen maken, dit wordt verwoord door de heer Berkvens van de gemeente Barneveld (Bijlage IX):

*“Laat ik het zo stellen: ik denk dat je internationaal in ieder geval sterker wordt als je ook krachtig binnen de regio bent.”*

De gemeenten geven aan dat niet ieder voedselbedrijf in de regio Amersfoort de regio ook echt nodig heeft en als een belangrijk aspect ziet van het bedrijf. Voedselbedrijven kunnen echter wel gebruikmaken van de regio Amersfoort om zich sterker te profileren op de internationale markt. De regio Amersfoort zal dan wel in de toekomst nog meer het aspect van voedselregio moeten profileren.

### 9.3 Conclusie

De gemeenten Amersfoort, Barneveld, Bunschoten en Nijkerk hebben allen geen trekkende rol in het stimuleren van samenwerking tussen industriële en streekgerichte voedselbedrijven. Dat betekent dat er vanuit streekgerichte voedselbedrijven, industriële voedselbedrijven en vanuit de gemeente geen samenwerking wordt gestimuleerd en daardoor komt deze samenwerking erg moeilijk tot stand. Ook met het bij elkaar brengen van ondernemers, onderwijs en overheid is de gemeente weinig actief en vooral ook meer faciliterend. Dit is tevens het geval wanneer het gaat om duurzaamheidsmaatregelen van voedselbedrijven: deze worden wel gestimuleerd, maar ondernemers zijn vrij in het maken van keuzes hierover. De regio Amersfoort blijkt geen sterke regio te zijn om de voedselsector via regiomarketing sterk naar buiten toe te laten blijken. Zoals in hoofdstuk 6 al duidelijk is geworden zijn er verschillende lokale concentraties van sectoren aanwezig binnen de regio Amersfoort, waardoor de aandacht binnen regiomarketing moet worden verdeeld onder deze verschillende concentraties. Het is lastig om regiomarketing te voeren wanneer er een grote verscheidenheid is binnen de regio.

De in hoofdstuk 4 genoemde theorie over *global pipelines – local buzz* lijkt bij de gemeente Barneveld en Bunschoten aandachtig te zijn bekeken en de beleidsvoerder en –maker geloven hier ook in. Opvallend is dat bij zowel het onderzoek naar industriële voedselbedrijven als streekgerichte voedselbedrijven naar voren komt dat er geen gebruik wordt gemaakt van de combinatie van *global pipelines – local buzz*. Hier zit nog enigszins een mismatch tussen de bedrijven en de overheid. Het merkwaardige hieraan is dat de gemeenten zich, ondanks het geloof in *global pipelines* en *local buzz*, voornamelijk richten op de grotere industriële bedrijven om zoveel mogelijk werkgelegenheid te creëren. De gemeenten geven zelf aan dat het juist deze bedrijven zijn die niet per se aan de regio Amersfoort gebonden zijn, zoals ook uit hoofdstuk 7 blijkt. Dit maakt het voor een dergelijk bedrijf veel eenvoudiger om de regio te verlaten. De vraag is dus of gemeenten zich niet te veel richten op de industriële voedselbedrijven, terwijl ze zich eigenlijk zouden moeten richten op de ontwikkeling van streekgerichte voedselbedrijven die *local buzz* brengen en meer gericht zijn op de regio, waardoor ze deze minder snel zullen verlaten.

## Conclusie en aanbevelingen

In dit onderzoek is aandacht besteed aan de complementariteit en overlap van regionalisering en internationalisering van de voedselketen binnen de regio Amersfoort. Er is onderzocht in hoeverre regionalisering en internationalisering van de voedselketen aanwezig is in de regio Amersfoort en hoe deze twee processen in de voedselindustrie in contact staan met elkaar. De volgende hoofdvraag stond centraal:

*‘Ontmoeten de twee werelden van internationalisering en regionalisering in de voedselketen elkaar in de regio Amersfoort en is hiervoor een geschikte ontmoetingsplaats?’*

Uit het onderzoek is gebleken dat zowel internationalisering als regionalisering van de voedselketen aanwezig zijn in de regio Amersfoort. Internationalisering van de voedselketen vindt al sinds de 19<sup>e</sup> eeuw plaats, maar is pas echt gegroeid tijdens de wederopbouw na de Tweede Wereldoorlog. De toenemende welvaart heeft er voor gezorgd dat veel meer voedsel uit het buitenland werd gehaald. Hierdoor is de ongelijke verdeling van de voedselvoorraad over de hele wereld vergroot. De absolute afstand die voedsel aflegt is de afgelopen eeuwen flink toegenomen. Tegelijkertijd nam de expansie van steden toe. Steden kunnen niet zelfvoorzienend zijn en importeren bijna al het voedsel. Door de internationalisering van de voedselketen en de toename van de voedselimport in de steden gaat de band tussen de producent en consument van voedsel steeds meer verloren.

Het verloren gaan van deze band is juist wat sommigen via de regionalisering van de voedselketen willen tegengaan. Binnen de regionalisering van de voedselketen is het van belang dat de consument weer een onderdeel wordt van de voedselketen en weet waar het voedsel vandaan komt. Daarnaast geeft het landen en regio's de mogelijkheid om zich te ontwikkelen, doordat iedere regio zijn eigen producten kan ontwikkelen en verkopen. Sinds de jaren '90 van de 20<sup>e</sup> eeuw is er een opmars gaande van de vraag naar kwalitatief goed voedsel. Inmiddels is de term 'streekproduct' een kenmerkende term voor de opkomst van regionalisering.

De regionalisering en internationalisering van de voedselsector is onderhevig aan een aantal externe factoren. De natuur heeft het meeste invloed op de voedselsector: uiteindelijk bepaalt de natuur de mate van voedselproductie. De productie kan beïnvloed worden door bijvoorbeeld extreme droogtes, hevige regenval of ziektes onder dieren.

Uit dit onderzoek blijkt dat er in de regio Amersfoort zowel sprake is van regionalisering als internationalisering van de voedselketen, maar dat deze twee werelden elkaar in de regio betrekkelijke weinig ontmoeten. Het lijkt er niet op dat er voordeel wordt gehaald uit deze situatie door middel van de verankering van *local buzz* en *global pipelines*. Deze theorie gaat er van uit dat de regio nog meer kan ontwikkelen wanneer gebruik wordt gemaakt van zowel de kennis van lokale bedrijven als de kennis van internationale bedrijven.

Uit de onderzoeksanalyse blijkt dat de meeste industriële voedselbedrijven zich richten op internationalisering en dat zij dit het belangrijkste vinden. De ondernemers van streekgerichte voedselbedrijven zijn vooral georiënteerd op de nationale schaal. Daarnaast zijn er streekgerichte bedrijven die de grens bepalen bij de regio en niet verder dan dit schaalniveau kijken. De industriële voedselbedrijven ondergaan voornamelijk een proces van internationalisering en geven aan de regio Amersfoort vooral te waarderen door de centrale ligging en goede bereikbaarheid in Nederland. De streekgerichte bedrijven houden zich voornamelijk bezig met regionalisering en werken dan ook

bijna uitsluitend samen met andere, op de streek gerichte bedrijven. Dit betekent niet dat zij ook regiogebonden zijn, want streekgerichtheid leidt niet tot automatisch tot regiogebondenheid.

De gemeentelijke overheden spelen enkel een faciliterende rol bij de ontwikkeling van regionalisering en internationalisering. Hoewel zij degenen zijn die de industriële en de streekgerichte voedselbedrijven in hun gemeente bij elkaar kunnen brengen om zo de voordelen tussen *local buzz* en *global pipelines* te gebruiken, doen zij dit niet. De gemeenten laten de bedrijven over het algemeen voornamelijk zelf hun gang gaan. Dat betekent dat streekgerichte voedselbedrijven, industriële voedselbedrijven en gemeentelijke overheden naar elkaar kijken en zelf weinig initiatieven nemen binnen de voedselsector in de regio Amersfoort.

De twee werelden van internationalisering en regionalisering ontmoeten elkaar in de regio Amersfoort nauwelijks. Alleen in de vorm van enkele streekgerichte bedrijven die een aantal van hun producten uit het buitenland halen. Zij hebben echter wel speciale banden met de regio's van waaruit ze de producten halen. Dat wil zeggen dat het conceptueel model die in hoofdstuk 5 is geïntroduceerd niet overeenstemt met de werkelijke situatie in de voedselsector in de regio Amersfoort. Internationalisering en regionalisering overlappen elkaar in dit model, maar in werkelijkheid vormen twee kanten van dezelfde medaille.

De regio Amersfoort speelt als ontmoetingsplaats van regionalisering en internationalisering geen rol. Dat betekent niet dat de regio Amersfoort geen rol zou kunnen spelen in deze ontmoeting. De regio staat bekend om zijn lokale concentraties aan bedrijven in de voedselsector. De streekgerichte bedrijven kunnen in samenwerking met de industriële voedselbedrijven de regio Amersfoort op de kaart zetten. De streekgerichte bedrijven kunnen de industriële voedselbedrijven laten zien wat de regio Amersfoort te bieden heeft. De industriële voedselbedrijven kunnen op hun beurt de internationale contacten laten zien wat de regio Amersfoort te bieden heeft en hen zo meer betrekken binnen de regio. Dit kan weer een positief effect hebben voor de regio door wellicht toekomstige investeringen of nieuwe afnemers. De gemeente speelt hierbij een belangrijke rol als tussenspeler van industriële en streekgerichte voedselbedrijven. De gemeentelijke overheden kunnen bedrijven bij elkaar brengen en samenwerking stimuleren door intensief contact te houden met beide soorten bedrijven. Er kan dus veel meer gebruik gemaakt worden van de *global pipelines* en de *local buzz* om zodoende van de regio Amersfoort een sterke (voedsel)regio te maken die internationaal op de kaart komt te staan.

### Beleidsaanbevelingen

Op basis van dit onderzoek kunnen de volgende aanbevelingen worden gedaan voor de regio Amersfoort, maar deze kunnen ook betrekking hebben op andere regio's in Nederland:

- ✓ *Het showroombeleid*: de regio Amersfoort kan de samenwerking tussen industriële voedselbedrijven en streekgerichte voedselbedrijven stimuleren: door een stimulatie vanuit de regio kan men de voedselbedrijven in de regio het belang van samenwerking laten zien en hiermee samenwerking ontbloemen;
- ✓ *Het bewustwordingsbeleid*: industriële voedselbedrijven kunnen meer contacten leggen met streekgerichte voedselbedrijven: in dat geval weten ze meer van wat er in de regio speelt en wat de regio te bieden heeft. Ze kunnen zodoende inspelen op het unieke van de regio en wellicht deze uniekheid van de regio verwerken en naar buiten dragen in hun eigen producten;

- ✓ *Het emancipatiebeleid:* streekgerichte voedselbedrijven kunnen meer contacten leggen met industriële voedselbedrijven: in dat geval kunnen streekgerichte voedselbedrijven de kennis verkrijgen die de industriële voedselbedrijven bezitten en kunnen streekgerichte bedrijven zich zodoende verder ontwikkelen;
- ✓ *Het sociaal innovatiebeleid:* de regio Amersfoort kan onder leiding van de verschillende gemeenten in de regio samenwerking tussen streekgerichte en industriële voedselbedrijven stimuleren: door middel van een tussenliggende partij komen zij wellicht eerder in contact met elkaar en kunnen ze samen een sterke regio op de kaart zetten, waar de gemeenten dan uiteindelijk ook weer van profiteren.

### Onderzoeksreflectie

Dit onderzoek omvat maar een klein deel van de grote voedselsector in de regio Amersfoort. Het is onmogelijk om alle bedrijven in de voedselsector mee te nemen in het onderzoek en daarom geeft dit onderzoek maar een klein deel van de werkelijkheid weer. Er zullen vele uitzonderingen op dit onderzoek zijn.

Het onderzoek tussen industriële voedselbedrijven en streekgerichte voedselbedrijven is niet geheel hetzelfde. In de eerstgenoemde groep zijn vooral voedselverwerkende industriebedrijven onderzocht, terwijl in de tweede groep voornamelijk ondernemers zijn geïnterviewd die streekgerichte producten vervaardigen en verhandelen. De reden hiervoor is omdat de voedselketen bij de streekgerichte voedselbedrijven vaak zo kort mogelijk wordt gehouden, waardoor er schakels in de voedselketen worden overgeslagen. Voor een meer volledige uitkomst van dit onderzoek zouden dus meer industriële voedselbedrijven in de landbouw en veeteelt en dienstverlenende sector moeten worden onderzocht.

Dit onderzoek heeft voor een deel gebruik gemaakt van data dat is verzameld door anderen. Er is dus geen volledige eigen dataset gebruikt en dit heeft nadelen met zich meegebracht, omdat niet alle onderwerpen die ik zou willen aan bod komen in deze data.

### Persoonlijke reflectie

Het schrijven van deze thesis heeft mij tot een aantal inzichten gebracht. Allereerst heb ik geleerd dat je een onderzoek niet kan sturen, maar dat het zijn eigen weg zal volgen en dit is niet te beïnvloeden. In het begin had ik daar veel moeite mee, omdat ik een bepaalde theorie wilde uitwerken en vanuit hier de empirie wilde opbouwen. Binnen de empirie moet je echter spelen met de bronnen die je kan vinden en deze zullen niet altijd aansluiten bij de theorie die al geschreven is.

Ten tweede ben ik er achter gekomen dat in interviews niet altijd bevredigende antwoorden worden gegeven, omdat ik bij enkelen toch echt het gevoel had dat geïnterviewden antwoorden gaven waarvan ze dachten dat ik deze graag wil horen in plaats van dat ze naar waarheid antwoorden. Dit is natuurlijk lastig te bewijzen, dus is het niet altijd even eenvoudig om hier over te oordelen. Dit is één van de redenen waarom ik wat meer kritisch naar kwalitatief onderzoek ben gaan kijken, omdat het maar een interpretatie is van mensen die deels beïnvloedt worden door bepaalde omstandigheden. Een dergelijk onderzoek als deze met een kwantitatieve onderzoeksmethode kan hele andere en interessante resultaten opleveren.

## Literatuurlijst

- ANP (2012), Prijs voedsel wereldwijd 8 procent gestegen. Gepubliceerd 26 april 2012.
- Atzema e.a. (2009), Ruimtelijke economische dynamiek: Kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Aubry, C. e.a. (2012), Urban agriculture and land use in cities: An approach with the multi-functionality and sustainability concepts in the case of Antananarivo.
- Baarda, D. & M. de Goede (2006), Basisboek Methoden en Technieken; Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwantitatief onderzoek. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers. 4e druk.
- Bathelt, H., A. Malmberg & P. Maskell (2004), Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography* 28, 1, pp. 31-56.
- BijDaphne.nl (2012), Bij Daphne In De Kas [online]. <http://www.bijdaphne.nl/> [Geciteerd 26 november 2012].
- Bijzen, Y. & G. Evers (2012), Visverwerking: Sector van individuen of teamspelers?; Onderzoeksrapportage naar clustering en netwerkvorming in Bunschoten-Spakenburg. Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- Boeije, H., H. 't Hart & J. Hox (2009), Onderzoeksmethoden. Den Haag: Boom onderwijs. 8e druk.
- Boekestijn, L. & I. de Ruijter (2012), Zuivelproductie in de regio Amersfoort, een verborgen cluster en netwerk of stand alone bedrijven. Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- Boerderijparadijs.nl (2012), Welkom bij Boerderij 't Paradijs [online]. <http://boerderijparadijs.nl/> [Geciteerd 27 november 2012].
- Bosse, L. & T. le Clercq (2012), Samen of alleen? Met welk bijltje wordt er gehakt in de regio Amersfoort? Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- Caalders, J., A. Nigten & J. Laro (2009), Dichterbij – Over regionalisering van voedselketens en een grotere rol voor de consument. Utrecht: BUITEN, Bureau voor Economie & Omgeving.
- CBS (2012), SBI 2008 – versie 2012 Toelichting codes. Centraal Bureau voor de Statistiek, Hoofddirectie Economie, Bedrijven en Nationale rekeningen.
- CBS (2013), Statline databank. Voorburg/Heerlen, 19 maart 2013. <http://www.cbs.nl>.
- Chant, T. (2012), For metros, Two cities can be better than one [online]. <http://persquaremile.com/2012/02/02/for-metros-two-cities-can-be-better-than-one/> [Geciteerd 4 mei 2012].
- Coley, D., M. Howard & M. Winter (2008), Local food, food miles and carbon emissions: A comparison of farm shop and mass distribution approaches. *Food Policy* 24, pp. 150-155.
- Dekastanjeboom.nl (2012), De geschiedenis van de Kastanjeboom [online]. <http://www.dekastanjeboom.nl/pagina/nl/69/58/geschiedenis-van-de-kastanjeboom.html>
- DeVincent, D. & S. Barendse (2012), Eindrapport Visverwerking, Economische Geografie 2: Bedrijf en regio. Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- Doomen, A. & I. Spijkerman (2012), Rapport: Onderzoek naar de manier waarop de regionale kennis- en innovatie economie in de zuivelsector van de regio Amersfoort functioneert. Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- Duurzamelifestyle.nl (2009), Food Miles. Gepubliceerd: 20 maart 2009.
- Eriks, D. & E. van der Steen (2012), Samenwerking in de zuivelindustrie. Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.

- Financieel Dagblad (2012), Forward to Basics, een ode aan de veerkrachtige stad. Gepubliceerd: 7 mei 2012.
- Fortune (2012), Global 500. Gepubliceerd: 23 juli 2012.
- Fresco, L. (2012), Hamburgers in het Paradijs: Voedsel in tijden van schaarste en overvloed. Amsterdam: Prometheus.
- Gemeente Amsterdam (2010), PLAN Amsterdam: Voedsel, Schakel tussen stad en land. Dienst Ruimtelijke Ordening: mei 2010.
- Geschiedenis24 (2012), De culinaire revolutie van de jaren zestig [online]. <http://www.geschiedenis24.nl/andere-tijden/afleveringen/2002-2003/De-culinaire-revolutie-van-de-jaren-zestig.html> [Geciteerd 20 november 2012].
- Geurts, G. (2008), Regionalisering als alternatief voor neoliberale globalisering: Beleid en Praktijk. Amsterdam: Vóór de Verandering – Alternatieven voor het neoliberalisme.
- Gevers, F. & M. van Rooijen (2012), Clustering en netwerken in de zuivelindustrie: stadsregio Amersfoort. Universiteit Utrecht: Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- Grewal & Grewal (2012), Can cities become self-reliant in food? Cities, Vol. 29, pp. 1-11.
- Groot, de, C.P. (2012), Vitale bedrijvencusters in de regio Amersfoort. Uitwerkingen interviews voedselbedrijven Amersfoort.
- Guardian, the (2008), How the myth of food miles hurts the planet. Gepubliceerd 23 maart 2008.
- Harrar, J.G. (1970), The Global Food Supply. Proceedings of the National Academy of Sciences, Vol. 67, No. 2, pp. 900-907.
- Hoofdstad van de Smaak (2012), Thema: Ontmoeten op het knooppunt van de smaak [online]. <http://www.tijdvooramersfoort.nl/hoofdstad-van-de-smaak/thema/> [Geciteerd 29 oktober 2012].
- Janssen, E. & S. Terpstra (2012), De broden van stadsregio Amersfoort: een onderzoek naar cluster- en netwerkvorming in de brood, banket en deegwaren bedrijfsklasse. Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- Jong, de, E., C. Bode & E. Brugmans (2008), Voedsel en globalisering: De grenzen in zicht. Venlo: Thijmgenootschap.
- Jongeneel, R. (2008), Voedsel en globalisering, de grenzen in zicht: Over grenzen (w)eten. Venlo: Thijmgenootschap.
- Leperron.nl (2012), Over Le Perron [online]. <http://www.leperron.nl/over-le-perron/> [Geciteerd 16 november 2012].
- Kort, de (2008), Landbouwbeleid in ontwikkeling. Jaarboek Overheidsfinanciën 2008, pp. 189-199.
- Maat, L. & L. Gloudemans (2012), Slachterijen en Vleesverwerking: Eindrapport. Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- Maye, D. & B. Ilbery (2006), Regional economies of local food production: tracing food chain links between 'specialist' producers and intermediaries in the Scottish-English borders. European and Regional Studies 13, pp. 337-354.
- Meyer, R. (2007), Comparison of scenarios on futures of European food chains. Trends in Food Science & Technology 18, pp. 540-545.
- Milieudefensie (2008), Milieudefensie Magazine, onafhankelijk opinieblad over het milieu. Jaargang 37, nr. 9.
- Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (2012), Monitor Duurzaam Voedsel 2011.
- Moustier & Mbaye (1999), Peri-urban agriculture in Sub-Saharan Africa: proceedings of the international workshop from april 20-24<sup>th</sup> 1998. Frankrijk: Montpellier, pp. 7-16.

