



De Groene Trekker

Resultaten van de ontwerpfase

Lelystad, januari 2011

**Francisca Caron-Flinterman
Frans van Alebeek
Onno van Eijk
Daniel de Jong**

Inhoud

1. Inleiding.....	3
2. Het proces.....	4
3. De resultaten.....	6
3.1 Carrièregerichte jonge mensen	6
3.2 Oudere Turkse Nederlanders.....	13



1. Inleiding

De multifunctionele landbouw zoekt met veel van haar producten en diensten het directe contact met de burger op. Uit onderzoek blijkt echter dat op dit moment vooral bepaalde doelgroepen uit de samenleving gebruik maken van de producten en diensten van de multifunctionele landbouw. Dit zijn vooral autochtone, vaak hoog opgeleide, maatschappijkritische mensen, autochtone oudere mensen (50+) en (jonge) gezinnen.

Het project 'De Groene Trekker' heeft als doel om nieuwe doelgroepen met de multifunctionele landbouw te verbinden door nieuwe (combinaties van) producten en diensten voor de multifunctionele landbouw te ontwerpen die tegemoet komen aan de wensen en behoeften van die doelgroepen.

De volgende twee bevolkingsgroepen zijn als potentieel interessante nieuwe doelgroepen voor de multifunctionele landbouw geïdentificeerd¹

1. Jonge (20-30 jaar) carrièregerichte singles en tweeverdieners zonder kinderen²; een interessante groep met een hoog bestedingspatroon en heldere eigen behoeften, die momenteel nog sterk op stedelijke diensten, producten en activiteiten is gericht.
2. Oudere (50+) allochtone Nederlanders; een in omvang toenemende groep met specifieke behoeften die nu niet of nauwelijks in de landbouw worden herkend. Het is een groep die met name in de stad woont, maar van oudsher nog een binding heeft met het platteland. Binnen deze groep hebben we gekozen voor oudere Turkse Nederlanders.

Als locatie is gekozen voor het land van Wijk en Wouden in de provincie Zuid-Holland: een agrarisch gebied omringd door enkele sterk verstedelijkte gebieden, waar een grote recreatieopgave ligt en waar boeren zoeken naar nieuwe verbindingen met de stad.

Dit verslag schetst de belangrijkste resultaten van de ontwerpbijsluitingen binnen het project De Groene Trekker:

- de behoeften van beide nieuwe doelgroepen
- de functies die op deze doelgroepen gerichte multifunctionele ondernemingen zouden moeten vervullen, en
- een aantal ideeën voor producten en diensten die deze behoeften kunnen vervullen, en
- enkele 'ontwerpen' voor mogelijke nieuwe combinaties van producten en diensten waarmee de doelgroepen naar de boerderij getrokken kunnen worden.

Meer achtergrond over het project en de wensen en behoeften van doelgroepen is te vinden in het rapport "De Groene Trekker: wensen van burgers voor de multifunctionele landbouw"¹.

¹ Caron-Flinterman, J.F. et al. (2010) 'De Groene Trekker. Wensen van burgers voor de multifunctionele landbouw'. Lelystad: Wageningen UR Livestock Research.

² Opwaarts mobielen in de terminologie van het Mentality™ model van Motivaction

2. Het proces

Het project 'De Groene Trekker' heeft globaal de volgende fasen doorlopen:

1. *Contactfase:*

In deze fase werden de twee potentiële nieuwe doelgroepen benaderd.

De groep carrièrerichte jongeren bleek moeilijk te bereiken. Ondanks een op de doelgroep toegespitste aankondiging die door middel van elektronische kanalen (hyves, twitter, LinkedIn, e-mail) via de netwerken van de onderzoekers verstuurd werd, kwamen er geen aanmeldingen. Uiteindelijk is via een uitzendbureau in Zoetermeer een groep van 10 jonge ambitieuze mensen gerekruteerd.

Om een groep traditionele Turkse Nederlanders te bereiken, is contact gezocht met de voorzitter van de Turkse Islamitische Culturele Vereniging – verbonden aan de ISN Mimar Sinan Moskee in Leiden – een organisatie die de maatschappelijke verbinding zoekt. Via hem en een andere woordvoerder van de moskee zijn concrete afspraken gemaakt en is een groep van 14 oudere mensen van de Turks-Islamitische gemeenschap bereid gevonden om met ons mee te denken.

2. *Consultatiefase:*

In deze fase zijn in twee bijeenkomsten de wensen en behoeften van beide nieuwe doelgroepen ten aanzien van de landbouw en het platteland geïnterviewd.

Aan de groep carrièrerichte jongeren is gevraagd wat men wel en geen aansprekende vormen van multifunctionele landbouw vindt. Daarna is de deelnemers gevraagd met agrarische ondernemers mee te denken over mogelijk succesvolle innovaties waar zij zelf als doelgroep interesse in hebben.

De mensen van de Turks-Islamitische gemeenschap zijn ontvangen op kaasboerderij Rustdam in Zoeterwoude. Aan hen is eerst gevraagd wat hen wel niet aansprak op de bezochte boerderij.

Daarna is hen, aan de hand van foto's, gevraagd wat zij graag zouden willen zien, doen of kopen op een boerderij.

Deze fase en haar uitkomsten worden uitgebreid beschreven in het eerder genoemde rapport "De Groene Trekker: wensen van burgers voor de multifunctionele landbouw". Korte videoverslagen zijn te vinden op de website <http://vimeo.com/channels/degroenetrekker>.

3. *Ontwerpfase:*

De uitkomsten van de consultatierondes zijn vervolgens gebruikt in twee ontwerpbijsessies die op multifunctionele boerderijen in de nabije omgeving van Leiden zijn gehouden. Het doel van deze bijeenkomsten was te inventariseren welke nieuwe (combinaties van) producten of diensten tegemoet komen aan de eerder vastgestelde behoeften en wensen van de doelgroepen. Aan de bijeenkomsten hebben een aantal vertegenwoordigers van de nieuwe doelgroepen deelgenomen, enkele geïnteresseerde multifunctionele boeren uit de regio en een paar innovatieve denkers op het vlak van stad-plattelandverbindingen. Een professioneel tekenaar maakte visuele notulen.

De bijeenkomst met carrièrerichte jongeren werd gehouden op hotelboerderij Akkerlust in Stompwijk. De bijeenkomst met Turkse ouderen werd gehouden op kaasboerderij Sol in Hazerswoude.

In elke ontwerpbijsessie werden eerst de behoeften van de nieuwe doelgroep, zoals die al eerder in de consultatiebijsessie verwoord waren, door de burgers zelf samengevat en uitgelegd. Aansluitend werden ook de behoeften van de betrokken ondernemers en van de nabije omgeving zoveel mogelijk in kaart gebracht. Alle behoeften werden op post-its geschreven en gerangschikt op een groot stuk papier. Gemeenschappelijke behoeften werden in het midden geplaatst.

Vervolgens werden de behoeften gezamenlijk vertaald naar een aantal doelen waar een doelgroepgericht multifunctioneel bedrijf aan zou moeten voldoen.

Daarna werd in groepjes gebrainstormd over zo veel mogelijk oplossingen waarmee een multifunctionele boerderij kan bijdragen aan het beantwoorden van die doelen en het vervullen van de behoeften van de doelgroep. Deze oplossingen zijn onderverdeeld in fysieke, organisatorische en communicatieve oplossingen. Ze refereren grotendeels naar nieuw aan te bieden producten of diensten.

Als laatste onderdeel van de ontwerpbijeenkomsten zijn verschillende van die oplossingen gecombineerd in twee ontwerpen voor doelgroepgerichte multifunctionele bedrijven: één voor het 'ideale' bedrijf en één voor een aanpassing van het gastheerbedrijf waar de desbetreffende ontwerpsessie werd gehouden.



3. De resultaten

Hieronder worden de resultaten van de ontwerpfase beschreven. Per doelgroep zijn eerst de behoeften, vervolgens de geformuleerde doelen voor een multifunctioneel bedrijf voor die doelgroep en tenslotte een heel aantal fysieke, organisatorische en communicatie oplossingen die bijdragen aan het vervullen van behoeften en beantwoorden aan doelen beschreven. Als laatste worden per doelgroep de twee gemaakte ontwerpen getoond.

3.1 Carrièregerichte jonge mensen

Behoeften van carrièregerichte jonge mensen

- eigen plek
- luxe en comfort
- anonimiteit
- rust
- schoon blijven
- gezond en lekker eten
- uit eten
- all-in-one concepten
- ontspanning
- uitgaan
- sportieve uitdaging
- zelfontplooiing
- ontdekken
- geen stank
- bereikbaarheid
- contact met vrienden
- shoppen
- werken
- hippe, mooie omgeving

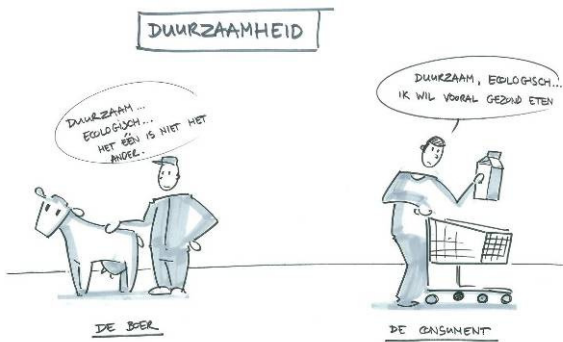


Behoeften van de boeren

- niet primitief
- bereikbaarheid
- zelfvoorzienend
- stuk geschiedenis / wortels
- traditie
- geen vreemde arbeid, familiebedrijf
- koeien
- blaarkoppen
- gras
- welriekend
- vies
- eigen melkverwerking lokaal
- directe verkoop