- Natuurwinkel.nl (2012), Waar staan wij voor? [online]. [http://www.natuurwinkel.nl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=36&Itemid=35](http://www.natuurwinkel.nl/index.php?option=com_content&view=article&id=36&Itemid=35) [Geciteerd 6 november 2012].
- Nederveen, F. & J. Jochems (2012), Eindrapport Economische Geografie II, Kernactiviteit: Slachterijen en vleesverwerkingen. Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- NOS (2012), Wachtdlijsten voor voedselbanken [online]. <http://nos.nl/artikel/359578-wachtdlijsten-voor-voedselbanken.html> [Geciteerd 6 april 2012].
- NRC (2009), Liberalisering landbouw niet eng. Gepubliceerd 30 juli 2009.
- PAR (2012), Provinciaal Arbeidsplaatsen Register. Geraadpleegd 26 juli 2013.
- PWE (2012), Provinciale Werkgelegenheidsenquête. Geraadpleegd 26 juli 2013.
- Rijksoverheid (2012), Duurzaam voedsel belangrijkste trend in boodschappenmandje. Gepubliceerd 6 juni 2012.
- Ritzer (2009), *Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption*. Washington D.C.: SAGE Publications, derde editie.
- Sage, C. (2003), Social embeddedness and relations of regard: alternative good food networks in South-West Ireland. *Journal of Rural Studies* 19, pp. 47-60.
- Schanbacher, W.D. (2010), *The Politics of Food: The Global Conflict Between Food Security and Food Sovereignty*. Santa Barbara: Praeger.
- Steel, C. (2009), *De hongerige stad: hoe voedsel ons leven vormt*. Rotterdam: NAI uitgevers.
- Teunissen, L. & S. Steegman (2012), Alle afzonderlijke sneetjes vormen tezamen een brood: een onderzoek naar cluster- en netwerkvorming in de bedrijfsklasse brood, banket en deegwaren. Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie & Planologie.
- Trouw (2012), Boer zoekt stad. Gepubliceerd 21 april 2012.
- Van Dale (2013a), Betekenis 'biologisch' [online]. <http://vandale.nl/opzoeken?pattern=biologisch&lang=nn#.UfJBeY1M84x> [Geciteerd 26 juli 2013].
- Van Dale (2013b), Betekenis 'duurzaam' [online]. <http://vandale.nl/opzoeken?pattern=duurzaam&lang=nn#.Uf13UY1M84w> [Geciteerd 26 juli 2013].
- Vlieger, J.J., K. van Ittersum & H.S. van der Meulen (1999), *Streekproducten: van consument tot producent*. Den Haag: LEI.
- Vries, de, J. (2002), *Grenzen verkend: Internationalisering van de ruimtelijke planning in de Benelux*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Weede.nl (2012), Biologische Dynamische Boerderij Heerlijkheid Groot Weede [online]. <http://www.weede.nl/index.htm>
- Went, R. (1996), *Grenzen aan de globalisering?* Amsterdam: Het Spinhuis. <http://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=WI4bVhkbLUoC&oi=fnd&pg=PA1&dq=globalisering&ots=gQLldciESH&sig=WgiyC1LSc-kA8X0uVUvFx4rcNVI#v=onepage&q=globalisering&f=false>
- Winter, M. (2003), Embeddedness, the new food economy and defensive localism. *Journal of Rural Studies* 19, 23-32.
- Worldometers (2012), Real time wereld statistieken [online]. <http://www.worldometers.info/nl/> [Geciteerd 6 april 2012].
- Yeung, Y. (1998), The promise and peril of globalization. *Progress in Human Geography* 22, 4, pp. 475-477.

## Bijlage I - Interviewvragen

### Deel 1 - Werknemers of eigenaren streekgerichte bedrijven

**Naam:**

**Bedrijf:**

**Functie:**

**Waar voor soort bedrijf is het?**

#### **Regionalisering**

1. Wat verstaat u onder de regio?
2. Zijn al uw producten en de grondstoffen ervan uit de regio afkomstig?
3. Wat is de drijfveer echter het opzetten van uw bedrijf?
4. Wat betekenen regionale producten/streekproducten voor u en waarom heeft u voor deze producten gekozen?
5. Vaak zijn regionale producten duurder om te produceren en te kopen voor consumenten dan andere soortgelijke producten, speelt dit een rol binnen uw bedrijf?
6. Spelen kwaliteit en milieubewustheid een grote rol binnen uw bedrijf?
7. Is het voor u van belang dat de consument het verhaal achter het product kent? Dus dat zij weten waar het voedsel vandaan komt?
8. Vindt u het van belang dat de consument zich meer mengt in het proces van voedselproductie?

#### **Externe factoren**

9. Hoe gaat u om met externe factoren, zoals een slecht oogstjaar voor een bepaald product?
10. Ziet u nog andere gevaren in het gebruik van regionale producten die niet zozeer voorkomen op andere schaalniveaus? Kortom, wat is er zo lastig aan het gebruiken van enkel de regio?

#### **Internationalisering (en regionalisering)**

11. Uit eerdere onderzoeken blijkt dat veel voedselgerelateerde bedrijven in de regio Amersfoort de regio niet als een bron zien en zich veel meer richten op internationalisering. Probeert u andere bedrijven en ook de consument meer bewust te maken van de regio zelf?
12. Ook blijkt uit eerdere onderzoeken dat voedselgerelateerde bedrijven in de regio Amersfoort verwachten dat de internationale schaal steeds belangrijker wordt in de toekomst, bent u het hier mee eens?

### Deel 2 - Beleidsmakers Regio Amersfoort

De regio Amersfoort kent nogal wat bedrijven in de voedingssector. Enerzijds gaat het om (hoofd)vestigingen van grote bedrijven zoals FrieslandCampina en Arla en om exporterende bedrijven in bijvoorbeeld de vis en pluimveesector, anderzijds om bedrijven die zich toeleggen op duurzame voeding, vaak voor de nationale en regionale markt. We maken in dit onderzoek een onderscheid tussen twee soorten bedrijvigheid in de voedingssector:



1. Bedrijven die vooral op kostenefficiëntie zijn gericht, zich bedienen van industriële productiewijzen en hun producten afzetten op internationale markten;
2. Bedrijven die vooral op hoogwaardige kwaliteit zijn gericht, zich bedienen van duurzame productiewijzen en hun producten afzetten op nationale/regionale/lokale markten.

Mengvormen komen natuurlijk voor (industrieel-nationale markt, duurzaam-buitenlandse markten), het gaat om een ideaaltypische tweedeling.

De centrale vraag van het interview is of de regio Amersfoort een soort Januskop heeft waarbij deze twee verschijningsvormen van de voedingssector geheel onafhankelijk van elkaar opereren dan wel dat bedrijven die behoren tot een van beide vormen elkaar ergens in de regio Amersfoort ontmoeten. Een afgeleide vraag daarbij is hoe kennisinstellingen en overheden hier tegen aan kijken. Zo is Food Valley in de regio Wageningen een internationaal bekend kennis- en productiecentrum in de Nederlandse voedingssector. Heeft het voor de regio Amersfoort zin om de banden met de Food Valley strakker aan te trekken of moet de regio eigenstandig proberen de aanwezige kansen in de voedingssector beter te benutten, bijvoorbeeld door de genoemde gescheiden werelden te overbruggen?

Ik zou graag eerst een paar algemene inleidende vragen aan uw willen stellen:

1. Heeft u concrete voorbeelden van enige samenwerking tussen bedrijven in de voedselsector binnen uw gemeente of in de regio Amersfoort?
2. Denkt u dat het integreren van de genoemde twee soorten bedrijven en het meer in contact staan met elkaar zal helpen bij de ontwikkeling van de lokale of regionale economie?
3. Welke hindernissen ondervinden deze soorten bedrijven om niet met elkaar te kunnen samenwerken?
4. Zijn er in uw gemeente initiatieven om deze verschillende soorten bedrijven (veelal grote vs. kleine bedrijven) met elkaar in contact te laten komen? Zo nee, waarom niet? Zo ja, hoe ziet dit initiatief er uit?
5. Welk effect zal dit hebben op de lokale of regionale economie?
6. Zou u samenwerking tussen verschillende voedselbedrijven op verschillende schaalniveaus (bijv. primair in de regio Amersfoort, in hechtere samenwerking met Food Valley Wageningen, met andere samenwerkingspartners in binnen- en buitenland) willen stimuleren en zo ja, hoe zou u dit willen aanpakken?

In het tweede deel van het interview wil ik u graag wat meer specifieke vragen over dit onderwerp stellen. De vragen zijn mede gebaseerd op de uitkomsten van mijn onderzoek onder bedrijven in de regio Amersfoort die zich toeleggen op internationale producten of op streekgerichte producten.

7. De voedingssector is een kennisintensieve sector. Zijn er in de regio Amersfoort of in uw gemeente platforms waar bedrijven en kennisinstellingen in de voedingssector elkaar ontmoeten? Denk aan 'gouden driehoek' (ondernemers, overheid, onderwijs) uit het Topsectorenbeleid of aan Triple Helix zoals in de Brainportregio Eindhoven.  
Zo, ja, kunt u daar iets over vertellen (maatschappelijke initiatief of vanuit het bedrijfsleven of de overheid? doelstellingen? werkwijze? frequentie? projecten? trekkers?)?  
Zo, nee, zou het van belang zijn om zo'n platform voor de voedingssector in de regio Amersfoort op te richten?
8. Uit mijn onderzoek is gebleken dat voedingsbedrijven onderling doen aan uitwisseling van informatie over nieuwe vormen van productiewijze en vooral ook over nieuwe recepturen. Kent u zelf voorbeelden van zulke 'knowledge spillovers' in uw gemeente of de regio Amersfoort? Zou

- dat volgens u moeten worden gestimuleerd? Hoe? Ligt hier een taak voor de lokale of regionale overheid?
9. Voedselveiligheid is een veel besproken onderwerp in de voedingssector. Ook daarover wordt onderling door bedrijven veel gesproken. Daarnaast is het natuurlijk ook van belang voor de overheid. Gebeurt er op het vlak van voedselveiligheid het nodige in uw gemeente of in de regio Amersfoort? Zou dat volgens u moeten worden gestimuleerd? Hoe? Ligt hier een taak voor de lokale of regionale overheid?
10. Duurzaamheid is een ander actueel onderwerp in de voedingssector, zowel op internationale als op regionale schaal. Denkt u dat maatregelen om duurzaamheid te stimuleren op internationaal en regionaal niveau in elkaars verlengde liggen? Gebeurt er op dat vlak al wat in uw gemeente of in de regio Amersfoort? Zou dat volgens u moeten worden gestimuleerd? Ligt hier een taak voor de lokale of regionale overheid?
11. Regiomarketing is ook een belangrijk onderwerp. Iedereen kent wel het voorbeeld van de Appellation Contrôlé van de Franse wijnen of van de Parmaham. Denk aan de campagne in Zwolle om zich te presenteren als proefregio. De regio Amersfoort heeft niet zo'n duidelijk logo. Zou men daarnaar op zoek moeten gaan? Zou dat volgens u moeten worden gestimuleerd? Hoe? Ligt hier een taak voor de lokale of regionale overheid?
12. De voedingssector speelt steeds meer in op de behoefte van de consument. De lokale en regionale consument is daarbij een steeds vaker genoemde doelgroep. Wat gebeurt er in de regio Amersfoort of in uw gemeente op dit vlak? Zou dat volgens u moeten worden gestimuleerd? Hoe? Ligt hier een taak voor de lokale of regionale overheid?
13. De voedingssector is eigenlijk een High Tech sector: de technologie in de productie heeft een hoge vlucht gemaakt. Kennis over de technieken om voedsel te verwerken tot een product leent zich goed om met elkaar uit te wisselen. Zou dat volgens u moeten worden gestimuleerd? Hoe? Ligt hier een taak voor de lokale of regionale overheid?
14. De voedingssector staat niet op zich zelf. Andere sectoren zijn aan de voedingssector gerelateerd. Denk bijvoorbeeld aan transportsector of aan de marketingsector. Kent u voorbeelden in de regio Amersfoort of uw gemeente van zulke sectoroverstijgende contacten en samenwerking? Zou dat volgens u moeten worden gestimuleerd? Hoe? Ligt hier een taak voor de lokale of regionale overheid?
15. Een quote uit één van de interviews is "Als je niet krachtig bent binnen de regio, zal je ook nooit internationaal van belang zijn." Bent u het met deze uitspraak eens? En wat zijn uw gedachten hierover?

Dank voor uw medewerking aan dit onderzoek.

## Bijlage II - Interview dhr. Jacobs - De Natuurwinkel Amersfoort

De Natuurwinkel in Amersfoort heeft een ruim assortiment in eerlijke en biologische producten. De winkel schenkt vooral aandacht aan het verhaal achter de producten. Deze producten zijn met zorg en aandacht geteeld en geproduceerd met respect voor mens, dier en milieu. De oorsprong maakt een belangrijk onderdeel uit van het verhaal van het product (Natuurwinkel.nl, 2012).

*De winkel probeert al heel lang zoveel mogelijk producten uit de regio te halen. Het aanbod hiervan is echter niet zo groot. De belangrijkste reden waarom toch wordt gekozen om zoveel mogelijk producten uit de regio te halen is om zo min mogelijk de producten anoniem te verkopen. De mensen kunnen opzoeken waar de producten vandaan komen en zodoende zelfs ook kennis maken met degene die het produceert. Het verschilt per persoon enorm of ze dit op prijs stellen of dat ze het onzin vinden.*

*Het aantal klanten die in zijn winkel komen is de afgelopen vijf jaar niet zozeer toegenomen, maar ook niet gedaald. Hij heeft vaste klanten, maar daarnaast zijn er ook veel personen met een wisselend koopgedrag die de ene keer wel naar de Natuurwinkel gaan en de andere keer niet. Vroeger was men meer bewuster aan het shoppen en wilden ze echt een statement maken met biologische producten kopen, tegenwoordig is dat veel minder zo, het is veel onduidelijker geworden.*

*De prijs van de biologische producten zijn niet allemaal duurder. Met name de droogwaren zijn duurder, maar de verse producten zijn vaak niet duurder. Dit duurder zijn van producten heeft vooral te maken met de kleinere schaal waarop het wordt geproduceerd. Alhoewel de biologische markt wel steeds meer een grotere schaal van productie kent. Het verse product mist een schakel in de keten van handel en is daardoor dus niet duurder. We proberen dan ook zoveel mogelijk producten uit de streek te halen, om zo min mogelijk schakels te hebben tussen producent en consument. Dus we hebben nooit en sla uit de streek en sla van de groothandel, altijd als eerste sla uit de streek. Tenzij er duidelijke kwaliteitsverschillen zijn, dan willen we nog wel eens een uitzondering maken.*

*Het grootste deel van onze producten komt echter wel van de groothandel. We zijn nog aan het zoeken naar een stukje marketing wat de mens echt over de streep haalt om bij ons hun boodschappen te halen. Als je bijvoorbeeld kijkt naar advertenties in kranten, dan hebben wij niet het idee dat dit enigszins helpt. Folders zou kunnen, maar dan krijg je weer een heleboel papier en dat is ook slecht voor het milieu. We kunnen ook wel iets online zetten, maar hier wordt naar ons idee niet heel veel naar gekeken. We willen de mensen wel bereiken, maar weten nog niet hoe. We zitten hier wel op een goede locatie, waar veel nieuwe mensen komen en we hebben veel mond op mond reclame. We proberen ook door middel van speciale acties mensen te trekken en ze dan bewust meegeven dat het anonieme in de voedselketen niet per se nodig is.*

*Er is een soort hype in duurzaam en streekgerichte voedsel, maar de mensen gedragen zich er niet helemaal naar. Dat heeft voor een klein deel te maken met de grote prijsverschillen van sommige producten, zoals kaas.*

*Bij de producten die wel uit het buitenland worden gehaald, bijvoorbeeld kruiden en thee, wordt wel speciaal gelet op het soort vervoer waarmee het wordt geïmporteerd en het project waar het vandaan komt. Dus dat in de regio waarin het geproduceerd wordt ook een project is om deze regio en de productie in deze regio te verbeteren. We proberen zoveel mogelijk met projecten samen te werken waarbij gebieden in het buitenland worden ontwikkeld door middel van het stimuleren van economische activiteit. Dan komt het product wel van ver, maar is het veel minder erg omdat het in zekere zin weer een andere regio ontwikkelt. Het is een soort van ontwikkelingssamenwerking. Het gaat dan niet per se om het niet zoveel kilometers maken voordat het product in de schappen ligt, maar ook om het stimuleren van regionale ontwikkeling. Er zijn mensen die verre producten niet kopen, maar wij houden het wel in het assortiment.*

*Seizoensgebonden producten doen wij ook niet aan. De meeste mensen willen het hele jaar door gewoon sperziebonen en tomaten kopen en daar willen wij wel zoveel mogelijk op inspringen, maar dan wel op een verantwoorde manier. Voor ons zijn de verhalen van het product het belangrijkste, maar de winkel gevuld houden is ook belangrijk. Je kijkt wel waar het vandaan komt, maar als dit dan van iets verder moet komen is het niet erg, als het maar verantwoord en een verhaal heeft. Het is wel een lastig plaatje om te kijken naar de duurzaamheid en welk product dan uiteindelijk het duurzaamst is, maar dat zoekt onze groothandel voor een groot deel uit.*

*Hetzelfde geldt voor slechte oogst van producten: dan proberen we het product wel uit het buitenland te halen, maar dan wel met het biologische verhaal. We zijn ook zelf heel erg biologisch gericht. Als er bijvoorbeeld streekproducten zijn die niet biologisch zijn, dan komt dat bij ons niet de winkel binnen. We kijken natuurlijk wel eerst naar wat de streek te bieden heeft aan biologische producten.*

*We zijn niet actief sturend om andere bedrijven erop te attenderen dat biologisch/duurzaam/een verhaal achter het product een belangrijk gegeven is. Dat doen we niet omdat je dan al gauw met het vingertje gaat wijzen. Uiteindelijk zal de gedachte bij andere bedrijven wel ontwikkelen, maar dat heeft tijd nodig denk ik. De aantrekkelijkheid van het biologisch produceren in Nederland staat behoorlijk stil. De biologische agricultuur van producten ontwikkelt zich bijna niet in Nederland, terwijl in het buitenland wel een snelle ontwikkeling gaande is. Misschien dat er in Nederland ooit iets komt waarin het meer gestimuleerd wordt, maar vanuit de handel gebeurt er nu echt weinig. In Duitsland en Frankrijk bijvoorbeeld is de regioproductie veel groter. De regio is daar veel belangrijker. Nederland is heel erg internationaal, erg op export gericht en dat stimuleert de regionale productie niet. Er zijn prachtige producten in Nederland, maar niet zo heel veel. En deze producten zijn dan ook nog eens lastig te vinden.*

*Wat betreft de toekomst zijn wij nu al veel aangewezen op de iets grotere schaal, omdat er simpelweg niet genoeg geproduceerd wordt op kleine schaal. Wat we kunnen doen, dat doen we, maar we zullen toch nog wel een hele poos ook aangewezen zijn op de grotere schaal. Ik zie namelijk in deze regio nog weinig ontwikkeling qua regionale productie. Er is daarvoor ook weinig contact met elkaar, dat verbaast ons eigenlijk wel. Contact met andere boerenbedrijven in de regio zal wel eens stimulerend kunnen zijn voor de ontwikkeling van plannen. Er komt op dit moment, door die geringe samenwerking, ook vrij weinig van de grond. Het is ook wel lastig omdat biologisch en duurzaam produceren wel betekent dat er eerst moet worden geïnvesteerd door de producent en daar is niet altijd geld en tijd voor. Het kan uiteindelijk wel, maar het kost heel veel moeite en tijd. Men wil vaak met te weinig tijd en te weinig geld heel veel bereiken en dat kan niet en dan loopt het mis. Daarom worden veel producenten ontmoedigd door het idee. Velen zijn van mening dat er iets moet gebeuren, maar vaak zijn de ideeën niet realistisch en kan het sowieso al niet worden gerealiseerd.*

*De horeca is ook een probleem wanneer het gaat om het verkopen van biologische/streek-/duurzame producten. De horeca wil het vaak zo goedkoop mogelijk inkopen en dat kan vaak niet en dan willen ze niet mee werken. Natuurlijk is de horeca op dit moment met de economische crisis erg zwak, dus daar is niet alles van te zeggen.*

*Het kostenplaatje is nog steeds het meest dominante in de voedselsector. Al jarenlang wordt er met de prijs van voedsel geëxperimenteerd en dan niet alleen het voedsel met een verhaal, maar bijvoorbeeld ook gewoon de melk. En dat maakt het ook veel moeilijk voor deze Natuurwinkel om daar tegenop te leven. Ook al lijkt het zo dat winkels zoals deze de laatste tien jaren enorm zijn gegroeid en veel groter zijn geworden en het is op zich wel succesvol (we gaan zelfs waarschijnlijk uitbreiden met het pand hiernaast), maar het blijft altijd een select gezelschap die zich er mee bezig houdt.*

*Duurzaamheid, streek, het wordt heel hard geroepen, maar wat houdt het nu voor veel mensen eigenlijk in?*

## Bijlage III - Interview dhr. Keune - Le Perron

Le Perron is een bakkerij met 36 verschillende vestigingen in heel Nederland. Het brood dat gebakken wordt is puur, ambachtelijk en biologisch. Ze verkopen een natuurlijk en puur product en proberen zo de vraag naar authentieke en traceerbare producten tegemoet te komen (Leperron.nl, 2012).

Het interview is afgenomen met de formulemanager van Le Perron.