DE BASIS





- echt eten
- regionale voedselproductie en afzet
- dier & natuurvriendelijk
- ecologisch
- synergie
- inpasbaar in omgeving
- behoud groene hart
- inkomen
- onafhankelijkheid
- markt macht
- minder regels
- verbinding boer burger
- contact dieren / mensen
- urbane landbouw
- dichtbij stad toch bedrijfseconomisch rendement behalen
- vrijheid soms m.b.v. creatief denken
- zelfontplooiing
- begrip van overheid en maatschappij



Behoeften van de omgeving

- verkeersveiligheid
- recreatie
- rust
- natuurbeleving
- fluitende vogels horen
- groene open ruimte
- schone aarde, lucht en water
- vers brood
- bestemmingsplan
- zorg, ene buur helpt andere
- netwerk
- vakantiebaantje voor m'n kind

Doelen van een op carrièregerichte jonge mensen gericht bedrijf

Een op carrièregerichte jonge mensen gerichte MF onderneming:

- Is goed bereikbaar met auto en OV
- is uitnodigend en niet teveel gefocust op grootschalige agrarische productie
- heeft een gezellige, traditionele uitstraling
- is van alle gemakken voorzien
- biedt aantrekkelijke logeermogelijkheden
- biedt lekker, eerlijk en gezond eten en drinken
- biedt keuzemogelijkheden voor tal van activiteiten
- biedt mogelijkheden voor totale ontspanning
- biedt mogelijkheden om nieuwe dingen ontdekken
- biedt ruimte voor ontplooiing
- is op internet vindbaar en online te boeken

Oplossingen die doelgroep naar de boerderij kunnen trekken

Fysieke oplossingen:

- boerderij in een nieuw jasje steken (hip of juist nostalgisch); gezellig; open haard; opgeruimd erf (mooie bestrating)
- grote stal gescheiden houden van bezoekersruimten (grote hoeveelheden koeien niet zichtbaar voor bezoekers)
- wel enkele (verschillende en/of exotische) dieren zichtbaar aanwezig
- logeergefaciliteiten (privé cottages)
- voldoende parkeerplekken
- bar en restaurant
- kampvuur- / barbecue plaatsen
- privéplekken voor picknick of meditatie (hoog gras)
- 'hot tub', zwembad, whirlpool, sauna
- Internetfaciliteiten om te kunnen werken of contact te maken met vrienden
- winkeltje met souvenirjes (eten, drinken, koeschilderij, koeienpotjes)
- exotische producten
- diverse spelfaciliteiten
- mogelijkheden om een paard te lenen of te stallen



Organisatorische oplossingen:

- weekend logeren aanbieden
- roomservice van kaart met gezonde en lekkere (streek)producten
- restaurant: ontbijt en/of diners, buffetten; dineren bij kaarslicht
- aanbieden van kwaliteit-fastfood
- lokale bier- en wijnarrangementen (Leids bier) aanbieden
- webwinkel
- boerenmarkt organiseren
- picknickmanden aanbieden
- gevulde boodschappentassen aanbieden
- workshops aanbieden: koken met eigen (streek)producten, kaas maken of ijs maken & proeven
- andere workshops of cursussen aanbieden, bijvoorbeeld fotografie
- á la carte activiteiten en arrangementen aanbieden, ruime keuzemogelijkheden
- diverse spelactiviteiten aanbieden: skelteren, boerenpaintballen, trekkersrace, hooivorkdarten, (kruis)boogschieten, slootje springen, etc.



- diverse arrangementen aanbieden: wellness, survival, bedrijfsuitjes, all-in bruilofsarrangementen
- ligfietsverhuur, paarden verhuur; crosscountry paarden
- sportevenementen of festivals / parades organiseren
- oogstfeest organiseren
- themadagen organiseren: multiculti-boerderij; oud-hollands leven (nostalgie)

Communicatieve oplossingen:

- vermelding op goed google-bare websites, hyves, facebook (fan-sites)



- korte informatieve stukjes op de website, over boerderij (geschiedenis) of over (high-tech) productietak
- werken met zichtbare reviews
- bezoekers zelf reviews op hyves laten schrijven
- aankondiging producten met SMS-jes en op websites
- mooie, kleurige flyers neerleggen bij hippe uitgaansgelegenheden
- flyers neerleggen bij bedrijfskantines

- flyers uitdelen in de stad
- adverteren in universiteitsblaadje met activiteiten voor een redelijke prijs
- eerste bekendheid genereren via de organisatie van een evenement?
- rondleiding met verhaal van de boer
- eerlijke communicatie over gezondheid van producten en welzijn van dieren
- transparantie van prijsopbouw
- wegwijzers bezichtigingen in de buurt
- verhalenboek over geschiedenis boerderij en boerenfamilie (ook op website)

Overige genoemde oplossingen:

Fysieke oplossingen:

- hangplek
- bloemenwei om te plukken
- wijngaard, boomgaard
- paddenstoelenschuur (shiitakes)
- fitnesscentrum gekoppeld aan energieopwekking
- vlasveld met kledingbedrijfje
- koe met lang haar
- Blaarkop en MRIJ-producten
- pure gras: CLA
- bokkenwagen

Organisatorische oplossingen

- ophaalservice vanaf OV halte (paardenkar)
- boerenvervoer

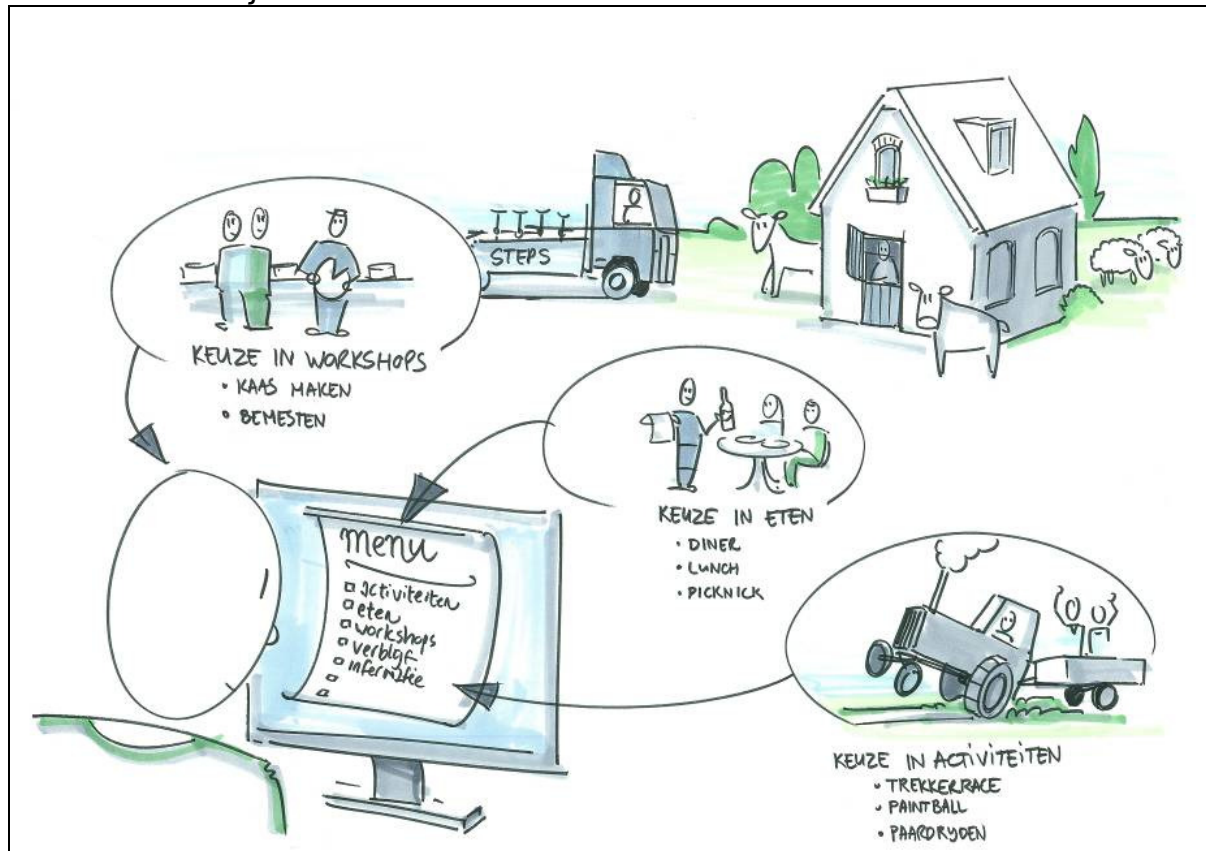
- vervoer met stille eco-busjes
- stilteboerderij
- melkbad (spa) of -behandeling
- hooikuur, biesttherapie
- siertuin openstellen
- foto's maken in boerenkleding tussen koeien
- kooklab met Veggie Rose (hip)
- stier bij de koe: veilig vlees
- cowboy workshop
- kalf bij koe
- melkwedstrijd houden
- yoga tussen koeien
- vilt / wol -atelier opzetten
- kunstwerk bouwen: wal tegen lawaai
- bouwen met stro, leem, klei, poep, wallen kunst

Communicatieve oplossingen

- communicatie over koeien(namen), bordjes bij de stal
- bordjes bij (fruit)bomen
- rondleidingen via informatieborden (I-phone)
- milieu – info, over vermindering methaanemissie
- duidelijke uitleg waarom / hoe / vervolg BA
- Boer zoekt Yup: PR Actie
- cyclus (natuur) in beeld aan de hand van schilderijen
- Koeienkwartet
- placemats met kaartje waarop alle MF bedrijven in regio staan weergegeven