*Het verhaal van Le Perron producten staat voor lekker brood, puur en om dat te kunnen borgen ook biologisch. Als wij echt naar pure ingrediënten kijken dan kom je automatisch bij biologische ingrediënten uit. De grondstoffen van onze producten worden van diverse plekken gehaald. Het belangrijkste ingrediënt van ons brood is natuurlijk het meel, dat wordt gemelangeerd om een bepaald bakniveau te halen waardoor het brood het beste uit de voeten komt. De voorkeur ligt altijd bij de Nederlandse graansoorten. Dat is natuurlijk ook het goedkoopst omdat je dan zo min mogelijk transportkosten hebt. Daar willen we zoveel mogelijk op bezuinigen, ook in verband met het milieu. Alleen hebben we in Nederland een probleem: daar schijnt de zon niet zoveel en voor goede baktarwe heb je veel zon nodig. Dus wat er in de regel gebeurt is dat de Nederlandse tarwes worden gemelangeerd met buitenlandse tarwes die wel een beter bakaard hebben, zodat je altijd een constante hebt in je kwaliteit van het product. De buitenlandse tarwes worden veel uit Frankrijk gehaald, daar waar de tarwes het beste zijn op dat moment.*

*Het feit dat we puur en lekker brood verkopen komt doordat we goede ingrediënten willen gebruiken om ons product samen te stellen. Alle geraffineerde ingrediënten zijn er allemaal op geënt om snel te produceren, goedkoop te produceren, maar smaken eigenlijk naar niets. Dus als je goed, ambachtelijk brood bakt dan begin je gewoon met goede grondstoffen. En dan kom je uit op natuurlijke grondstoffen en als je zegt dat je 'natuurlijk brood' produceert, dan wil de consument dat ook ergens geborgd zien. En dat kan je weer het beste doen om voor biologisch gecertificeerde kwaliteit te kiezen, en dat hebben wij gedaan.*

*Er zijn tegenwoordig veel goedkope, snel geproduceerde broden, maar onze doelgroep is een andere dan deze goedkope broden. Onze consumenten betalen meer voor een brood in die zin dat het meer geld is voor één brood, maar het is een prijs/kwaliteit verhouding die er toe doet bij ons. Wij maken een goed stuk brood, onze klant betaalt daar veel geld voor in principe en als hij dan thuis komt en het brood op eet, dan moet het het ook waard zijn. Hij moet niet het idee hebben dat hij te veel heeft betaald voor dit brood. De verwachting moet worden waar gemaakt. En in die zin zijn we dus zeker niet te duur, maar juist heel reëel en goed geprijsd.*

*De bakkerijen bevinden zich in de regio Amersfoort, maar we verkopen ons product door heel Nederland, vanaf Groningen tot en met Den Bosch/Breda.*

*Wij willen de consument informeren over de herkomst van het product. We informeren ze uit welk productieproces het vandaan komt; dat is dus die biologische industrie die er aan hangt. En het is natuurlijk nog mooier om op een gegeven aan te kunnen duiden wie de boer is geweest achter het graan, maar dat zijn hele ingewikkelde processen. Dat is eigenlijk onze uitdaging. Maar nogmaals, er zit nog een maalderij tussen en die maalderij melangeert weer verschillende granen met verschillende kwaliteiten en dan krijg je gewoon een heel ander verhaal. Het is dan nog wel eens moeilijk om aan te tonen waar het dan precies vandaan komt. Het graan is niet van één boerderij.*

*Slechte oogsten van tarwe hebben wij zelf niet heel veel mee te maken, de maalderij die voor ons het graan omzet in meel zoekt dan verder. Het mooie hierin is dat er altijd wel ergens de zon schijnt en zo*

*is de natuur gewoon geregeld. De ene keer is er daar een mindere oogst, de andere keer elders. Hier kunnen wij op inspringen en zo kunnen wij altijd wel tot een mooie bakaard komen.*

*Er zijn binnen onze industrie duidelijk twee richtingen: aan de ene kant heb je het goedkope wat een hele sterke beweging is en nog steeds verder zal gaan doorzetten. Aan de andere kant zie je een beweging dat gaat naar het beste. Tussen die twee polen zit je in en waarbij wij natuurlijk kiezen voor het best mogelijke en niet voor het goedkoopste.*

*De maalderij/molen is nog een soort van tussenschakel tussen de boeren en ons. Het mooiste principe is natuurlijk dat wij zelf bij de boeren langs gaan om ons tarwe uit te zoeken, maar dat is nog niet altijd reëel. We kennen de maalderij zelf heel goed, we kennen ook enkele van de toeleveranciers, sowieso alle Nederlandse boeren. Maar dat zijn er nog maar een paar. Het is natuurlijk het mooiste om dat hele proces integraal in te gaan en die keten door te kunnen tot aan de boer, maar dat is nog niet altijd ter sprake. Dat heeft dus weer te maken met kwaliteit: als je kiest voor kwaliteit dan wordt er ook bepaald kwaliteitsgehalte van je meelsoort verwacht en dan wordt het al snel wat ingewikkelder. Je gaat op zo'n moment dus granen betrekken uit bijvoorbeeld Frankrijk en dan is het ook niet altijd meer zo logisch dat je in je autootje stapt om het boertje in Frankrijk te bezoeken en rond te kijken. Daar zijn dan weer juist andere instanties mee bezig die kijken of er geen kunstmest wordt gebruikt en chemische bestrijdingsmiddelen. En wij als producent vertrouwen weer op dat keuringssysteem. En onze consument dus uiteindelijk ook, want die ziet dat keurmerk weer bij ons. We kunnen het niet allemaal zelf keuren als bakkerij. Dat is qua tijd gewoon niet reëel.*

*Ik durf het niet met heel veel zekerheid te zeggen, maar ik schat dat 60 procent van onze grondstoffen uit Nederland komt en 40 procent uit het buitenland. De Nederlandse grondstoffen halen wij niet uit één bepaalde regio, maar uit meerdere plekken door het land.*

*Qua samenwerking gaan wij uitsluitend samenwerkingen aan met bedrijven die dezelfde regels hanteren als hier en dus helemaal gecertificeerd zijn. Alles moet biologisch zijn, daar moet je consistent in zijn.*

*Onze focus op de toekomst is het Randstedelijk gebied in Nederland en dat is naar mijn idee een goede focus. We hebben de laatste 2,5 jaar een enorme groei meegemaakt en hebben inmiddels 36 vestigingen. De consument hecht naar ons idee steeds meer waarde aan het biologische en eerlijke voedsel. Daar springen wij op in door een goed broodproduct op de markt te brengen. Het ambachtelijke komt ook steeds meer terug en dat bieden wij aan. En in die beweging zitten we.*

*De trend van goedkoper zal zich door blijven zetten, maar aan de andere kant ontstaat ook een beweging die in tegenovergestelde richting gaat.*

## Bijlage IV - Interview mevr. Van Middelaar - Landwinkel De Kastanjeboom

Landwinkel De Kastanjeboom is gelegen in het Nationaal Landschap Arkemheen-Eemland, midden op het platteland. In de winkel wordt er een ruime keuze aan diverse boerenkazen, zuivel, eieren en schepijs. Daarnaast zijn er vele verschillende streekproducten te vinden uit allerlei regio's in Nederland.

*Niet alle producten uit de winkel komen uit de streek. Ik vraag mij ook af wat dan precies de streek is, wat is de definitie ervan? Als je bijvoorbeeld de definitie van een straal van vijftien kilometer aanhoudt, dan kom je niet verder dan vijf of zes producten. Ik vind de term streekproduct ook tegelijkertijd een heel lastig woord, waar ik veel moeite mee heb. Het is ten eerste vooral een verkoopterm en ga daar dwars tegenin. Ik gebruik dat zeker niet in de winkel als commerciële term, dan ben je gewoon stickertjes aan het plakken. Ik probeer de producten wel te herleiden van waar het vandaan komt, maar er komt dus ook gewoon uit het zuiden van Limburg. Streek is voor mij ieder gebied in het land en dan kunnen zeggen dat het uit die streek komt en het daar gemaakt is. Dat durf ik een streekproduct te noemen. Om maar even aan te geven dat streek niet per se in de buurt is, maar dat het een lastig uit te voeren term is. Ik heb hier in mijn winkel ook echt wel 'foute' producten, zoals oma's siropen. Dat is gewoon leuk en lekker, maar het is puur een handelsproduct. Dat communiceer ik dan weer wel naar mijn klanten en dat wordt heel erg gewaardeerd. De openheid en eerlijkheid. En dat is wellicht commercieel niet altijd even handig, maar uit ervaring vindt ik dat heel prettig. Ik wil de consument niet onwetend laten. Mensen zijn ook al zo aan het zwemmen in het enorme aanbod dat er is aan producten en ik voel me er goed bij dat ik hen gewoon alles eerlijk vertel.*

*Al mijn producten zijn wel allemaal afkomstig uit Nederland, dat wil ik per definitie in deze winkel. Je hebt bijvoorbeeld verschillende jams die worden gemaakt met geïmporteerde vruchten, maar dat wil ik dan weer niet in mijn winkel hebben, daar ligt mijn grens. Maar ik ga daar ook weer niet te ver in, ik heb bijvoorbeeld een product in de winkel staan met rozijnen erin verwerkt, maar ik weet dan niet waar die rozijnen vandaan komen. Dus ik ben streng, maar ga er niet te ver in door.*

*Ik ben begonnen met deze winkel doordat ik heel erg van de gastvrijheid hield die wij op de boerderij hadden. Heel veel mensen die even aanlopen, mensen die zeggen dat je mooi woont. Maar daarentegen ook het negatieve beeld van de oprukkende nieuwbouw, terwijl ik toch de mensen nog wilde laten genieten van het boerenleven. Dat genieten van het boerenleven, dat is mijn belangrijkste drijfveer geweest. De gemeente was laaiend enthousiast over mijn idee van een schenkerij beginnen op de boerderij, maar qua regelgeving was het één grote chaos. In het begin was er ook alleen het idee van mensen die aankomen en op een terrasje kunnen zitten een glaasje melk drinken, koffie en thee en verder niet. Uiteindelijk is dat ook mijn startpunt geweest na heel veel administratieve hobbels te hebben overwonnen. De eerste zondagen stond ik daar ook gewoon en druppelgewijs kwam er steeds meer. De mensen die komen moeten alleen wel affiniteit met het boerenland hebben. Uiteindelijk heb ik aan Valleiland gevraagd (een winkel in de buurt) of ik producten bij hen mag afnemen om te verkopen en zijn we gaan samenwerken om elkaar te versterken.*

*Ik heb een groep redelijk vaste klanten die ieder weekend langskomen, maar ook een hele stroom impulsieve klanten die daarna wellicht nooit meer terugkomen. Ik heb wel het meeste aan de mond op mond reclame. Ieder weekend merk ik weer dat er een soort olievlek is ontstaan waarbij mensen van anderen hebben gehoord over deze winkel. Ik merk ook wel dat het de afgelopen jaren wel enorm gegroeid is. Ik ben ook echt met niks begonnen en nu is er een redelijk grote winkel. Het was wel lastig, ik heb na zeven jaar eindelijk denk ik de puntjes op de i, je moet eerst natuurlijk veel investeren. En nu kan ik meer gaan professionaliseren, omdat ik tot nu toe alles wat ik verdiende weer heb*

*teruggestopt in de winkel. De passie die ik er voor heb houd je wel aan de gang. Het draait, het kan er allemaal net uit, maar het is nog niet heel winstgevend.*

*Qua klanten heb ik vooral de wijken in Amersfoort die aangrenzend aan dit gebied liggen en klanten uit Bunschoten zelf. Ik merk wel dat ze vooral voor de recreatieve functie komen, even de beleving opzoeken en gelijk wat boodschappen meenemen.*

*Milieubewustheid is bij mij wel een onderwerp waar ik over nadenk, maar drijf er zeker niet in door. Indirect zijn we er al zoveel mee bezig, dat het naar mijn idee niet heel veel meer zal helpen. Een plastic zakje pak ik bijvoorbeeld wel gewoon aan, daar ben ik niet paranoia in. Afval scheiden doe ik wel, transport uit Nederland is natuurlijk ook al redelijk milieubewust. Dus onbewust doen we het naar mijn idee redelijk goed, maar het is niet het meest voornaamste in mijn winkel. Je kunt niet anders ook, want je wordt wel aan banden gelegd door regels en dergelijke.*

*Ik geef de hele dag door mijn consumenten het verhaal van mijn producten mee. Maar dat gaat ook wel vanzelf hoor! Het is hier geen supermarkt, waarbij je gelijk naar de kassa gaat om af te rekenen. Mensen moeten even beleven, teuten, kijken, proeven en vertellen. Het is niet gelijk door naar het volgende zoals je in de supermarkt vaak ziet. Natuurlijk heb je vaste klanten die iedere week hetzelfde of nagenoeg hetzelfde kopen, maar die hoef je niet zoveel meer te informeren. Maar over het algemeen is productkennis wel heel erg belangrijk en dat proberen we onze consumenten mee te geven. Dat proberen we ook aan te geven door bij de producten al informatie te zetten in de winkel: de achtergrond, waar het vandaan komt.*

*Qua oogsten en aanbod in Nederland zijn wij heel makkelijk. Afgelopen jaar was bijvoorbeeld het aanbod in honing enorm slecht en bijna niet aan te komen en ook heel duur. Maar dat kan ik dan gewoon uitleggen aan de mensen, openheid en eerlijkheid is hierin de grootste kracht. Ik zeg dan gewoon tegen de klanten als het minder is. En dat gebeurt ook wel eens met de kaas dat het misschien iets afwijkt van smaak. Dat moet je gewoon vertellen, daarvoor kom je hier ook lijkt mij. Verder is vooral de prijs weleens de bottle neck voor mijn winkel. Maar ja, dan maar niet die klanten, dan moeten ze hier gewoon niet heen gaan. Maar we zijn niet eens heel veel duurder dan in de supermarkt, dat komt vooral omdat er heel veel tussenhandel uit is. De lijnen proberen we juist zo kort mogelijk te houden.*

*Ik ben inmiddels ook 2,5 jaar bezig geweest met echt mijn eigen product: clotted cream, dat miste ik namelijk nog in de winkel. Je krijgt vaak de vraag: 'Wat is dan van uw boerderij mevrouw?'. En nu kan ik de klanten vertellen dat die clotted cream echt mijn eigen product is. Maar dat is ook weer heel lastig te regelen, omdat je ook ruimtes moet bouwen om dit product te produceren en dat kost ook weer geld. Dus dat is best wel lastig en daar merk ik dat er redelijk wat hobbels zijn om over heen te komen.*

*Ik ben niet actief in het wijzen van andere bedrijven op de Nederlandse producten die hier aangeboden worden. Als het ter sprake komt wel, maar anders niet. Het is juist andersom: bedrijven komen hier om bijvoorbeeld zoals nu kerstpakketten te halen om mensen een verhaal mee te geven. Dus andersom werkt het wel. De 'grote jongens' kunnen het regionale wel steeds meer waarderen. Ze willen hun medewerkers wel iets regionaals meegeven. Je hebt nu natuurlijk wel heel erg de hype mee, dat scheelt wel heel erg.*

*In de toekomst zal naar mijn idee dit soort landwinkels blijven bestaan. Vooral het meegeven van verhalen met de producten en weten waar ze vandaan komen zal ook belangrijk blijven en hopelijk steeds belangrijker worden.*



## Bijlage V - Interview mevr. Bartels - Bij Daphne In De Kas

Bij Daphne In De Kas is een zeer nieuwe onderneming dat het beste omschreven kan worden als een modern dorpshuis. Het is een kleinschalige opzet voor mensen uit de wijk om daar te lunchen, dineren en borrelen, maar ook workshops volgen en moestuinen bezoeken. Het is All About Local Food bij Daphne en ze vindt het dan ook belangrijk om het bezoek en de mensen uit de wijk te laten zien wat de regio te bieden heeft en wat eten nu eigenlijk is (BijDaphne.nl, 2012).

*Bijna al mijn producten zijn uit de regio afkomstig. Alleen olijfolie is een beetje lastig en daarvoor heb ik een leverancier die allemaal producten uit Spanje en Italië levert en daar haal ik mijn olijfolie vandaan. Deze leverancier kent wel al die mensen, dus het zijn wel allemaal mensen die met passie met hun vak bezig zijn.*

*Als ik het heb over producten uit de regio, dan probeer ik dat binnen 30 kilometer te halen en soms 50 kilometer. Binnen 30 kilometer is redelijk haalbaar voor mij, behalve het vlees. We hebben bijvoorbeeld geen scharrelvarkens hier, dus die moeten van wat verder komen. Dat haal ik via de scharrelslager hier in de buurt. Hij weet van welke bedrijven dit afkomstig is, hij is daar lang geweest.*

*Deze onderneming ben ik 'per ongeluk' begonnen. Het was helemaal niet mijn bedoeling, ik gaf adviezen bij bedrijven en stichtingen over het gebruik van streekproducten. Doordat ik in het bestuur van Hoofdstad van de Smaak zat kwam ik bij OBV Vathorst terecht met de vraag of ze dit idee wilden sponsoren. Ergens in mijn hoofd had ik altijd wel zoiets van dat ik wel een keer zo'n zaak wil beginnen, maar dan wil ik èn met streekproducten werken èn mijn eigen moestuin èn ik wil met jongeren èn het moet me geen 80 uur in de week kosten. Die 80 uur in de week is het helaas wel geworden, maar het is wel gelukt om echt mijn eigen ding op te zetten. Mijn diepste gedachtegang hierachter bestaat uit twee dingen: (1) waar komt nou je eten vandaan, dus dat mensen weten dat het niet uit een plastic zakje komt, maar om te laten zien dat het gewoon uit de grond komt en dat er dus zand op zit enzo en dat probeer ik te bereiken door met kinderen samen te werken via basisscholen en (2) ik wil echt iets betekenen in mijn wijk en voor de mensen die er wonen. Als je iets kan betekenen in je wijk dan weet je ook wat er speelt en dat voel je en heb je veel sneller effect dan één goed doel in bijvoorbeeld een derde wereld land. Dat is voor mij veel te ver van mijn bed.*

*Ik zit niet zo zeer met de kosten van mijn producten, want de melk die ik koop is helemaal niet duurder dan in de Albert Heijn bijvoorbeeld. Het kost alleen wel meer tijd en het is meer werk. Groente moet ik bijvoorbeeld uit de moestuin halen, dat is niet duurder, maar het kost wel meer arbeid, omdat alles ook gewassen moet worden. Het is zoveel arbeidsintensiever als je alles zelf wilt halen. Het is voor mij eigenlijk goedkoper om in te kopen bij Willem & Drees (groente en fruit handelaar die zoveel mogelijk regionale producten verkoopt), als op de moestuin zelf halen. Ik moet die dingen zelf uit het zand halen en schoon maken. Dit is zo arbeidsintensief. En de lol is er wel af als het keihard regent natuurlijk, dus dat is soms wel lastig.*

*Ik haal soms wel wat producten bij de Albert Heijn, maar dan let ik er op dat het wel uit Nederland komt. Je hebt bijvoorbeeld bij de Albert Heijn biologische boontjes uit Kenia, dan ga je wat mij betreft te ver en dan haal ik het gewoon uit Nederland. Als je zou willen dan kan je alsnog achterhalen waar het vandaan komt. Milieubewustheid is niet mijn hoofddoel daarbij, maar ik probeer wel zijdelings er rekening mee te houden. Ik hou me er wel mee bezig, maar het is niet het allerbelangrijkste.*

*Ik zou het liefst zeggen dat ik het doe voor de kleine zelfstandige ondernemer. Als ik streekproducten ga halen, dan kan ik dat niet bij grote ketens doen, alleen bij de kleine ondernemers. Je helpt dan ook gewoon de middenstand en je omgeving en die worden er alleen maar beter van. En het werkt ook nog eens van twee kanten, als ik bij mijn slager inkoop, stuurt hij ook mensen naar mij.*

*Ik vertel de bezoekers ook waar de producten vandaan komen, dat hoort ook bij de beleving. Een kas is leuk en anders dan anders, maar het is het verhaal achter het eten dat mensen heel leuk en interessant vinden. En je merkt wel dat mensen die bewust hier naar toe komen vaak al iets hebben met die beleving. Vaak komen op de zondag mensen die er voor het eerst mee te maken hebben, maar vrijdagen en zaterdagen toch wel mensen die zich al een beetje in dit wereldje vinden. En dat zijn er ook steeds meer. Je merkt gewoon dat 20 jaar geleden er bijvoorbeeld al een beetje aandacht was voor het streekproduct en biologische producten, maar toen vond ik het ook nog belachelijk. Dat was heel duur vond ik en dat groepje mensen die het nastreefde waren wel bepaalde types waar je je niet zo snel mee wilt associëren. Bij hen was het puur idealisme. Voor mij is het juist om te laten zien aan de mensen wat ze eten en ik wijs niet met mijn vingertje naar andere mensen, want ik doe ook heus wel boodschappen bij de Albert Heijn. Ik eet ook wel eens pizza van twee euro waarvan ik heus wel weet dat het geen echte kaas is, maar het gaat er bij om dat ik wel weet dat het zo is. Iedereen is vrij in zijn keuzes, als je maar weet wat je eet, dat is het belangrijkste.*

*Ik probeer wel zoveel mogelijk in te spelen op de oogst, maar dat lukt niet altijd. Bijvoorbeeld de tomaten: het was heel lastig om daar aan te komen, maar ik vind niet dat je een salade zonder tomaten kan serveren in het seizoen van de tomaat. Dus ik heb een hele tijd uit mijn eigen tuin geoogst, maar toen ze op waren heb ik wel gewoon tomaten uit Frankrijk gehaald, die mijn ouders mee hadden genomen. Als het echt anders moet kan je ze ook kopen bij de groothandel, maar dan selecteer ik wel op smaak en kwaliteit. Maar ik probeer dit wel binnen de seizoenen te houden. Ik heb bijvoorbeeld nu geen maaltijdsalade meer op de kaart staan, maar komt er een groep mensen die dat graag wil, dan regel ik dat wel voor ze. Want we zijn nu eenmaal gewend om alles te kunnen krijgen.*

*Ik probeer via Streekmenu andere bedrijven in de regio ook meer regionale producten te laten gebruiken. Met Streekmenu probeer ik horecaondernemers een week alleen maar gerechten te laten serveren uit de regio om zo te laten zien dat ook dit lekker kan zijn. Inmiddels zijn er al veel horeca bedrijven die mij bellen wanneer dit weer is, want ze vinden het heel erg leuk. En ik doe natuurlijk ook catering en bedrijven hier in de buurt komen ook wel eens bij mij voor catering. En hen vertel ik dan ook wat ik doe en vertel ik waar ik nog meer mijn spullen haal. Commercieel gezien is dit ook heel interessant, omdat je steeds meer bekendheid krijgt van allerlei bedrijven en die gaan elkaar weer opzoeken.*

## Bijlage VI - Interview dhr. Snoeij - Boerderij 't Paradijs

Boerderij 't Paradijs is een veelzijdig agrarisch bedrijf in Barneveld. Het is een zorgboerderij, waarbij ook een boerderijwinkel is gevestigd die een ruim assortiment biedt aan biologische producten, vers van het land en van eigen slacht. De boerderij en winkel probeert bezoekers de charme van het boerenleven te laten proeven (Boerderijparadijs.nl, 2012). Het interview heeft vooral betrekking op de landbouw en de boerenwinkel en minder op het zorgaspect van de boerderij.