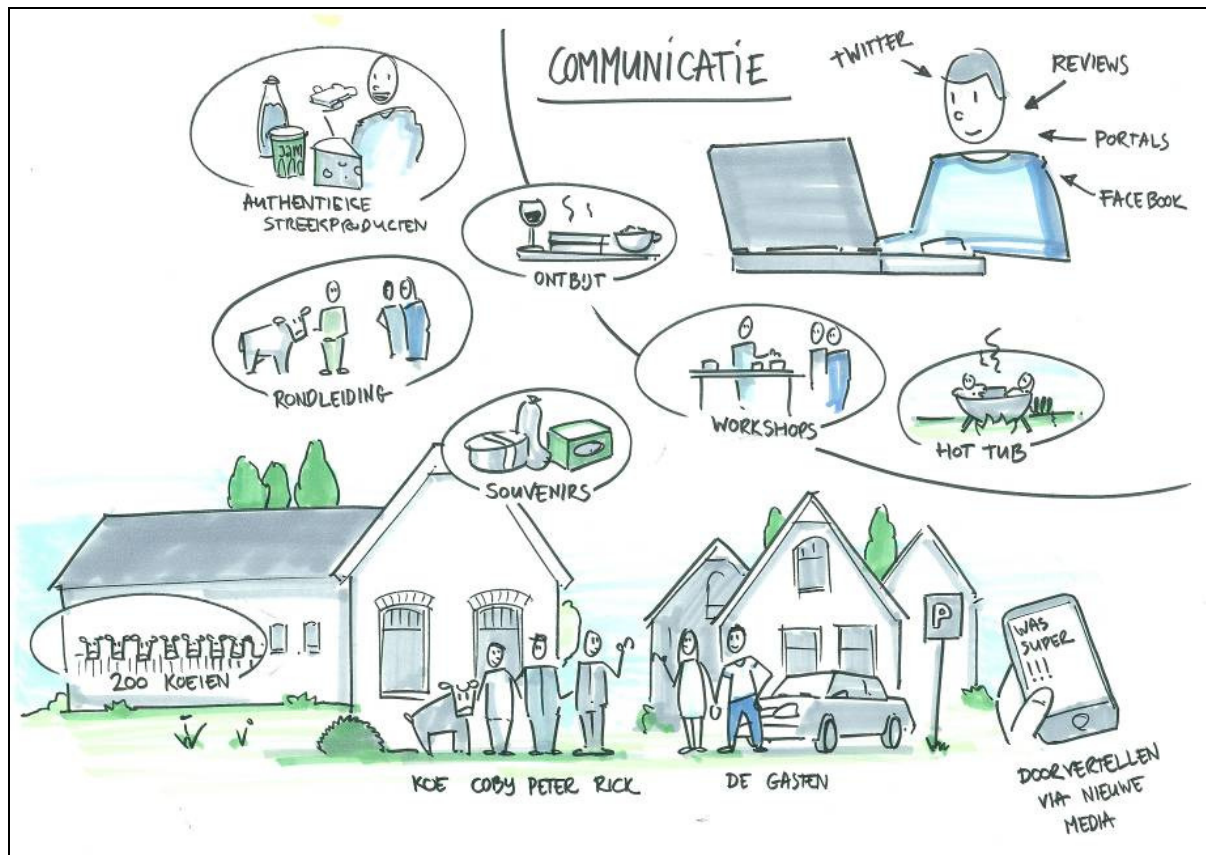
Ontwerpen

Het ideale bedrijf



- Alles is à la carte: op Internet wordt een breed palet aan diensten voorgeschoteld: workshops, spannende / leuke activiteiten, mogelijkheden om te eten, te ontspannen, etc.
- Gast kan hiermee zelf van te voren via Internet een weekend samenstellen en boeken
- Alles wordt van tevoren klaargemaakt, evt. in samenwerking met bedrijven uit de buurt.
- Productietak van de boerderij is niet belangrijk, wel de sfeer van de boerderij en de aanwezigheid van enkele dieren.
- Het gaat om de totaalervaring

Het aangepaste gastheerbedrijf (Hotelboerderij Akkerlust van Peter en Coby van Boheemen in Stompwijk)

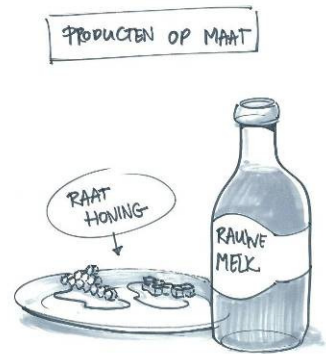


- Voor de boer en boerin staan de koeien centraal
- Gasten komen echter in eerste instantie niet voor bedrijf: productietak daarom gescheiden houden van gastenverblijf
- Gasten worden gelokt via diverse portals op Internet, Twitter, duidelijke website en door het lezen van reviews
- Ze komen voor ontspanning, wellness, workshops, lekker eten, nieuw input in een andere omgeving.
- Als ze er eenmaal zijn willen ze ook rondleiding door de boer en souvenirs kopen als aandenken
- Gasten geven ervaring door binnen eigen netwerk (i-phone)