*Ik verbouw en produceer een deel van de producten zelf, maar besteedt ook veel uit. De producten die niet van de boerderij afkomstig zijn, zijn wel uit de regio afkomstig. Bij regio bedoel ik dan de hele Gelderse Vallei. Je kan regio natuurlijk in allerlei schalen zien, maar je merkt het heel erg aan de mensen. Als ik tegen klanten vertel dat ik jam uit de Achterhoek verkoop, dan kan ik het verhaal hier niet meer uitleggen. Maar als ik kaas verkoop van Remeker uit Lunteren, dan vinden ze het geweldig. Ik heb laatst zelfs nog aan de klanten gevraagd toen ons rundergehakt opraaakte, dat ik gehakt wilde kopen bij andere boeren uit de regio. Dat zouden ze geen probleem vinden, ze vinden het niet erg, als ze maar weten dat het ergens anders vandaan komt dan normaal en niet te ver weg wordt gehaald. Dat gevoel heb ik wel, maar durf dit niet met 100 procent zekerheid te zeggen. Vaak moeten ze gewoon een goed adresje hebben waar kwaliteitsproducten worden geleverd.*

*Ik heb voor deze markt gekozen door de bedrijfskeuze die ik zelf heb gemaakt. Dat is gewoon gegroeid op een gegeven moment, was niet per se direct mijn plan, maar wel steeds meer gegroeid. Dat biologische aan ons bedrijf heeft heel erg te maken met hoe wij zelf in het leven staan, volgens welke principes je wilt telen of dieren wilt houden. Dat past heel erg bij onze filosofie, dat kleinschalige en de combinatie van handwerk en mechanisatie, biologisch past daar heel goed bij. Daarnaast zitten we midden in een natuurgebied, daar ga je natuurlijk ook niet teveel rotzooi in gebruiken. Vervolgens is de combinatie van biologisch en zorg een goede. Daarnaast is het ook gewoon een speciale markt waarin wij zien dat er heel veel vraag naar is. En het is lekker!*

*Ik probeer de klanten in mijn winkel zoveel mogelijk te vertellen over het product. Mensen weten het meestal al wel, en als ze het niet kennen dan vertel ik natuurlijk direct het hele verhaal. Vaak met rondleiding, want die filosofie is heel belangrijk. Productie zit dan aan de ene kant, maar het gaat ook om de betrokkenheid van de samenleving. Landbouw zou eigenlijk veel meer in de samenleving moeten staan en ook de zorg en die combinatie is dan heel belangrijk.*

*Ik ben een seizoensgebonden winkel en ben ook qua slechte oogsten en dergelijke heel simpel: als we bijna geen aardbeien hebben dan geldt bij ons: op = op en daar doen we niet moeilijk over. Dat is wel het principe. Ik noemde net natuurlijk al wel even het gehakt, dat kopen de mensen natuurlijk het hele jaar door en dat willen wij dan wel het hele jaar aanbieden. Van fruit en groente weet je het en kopen we bijna niet in, maar vlees wil ik dan wel altijd in de winkel hebben, dus dat kan ik nog wel eens inkopen. Maar dat betekent wel dat ik het vertel aan de klanten.*

*Verder is de grootste uitdaging met mijn producten de logistiek, dat is het allergrootste probleem. Hoe krijg je producten van A naar B op zo'n kleine schaal? Dat is een probleem aan de ene kant en een uitdaging aan de andere kant, want we laten het er ook zeker niet om. De groothandel is niet voor niets ontstaan, je moet de krachten bundelen. Dat doen we natuurlijk wel, maar dat is veel kleiner dan de groothandel. We zouden wel een grotere schaal kunnen doen, maar dat is dan weer moeilijker te combineren met de zorg dus dat willen we niet.*

*Ik probeer heel bewust wel ook andere bedrijven uit de regio te laten zien wat er in de regio allemaal te bieden is. We hebben bijvoorbeeld streekbroodjes gemaakt met producten uit de streek en aangeboden aan de gemeenten. Het is alleen soms wel heel moeilijk om dan ook nog te gaan samenwerken omdat altijd de verantwoordelijkheid bij de boer ligt. De boer moet vaak ook de meeste*

*tijd er in steken en dat is lastig. Dit zal ook altijd zo blijven denk ik: je moet er een bepaalde passie voor hebben en het moet leuk zijn en dat moet het ook blijven.*

*Er is wel een duidelijke groei in de markt te zien en dat is ook weer een uitdaging want je moet je altijd blijven onderscheiden. Je moet het eenvoudig houden, maar ook weer met nieuwe dingen komen.*

*Qua toekomstbeeld denk ik dat de kleinschalige bedrijven de klant zo moeten benaderen dat de klant voldoende kritische massa en bereidheid heeft om bij jou de producten te kopen. Want die klant moet er ook meer tijd in investeren dan bij de grootschalige bedrijven en daar ligt de uitdaging. Hier kan je dingen laten zien, de boerderij laten zien en dat is wel ons sterke punt. En vooral veel plezier aan houden en mensen betrekken. En daar is de zorg natuurlijk wel een heel goed aspect bij.*

*Ik vind de regio in een internationale gemeenschap heel belangrijk. Als je niet krachtig bent binnen de regio zal je ook nooit internationaal van belang zijn. Wij zelf hebben natuurlijk niet de ambitie om internationaal te produceren, maar het is wel heel interessant om van buitenlandse bezoekers hier op de boerderij ook te leren. Ik haal daar heel veel interessante dingen uit. Die Food Valley regio is dan ook heel belangrijk voor het internationale aspect, maar daar hoor ik bijna niets van, in de zin van wat ik voor Food Valley kan betekenen. Ik hoor daar niets van, ook niet om producten te leveren of iets dergelijks om de regio te presenteren en dat is jammer. Ik kan ze natuurlijk wel benaderen, maar daar gaat ook weer tijd in zitten. Ik vind het jammer dat de grootschalige bedrijven de kleinschalige zo weinig kans geven, want ik weet zeker dat in hun onderscheid van de regio, dat zij die kleinschalige bedrijven nodig hebben. Want die kleinschalige bedrijven laten de regio zien in hun diversiteit en multifunctionaliteit. We kunnen wel meedenken en mee praten, maar kunnen niet alles gaan opzetten.*

## Bijlage VII - Interview dhr. Kok - Biologisch Dynamische Boerderij Heerlijkheid Groot Weede

Biologische Dynamische Boerderij Heerlijkheid Groot Weede is een biologische boerderij met voornamelijk melkkoeien. De boerderij wordt gebruikt om biologische melk te produceren, maar ook om de bezoekers een kijkje in het boerenleven te geven en voor kinderfeestjes. Naast de boerderij zelf is er ook een biologische winkel aanwezig die allerlei biologische producten verkoopt.

*Vroeger verkochten we veel van ons eigen zuivel in de winkel, maar nu verkopen we alleen ons eigen vlees in de winkel en de rest kopen we allemaal in. We kopen dat via twee leveranciers die door het hele land heen gaan, maar wel biologische producten leveren. Ik heb niet echt direct regioproducten, wel alles biologisch.*

*Ik ben zelf niet op het biologische gekomen, maar mijn vader is vroeger in 1980 zo ineens gestopt met kunstmest strooien, toen bestond het woord biologisch nog niet eens, maar hij was er toen al wel mee bezig. Je had toen wel een aantal bewegingen al die op meer natuurlijke wijze eten wilden produceerden, maar daar hebben we ons nooit bij aangesloten. Maar ik ben er dus zo wel ingerold, toen ik de boerderij overnam was het al een soort van biologisch. De koeien hebben hoorns bij mij en ik heb ook geen oormerken in, omdat ik gewoon een standpunt wil maken. Dat kost mij overigens wel geld per jaar, want oormerken zijn eigenlijk verplicht.*

*De kwaliteit van de producten is heel belangrijk voor mij. Dat gebeurt voor een groot deel ook automatisch omdat je biologisch bent dus niet met kunstmest of iets dergelijks bezig bent.*

*Ik probeer de bezoekers het verhaal en het belang van biologisch produceren wel mee te geven. Ik geef ook kinderfeestjes op de boerderij zelf waarin ik de kinderen ook spelenderwijs wat probeer te vertellen en die kinderen vertellen dit vaak ook weer aan de ouders.*

*De bezoekers komen allemaal uit de buurt. Vroeger wisten heel veel mensen niet dat we hier zaten, maar tegenwoordig zijn we wel heel erg bekend. Ik weet niet hoe dat in zijn werk is gegaan want ik heb niet heel veel meer promotie gedaan, maar ik denk toch dat de mensen het vooral via-via te horen krijgen.*

*De producten die ik in de winkel verkoop zijn voornamelijk van de leverancier en daarom hebben wij zelf vrij weinig last van slechte oogsten of iets dergelijks. Soms leggen we ook wel eens groente uit onze eigen groentetuin in de winkel, maar ik ben er verbaasd over hoe moeilijk je dat kwijtraakt. Het maakt de mens niet uit dat het uit je tuin komt of van de leverancier: als ze maar het gevoel hebben dat het goed geproduceerd is. De leverancier zet wel steeds meer op het product waar het vandaan komt, maar ik heb het idee dat de mensen dat niet zoveel uitmaakt, als het maar goed geproduceerd is.*

*Voor mij is het lastigste van de boerderij dat als je iets wilt aankopen het altijd biologisch moet zijn en dat is gewoon duurder. Daarnaast is het voor mij vooral moeilijk om nieuw land te vinden omdat ik zo dicht bij de stad zit en er vrij weinig aanbod is.*

*Ik probeer andere bedrijven en boeren niet ook biologisch te laten produceren. Bijvoorbeeld mijn buurman die ook boer is: ik respecteer hoe hij boert en hij respecteert hoe ik boer. Dan krijg je wederzijds respect en dat werkt veel beter dan mensen proberen over te halen. Je moet niet met je vinger gaan wijzen.*

*De scheiding met land moet wel duidelijk aanwezig zijn: er moet een duidelijke grens zijn tussen biologische en niet-biologische percelen. Gelukkig heb ik dat wel want bij zit over een grote sloot tussen.*

*De regionale productiewijze moet naar mijn idee in de toekomst nog veel meer gestimuleerd worden, maar dat wordt wel lastig. Die internationale productiewijze is niet altijd even goed, omdat veel mensen met veel geld zich daarmee bemoeien en daarbij gaat het vooral om zoveel mogelijk geld verdienen. Die schaalvergroting is voor Nederland helemaal niet goed, omdat de boerderijen veel te groot worden dan. De grote boeren denken dat ze het beter kunnen, maar met robots en dergelijke moet je toch weer mensen bij in dienst nemen.*

## Bijlage VIII - Interview dhr. Willebrandts - Gemeente Amersfoort

### **Zijn er voorbeelden van samenwerking in de voedselsector in de Gemeente Amersfoort?**

*Samenwerking tussen bedrijven binnen de voedselsector kan ik zo niet bedenken, dat weet ik niet. Want als ik het over de voedselsector Amersfoort heb, dan weet ik ook niet precies wat je verstaat onder die voedselsector, wat de definitie er van is. Maar ik zit dan te denken aan de Nutreco, de FrieslandCampina, maar ook bakkerij 't Stoepje bijvoorbeeld of de visindustrie, maar dat is dan meer de regio. Maar dat is niet echt in de gemeente Amersfoort. En of die onderling samenwerken, dat weet ik niet. Ik denk het niet. Zeker die grote bedrijven niet, die hebben wel een relatie met bepaalde bedrijven in dezelfde niche, waar dan bepaalde samenwerking tussen is, maar dat is niet echt duidelijk voor de gemeente naar buiten toe gecommuniceerd. FrieslandCampina is bijvoorbeeld wel bezig met een R&D centre te bouwen in Wageningen, waar natuurlijk ook weer allerlei bedrijfjes omheen zitten, gerelateerd aan de foodsector. Maar ik heb daar geen inzicht in over in hoeverre die samenwerken. Geen idee eigenlijk.*

*Met betrekking tot samenwerking van voedselbedrijven met andere bedrijven in de gemeente zie je gewoon dat die grote bedrijven een aantrekkende werking hebben op andere bedrijven in de regio. Dus gewoon een opdrachtgever/opdrachtnemer relatie. Maar dat zit dan op IT of advies. Ik weet bijvoorbeeld een Internetbedrijf dat in Utrecht was gevestigd volgens mij, dat is naar Amersfoort gekomen omdat FrieslandCampina een hele grote klant van hen is. Dus je ziet gewoon dat dat soort bedrijven wel dicht bij, in dit geval FrieslandCampina, willen zitten. Zo'n groot bedrijf is gewoon een verlengstuk van hun eigen organisatie dan.*

### **Zijn er in uw gemeente initiatieven om deze verschillende soorten bedrijven (veelal grote vs. kleine bedrijven) met elkaar in contact te laten komen?**

*Jazeker, de gemeente probeert zeker bedrijven bij elkaar te brengen. Dat is ook het speerpunt van het beleid. We proberen bedrijven te binden aan de stad of aan de regio. Dus in ieder geval vanuit dat accountmanagement hebben we intensieve contacten met grote bedrijven, dus ook met die grotere foodbedrijven. Wat je vaak ziet is dat zij heel erg extern en internationaal georiënteerd zijn en dat zij vaak niet goed weten wat er lokaal te krijgen is en wij pretenderen dat wel enigszins te weten en we proberen dan daarop juist die verbindingen te leggen. Dus concreet bijvoorbeeld hebben we de creatieve sector in verbinding gebracht met de grote bedrijven en daar hebben we de 'gemaakt in Amersfoort' tour van gemaakt. Dan gingen creatieve bedrijven letterlijk met een bakfiets door de stad met een bestuurder en daarmee konden ze van tevoren inschrijven waar ze een verbinding wilde hebben, bij welk bedrijf dus. En dan was er helemaal een introductie door de burgemeester en was er een CEO of iemand van het MT om eerst een soort algemeen praatje te geven. En dan ging de rest van de karavaan door en bleef die creatieve ondernemer achter bij bijvoorbeeld FrieslandCampina om verdere contacten te leggen. En daar zijn zeker wel wat dingen uitgekomen. Deze tour is dan een voorbeeld van dat wij wel actief proberen contacten bij elkaar te brengen. We proberen bijvoorbeeld ook met netwerkbijeenkomsten vanuit de creatieve stad of vanuit de ZZP'ers organisatie zelf om groot en klein in het bedrijfsleven met elkaar in contact te krijgen.*

### **En wat is het uiteindelijke doel van dat met in elkaar in contact brengen?**

*Uiteindelijk is dat natuurlijk werkgelegenheid. Dus we hebben advies gekregen van een externe commissie. Zij zeiden dat als we de stad vitaal willen houden, we uiteindelijk 1500 arbeidsplaatsen per jaar moeten toevoegen. Dat kan je bereiken door aan verschillende knoppen te draaien. Dat is de knop van dienstverlening, maar dat is ook die groep zelfstandigen, die kleine ondernemers faciliteren. Bij een aantal groepen zijn ze heel erg georganiseerd met bijvoorbeeld brancheverenigingen, maar bijvoorbeeld ICT –wat een redelijk grote groep is in Amersfoort- is heel erg divers, er is niet één ICT club bijvoorbeeld. En dat geldt ook voor de creatieve industrie. En op het gebied van duurzaamheid wat binnen heel veel bedrijven een belangrijk thema, net zoals de ICT is, dat speelt, maar dat is redelijk ongrijpbaar en totaal niet gefaciliteerd. Daar proberen wij als gemeente een soort van*

verbindingen te leggen, zodat die groep wat meer zichtbaar wordt. Bijvoorbeeld in 'Amersfoort Duurzame Stad', dat ook de kleinere bedrijven hier zichtbaar in worden. En dan gaat ieder natuurlijk wel zijn ding doen, daar zijn wij verder helemaal niet bij betrokken. Maar dat is wel een soort van vindbaarheid die wij dan faciliteren. Dat is dan een bepaalde groep die wij vindbaar stellen wat voor grote bedrijven interessant is en vervolgens laten we ze gewoon los om hun eigen ding te laten doen. We zijn wel altijd voor ze beschikbaar, maar het gaat om hun kennis en daar heeft de gemeente geen verstand verder.

Je moet als gemeente geen meeslepende hoogstaande organisaties oprichten, dat kan ook niet vanuit de kleine bedrijfjes. We gebruiken wel eens de metafoor van een zwerm vogels die uiteindelijk wel een groep is, maar daar komen weer vogels bij en de richting verandert en vogels laten de groep los en iedereen beweegt zich mee afhankelijk van de vraag. Zo moet je dat soort entiteiten ook zien. Het woord structuur moet je hierbij niet in de mond nemen. Als het die zwerm vogels is die beweegt afhankelijk van de vraag, dan is dat heel divers. De ene keer is die groep anders dan de andere keer, maar daar wordt wel echt positief op gereageerd vanuit de bedrijven.

**De voedingssector is een kennisintensieve sector. Zijn er in de regio Amersfoort of in uw gemeente platforms waar bedrijven en kennisinstellingen in de voedingssector elkaar ontmoeten?**

Ja met de Hogeschool Utrecht proberen we wel onderwijs ook toe te voegen bij de contacten tussen bedrijven. En ook met de ROC's in Amersfoort. Dat proberen we wel, dat proberen we ook zo goed mogelijk te doen, maar dat is wel een lastig verhaal. Met de HU lukt dat beter dan met de ROC's. Je ziet toch dat de overheid ook soms best moeite heeft om die zwerm vogels te volgen, die waar we het eerder al over hadden. Vanuit het beleidskader is het lastig om dat soms te volgen. Je merkt dat dat bij scholen net zo werkt. Je hebt dat curriculum en dat is heel erg vastliggend, het is soms net een olietank die zijn speerpunten heeft en die kan je heel lastig loslaten. Kijk, als het vanuit het onderwijs ergens in een programma past, ja dan kan het wel redelijk makkelijk meelopen. Bijvoorbeeld met een internationaliseringprogramma van de gemeente Amersfoort waar we hebben geconstateerd dat er relatief weinig export is vanuit deze regio ten opzichte van landelijke cijfers. Samen met het WTC Almere Area hebben we geprobeerd om die export te vergroten en dat haakt dan wel weer aan op het programma van de HU. Dus daar zie je wel dat met het mede-organiseren van colleges bijvoorbeeld meer in een curriculum past. In dat curriculum zit dan een internationaal component en dan kan je dat koppelen aan een project wat het onderwijs dan samen met de overheid en het bedrijfsleven doet. Dus dan werkt het wel. Als het niet past, dan is het heel erg afhankelijk van een decaan of van een individu of dan mee wordt gewerkt aan bepaalde projecten. En zeker ook op het gebied van voedsel zie je gewoon dat onderwijsinstellingen wel kieskeurig zijn over welke projecten ze aan mee willen werken. Dan past het bijvoorbeeld net niet in het curriculum van een instelling en dan willen ze niet. Dat is voor ons nog best een uitdaging.

**Wat gebeurt er op het vlak van duurzaamheid in de regio Amersfoort binnen de voedselsector, maar ook in de rest van de gemeente?**

Duurzaamheid speelt binnen voedselbedrijven, maar ook andere bedrijven in de regio een enorm belangrijke rol. Vanuit de MVO doelstellingen moet dat ook wel. Ik heb wel begrepen van de foodsector dat zij enorm veel CO2 uitstoot hebben en die willen dat heel graag erg veel terug dringen. De consument heeft nu nog niet echt die beeldvorming van milieuverontreiniging bij de voedselsector, maar dat komt wel steeds meer en foodbedrijven willen dit wel zo veel mogelijk terug proberen te dringen. Ze zijn er allemaal wel mee bezig en aan het nadenken om samenwerking aan te gaan met andere instellingen en bedrijven om die duurzaamheid in te brengen in bedrijven. Natuurlijk zijn er ook al wat bedrijven heel erg mee bezig maar er is wel degelijk een opkomende trend van verduurzaming.

Als gemeente doen wij eigenlijk een beetje hetzelfde als in de lijn van de creatieve industrie die ik al eerder noemde. We proberen gewoon wat verbindingen te leggen. Duurzaam is natuurlijk net een beetje als de creatieve industrie een beetje ongrijpbaar. Iedereen heeft wel iets met duurzaamheid, maar dat zijn wel heel veel verschillende opvattingen. Vanuit 'Amersfoort duurzame stad' is er een



heel programma waar we wel proberen verbindingen te leggen. Daar komt het dan uiteindelijk op neer. En op de inhoud, daar gaan wij als gemeente dan niet echt over.

Van de gemeente zelf hebben we wel een bepaalde doelstelling die we willen halen in 2020, met CO<sub>2</sub>-uitstoot en dergelijke. Je hebt ook wel vanuit de organisatie, maar dan vanuit de opdrachtgever/opdrachtnemer rol dat je boven bepaalde bedragen. Bedrijven moet dan ook weer op één of andere manier een bijdrage leveren, een soort van responsibility. Wil je een opdracht krijgen bij de gemeente, dan moeten bedrijven echt wel aan bepaalde duurzaamheidseisen voldoen.