3.2 Oudere Turkse Nederlanders

Behoeften van oudere Turkse Nederlanders

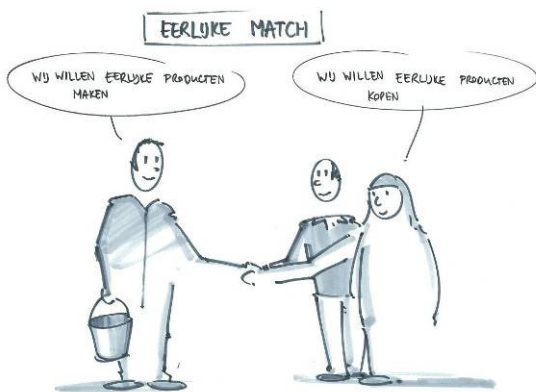
- openheid boerderijen
- echt contact, dialoog, met de boer
- dieren zien
- vaste tijden
- bereikbaarheid
- ruimte om te bidden
- samen zijn, samen eten, thee drinken
- samen eten klaarmaken; barbecueën
- (grote) familiefeesten
- herkenbaarheid producten (kaas, vlees, boter); de smaak van vroeger
- zelf verbouwen en oogsten
- zelf traditionele producten maken
- verantwoorde voedselproductie (volgroeide kippen met smaak; hormoon vrij; geen gentech; gezonde voeding voor dieren)
- halal voedsel
- goede productomschrijving
- halal slachten; slachtcapaciteit van max. 3 per dag
- ruimte, vermaak en educatie voor de kinderen
- kampeerplek voor kinderen
- activiteiten voor ouderen (excursies, dagbesteding)
- hygiëne voor bezoekers



Behoeften van de boeren

- bezoek op afspraak
- vergoeding voor bezoek
- duurzaamheid
- gecertificeerd bedrijf
- geen gentech
- respect voor mens, milieu, dieren
- regionaal voedselsysteem
- minder bureaucratie
- vies worden
- koeien
- boer blijven
- bedrijf laten doorgaan
- traditie
- levensvatbare sector
- plezier in het werk





- schoonheid
- geen zin / geen tijd voor onderhandelen
- mensen bereiken met agro-activiteiten
- interesse van burger voor boer
- goede verhouding boer / burger
- nederlandse taal
- duidelijk communiceren
- goede communicatie
- betrouwbare klanten
- inkomen
- directe verkoop
- goede prijs krijgen

JE WELKOM VOELEN



Behoeften van de omgeving:

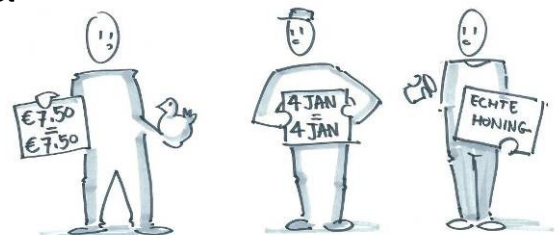
- gezond, volgroeid voedsel
- boeren moeten aan de regels houden
- oogsten
- kijkje in de keuken, erover leren
- leuk dagje uit
- mijn auto kwijt kunnen
- bereikbaarheid veilige weg
- geen stank, geen vuile grond
- geen gentsch, geen afval
- contact, maar geen overlast / lawaai
- me welkom voelen op de boerderij
- meer mengen met andere culturen
- bestemmingsplannen
- vrij uitzicht / landelijk beeld
- rust

Doelen van een op oudere Turkse Nederlanders gericht bedrijf

Een op oudere Turkse Nederlanders gerichte MF onderneming:

- biedt mogelijkheden voor werken in moestuin / oogsten
- biedt veilige ruimte + activiteiten voor kinderen
- is goed bereikbaar
- moet agrarische productietak hebben
- heeft goed contact met omgeving
- heeft iemand van allochtone afkomst in dienst
- biedt ruimte voor hele families
- krijgt eerlijke passende vergoedingen
- hanteert duidelijke tijden
- heeft open contact met burgers
- produceert duurzaam voedsel
- produceert toegesneden producten
- investeert in persoonlijke relatie

DUIDELIJKHEID



Oplossingen die doelgroep naar de boerderij kunnen trekken

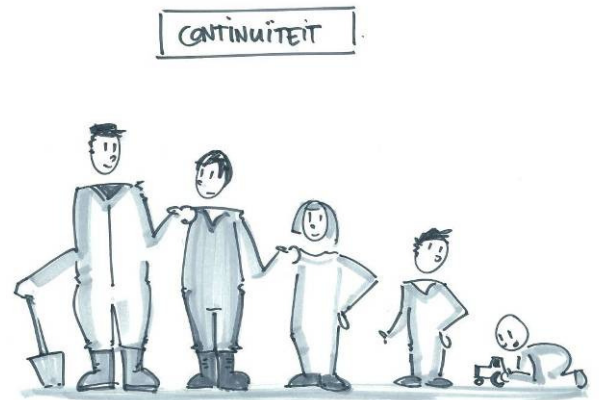
Fysieke oplossingen:

- naamborden
- parkeerplaatsen
- fietsenstalling
- grote ruimte voor familiebijeenkomsten
- een gebedsruimte
- kampvuurplaatsen
- picknickruimte zondag open
- fruitboomgaard; eetbare tuin
- zelfpluktuin; bloemplukbermen
- imkerij (raathoning)
- visvijvers
- exotische groenten en gewassen
- kefir; fijne Turkse groenten
- buffels, geiten, kippen, varkens
- Turkse winkel: brood; Turkse producten, traditionele zuivelproducten