Vanuit het programma Duurzaamheid is de gemeente wel altijd één van de spelers. Het is niet heel erg gefragmenteerd van dit is gemeente of stadhuis, dat zijn burgers en dat zijn bedrijven. Het is meer een soort van samenwerking tussen alles om de duurzaamheid in de gemeente groter te maken. Als de gemeente zo'n programma heeft dan is dat in samenwerking met partijen. Dus het is nooit alleen maar de gemeente die het doet.

**In hoeverre is er regiomarketing in de gemeente Amersfoort met betrekking tot voedsel, maar ook met betrekking tot het promoten van de gemeente om eventuele (in dit geval) voedselbedrijven aan te trekken?**

Met betrekking tot de voedsel kan ik niet iets bedenken wat specifiek uit de regio Amersfoort wat zich zou lenen als regiomarketing. Je hebt natuurlijk wel bijvoorbeeld de vis in Bunschoten, maar dat is weer op nog kleinere schaal dan de regio Amersfoort. In de gemeente Amersfoort is er niet een bepaald iets aan voedsel wat het zo bijzonder maakt.

We zijn nu natuurlijk wel een EBU verband: Economisch Board Utrecht. We hebben dus de regio Utrecht waarin we enigszins georganiseerde regiomarketing doen. Met het clusteronderzoek de Amersfoortse Ruit zie je dat de conclusie van het rapport is dat de economie heel divers is. Dus het is niet de haven of niet een brainport, dat heb je niet in de regio Amersfoort. Enigszins focus of zwaartepunt ligt dan in die Amersfoortse Ruit. Als je nog even iets groter gaat denken, maar dat vind ik wel iets minder gekunsteld dan die Amersfoortse Ruit, want bedrijven zien Regio Amersfoort ook helemaal niet echt als gebied. Dat is vaak al de Noordvleugel minimaal of Nederland. Die bedrijven denken wel minimaal op EBU niveau, provincie Utrecht niveau, waar Hilversum ook bij zit. Dus dan heb je de gebieden van Utrecht, Hilversum en Amersfoort. Waarin dit gebied vooral uitspringt is gezond leven, duurzaam of groen en dienstinnovatie. En als je vanuit die drie punten denkt, denk ik dat de regio Amersfoort vooral heel erg sterk is in het dienstinnovatie stuk. Dat heeft dus eigenlijk niets met de voedselsector te maken. We zijn echt de procesmachine om verbindingen te leggen, innovaties tot stand te brengen tussen de verschillende sectoren. Of dat nu in de voedingssector is of in andere sectoren, het is vooral de adviesbureaus en andere dienstverlening waar Amersfoort goed in is. Dat is ook wel wat meer de verklaring voor die internationalisering, die export die niet heel hoog is in de regio Amersfoort. Misschien doen wij als regio het niet heel goed ten aanzien van internationalisering of export, maar wij spelen een rol bij klanten in Eindhoven en Rotterdam die wel een enorme rol spelen in de export. Ook bijvoorbeeld het logistieke vraagstuk, wij zijn dan degenen die de exportstukken transporteren. Dat is ook een beetje de vertroebeling van cijfertjes vaak. Waardoor het lijkt alsof hier niet veel export of internationale activiteiten zijn, terwijl die bedrijven die hier zitten wel degelijk een rol spelen in dit proces.

We proberen internationale bedrijven aan te trekken door middel van samenwerking aan te gaan. Internationaal stel je namelijk als gemeente Amersfoort helemaal niets voor. Dus samen met de provincie, Invest Utrecht, maar ook andere verbanden, proberen we onze regio in het buitenland te promoten. Wat wel de kwaliteit van de regio is, dat zijn natuurlijk wel de geijkte dingen hoor. Dat is vooral centrale ligging, groen, veilig, hoogopgeleid. Dat zijn wel de elementen die benoemd worden, dus eigenlijk een beetje vergelijkbaar met Utrecht. En wat wij dan wel proberen is een aantal van die highlights er uit te pakken. Dat je zo'n ontwikkeling rond zo'n Oliemolenkwartier, de oude Prodent fabriek wat je hier hebt. In volume stelt dat niet zo heel veel voor, maar het geeft wel een soort gevoel bij het vestigingsklimaat, naast al die basisvoorzieningen. Dat er onderwijs in de nabijheid zit, de Uithof zit op 20 minuten, een half uur hier vandaan heb je Schiphol, dat zijn de geijkte dingen. En je

probeert dan de slagroom erop te doen met zo'n Oliemolenkwartier, dat zijn wel de elementen wat natuurlijk het wat mooier maakt.

**Een quote uit één van de interviews is "Als je niet krachtig bent binnen de regio, zal je ook nooit internationaal van belang zijn." Bent u het met deze uitspraak eens?**

*Daar ben ik het eigenlijk niet mee eens. Ik heb ook wel voorbeelden dat het niet zo werkt en volgens mij is dat geen uitzondering. Bijvoorbeeld Hydrologic is een bedrijf die ICT gespecialiseerd is op watermanagement, doet het internationaal heel erg goed en heeft Amersfoort wel als proeftuin, maar die is hier in Amersfoort echt niet sterk. Hier zitten zijn klanten niet. Medewerkers, de talenten wonen en werken wel in deze regio vanwege de centrale ligging en de goede bereikbaarheid. Om personeel te binden aan je bedrijf, daarvoor hebben ze gekozen voor Amersfoort, maar in de regio zijn ze niet krachtig. Hun klanten en opdrachtgevers zitten niet hier in de regio of lokaal. Zij zitten niet om economische redenen in de stad. Ik denk dat het voor veel bedrijven binnen de gemeente gaat om die centrale ligging en niet omdat we hier zoveel economische dynamiek hebben of dat ons verzorgingsgebied zo interessant is. Tuurlijk, voor een aantal bedrijven, voornamelijk lokaal opererende bedrijven natuurlijk wel, maar bij internationaal opererende bedrijven speelt die lokale potentie niet echt een hele grote rol. Dat zijn andere factoren die een rol spelen bij deze bedrijven.*

*Ik denk dat er wel een hoop kansen liggen voor bedrijven die lokaal al krachtig zijn. Dat er inderdaad, en dat zie je nu ook wel gebeuren naar aanleiding van de crisis en dat men creatief moet zijn en dat het in Europa ook allemaal niet heel florisant gaat, dat ze dan noodgedwongen een perspectief naar buiten moeten brengen. Naar markten waar wel kansen liggen. Ze moeten dan verder op grotere schaal kijken omdat ze anders hun hoofd niet boven water houden.*

*Het is echt wel een kanteling, want ik zit nu een jaar of zes of zeven bij de gemeente en ik kom uit het bedrijfsleven en het was wel echt een beetje vanuit het bruggen bouwen tussen bedrijfsleven en overheid. Dat heeft best wel lang geduurd, omdat het natuurlijk gaat om houding, gedrag en cultuur. Toen ik binnenkwam was het echt vanuit het beleid geredeneerd, kaders stellen en toetsen of wat bedrijven willen matcht met het kader van de overheid. Je ziet nu wel een hele erge kanteling of flexibilisering van regels, minder beleid, minder kaders. Omdat je altijd achterloopt op het moment dat al die inspraakdingetjes zijn geweest en vastgesteld komen er al weer nieuwe omstandigheden. Dus dan loop je alweer achter de feiten aan. Dat is wel positief aan de crisis. Al die regels weg, er wordt veel meer geluisterd naar de klant.*

*Maar daarmee heb je ook een andere organisatie ervan nodig. Die veel meer luistert naar die klant. En natuurlijk houd je wel die wettelijke taken en regels. Maar daar worden nu wel slagen in gemaakt en ik denk dat dat wel goed is. Je moet ook op een gegeven moment de bedrijven hun gang laten gaan, dan moet je als gemeente gewoon weg zijn. Dat moment van weg gaan is wel lastig vast te stellen maar dat gaat aardig goed nu.*

## Bijlage IX - Interview dhr. Berkvens - Gemeente Barneveld

**In mijn onderzoek heb ik gesuggereerd dat er een ideaaltypische tweedeling is van bedrijven.**

*Maar die is er ook wel hoor. Je hebt met name industriële bedrijven, en zeker hier in Barneveld. Die zijn eigenlijk wel georiënteerd op de internationale markt. En je hebt de echte producenten en de voedselverwerkers, die zijn op de regionale, soms landelijke markt en soms West-Europese markt gericht. Maar ze hebben inderdaad wel hele verschillende markten. Het hangt natuurlijk ook soms van producten af. Bijvoorbeeld eieren is per definitie een regionale markt. Omdat a) het is een goedkoop product en b) het moet vers zijn. Dat verkoop je in de regio. En onze regio, voor Nederland is dat Nederland en Duitsland. Dat is de eiermarkt. De vleesmarkt voor Nederland is weer iets groter, maar ook niet eens zo heel veel groter. Maar op het moment dat je stallen hebt, ja die gaan naar Afrika, Azië, overal heen. Dan zie je ook dat in die sector met name dat je een cluster hebt van bedrijven die heel internationaal opereren en die daarin ook samenwerken. En je hebt natuurlijk de andere delen, maar dat zijn voornamelijk de ontwikkelaars, de stallenbouwers, de machinebouwers, dat soort dingen. Die zitten wereldwijd, werken daarin ook samen, hebben ook hun eigen samenwerkingsverband. En je hebt allerlei andere samenwerkingsverbanden van de vleeskuiken, van eieren en noem maar op. Dat zijn allemaal landelijke organisaties die ook hun werk binnen Nederland doen en ook voor de rest niet zo naar buiten treden.*

**Zijn er voorbeelden van samenwerking in de voedselsector in de Gemeente Barneveld?**

*Wat hier vanuit de gemeente is opgericht is het Dutch Poultry Centre en dat is die industriële samenwerking. Je hebt ook op kleinschalig niveau wat samenwerking gehad tussen vrieshuizen en verwerkers van pluimvee en die samen dan weer packaging bedrijven hebben opgericht. Waarbij het bedrijf dat kipnuggets maakt samenwerkt met die vrieshuizen die daar dan groenten en alles bij doen en daar maaltijdpakketten van maken. Dat zie je dus op lokaal niveau. En je ziet natuurlijk verder op lokaal niveau een beetje verschillende samenwerking. Bedrijven kennen elkaar, werken natuurlijk in de keten wel met elkaar. Zeker op het moment dat je ketensamenwerking hebt, dan zie je wel allerlei samenwerking ontstaan. Dat moet vanzelf ook gaan natuurlijk. Een boer die is afhankelijk van de veevoerleverancier en noem maar op. Dat zijn van die ketens, daar wordt het heel erg gestuurd. Dat zie je in de vleeshouderij sowieso. Bij de kippen zie je dat, bij de pluimvee zie je dat, bij de kalveren zie je dat. Dat er heel erg ketengestuurd wordt. En dan zie je bijvoorbeeld vaak dat de veevoerleverancier heel erg de keten stuurt. Zij ontwikkelen voer en dat zijn allemaal heel ingewikkeld samengestelde voedingspakketten en ze hebben daar hun eigen boeren voor die dat afnemen en dat wordt ook weer naar de slachterijen gebracht die met tracking en tracing precies willen weten wat voor voer gaat er in, hoe is het behandeld. Dat ze van ieder stukje vlees precies weet waar het vandaan komt, wat dat kalf gegeten heeft, zodat je de kwaliteit aan het eind kunt garanderen en nog altijd kunt zeggen dat, ook als er ergens eens een keer iets misgaat, precies kunt herleiden van waar komt dat vandaan. Wie heeft dat geproduceerd? Als er eens een verkeerde stof in zit bijvoorbeeld, dat je dan heel snel kunt achterhalen waar het in de keten is mis gegaan. En dat heeft wel met kwaliteit te maken natuurlijk.*

**Hoe belangrijk is de voedingssector in deze gemeente?**

*Dat is natuurlijk een open deur. Maar gewoon echt heel belangrijk. Ik denk dat tussen de 15 en 20 procent van de werkgelegenheid in de voedingssector zit, dus het meeste zit er toch buiten. Maar het is wel ons profiel. En we hebben daar een hele belangrijke industrie in. Dus het is voor een plaatselijk Barneveld, maar natuurlijk ook voor deze hele regio, is voeding in de meest brede zin cruciaal. Daar profileren wij ons ook op. Wij zijn onderdeel van Food Valley. En dat heeft natuurlijk alles weer te maken met het feit dat Wageningen de Food universiteit van Nederland en zelfs West-Europa is. Die toppositie heeft het wel. Daar omheen is ook van alles ontstaan waar je intensief mee samenwerkt. Dus voeding, in de meest brede zin, is heel erg belangrijk voor ons. Waarbij onze gemeente wat meer zit op de verwerking en de toelevering. Terwijl de hoogwaardige R&D zul je meer op de campus Wageningen zien. Dit is wel enorm goed voor de regionale ontwikkeling hier*

**Denkt u dat samenwerking tussen de verschillende bedrijven aan het begin genoemd de regionale ontwikkeling nog meer een boost geeft? En probeert u dat als gemeente te stimuleren?**

*Ja, dat zal zeker bijdragen aan de regionale ontwikkeling en wij proberen dat ook zeker te stimuleren. Dat proberen we natuurlijk altijd wel te stimuleren. En we proberen ook, voor zover dat in ons vermogen ligt, ook in de innovatie te stimuleren. We proberen ook te stimuleren dat ook MKB gebruikmaakt van de kennis die er in de regio, ook in Wageningen, zit. En dan het liefst ook samen. Dus je probeert het als gemeente bij elkaar te brengen. Zodat ze a) van elkaar leren, maar b) gebruikmaken van al die kennis die er is. En dat is met name met MKB (en de meeste bedrijven in de agrofoodsector zijn MKB), die hebben nogal moeite om naar een universiteit toe te stappen met hun vragen. En dan is een universiteit toch een groot instituut. Rij maar naar de universiteit toe, als je niet weet waar je wezen moet, dan begin je nergens. Dan gaat dat niet lukken.*

*Wij proberen dat dus met samenwerking en ontwikkelingsmaatschappijen te stimuleren. We hebben nu een traject gehad waarin een aantal bedrijven gewoon bezocht zijn door iemand van de ontwikkelingsmaatschappij. Om te kijken wat er speelt, waar ze mee bezig zijn en van daaruit kijken wat er op het gebied van kennis daarover al is en dan proberen met elkaar in contact te brengen. Waardoor, als het contact eenmaal ontstaat, het voor iedereen wat makkelijker wordt. En zo probeer je dat ook door informatie via Food Valley naar de bedrijven toe te brengen. We zijn bezig met een Poultry Expertise Centre in de pluimveesector waarin het bedrijfsleven echt aan het stuur zit en bepaalt wat er dan nodig is om opleiding in de pluimveesector wat meer bedrijfsgericht te maken en zorgen dat het personeel binnen pluimveebedrijven wat meer kennis krijgt en studenten weer kiezen voor het pluimveevak, want het heeft toch wel een stoffig imago. Terwijl het echt een wereldwijde industrie is. Als je hier in Barneveld bij een bedrijf gaat werken in de industriële sector dan is de kans heel groot dat je overal in de wereld terecht komt. Dus dat zijn allerlei verschillende manieren waarop wij als gemeente, we hebben natuurlijk wel een faciliterende rol, maar toch probeer je partijen bij elkaar te brengen. Dus eigenlijk onze belangrijkste taak is om partijen bij elkaar te brengen. Te laten zien aan iedereen wat er is en hopen dat ze op die manier zelf verder gaan ontwikkelen. Want het blijft toch de verantwoordelijkheid van die ondernemers om er wat mee te doen. En je kunt het ze aandragen, je kunt het ze laten zien en daar worden allerlei initiatieven voor genomen. We proberen het ook via allerlei open dagen en noem maar op mensen bij elkaar te brengen en mogelijkheden te laten zien. Maar ja, ze moeten het uiteindelijk zelf oppakken, want wij beheren die bedrijven niet natuurlijk. We proberen het wel via onze contacten en bedrijvenkringen en dat soort zaken in de gaten te houden hoe de contacten verlopen. Je blijft het wel volgen en te stimuleren en te proberen om je netwerken altijd te ondersteunen. In feite is wat je doet is zorgen dat de netwerken die ondersteunt worden in tact blijven. En dan moet op een gegeven moment de verantwoordelijkheid van de ondernemers worden om iets met de informatie te doen. En dat gebeurt dan ook wel. Het gaat eigenlijk best wel automatisch.*

*Zoals het Dutch Poultry Centre is ontstaan als samenwerkingsverband en ze zijn ook wat meer samen op internationale beurzen gaan staan. Daar ontmoeten ze elkaar ook, ook 's avonds na afsluiting van de beurs ook aan de bar. En dan zie je toch dat er dingen ontstaan, want dan horen ze dingen van elkaar. En natuurlijk ontstaan er dan ook samenwerkingsverbanden. Zeker in die keten. Als er ergens innovaties zijn, dan is het vaak niet binnen een bedrijf, maar vaak in de schakels tussen bedrijven. Daar is meestal de meeste winst te behalen. Want binnen bedrijven kijken de meeste mensen alleen naar of ze het product niet meer moeten vernieuwen. Maar het is vooral vaak in de schakels tussen die keten, daar wordt het minst over nagedacht en is daar dus vaak de meeste winst te behalen. En dat zie je als je ze bij elkaar brengt en vaak als ze ergens in een ver land op elkaar zijn aangewezen, dan komen dit soort dingen vaak het beste van de grond.*

**Heeft u ook voorbeelden van samenwerking tussen die twee soorten bedrijven aan het begin genoemd?**

*Dat vind ik nog matig, voor zover ik het kan overzien. Je ziet dat ze erg hun eigen weg gaan. Er zijn natuurlijk wel nieuwe ontwikkelingen. Dan zie je dat de industrie dan wel trekkend moet zijn. Op het*

*moment dat de industrie zegt dat ze iets anders moeten doen, bijvoorbeeld doordat de regelgeving verandert. Wat je dan ziet is dat een industrieel bedrijf een heel nieuw houderijsysteem heeft ontwikkeld en dat hebben ze gedaan om de primaire sector te stimuleren het op een diervriendelijke manier, kwalitatief betere manier et cetera te gaan doen. Maar dan zie je dat de kennis dus eigenlijk bij de industrie zit, maar die moet ook wel het initiatief nemen om de boeren zo ver te krijgen dat ze het ook gaan toepassen. En datzelfde zie je wel in de veevoer. Veevoerleveranciers zijn wel altijd heel erg bezig met de kwaliteit van het eigen product. En daarom nemen zij ook echt een stukje ketenregie in handen en willen zij ook precies weten wat de primaire sector doet om daarmee te handelen. Maar echt die hele internationaal opererende bedrijven staan soms toch wat ver af van de binnenlandse producerende verwerkende bedrijven.*

**Denkt u dat het voordeel zal brengen als die bedrijven dichter bij elkaar zouden komen?**

*Ja, ze moeten nog meer samenwerken. Nederland is één van de grotere exporteurs in de wereld van onder andere de industrie. We moeten natuurlijk in Nederland de primaire sector als model zien. Ik denk dat Nederland alleen een toppositie kan blijven houden als wij blijven innoveren. En innoveren, dat doe je niet alleen vanuit een tekenkamer binnen een fabriek, maar dat doe je ook in de praktijk. Dus die primaire sector, die verwerkende sector en die industriële sector moeten met elkaar blijven samenwerken. En wij moeten ook stimuleren dat die industrie hier ook zorgt dat ze in Nederland de producenten laten werken met de nieuwste systemen. A) kun je dan die nieuwste systemen testen en proberen en anderzijds betekent dat ook dat de kwaliteit van de producten van onze primaire sector het hoogste blijft omdat je steeds blijft innoveren. Dus het kan niet belangrijk genoeg zijn dat die kennis die er bij de industrie zit bij de primaire sector terecht komt. En die industrie zit juist wereldwijd dus weet wat er daar gaat gebeuren. De primaire sector opereert meer op nationale schaal en ziet dat dus minder. Die industrie kunnen de oren en ogen zijn van die primaire sector. Dus in die zin is het cruciaal dat die heel intensief met elkaar samenwerken.*

**Vindt u hierin een rol weggelegd voor de gemeente?**

*Ten dele. Dat kan wel, maar ik vind dat dat veel meer een rol is voor het Rijk denk ik. Maar ook de standsorganisaties. De clubs van de verschillende sectoren. Zoals de landbouworganisaties en de industriële organisaties. Die moeten het uiteindelijk doen. En die moeten zich realiseren dat ze door samen te werken en samen na te denken over de kwaliteit, dat je het daar mee redt. Dus wij stimuleren wel, maar wij hebben in principe maar een hele kleine rol hierin. Het ministerie van Economische Zaken, waar Landbouw onder zit, die zouden daar veel actiever in moeten zijn vind ik. En de bedrijfsorganisaties zelf natuurlijk moeten ook nog veel meer met elkaar samen erover nadenken en werken. Het is nu toch nog te afhankelijk van initiatieven van een kennisinstelling, een afstudeerproject of een doctorale scriptie van een universiteit die dan iets bedenkt en dan maar hopen dat een ondernemer het oppikt. Je bent wat afhankelijk van personen die daar toevallig wat in zien.*

*Nederland moet bijvoorbeeld in Europa ook veel meer met die AgroFood doen. Als je de landelijke overheid hoort dan gaat het in Nederland vaak over Amsterdam, Rotterdam en Brainport Eindhoven. That's it. Ja, AgroFood, we weten het wel, maar terwijl ze in Brussel veel meer zeggen dat Nederland top is in AgroFood. Wij zijn de mondiaal op één na grootste exporteur van AgroFood in de wereld, zo'n klein landje. En je kan toch niet zeggen dat we allemaal tot onze nek in de mest zitten. Dat betekent dus dat wij enorm veel kennis hebben om op een klein stukje grond heel veel te produceren. Als je dat eens even afzet tegen het wereldvoedselvraagstuk, het feit dat de wereldbevolking van zes naar negen miljard gaat groeien, dat de welvaart in verschillende delen van de wereld toeneemt, dus ook de behoefte aan kwalitatief beter voedsel toeneemt. Dan weet je dat dat niet allemaal op traditionele wijze, zoals het vroeger ging geproduceerd kan worden. Dat zul je op een hele efficiënte milieuvriendelijke, duurzame manier moeten doen. Waar is die kennis? Kennelijk hier, in Nederland. Want wij doen het nu al voor een groot deel op die manier. Er zijn altijd verbeteringen nodig, maar er zit hier dus heel veel kennis en dat besef, daar kan de economie nog wel 40 of 50 jaar op draaien. Als we dat op een goede manier weten te benutten. En voor een deel*

gebeurt dat al en dat moet je vast zien te houden en daar zal nog wel wat meer focus op mogen leggen.

**Kunt u ook voorbeelden noemen van wat daar nu al in gebeurt?**

*Er gebeurt natuurlijk in Nederland al best wel wat. Zoals de Stichting Food Valley hier. Die zijn daar wel mee bezig. Ze staan op allerlei beurzen en allerlei conferenties. Er komen ook heel veel mensen hier naar Nederland toe om te kijken hoe wij de dingen doen. Uit alle landen komen ze hier kijken. Dat zouden we wat mij betreft nog beter kunnen professionaliseren. Daar ook meer mee doen. Als ik hoor hoe vaak er Chinese delegaties naar Nederland komen. Of iedere provincie stuurt wel weer een delegatie naar China toe. Dan denk ik dat toch beter georganiseerd kunnen worden. En denk ik ook wat meer sectorgewijs moeten aanpakken en aanvliegen. En dat zou nog beter geprofileerd kunnen worden. Ik denk dat je daar nog veel meer mee kunt en veel meer mee zou moeten. Er gebeurt natuurlijk veel, we zitten over de hele wereld. En als Nederland met AgroFood en onze kennis daarvan zitten we ook wereldwijd, met de universiteit erbij. Daar staat Nederland om bekend en ook studenten uit de hele wereld komen daarvoor naar Wageningen bijvoorbeeld. Dus er gebeurt al van alles, maar als ik in de regering zou zitten, dan zou ik hier meer mee doen. Ik vind het ook eigenlijk wel een slechte zaak dat het ministerie van Landbouw is opgeheven en bij EZ ondergebracht is. Dat begrijpen ze in Brussel ook niet helemaal. Als je zo top bent, dat je dat dan toch wat ondergeschoven hebt, dat is een gemiste kans denk ik.*

**Hoe belangrijk is het begrip duurzaam in deze gemeente bij de voedselbedrijven?**

*Dat is heel belangrijk. Kijk iedereen snapt dat als je naar de toekomst wilt, dat de voedselproductie alleen kan als je dat in combinatie met duurzaamheid doet. Dus wat je ook ziet is dat al die bedrijven en ontwikkelingen het aspect duurzaamheid bijna cruciaal is. Eigenlijk zit het thema duurzaamheid bij iedereen zo langzamerhand wel voorin. Geen waterverspilling, noem het allemaal maar op. Iedereen begrijpt dat als je massaal wilt produceren, in wilt spelen op de behoefte van de wereldbevolking en ook klimatologische omstandigheden in diverse delen van de wereld, dat duurzaamheid, efficiënt en effectief heel belangrijk is. Dan krijg je natuurlijk wel de leuke discussies om de plofkip bijvoorbeeld. Het wereldvoedselvraagstuk vraagt wel om efficiënte en effectieve productie. Dus dan kan je zeggen dat je alleen maar langzaam groeiend kippenvlees wil hebben, maar dan hebben ze bijvoorbeeld in India veel te weinig. Dus je moet efficiënt produceren en dan moet je je ogen niet sluiten voor dier en welzijn en voor andere dingen. Maar aan de ander kant hebben wij wel die kennis en mogelijk om het efficiënt te produceren en daar moet je toch mee verder.*

**Probeert u duurzaamheid als gemeente ook te stimuleren bij voedselbedrijven of merkt u dat ze er eigenlijk zelf al veel mee bezig zijn?**

*Dat doen ze echt zelf hoor. Het is natuurlijk bij die foodbedrijven niet anders als in de auto-industrie. Alle merken in de auto-industrie bieden nu allemaal A-klasse auto's aan. Zo duurzaam mogelijk en zo zuinig mogelijk et cetera. Dat is in die voedingsindustrie natuurlijk niet anders. Alles is er op gericht om zo efficiënt mogelijk te produceren met zo min mogelijk afval. Dus ook de voerleveranciers zijn altijd met voer aan het ontwikkelen waarvan je kunt zeggen van nou, als je dat goed doet dat er zo min mogelijk antibiotica gebruikt hoeft te worden, zo min mogelijk fosfor et cetera. Dus iedereen is eigenlijk altijd wel bezig om te kijken hoe het op een zo duurzaam mogelijke manier gedaan kan worden. En wij hebben de kennis er ook niet voor om als gemeente hierin te adviseren. Dat doen de bedrijven zelf. Je moet het toejuichen en stimuleren, maar de rest doet de sector zelf. Het enig wat wij kunnen doen is informeren als een bedrijf iets wilt. Dat zijn enkel maar kleine facetjes, het grote werk gebeurt door de sector zelf.*

*Duurzaamheid klinkt gewoon overal in door en iedereen snapt ook wel dat dit de toekomst is. Ook het kostenplaatje profiteert ervan. Kosten beperken gaat vaak gecombineerd met duurzaamheid, bijvoorbeeld minder papier gebruiken, minder kantoorruimte door flexplekken et cetera. Vaak gaat duurzaamheid en crisis hand in hand, want dan moet je meer op de kosten gaan letten en vanzelf ga je dan ook dingen die niet nodig zijn niet doen en ook onkosten en verwarming ook bewuster doen.*

### **Is er in de regio Amersfoort of in de gemeente Barneveld sprake van regiomarketing?**

*Het punt met AgroFood is dat het niet zo heel erg regiogebonden is. De industriële pluimveesector heeft wel zijn eigen Dutch Poultry Centre logo en wil dus eigenlijk dat dat DPC logo een soort van Zwitsers kruisje wordt, dat het staat voor kwaliteit. Dat proberen ze door de samenwerking uit te dragen, dat DPC voor kwaliteit staat. Dat is meer op Nederlands niveau eigenlijk. Barneveld wil zich natuurlijk ook wel een beetje profileren als het kenniscentrum op het gebied van pluimvee. Regio Food Valley wil wel echt het kenniscentrum zijn op het gebied van Agro Food. Dus eigenlijk als je het over regiomarketing hebt, dan zeggen we eigenlijk dat dat kennis en innovatie op het gebied van Agro Food is binnen Nederland en dan in Barneveld de pluimveesector. Dat is onze branding.*

*We zijn er mee bezig om dit meer te stimuleren, maar je moet eerst zorgen dat je je product een beetje op orde hebt en het dan pas verder uitdragen. Internationaal hebben we dat imago best wel, alleen dat verstoft wat. We zijn nu bezig om het product weer kwalitatief op orde te krijgen om die branding er dan ook weer mee aan te geven. En op regionaal niveau met regio Food Valley is daar ook al een heel programma in ontwikkeling om die branding wel sterk te maken. En dat is wel een beetje een punt met de samenwerking met regio Amersfoort, hoe je nou dat bij elkaar brengt. Wij zijn als Barneveld en Nijkerk natuurlijk ook primair regio Food Valley, dat is ons samenwerkingsverband. Maar we doen ook mee in de regio Amersfoort, wat een beetje ontstaan is uit de gedachte dat Amersfoort weinig ruimte heeft voor industrie en zeker voor de wat zwaardere industrie. Toen is er toch wat meer gekeken naar Nijkerk en Barneveld omdat daar meer plek is voor industrieterreinen. Daar is die samenwerking door ontstaan en is verder ontwikkeld in dat wij in de regio Amersfoort mee doen. En in Amersfoort zelf zitten natuurlijk wel wat hoofdkantoren van foodbedrijven, zoals FrieslandCampina, Nutreco. Bunschoten heeft natuurlijk de vis en koek waar ook best veel bedrijven op het gebied van food zitten. Het is ook wel logisch om mee samen te werken, maar qua branding is het lastig. Amersfoort zal nooit een echte foodstad worden. Het blijft een beetje een imago van zakelijke dienstverlening hebben. Dat maakt het qua branding wel erg lastig. Hoe je nou Amersfoort en Nijkerk-Barneveld in dat plaatje moet stoppen. En naarmate je verder naar het zuiden gaat, zoals Wageningen heeft eigenlijk niets met Amersfoort en zou veel liever met het KAN samenwerken. Dus dat is nog niet zo eenvoudig. Daar worstelt iedereen wel een beetje mee, van hoe moeten we dit nou oplossen. We moeten elkaar op inhoud zien te vinden en daar wat strategische allianties in zien te vinden en in die zin hoeft dat niet per se aan gemeentegrenzen gekoppeld te worden. Het gaat erom dat er een kenniscluster ergens is en als er dan bijvoorbeeld bedrijven uit Bunschoten aan meedoen, dan is dat toch hartstikke goed? In die zin moeten we regionale ontwikkeling toch iets anders zien als zo'n kennisnetwerk als Food Valley.*

*Qua regio is Nederland natuurlijk op zich al een beetje een regio. Op internationaal niveau zijn afstanden in Nederland enorm klein. Het geeft wel aan dat wij in Nederland misschien op een verkeerde dimensie denken, omdat van Schiphol zelfs de regio Amersfoort enorm goed bereikbaar is en dat bijvoorbeeld van west Los Angeles naar oost Los Angeles veel langer duurt dan van Schiphol naar Amersfoort reizen. Het is alleen dat het dan niet zo'n internationale naam als Amsterdam bijvoorbeeld heeft, dat spreekt internationale mensen minder aan. Als het nodig is zijn wij als regio eigenlijk een voorstad van Amsterdam. Wat stelt het nu allemaal eigenlijk voor, deze regio's? Kijk, je moet gewoon zorgen dat die verbindingen vlot doorlopen. Je moet onderdeel zijn van een netwerk. Zoals met Food Valley hoef je niet eens echt onderdeel van een regio te zijn, maar meer onderdeel van een netwerk. Je moet bijvoorbeeld zo'n Food Valley imago ook meer als een kwaliteitskeurmerk gaan gebruiken. Als je daar bijhoort, dan hoor je bij een netwerk van topbedrijven, met hoogwaardige R&D en noem maar op. En dat is dan een beetje dat Zwitserse kruisje. Dat is denk ik goede regiomarketing. Als je het daar over hebt, van hoe zou je dat nou kunnen doen zonder dat je met bestuursstructuren gaat klooiën en zo. Je kunt wel van dat imago een branding maken. Daar zou je het mee moeten doen en daar zou ook de regio Amersfoort, denk ik, gewoon in mee kunnen doen.*

**U heeft het zojuist zowel over sectoroverstijgende samenwerking als samenwerking binnen sectoren gehad. Merkt u dat sectoroverstijgende samenwerking makkelijker gaat als samenwerking binnen sectoren tussen ‘concurrenten’?**

*Voedselbedrijven die samenwerken zien elkaar inderdaad meer als concurrent. In de keten moet je natuurlijk samenwerken. Maar ook binnen een sector denk ik. Het probleem is dat veel bedrijven denken van ‘wat ik doe is geheim’, dat hebben de bedrijven allemaal. En hoe kleiner ze zijn hoe erger het is vaak. Dat maakt dus dat ze ook individueel niet veel verder komen in productontwikkeling en innovatie, omdat ze hun geheimen niet prijs willen geven. Ik zeg altijd dat 99 procent van wat jullie doen ik zo op internet kan vinden. Wat er echt specifiek bedrijfsgeheim is, dat is maar heel klein, marginaal. Dus we zouden graag zien dat ondernemers veel meer met elkaar en dus samen ontwikkelen. Want je kan zoveel dingen die eigenlijk helemaal niet zo geheim zijn en waar je veel van elkaar van kunt leren. En op het gebied van iets meer fundamenteel onderzoek is vaak voor één individueel bedrijf geen geld voor, maar als je het met z’n alleen zou doen, dan kan je ook gemakkelijker geld van de overheid er bij krijgen en dan kun je met fundamenteel en toepassingsgericht onderzoek dingen laten ontwikkelen. En wie er dan uiteindelijk wat met die kennis doet, dat is dan des ondernemers. Maar daarmee kun je de kwaliteit van het totaal verhogen. Dus die interactie en gezamenlijke kennis delen en meer samen innoveren, daar is volgens mij enorme winst te halen. En dat is erg moeilijk en hoe kleiner ze zijn hoe moeilijker het is. Dat heeft ook te maken met dat kleine bedrijven meer bezig zijn met het van dag tot dag leven. Ze zijn altijd bezig met de business en hebben over het algemeen erg weinig tijd, of maken weinig tijd om wat na te denken over de toekomst. En dat probeer je wel onder de aandacht te brengen door af en toe sprekers uit te nodigen of bijeenkomsten te organiseren, dan hoop je dat ze elkaar ontmoeten. Maar heel vaak komt het dan niet verder dan een borrel. Ik denk dat juist concullega’s veel meer aan elkaar zouden kunnen hebben. Zonder dat je daarmee je laatste bedrijfsgeheimje prijs gaat geven, want dat is toch zo’n klein gedeelte. De meeste kennis is gewoon op internet te vinden. En naarmate je natuurlijk meer personeel hebt, ook vaak met een academische opleiding, die weten dat wel. En zitten er vaak ook wat minder krampachtig in omdat ze weten dat de kennis die zij hebben meerdere mensen hebben. En dan wordt het al wat makkelijker. Maar zeker in die agrofoodsector zitten ook wat jongens die zelf zijn gaan sleutelen en hun ideeën niet prijs willen geven. Maar als je zo’n bedachte machine naar China brengt dan halen ze het uit elkaar en bekijken ze gewoon wat er in zit, dus zo geheim is het allemaal niet. De enige manier om dat voor te blijven is om zelf door te ontwikkelen.*

*Iemand zei ooit tegen mij van jongens, met onze huidige kennis kunnen we nog 10 jaar verder in deze industrie, maar als we zelf niet onze huidige kennis gebruiken om nieuwe kennis te genereren, dan zijn we over 10 jaar klaar, want dan hebben ze het in China allemaal nagemaakt. Dus je moet je kennis gebruik om verder te werken. En dan moet je als bedrijf ook horizontaal proberen samen te werken en krachten te bundelen om middelen vrij te maken om ontwikkeling mogelijk te maken. En dat is een lastige.*

**Een quote uit één van de interviews is “Als je niet krachtig bent binnen de regio, zal je ook nooit internationaal van belang zijn.” Bent u het met deze uitspraak eens?**

*Het hangt er natuurlijk wel van af. Want je hebt natuurlijk stand alone bedrijven die internationaal heel sterk zijn en eigenlijk geen enkele band met de regio hebben. Maar vaak zijn dat ook wel footloose bedrijven. Laat ik het zo stellen: ik denk dat je internationaal in ieder geval sterker wordt als je ook krachtig binnen de regio bent.*



## Bijlage X - Interview burgemeester Van de Groep - Gemeente Bunschoten

### Heeft u concrete voorbeelden van enige samenwerking binnen de voedselsector in de gemeente Bunschoten?

*Ja. Op die twee levels die jij bedoelt heb ik één heel concreet voorbeeld. Dat is de samenwerking tussen 't Stoepje, dat is de grootste marktbakker en één van de grootste bakkerijen hier in onze gemeente. 't Stoepje heeft in de afgelopen tijd zeg maar gekeken van hoe kunnen we, naast dat wij een massaproductie doen ten behoeve van supermarkten maar vooral ten behoeve van de markt, hoe kunnen wij ook inspelen op de behoefte van duurzame voedingsmiddelen. 't Stoepje heeft ten behoeve van de markthandel een nieuwe formule bedacht, die heet Le Perron, dat is uiteraard Frans voor het stoepje, en daarbinnen allebei halfproducten, dus afbakken op de markt met heel veel biologisch brood. Maar dat is dan gericht op de consument, dus niet specifiek hier op de regio maar op de consument op markten vooral in Nederland en naar supermarkten toe waarin die halfproducten ook populair worden om af te bakken. Peter Beukers is dus de algemeen directeur van 't Stoepje en dus één van de initiatoren van de Le Perron formule en die is in contact gekomen met Jan Huijgen van de Eemlandhoeve. Die Jan Huijgen van de Eemlandhoeve heeft dus zeg maar visie op hoe je voedsel in de streek meer op het bord in de streek kan krijgen, voedsel zoals bij de Hoofdstad van de Smaak gedachte en die was heel sterk bezig met de manier waarop je producten die op het land worden gemaakt, hoe kun je die weer in de voedselketen brengen. Door daar distributiekanaalen voor te gaan gebruiken, daarmee is natuurlijk van alles mogelijk richting supermarkten, maar die supermarkten hebben hele andere strategieën want die hebben inkoop op organisatie van boven af. Dus die supermarkten zijn niet lokaal bezig, lang niet met die overwegingen. En Jan en Peter Beukers hebben elkaar ontmoet op de voedselconferentie op de Eemlandhoeve in het kader van 'Boer zoekt Stad', die is al weer voor het jaar van Hoofdstad van de Smaak. 'Boer zoekt stad' was een initiatief vanuit de regio Amersfoort, gedreven door de gemeente Amersfoort, die hebben toen gezegd: we gaan een conferentie houden met alle arrangementen in de Eemlandhoeve. Eén van de arrangementen is dus de samenwerking van 't Stoepje en de coöperatie Stad en Land die vanuit de Eemlandhoeve werkt aan regionale producten en dat heeft dacht ik vorig jaar geleid tot een concreet product. Dus dat is de 'boerenbox' en dat is een doos of een krat die wekelijks of twee keer in de week wordt bezorgd bij mensen thuis die via internet een bestelling doen en die daarin producten krijgen van 't Stoepje, dat biologische brood en dan streekproducten van hier en bij elkaar naar behoefte worden besteld en dan in die boxen gestopt en bij die mensen thuis afgeleverd. En dat is dus een concreet voorbeeld van waar die twee bedrijven elkaar raken, maar het zijn inderdaad, dat heb ik ook begrepen, twee werelden. Hier zijn ze dus bij elkaar gebracht door mensen uit de Foodsector en uit de productie en de verbrede boer. Om die bij elkaar te brengen op zo'n conferentie van 'Boer zoekt stad' dat dan het idee ontstaat van 'hee, hier kon wel eens een gezamenlijk belang voor ons zitten'. En dat dat op deze manier wordt ingevuld en dus ook in de markt wordt gezet is erg leuk, maar gaat niet vanzelf. Dat bewijst het voorbeeld.*

### Dat gezamenlijk belang is dan voor de bedrijven een gezamenlijk belang. Denkt u ook dat de gemeente en de regio daar belang bij zullen hebben? Wellicht economische ontwikkeling?

*Ik zie het als gemeente belangrijk voor de visie op het platteland en hoe wordt daar in de toekomst met het platteland gebruik van gemaakt. Het hele verhaal van dat boerderijen om te overleven steeds groter moeten worden en minder opvolgers hebben, dat er dus andere vormen moeten komen om dat platteland in stand te houden. Dat je dus andere inkomstenbronnen moet geven aan de beheerders van het platteland, dat zijn de boeren. Dus dat betekent ook dat als die gaan kijken van hoe kunnen wij naar productontwikkeling gaan, hoe kunnen we kijken naar landbouwproducten en die te gelden maken, dan heb je dus weer een soort regionale voedselketen nodig. En die is er eigenlijk niet meer, weggebannen. Die moet worden teruggebracht en ik vind dat een belangrijk punt voor de gemeente om dat als gemeente te stimuleren, dat je partijen bij elkaar brengt en dat je dat ook promoot. Maar ik zie daar niet een gemeentelijke kerntaak in. Om te zeggen van als gemeente moet je daar geld in*

gaan stoppen, dat vind ik niet. Het is voor het bij elkaar brengen van belangen: de makelaar zijn en daar als gemeente ook een initiërende en stimulerende rol in spelen. Maar dan vervolgens moet het via het economisch verdien model zichzelf bewijzen. Dat is de ene kant van de zaak.

Aan de andere kant ben je dus ook bezig met werkgelegenheid en de ontwikkeling van bedrijven binnen je gemeente. Bunschoten-Spakenburg omvat grotere voedselbedrijven zowel in de vis als in de bijvoorbeeld koeksector, banket. Dus brood/koek/banket en vis, dat zijn van oorsprong productiebedrijven, die zijn in hun productie al vergroot. Maar er is lang niet altijd de 'know-how' om ook te vernieuwen en om ook de producten te innoveren. Zo van wat willen mensen, wat zijn de smaken en hoe doe je dat op een duurzame manier. Zeker als je dus in wilt spelen op de gedachte van duurzaamheid en hopelijk ook een toename van de vraag naar duurzame voeding. Nou dan zie je dus dat er voor je bedrijfsleven een belang is om zich te ontwikkelen en niet stil te blijven staan bij hun huidige productiebedrijf. Want op het moment dat je zegt van ja, we maken alleen maar krentenbollen en over vijf jaar eet niemand meer krentenbollen, dan heb je dus niet meer de goede producten. Dus er zit ook een plat economische motief in: mensen moeten aan het werk blijven. Twee, het duurzaamheidsmotief: mensen moeten betere voeding krijgen en daarvoor zou je dus kunnen kijken, ook als je dus in die productiesector zit waar nu dus ook op de landelijke, Europese en soms ook op de wereldmarkt wordt geleverd, dat je dan gebruik kunt maken van lokale kennis en 'know-how'. Dus het zijn wel twee werelden, maar die wel wat voor elkaar zouden kunnen gaan betekenen.