Organisatorische oplossingen:

- meewerken op de boerderij (bv. moestuin)
- zelf walnoten rapen
- zelf plukken / oogsten mogelijk maken
- stukjes land te huur
- tuintjes voor ouderen op de boerderij
- volkstuinen in kassen
- activiteiten voor groepen kinderen
- bedrijfsuitjes organiseren
- strippenkaart pasjes
- personeel bekend met cultuur; Turkse medewerker
- adopteer een dier of een boer
- oma – moeder – kleindochter workshops
- recepten kookclubs in Turks / NL: jonge generatie
- Turks feest organiseren



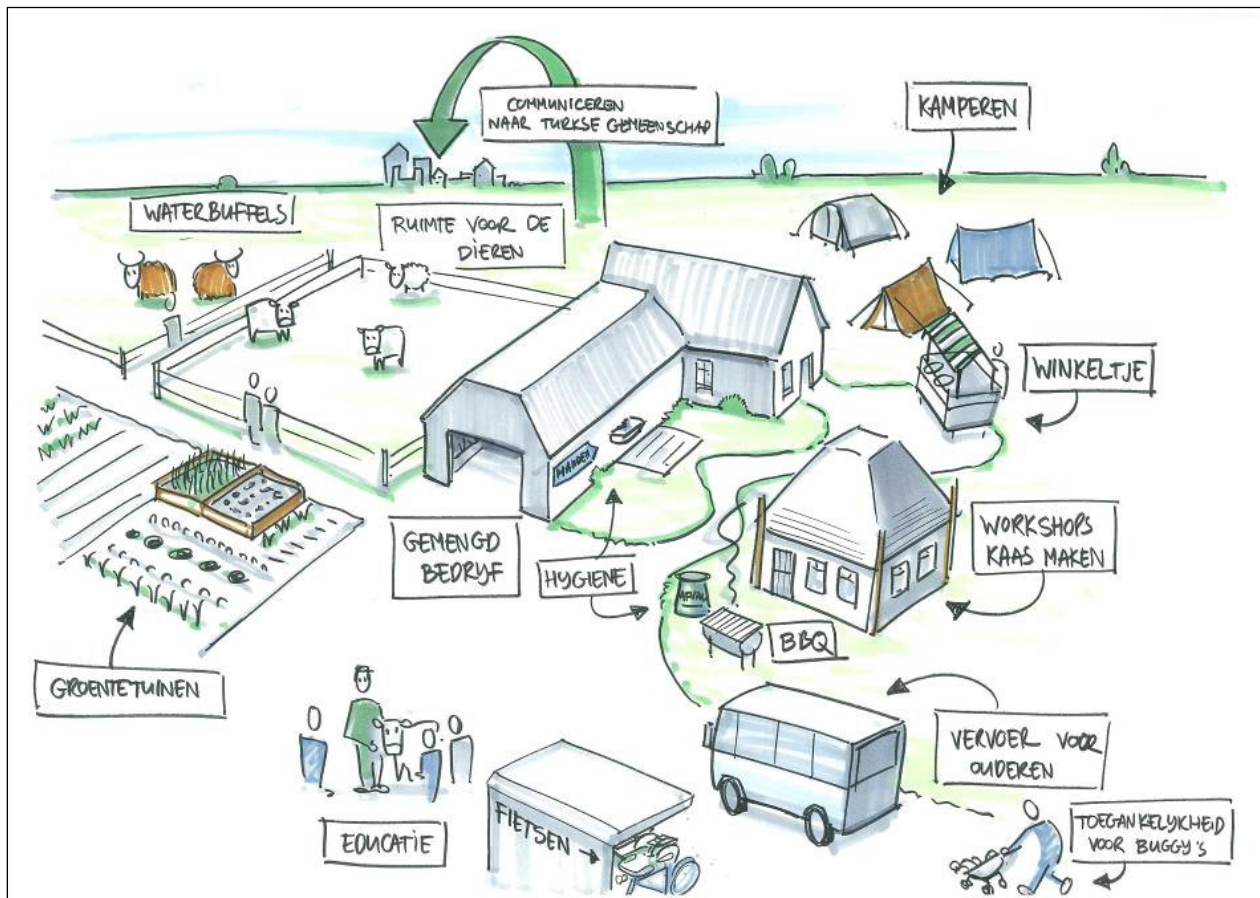
Communicatieve oplossingen:

- Nederlandse website is OK (kinderen zijn geen allochtonen)
- evt. Turkse routebeschrijving + contact + site
- wederzijds bezoek boeren en Turkse gemeenschap
- heldere communicatie
- duidelijke ontvangttijden
- mensen met "oude kennis" inhuren: kennisoverdracht mogelijk maken
- skybox of open stal