Ik kijk bijvoorbeeld op dit moment heel sterk naar hoe we als gemeente Bunschoten onderdeel uitmaken van de regio Amersfoort en daar doen we werk op economisch gebied samen, maar we hebben eigenlijk niet zoveel partners in deze regio als het gaat om het ontwikkelen van de foodsector. Terwijl wij wel naast de Food Valley liggen. En de Food Valley, dan praat ik over mijn buurman Nijkerk en mijn buurman Barneveld, maar uiteraard ook de kennis in Wageningen en je praat over de Vallei (de regio Amersfoort is een stukje Utrechtse Heuvelrug, maar ook een stukje Vallei). En je ziet dan dat het gebied van Bunschoten-Spakenburg en de typologie, dan praat je over mensen maar ook het land, de boerenstand, dat dat ook allemaal banden heeft die die richting op gaan. Dat is dan ook gek dat je dat ook ziet. Bijvoorbeeld in de sfeer van de werkgelegenheid, dat de mensen die in de food werken, werken bijvoorbeeld in Nijkerk of Bunschoten, maar niet zo gauw in Soest. Daar ligt voor mij ook een uitdaging. Van hoe krijgen we die foodsector die traditioneel is in Spakenburg, hoe krijg je die mee op de weg naar innovatie en verduurzaming en in een meer regionale voedselketen. Maar hoe doe je dat dan gezamenlijk met andere gemeenten, want dat kan je als gemeente niet alleen. En dan kijk ik toch naar een samenwerkingsverband met Food Valley vanuit Bunschoten. Dat zou interessant zijn.

#### **En is daar al iets van samenwerking aan de gang?**

Daar is nog niks, maar ik heb vanmorgen een gesprek gehad met de wethouders van Economische Zaken van Nijkerk en Barneveld en daar hebben we een gedachtelijn van mij besproken en die ga ik ook daar in de Food Valley, als ik daar op bezoek ga, nog eens even toetsen of dat werkbaar kan zijn. En ik denk dan aan een samenwerking in opleiding, want we hebben vakmensen nodig, samenwerking in technologie en daarvoor zou je dus de bedrijven kunnen gebruiken. Opleiding denk ik met name aan de ROC's die vakopleidingen van banket en vis hebben. En ik denk dan 'know-how' en technologie en dan zit ik met name te denken aan de ontwikkeling van kennis, universiteiten, restaurant van de toekomst.

#### **U had het net over het bij elkaar brengen van belangen tussen die twee soorten bedrijven. Is daar ook al iets aan het broeien?**

Ik vind dat lastig, want die erkennen elkaar soms helemaal niet. Het is best wel afhankelijk van de soort industrie. In de vis is dat veel makkelijker. Daar bedoel ik mee dat visbedrijven en de visbewerking hier twee soorten klanten heeft. Dat zijn de detailhandel en de supermarkten. En ze maken eigenlijk voor beide producten gebruik van dezelfde grondstoffen, dezelfde vis, maar wordt op een andere manier bewerkt. Namelijk halfproducten voor de detailhandel, en eindproducten ook wel, en voor de supermarkten heel veel kant-en-klaar producten. Maar willen ze voor de supermarkten goede producten hebben, dan moeten die altijd de kwaliteit volgen van de markthandel. Dus wat je in bij de visdetaillist koopt is kwaliteit en dat is dus vers van het mes en alle andere dingen die met

*kwiteit te maken hebben. En je ziet dat de supermarkt die markthandel en de detaillist in kwaliteitsontwikkeling volgt. Dus je ziet dat wat de detaillist en de vishandel doet dat is echt gewoon herkenbare producten maken: mensen zien hier wat ze kopen. En die dus gewoon duidelijk een vis met een kop en een staart kopen en dan weet je wat je hebt. Dat zijn dus producten die gewoon door de meneer en de mevrouw om de hoek gekocht en dat die supermarktontwikkeling die door het hele land gaat, die kan niet ver verwijderd zijn van wat er op de viskraam wordt verkocht. Want mensen kijken in die supermarkt of ze het kennen en hun associatie is "oh dat ken ik, dat is lekker want ik heb dat bij de visboer gehaald, dan koop ik dat ook in de supermarkt maar dan voor veel minder". Dus die producten kunnen niet ver uit elkaar liggen, dat ligt heel sterk en dicht bij elkaar. En dat is in de koek- en banketsector weer heel anders, want daarin is de marktpositie van de supermarkt niet volgend op buiten, maar die is juist leidend. Dus dan wordt de banketbakker als aanvulling gebruikt en niet als voorbeeld.*

*Wij hebben dus zelf heel veel markthandelaren, maar die venten uit wat er voor de supermarkten wordt gemaakt. En dat is andersom in de koekindustrie. Dan zie je dus dat de koppeling naar streekproducten (er wordt hier nauwelijks vis gevangen, vis wordt allemaal geïmporteerd dus meer streekbewerking) makkelijker gemaakt kan worden. Aan de andere kant in de koeksector is er weinig relatie tussen wat er van het land komt en wat de bakker bakt. Dus het lastige is om dat allemaal samen bij elkaar te brengen. De associatie van ik wil dat ook hebben wat de consument bij de vissector heeft is er veel minder in de koeksector.*

*Voor de consument is het een aparte afweging om streekproducten te eten. Dat is nog weer een bijzonderheid van "ik wil duurzaam eten hebben", dat hoeft niet gebonden te zijn aan de streek. Dat kan juist andere overwegingen hebben. En daarom zeg ik van dat die werelden niet zo makkelijk bij elkaar te brengen zijn. Qua inkoop niet, qua productkwaliteit niet. Het zou de consument moeten zijn die dat doet.*

**U noemde net dat de kennis van voedselproductie wel heel belangrijk is, denkt u dat dan bijvoorbeeld met uitwisseling van kennis tussen bedrijven wellicht enige samenwerking kan ontstaan?**

*Dat is ook momenteel heel lastig, omdat de kleinere, op de lokale streekmarkt gerichte bedrijfjes zijn toch wel vaak vakmensen in hun werk en die daar dan echt verstand van hebben. Heel vaak levenswijsheid, een stukje scholing maar vooral ook dat ze vaak met producten van het land zijn opgegroeid. Terwijl er in de voedingsindustrie mensen met opleidingen nodig zijn, waarbij bijvoorbeeld de meeste bakkers die in Spakenburg in bakkerijen werken op basis van een gecertificeerde bakkersopleiding Polen zijn. Omdat er in Nederland bijvoorbeeld maar erg weinig mensen die nog een bakkersopleiding doen. En als ze dat bijvoorbeeld al in Wageningen doen, dan is het nog vaak banketbakken en willen ze dus graag in speciaalzaken gaan werken waarin ze hun kunstjes kunnen gaan doen. En dan is dat om als opgeleide banketbakker in een broodfabriek te gaan werken om daar te kijken hoe je met verbetering van recepten tot een betere streek- c.q. duurzaam recept kan komen, die lopen daar dus niet. En dan heb je weer een handicap: de mensen die dus in een bakkerij bezig zijn met het maken van brood/ het recept komen niet uit deze streek en spreken zelfs nog niet eens de taal. Dus hoe breng je dat dan bij elkaar? Dan zal dat op directieniveau moeten gebeuren, maar op de werkvloer is dat absoluut niet aan de orde. Terwijl samenwerking op de werkvloer juist een natuurlijke connectie zou zijn. Maar die is er dus niet.*

*En dat is er wel voor de vissector, daarin werkt dat wel. Dan praat je dus van mensen die van jongs af aan met vis zijn rond gekomen en de mensen die de vis bewerkend weten ook wat het is om de vis te verkopen in de kraam. Dat zit veel dicht bij elkaar. Bij de broodfabrikanten is dat helemaal niet aan de orde. De 'roots' van de streek zijn hier verwijderd.*

**U noemt al meerdere keren het woord duurzaamheid, dat speelt steeds een belangrijkere rol. Wat doet de gemeente voor duurzaamheid?**

*De gemeente zelf doet hier maar heel weinig voor, bijna niet. Laat ik het zo zeggen, de gemeente gelooft niet in allerlei duurzaamheidsprogramma's van de overheid. De gemeenteraad heeft ook een*

*paar jaar geleden gezegd dat wij als gemeente willen dat je aan duurzaam gedrag doet, dus een voorbeeldfunctie heb je wel. Maak daar werk van door middel van inkopen en andere dingen, houd daar rekening mee. Juist als gemeente moet je dat doen als je bijvoorbeeld kijkt naar verlichting. Dan kan je dus gewoon een slag maken met duurzaam gebruik van verlichting van openbare gebouwen of straatverlichting. We hebben in het verleden ook duurzaamheidsprogramma's gehad om de vissector afnemende hoeveelheden water te laten gebruiken om vis te snijden en schoon te maken. Dat was zo'n enorme hoeveelheid dat er tegen de visboeren is gezegd dat dat met veel minder kan. Dus een aantal maatregelen die een kleine investering vergen maar die ook voor die visboeren een hele lage waterrekening opleveren. Dus veel besparing op de kosten. Dan zie je dus dat er enorm veel minder water wordt gebruikt en toch de vis schoon is. Die ondernemers zijn allemaal heel blij. Met een financiële prikkel werkt dat duurzaamheidsverhaal dus uitstekend.*

*Het ideale model van jongens je moet het doen omdat het goed is werkt bij ondernemers veel minder. Nu is er misschien een kentering, maar dat komt omdat de consument zegt dat het hen niet uitmaakt wat ze maken, het moet in ieder geval smaken en ook duurzaam zijn. Als het niet duurzaam is wil ik het niet hebben en dan kom je weer bij de keurmerken. Dan is de invloed van de supermarkt heel groot en ook van de consument. Dan bedenkt de sector dat ze toch moeten gaan laten zien dat ze aan die duurzaamheidseisen moeten voldoen. En de gemeente gelooft er veel meer in dat die ontwikkeling gebeurt op basis van de markt, dan dat daar de gemeente nog eens een keer apart in zal gaan duwen. Dus we hebben in het verleden om ondernemers te stimuleren vanuit ons milieubeleid een aantal programma's gedraaid en daarin een rol genomen, maar vervolgens hebben we geen subsidie-infuus om duurzaamheid te bekostigen. Dat is onze opvatting van hoe je overheid moet zijn. Als overheid is het wel belangrijk om een goed voorbeeldgedrag te tonen. Er is een stimulerende rol weggelegd voor de gemeente en daar zit dus ook kans in om als wij de kans zien om die duurzaamheidslag te maken, namelijk in het aanbieden van ons assortiment, dan ben je dus klaar voor de markt van de toekomst. En dat is in het belang van elk bedrijf, want de markt van de toekomst is waar je klaar voor moet zijn.*

*Dus belangen voor duurzaamheid genoeg, alleen niet via geld, maar via steun in de rug geven en de sector het zelf laten doen.*

**De rol van de consument lijkt steeds belangrijker te worden, word daar in de gemeente Bunschoten ook steeds meer naar toe geleefd? Heeft de consument het steeds meer voor het zeggen?**

*Ik denk zelf dat de gemeente hier vrij weinig mee te maken heeft, die schakel ik gelijk uit. Ik denk zelf dat de keuze voor de consument eer wel lijkt te zijn, maar dat de prijsstelling, een eerlijke concurrentie, het op dit moment nog onmogelijk maakt. Dus daarmee wil ik zeggen dat je voor de meeste dingen die duurzaam zijn meer moet betalen. Er zijn consumenten die het er voor over hebben en ook consument die het er voor over hebben maar die het geld niet hebben. Die hebben dus die keuzevrijheid niet. En daar zit wel iets scheefs in: dat we er niet in slagen om de toegang tot de markt voor die duurzame producten even open te laten zijn dan voor massaproductie. En dat heeft toch wel denk ik alles te maken met hoe ons systeem is ingericht. En met de invloed van Europa, dus dat gaat boven onze pet, maar daarmee is het wel waar.*

*De kosten voor de biologische producten zijn over het algemeen eerlijke kosten en dat kan niet goedkoper, want anders worden de mensen die er hard aan gewerkt hebben onvoldoende betaald. Maar de massaproducten hebben niet altijd eerlijke kosten en hebben misschien wel helemaal niets met fair trade te maken. Dan heb je ook geen eerlijke concurrentie. En daar zou in mijn ogen landelijk en europees naar gekeken moeten worden. Het is wel zo dat als je meer kwaliteit hebt dat het ook meer mag kosten, dus het is niet zo dat het qua prijs gelijk gemaakt moet worden, maar ik vind het gat nu te groot en daardoor krijgen bijvoorbeeld binnen de supermarkten de schappen met duurzame producten nog te weinig kans.*

**Regiomarketing wordt door verschillende regio's gebruikt om de regio op de internationale kaart te zetten, is daar in de regio Amersfoort of de gemeente Bunschoten ook sprake van?**

*Ja! De Spakenburgse paling natuurlijk. Maar brood van 't Stoepje kom je ook overal in het land tegen. Ik vind zelf dat de marketing van Spakenburgse vis sterker kan. Ik vind dat elke Spakenburgse visboer met een wagen of een winkel altijd het merk 'Spakenburger vishandel' moet uitventen. En dat doen ze vaak niet. Zij moeten het hebben van de kwaliteit die je uitstraalt en het moment dat ze dat niet koppelen aan Spakenburg in dit geval, laten ze een enorme kans liggen om zich als lokale/regionale kwaliteitsstempel bedrukken. En daar kan je ook nog een verder stap inzetten door te kiezen voor een keurmerk voor iedereen die dat beeldmerk voert. Dan moet je spelregels zetten en dergelijke. Dat zijn kansen die je dan hebt. Ik daar met de voorzitten van de visdetaillisten ook over gesproken dat ze daar naartoe zouden moeten. Je kan dan aan marketing doen, het is Spakenburg promotie. Maar omgekeerd zit er ook een kwaliteitsmotief in. Dat je op die manier zegt van het komt daar vandaan en dat is goed spul en wij hebben er verstand van. Dat is wel meer een taak van de bedrijven zelf.*

*'t Stoepje laat bijvoorbeeld al weten: 't Stoepje uit Spakenburg. Inmiddels weten de mensen dat en zodoende is er bij de mensen iets gaan ontwikkelen dat als ze ook nog eens overal op de markt staan er toch echt wel iets goeds moet zijn aan dat stoepje uit Spakenburg.*

*Met onze citymarketing maken we bijvoorbeeld ook handig gebruik van de docusoap 'Voetbal, cake en kibbeling'. Daar zie je dat ze Bunschoten erg promoten door middel van goed eten.*

**Citymarketing speelt in op de grote en goede voedselsector in de gemeente zoals u net noemde. Wordt hierbij ook samengewerkt met voedselbedrijven? En hoe gaat dat in zijn werk?**

*We hebben dus een Stichting Citymarketing opgericht in Bunschoten-Spakenburg en er is een Stichting Citymarketing Regio Amersfoort. Wij werken niet tegen elkaar in, maar met elkaar samen. In de Stichting Citymarketing Bunschoten-Spakenburg zit gemeente, VVV, bedrijfsleven en toeristische organisaties. Daar zit dus ook een samenwerkingsverband in met bijvoorbeeld 't Stoepje die zegt van nou, ik geef 't Stoepjekrant uit die door heel Nederland heen gaat. Bunschoten-Spakenburg mag in deze krant met een bepaalde grootte van tekst. De gemeente vindt een goede promotie voor het dorp belangrijk en wil dit dus voor bewoners, bezoekers en bedrijven promoten en probeert dat door middel van deze samenwerking in de hand te houden. De gemeente betaalt hier aan mee in samenwerking met allerlei organisaties.*

**Ter afsluiting een quote uit één van de interviews is "Als je niet krachtig bent binnen de regio, zal je ook nooit internationaal van belang zijn." Bent u het met deze uitspraak eens?**

*Ik ben het er mee eens. Ik kijk dan heel sterk naar de ambitie om internationaal iets te kunnen presteren. Dan moet je dus ook mensen kunnen overtuigen en ik denk dat je dat lokaal en regionaal moet hebben laten zien. Ik zou bijna niet weten hoe je dat op een andere manier zou moeten doen.*

*Internationaal gebeurt er in deze regio al wel het één en ander, maar er wordt heel weinig bij elkaar gelegd. En dat zou nog wel eens verrassend kunnen zijn als je dus als regio de internationale contacten naast elkaar zou leggen en zeggen van wat zou je dan in potentie sterker kunnen doen naar buiten toe. Hierbij ging ik er van uit dat je een streekproduct of bepaalde productiemethoden uit de streek ook internationaal wil neer zetten en dan moet je dat ook eerst hier bewijzen, anders kan je dat ook nooit buiten de deur doen.*

*De werking tussen die grotere en kleinere bedrijven die hierin een rol kunnen spelen zie ik als een lastig punt. Hoe kleiner en lokaler een bedrijf is, hoe lastiger het is om je tijd en geld hier voor vrij te maken. Ik begrijp dat kleine bedrijfjes dit niet kunnen doen, dan zijn ze zichzelf van hun eigen portemonnee aan het beroven. Ik begrijp het dilemma, toch zie ik het wel voor heel veel lokale en regionale bedrijven als een must om er actiever mee bezig te zijn. Dan zou je dat toch wel via samenwerking moeten doen. Of bijvoorbeeld een eenmalige conferentie zoals 'Boer zoekt stad'. En daar zie ik wel weer een rol voor de gemeente en de regio in, als gezamenlijke besturen kunnen die bedrijven bij elkaar brengen, als makelaar spelen.*

**Bijlage XI - Interview dhr. Elsmann & mevr. Veldhoen - Gemeente Nijkerk**

Schuin = dhr. Elsman

Onderstreept = mevrouw Veldhoen

### **Zijn er voorbeelden van samenwerking in de voedselsector in de Gemeente Nijkerk?**

*Er zijn er genoeg, denk ik. We hebben niet echt zicht op wat er allemaal gebeurt. Dat is natuurlijk ook het punt. Gebeurt er voldoende? Kennen de bedrijven elkaar voldoende om met elkaar samen te werken en in hoeverre is dat een lokale, regionale of gemeentelijke aangelegenheid? Ik weet het niet precies. Wat we wel weten is dat er vrij veel is, als je kijkt naar de foodindustrie. Je hebt de toeleveranciers, de dienstverlening, de primaire sector als leverancier van grondstoffen (nou ja, de grondstoffen komen van ver buiten de regio, er zitten ook bedrijven hier die internationaal werken: bijvoorbeeld de grote tonijndistributeur). Die haalt zijn producten bijvoorbeeld van over de hele wereld en doet hier in feite voornamelijk de administratie en stukje verpakking geloof ik. Maar goed, die werkt ook weer samen met lokale transportbedrijven en maakt gebruik van lokale opslagmogelijkheden. Dus ja, die verbanden zijn er genoeg, maar ik heb geen hele netwerkkaart van het lokale bedrijfsleven.*

Nee, nou ja goed, we hebben zelf juist vanuit de gemeente ook gezegd van laten we kijken of we de bedrijven ook wat meer met elkaar in contact kunnen brengen. En daar zijn we anderhalf jaar geleden mee begonnen om gewoon eens wat aparte sessies te houden, met name voor de voedingsbedrijven. Daar zitten juist ook een aantal van die grote jongens bij. Dit om te kijken waarom die bedrijven hier zitten, wat vinden ze belangrijk, ook in samenwerking. Hoe kunnen we helpen? We hebben ook het onderwijsveld er bij gebracht. Want dat was toch wel één van de punten waar ze mee zaten: goedgeschoolde medewerkers vinden. En de aansluitingen op de opleiding, dat kan beter. Dus dat hebben we als gemeente met elkaar in contact gebracht en dat zijn eigenlijk weer netwerken die zonder ons verder ontwikkelen. En dan heb ik ook zo iets van nou, zo gauw dat loopt, laat dat maar gaan. We houden natuurlijk wel wat contacten. Op gebied van acquisitie en zo hebben we ook juist gekeken. Hier ligt natuurlijk voor ons natuurlijk vooral het belang van hoe kunnen we de bedrijventerreinen ook gevuld houden of mooie nieuwe bedrijven aantrekken. Dan merk je wel verschillende reacties. Er waren bedrijven die heel nadrukkelijk zo iets hadden van nou, houd de concurrentie maar buiten de boot! Dat hoeft allemaal niet zo nodig. Maar juist ook wel meer, voor mijn gevoel de kleinere bedrijven die zelf wat meer in niches aan het werk zijn die zeggen juist dat het best wel interessant kan zijn om wat andere samenwerkingspartners te hebben. Dus je merkt wel dat de bedrijven zelf ook wel zeiden van nou het is wel goed om op deze manier elkaar wat beter te leren kennen. En tijdens die bijeenkomst heb ik ook wel begrepen dat er ook daar wel lijntjes ontstonden van 'hee, wij moeten eens even een keer praten'. Dus ik denk, net wat Lennaart zegt, er zijn zeker wel de nodige lijnen, maar dat kan wel meer nog.