Ontwerpen

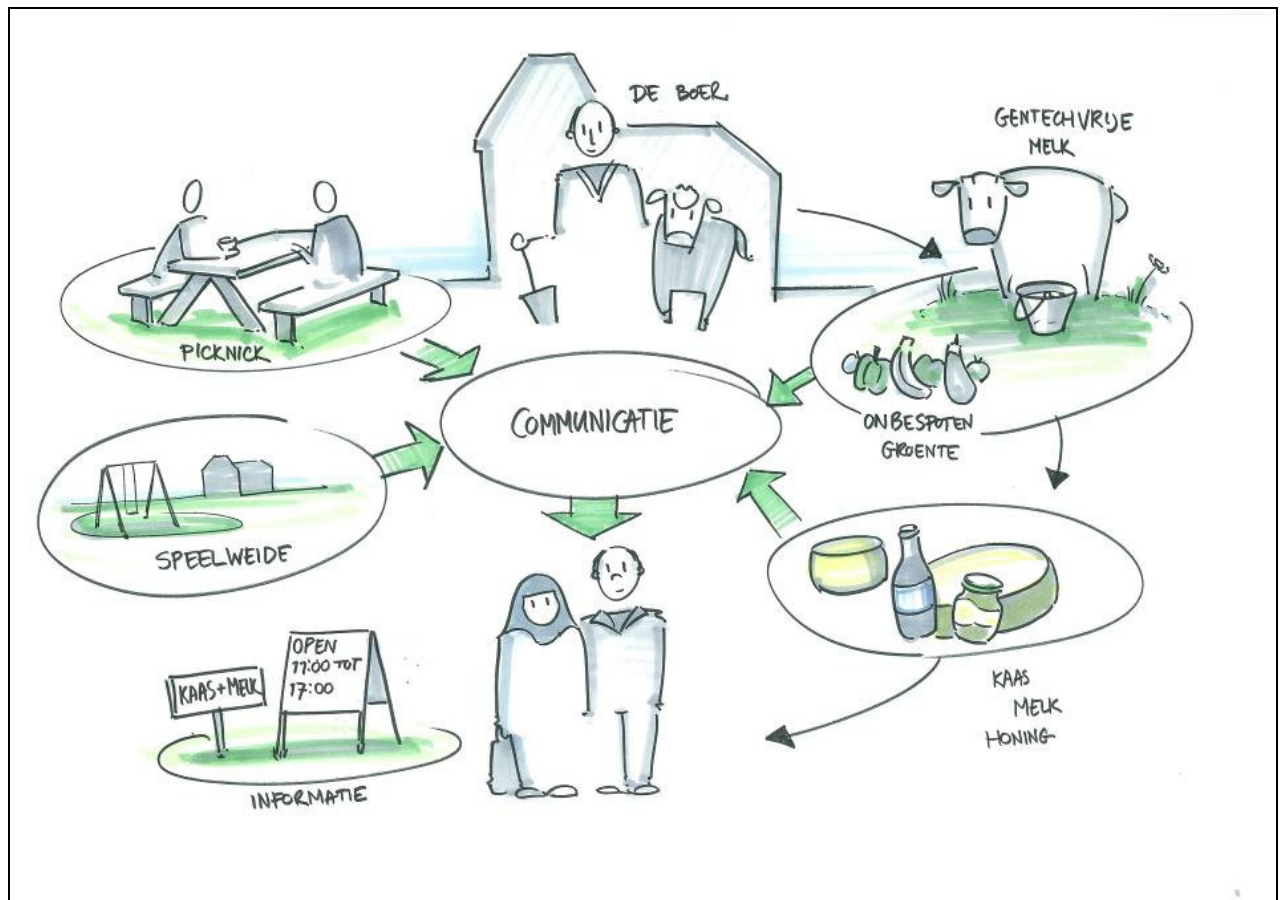
Het ideale bedrijf



Gemengd bedrijf met ruimte en gezondheid voor dieren

- Open en toegankelijk bedrijf waar je rond mag kijken
- Ook goed toegankelijk voor buggy's en gehandicapten
- Winkel met vriendelijk personeel, zuivelproducten, vlees
- Groentetuinen om zelf te kunnen tuinieren
- Barbecueplaatsen
- Workshops koken en kaasmaken
- Vervoer en activiteiten voor ouderen
- Educatie en activiteiten voor kinderen en jongeren
- Veilig voor kinderen; hygiëne
- Goede communicatie richting Turkse gemeenschap:
 - website, consulaat, welkomstpakket bij inburgeringcursus
- Kamperen bij de boer

Het aangepaste gastheerbedrijf (Kaasboerderij Sol van Dick en Margriet Sol in Hazerswoude)



- Communicatie staat centraal
- Huidige boerderij met producten en diensten is prima
- Evt. producten/diensten nog iets uitbreiden:
 - iets meer producten in de winkel
 - picknicktafels
 - veilige, hygiënische speelplekken
- Communiceren via borden, website en persoonlijk contact over:
 - openingstijden
 - winkeltje en producten
 - wijze van voedselproductie
 - overige diensten op boerderij