### **Vinden jullie dat de gemeente daar een rol bij kan spelen?**

*Ja, wel een rol. Maar de vraag is natuurlijk, welke rol? In deze tijd van terugtrekkende overheid. Noem het faciliteren, dat is natuurlijk een containerbegrip, maar dat is wat wij doen. En dat is alle initiatieven die Marlies net noemde. Wij noemen dat het foodproductiecentrum Nijkerk. Dat is een project eigenlijk. En vanuit de andere regio zit de regio Food Valley, waarin ze zijn begonnen om dat gemeentelijk op te starten en te kijken hoe dat regionaal kan worden ingevuld. Het is vooral zoeken naar wat we kunnen doen. We kunnen in ieder geval de partijen bij elkaar brengen. Iets vergelijkbaars speelt op dit moment overigens in de regio Amersfoort. Daar speelt eigenlijk hetzelfde, met het onderzoek die ze hebben laten doen naar verbinden in de regio. De cruciale vraag daarbij is natuurlijk: hoe brengen we de partijen die heel veel aan elkaar kunnen hebben, omdat ze gewoon nabij elkaar zitten, omdat ze kennis kunnen delen, hoe breng je die bij elkaar? Het lijkt in de praktijk dat bedrijven heel dicht naast elkaar functioneren, maar elkaar gewoon totaal niet kennen. Omdat ze van buiten komen, maar heel toevallig zijn neergestreken door de goede ligging aan de snelweg of dicht bij de markt. We zoeken ook naar de rol die wij kunnen spelen voor dit soort bedrijven. We weten wel wat we nu doen en wat we nu kunnen doen, maar hoe dat in de toekomst wordt ingevuld...?*

**Denken jullie dat in de toekomst die rol groter wordt of juist afneemt?**

*Het is niet zo zwart wit natuurlijk. Wij als gemeente zijn zeker één van de dienstverleners rondom dat economische cluster. Ze hebben ons gewoon nodig voor een aantal dingen, waar de rol van de overheid gewoon heel helder blijft, zoals de ruimtelijke ordening, de vergunningen en steeds meerde subsidiemogelijkheden om echt financieel iets op poten te zetten voor het bedrijfsleven. Dus het is vooral een stukje bemiddeling, denk ik.*

**En wat is de reden waarom jullie proberen die bemiddeling bij voedselbedrijven door te voeren?**

*De vraag is natuurlijk: houdt je gemeente op bij een gemeentegrens. De bestuurlijke verantwoordelijkheid natuurlijk wel, maar verder niet. Verder functioneert het hier natuurlijk gewoon in regio's, zoals de regio Amersfoort en de regio Food Valley als het gaat om foodproductiecentrum. Je doet het politiek gezien natuurlijk primair voor je lokale bevolking, je moet zorgen dat er in ieder geval werkgelegenheid is, dat er een toekomst is voor de jeugd, dat de ondernemers die er al zitten tevreden zijn met de kansen om te groeien, dat nieuwe starters met hun bedrijf kansen hebben om verder te ontwikkelen. Maar goed, ambtelijk kijk je altijd al een stap verder, denk ik. Want een hoger schaalniveau, maakt ook deel uit van de regio en dat doen we samen met de formele regio's. We kijken in mindere mate naar het noorden, maar goed dat functioneert toch ook wel richting Zwolle, Harderwijk, richting Almere. Er zijn zelfs bedrijven hier in de gemeente Nijkerk die zich presenteren op een website als locatie Amsterdam, dat is in Amersfoort hetzelfde. Vanwege Schiphol zitten internationale bedrijven ergens rondom Schiphol, maar voor hen is Nijkerk natuurlijk gewoon maar een plek aan de snelweg of bij een treinstation waarbij Schiphol makkelijk te bereiken is. En we doen het niet voor de internationale bedrijven, maar voor de lokale bewoners, dat die kunnen werken bij die bedrijven.*

Een speciaal doel dat is met het aantreden van dit College, deze Raad heel nadrukkelijk gezegd van: we hebben in beeld wat voor banen we hebben en we hebben in beeld wat voor beroepsbevolking we hebben en er zit hier een enigszins mismatch dat we veel laaggeschoold werk hebben. En er komen veel mensen van Amersfoort hier werken, laagopgeleiden, terwijl de bevolking hier voor een heel groot deel MBO opgeleid zijn. Dus we hebben ook gezegd dat we willen kijken naar hoe we wat meer kennisintensieve werkgelegenheid naar ons toe kunnen trekken. En daar proberen we alles voor aan te grijpen. Aan de ene kant hebben we gezegd, omdat we juist de basis hebben die zich veel in de productie bevindt. Juist aan de grote jongens die veel werkgelegenheid bieden, met name ook op laag niveau. Daardoor hebben we hier een mooi set bedrijven en het zou mooi zijn als je daar op kan aanhaken en daarop kan uitbreiden. Dat hoeft niet per se in de voedselindustrie zelf, maar dat kan ook vanuit toeleveranciers en zo. Maar dat je probeert daar wat meer werkgelegenheid uit op te bouwen. En verder in de regio Amersfoort, waar natuurlijk veel meer zakelijke diensten zitten eigenlijk. Omdat we er zo dicht tegen aan zitten en ook hele concurrerende locaties kunnen bieden hebben we gekeken of we ook gewoon daar op aan kunnen haken. Of we het gewoon interessant kunnen maken voor die bedrijven om zich juist hier te vestigen. Maar heel nadrukkelijk ook met dat doel om iets meer die kennisintensieve sector meer hier te krijgen of ook iets hoger geschoolde banen naar Nijkerk toe te krijgen. En daarin hebben we bijvoorbeeld ook wel wat gesprekken met wat grote bedrijven of zij misschien hun R&D functies wat meer hier willen zetten of wat meer willen uitbreiden, dat soort zaken. Bedrijven willen dat op zich wel, maar in deze tijd is dat toch wel wat lastig en heel lang is er in de voedselindustrie gewoon goed doorgedraaid. Want ja, iedereen moet toch eten dus die merken in eerste instantie niet zo heel veel van de crisis, maar de laatste signalen zijn toch wel dat zij ook wat meer last van de crisis hebben.

*De regio Food Valley heeft wel gezamenlijke belangen met de gemeente Nijkerk op dit gebied, maar iedereen heeft wel echt zijn eigen niche. Barneveld profileert zichzelf bijvoorbeeld heel erg met de pluimveeindustrie. We proberen in de regio dan juist ook om elkaar daarin te ondersteunen. We zijn met elkaar in de regio. Het idee is ook dat dat juist de meerwaarde genereert en die dingen gezamenlijk oppakt. Bijvoorbeeld acquisitiestrategieën gezamenlijk oppakken om bedrijven naar de*

*regio te halen. En natuurlijk hopen we allemaal dat het bedrijf juist in deze gemeente gaat zitten, maar goed, uiteindelijk heb je elkaar wel heel hard nodig.*

**In hoeverre is er veel samenwerking tussen de al eerder door jullie genoemde overheid, kennisinstellingen en bedrijven?**

Deze drie zitten toevallig nu ook weer bij elkaar. En dat gebeurt steeds meer denk ik. Ik denk dat alle partijen zich steeds meer realiseren dat ze elkaar nodig hebben. Zowel de overheid, het onderwijs als het bedrijfsleven zelf gaat inzien dat die contacten heel waardevol zijn. En wat jij (Marlies) net zei over dat Foodproductie project, dat is echt dat ze de koppen bij elkaar steken en gaan kijken wat je samen gaat doen. En we hebben natuurlijk hele concrete opgaven als het gaat om werkgelegenheid of jeugdwerkloosheid. Dat bedrijfsleven heb je als gemeente dus ook meer en meer nodig om de mensen een kans te geven, om meer werkgelegenheid te genereren.

Ik denk dat daar ook steeds meer vanuit de overheid een rol komt dat je het bedrijfsleven probeert te faciliteren zo, maar verder liet je het redelijk los. Vroeger zorgde je natuurlijk voor locaties en een aantal faciliteiten, maar verder niet. Nu zie je veel meer dat de relatie tussen bedrijfsleven en overheid steeds intensiever wordt. Je hebt elkaar veel meer nodig, ook met de hele bezuinigingen vanuit het Rijk, de decentralisatie van een aantal maatschappelijke onderwerpen naar de gemeente toe. Dat zijn dingen die je als gemeente met de gigantische kortingen van het Rijk niet meer alleen kan doen, dus je bent veel meer met je maatschappelijke partners aan het kijken wat we samen kunnen doen. En dat is voor alles, dat zijn samen met verenigingen, inwoners maar ook heel nadrukkelijk de bedrijven. En eerst dreigde er ook nog een soort quotumregeling te komen dat de bedrijven gewoon verplicht waren om een bepaald deel van hun personeel ook uit de regio te halen. Maar zover gaat het niet, maar je ziet wel erg nadrukkelijk een verandering toetreden. Dat je het veel meer met elkaar moet doen. En dan kan je wel tegen de bedrijven zeggen dat ze het zelf moeten uitzoeken, maar als je geen relatie hebt met die bedrijven kan je ook veel minder een beroep doen op die bedrijven. Daar zit ook heel nadrukkelijk een raakvlak. Ik geloof dat we steeds meer echt heel integraal gaan werken, dus niet alleen vanuit economisch perspectief, maar veel breder.

**In hoeverre speelt de gemeente een rol in de duurzaamheid bij bedrijven?**

*Wij doen vrij veel met duurzaamheid als gemeente. Ook veel in regionaal verband. En ook daar probeer je vooral, maar dan wel op verschillende niveaus eigenlijk, bewustwording te creëren. Je probeert partijen bij elkaar te brengen, te kijken van wat kan je doen aan duurzaamheid. We proberen ook partijen te laten zien wat het gezamenlijk belang van duurzaamheid is: het woon- en leefklimaat voor alle partijen zo gunstig mogelijk in te richten. Dus we zijn op dit moment aardig wat uren kwijt aan beleidsmakers Milieu die zowel inwoners, scholen, verenigingen en het bedrijfsleven duurzaamheid probeert uit te leggen en enthousiast te maken voor een duurzamer functioneren. Ook daar begint het weer met de bewustwording, partijen bij elkaar brengen, financiële prikkels te vinden, subsidies verbinden met de kansen die er zijn. Op dit moment gaan twee werknemers van de gemeente echt de bedrijven langs om te inventariseren en praten met bedrijven over wat ze op het gebied van duurzaamheid doen, wat ze op dit gebied ook kunnen doen.*

Je merkt wel dat er een aantal bedrijven zijn die zich met deze duurzaamheid ook heel erg proberen te profileren. Ook die grote industriële bedrijven. Zelfs die grote bedrijven zijn juist wel weer op zoek naar een aantal zaken waarop ze duurzaam kunnen zijn. Bedrijven als Arla, Struik en Bieze, de grote producerende bedrijven hier, dat zijn de bedrijven die ook los de lijntjes met de kennisinstellingen wel hebben, maar die proberen zich ook op het gebied van duurzaamheid erg te onderscheiden. Om bijvoorbeeld een bepaalde productiemethode in te zetten of een bepaalde investering in vastgoed te doen. Die hebben dan weer de schaal dat ze dat soort investeringen kunnen doen en die proberen zich daar ook heel nadrukkelijk mee te promoten. En bijvoorbeeld met Arla hebben we heel nadrukkelijk contact om te kijken hoe we deze duurzaamheid kunnen versterken en dan proberen wij deze als ambassadeur voor ons klimaatbeleid in te zetten, omdat deze aardig ambitieus is. We proberen dan te kijken in hoeverre we elkaar hierin kunnen vinden.



Die kleine bedrijfjes zijn daarentegen wel veel meer gedreven en idealistischer en komen in aanraking met ons klimaatbeleid door hun meningen en opvattingen. We zoeken daar ook echt via een communicatiecampagne allerlei kleine partijen die zich daar hard voor willen maken. En dat zie je dat juist die kleine bedrijven daar op inhaken.

*En hier ontstaat dan ook weer een kans om juist weer te verbinden. Die grote bedrijven hebben bijvoorbeeld wel allemaal een technoloog die zich bezighoudt met energiezuinigheid bijvoorbeeld en de kleine bedrijven hebben dat veel minder. Die hebben vaak de technische 'know-how' niet om te kijken hoe ze verder kunnen verduurzamen.*

Het is ook wel een beetje de ambitie van de gemeente om binnen zo'n regio als Food Valley je te promoten. Iedereen heeft hierin zo zijn eigen dingen en wij hebben toen gezegd van we zien ons zelf meer als het foodproductiecentrum. En dat hebben we niet alleen in Nijkerk natuurlijk, maar we moeten zorgen dat we dat wat breder maken, maar ook met name die netwerken tussen die wat kleinere bedrijven die op eigen houtje een aantal stappen niet kunnen maken, omdat ze de investeringen niet kunnen doen of de kennis niet hebben. Ik denk dat daar de meeste winst valt te halen en dat komt ook uit verschillende discussies ook wel als uitkomst. Juist op dat punt kunnen we nog veel meer groeien. Die kleine en grote bedrijven hebben elkaar daarin nodig. En daar speelt de gemeente een kleine rol in om stukjes bij elkaar te brengen.

### **Wordt er veel gedaan aan regiomarketing in de gemeente Nijkerk of de regio?**

*Dat staat nog in de kinderschoenen. Voor zowel de Food Valley als regio Amersfoort geldt eigenlijk hetzelfde voor de gemeente Nijkerk. We zitten te kijken hoe we ons als regio binnen Nederland, maar ook internationaal kunnen profileren. Voor Food Valley is dat al iets verder met een acquisitieplan om buitenlandse bedrijven bijvoorbeeld aan te trekken. Ook in de Regio Amersfoort zijn veel internationale contacten en we proberen onszelf daar wel in te profileren. Dat gaat ook vooral in samenwerking met de regio's, dus we proberen gezamenlijke plannen te maken, gezamenlijke websites op te zetten. Een gezamenlijk acquisitieteam uit te zetten.*

*In de regio Food Valley wordt vooral de topsector Agro Food als aantrekkingspunt genoemd. In de regio Amersfoort is dat iets diverser, omdat de gemeenten zelf ook enorm divers zijn. Dus dat is meer een foodproductiecentrum. Amersfoort zelf trekt bijvoorbeeld heel erg in het zakelijk toerisme, maar dat is voor ons misschien ook wel aantrekkelijk. In de regio Amersfoort is het wel lastig om de gemeenschappelijke delen te noemen waarop we bedrijven kunnen trekken. Daar is geen grote vlag als Food Valley om onder te vallen.*

*De gemeente Nijkerk zelf heeft een hele diverse economie met veel sectoren. Maar we zijn tegelijkertijd wel heel erg een foodproductie- industrie.*

### **Probeert de gemeente naast voedselbedrijven ook sectoroverstijgende bedrijven bij elkaar te brengen?**

*Volgens mij doen we dat nog niet heel actief. Waar we wel mee bezig zijn, maar dat is in de regio Amersfoort, is het verbinden van de regio. We proberen dwarsverbanden te realiseren tussen verschillende, voornamelijk kansrijke, sectoren. En vanuit regionaal verband willen die bedrijven ook een samenwerking met federaties van bedrijvenkringen binnen de gemeenten. Dit proberen we de komende tijd bij elkaar te brengen door gewoon een aantal bijeenkomsten te organiseren en wat ruimte te geven in het budget om dat te ontplooiën.*

*Lokaal is er de laatste maanden weinig geweest qua initiatief.*

Wat je merkt vanuit die foodbijeenkomsten die wij hielden is dat het dan ging over de behoefte om bijvoorbeeld bepaalde opleiding in de buurt te hebben. En dan is er ook wel gezegd dat het goed is als er wat meer verbinding is met wat logistieke bedrijven, bepaalde specialismen. En toen hebben we een vervolgbijeenkomst gehouden en daar zijn toen ook specifiek de logistieke bedrijven ook uitgenodigd. We kijken meer vanuit een thema geredeneerd van wat is handig om daar bij te betrekken? En als dat wat meer technische bedrijven is, dan doen we dat bijvoorbeeld. Het gaat echt meer vanuit de inhoud om te kijken welke verbanden logisch zijn, dan dat we heel erg duidelijk met één vaste groep bezig zijn. En dat geldt ook voor de voedingssector zelf. Op het moment dat je praat

over onderwerpen als acquisitie en zo, is het juist om die ambassadeurs, die grotere bedrijven die zich wat beter profileren en ook wat internationaler werken, omdat er dan bij te halen. Terwijl op het moment dat het over kennis delen gaat, laten juist die grote bedrijven merken dat ze geen pottenkijkers willen en zijn die kleinere bedrijven weer vaak veel meer geïnteresseerd. Het is een beetje zoeken, maar nogmaals, het staat redelijk in de kinderschoenen. We willen dit wel verder ontwikkelen.

Op het gebied van promotie is er nog wel de Food VallIdee. Uit die sessies die zijn gehouden zijn er een aantal ondernemers opgestaan met het idee dat ze iets meer willen doen met die sector in Nijkerk. Het is een lokaal initiatief geweest in het kader van Nijkerk 600 jaar om een Food VallIdee te organiseren in april, voor de bewoners. Er was in het centrum een markt met allerlei kraampjes en van daaruit konden mensen ook een aantal bedrijfsbezoeken afleggen. Dan konden ze eens een kijkje in de keuken nemen. Dat is erg geslaagd geweest en daarom wordt gekeken of dit ook in een groter regionaal verband opgepakt kan worden. Of dat concept nog verder uitgerold kan worden. Dit is dus ook een stukje promotie.

**Ter afsluiting een quote uit één van de interviews is “Als je niet krachtig bent binnen de regio, zal je ook nooit internationaal van belang zijn.” Zijn jullie het met deze uitspraak eens?**

Ik vind dit moeilijk hoor, ik weet niet of dit zo zwart/wit is. Het ligt heel erg aan wat voor aspect je het bekijkt. Als je heel goed je netwerk binnen een regio kan organiseren, dan ontstaan er op een gegeven moment wat ruimte om je ook wat meer internationaal te profileren en je daarop te richten. Daar geloof ik wel in. Als je slim verbindingen kan leggen ook met andere bedrijven dat je dan wel wat meer ruimte krijgt om je internationaal op de kaart te zetten. Maar die grote jongens komen deze regionale schaal weer voorbij en daar maakt het niet zo veel uit. Ik denk dat het heel erg afhankelijk is van de schaal.

*Op internationale schaal kan je ook niet per se aankomen met je regionale schaal, dan kan je niet doen als gemeente.*

## Bijlage XII - Berekening cijfers hoofdstuk 6

Berekeningen van de cijfers die in hoofdstuk zijn getoond zijn tot stand gekomen door cijfers uit twee bronnen die vervolgens zelf zijn geanalyseerd: het Provinciale Arbeidsregister Utrecht, kortweg PAR (2012) en het Provinciale WerkgelegenheidsEnquête Gerderland, kortweg PWE (2012).

### Regio Amersfoort ten opzichte van Nederland

Totaal aantal werkzame personen in 2011 in de voedselsector in de regio Amersfoort: 18.150

Totaal aantal banen in 2011 in de voedselsector in Nederland: 1.061.602

Dat is  $18.150 / 1.061.602 \approx .0,017$

### Groei regio Amersfoort

	Cijfers werkzame personen voedselsector gemeente Amersfoort, Baarn, Bunschoten, Eemnes, Leusden, Soest, Woudenberg	Cijfers werkzame personen voor gemeente Barneveld en Nijkerk	Totaal werkzame personen voedselsector regio Amersfoort
2001	11.867	2.771	14.638
2002	11.567	1.644	13.211
2003	11.602	1.035	12.637
2004	11.272	1.986	13.258
2005	11.293	2.109	13.402
2006	11.701	2.167	13.868
2007	12.098	2.313	14.411
2008	12.356	2.521	14.877
2009	14.352	2.771	17.123
2010	14.454	2.737	17.191
2011	15.425	2.725	18.150

### Specialisatie

SBI klasse	Aantal werkzame personen 2011	Procent van totaal
01	1.279	7,03
03	0	0
10	3.835	21,08
46	2.903	15,95
47	5.478	30,10
56	4.701	25,84
<b>Totaal</b>	18.196	100

## Regionale concentratie

Gemeente	Aantal werkzame personen	Procent van totaal
Amersfoort	7.253	39,86
Baarn	1.391	7,64
Barneveld	710	3,90
Bunschoten	2.304	12,66
Eemnes	400	2,20
Leusden	1.390	7,64
Nijkerk	2.061	11,33
Soest	1.729	9,50
Woudenberg	958	5,27
<b>Totaal</b>	<b>18.196</b>	<b>100</b>

## Lokale concentratie

	SBI klasse	Aantal werkzame personen 2011	Locatiequotient regio
<b>Amersfoort</b>	Landbouw	209	0,01
	Vervaardiging voedingsmiddelen	134	0,01
	Groothandel	1665	0,09
	Supermarkten en winkels	2595	0,14
	Horeca	2650	0,15
<b>Baarn</b>	Landbouw	68	0,00
	Vervaardiging voedingsmiddelen	180	0,01
	Groothandel	33	0,00
	Supermarkten en winkels	476	0,03
	Horeca	634	0,03
<b>Barneveld</b>	Vervaardiging voedingsmiddelen	581	0,03
	Groothandel	129	0,01
<b>Bunschoten</b>	Landbouw	196	0,01
	Vervaardiging voedingsmiddelen	1169	0,06
	Groothandel	230	0,01
	Supermarkten en winkels	483	0,03
	Horeca	226	0,01

<b>Eemnes</b>	Landbouw	184	0,01
	Vervaardiging voedingsmiddelen	0	
	Groothandel	26	0,00
	Supermarkten en winkels	124	0,01
	Horeca	66	0,00
<b>Leusden</b>	Landbouw	241	0,01
	Vervaardiging voedingsmiddelen	109	0,01
	Groothandel	44	0,00
	Supermarkten en winkels	563	0,03
	Horeca	432	0,02
<b>Nijkerk</b>	Vervaardiging voedingsmiddelen	1501	0,08
	Groothandel	560	0,03
<b>Soest</b>	Landbouw	100	0,01
	Vervaardiging voedingsmiddelen	138	0,01
	Groothandel	74	0,00
	Supermarkten en winkels	936	0,05
	Horeca	481	0,03
<b>Woudenberg</b>	Landbouw	281	0,02
	Vervaardiging voedingsmiddelen	22	0,00
	Groothandel	142	0,01
	Supermarkten en winkels	301	0,02
	Horeca	212	0,01