



Het waarom, hoe & wat van de BoerenBoom

Overzicht en inzicht in Boerendiversiteit in de relatie met de omgeving

Inhoudsopgave

	Inleiding	3	
1.	Aanleiding en waarom	4	
1.1.	Productiefocus	4	
1.2.	Locatiefocus	5	
1.3.	Geen keurmerk	6	
1.4.	Geen KPI systematiek	7	
1.5.	Geen verdienmodel	7	
1.6.	Wel beschermd voor gebruik	7	
1.7.	Instrument voor communicatie en strategie	8	
2.	Instrument en hoe	9	
2.1.	Thema 1 - Bodem	11	
2.2.	Thema 2 - Gewasgezondheid	12	
2.3.	Thema 3 - Voedselproductie	13	
2.4.	Thema 4 - Energie	14	
2.5.	Thema 5 - Water	15	
2.6.	Thema 6 - Nutriëntenkringloop	16	
2.7.	Thema 7 - Materiaalkringloop	17	
2.8.	Thema 8 - Luchtkwaliteit (hinder leefomgeving)	18	
2.9.	Thema 9 - Biodiversiteit	19	
2.10.	Thema 10 - Streekeigen landschap	21	
2.11.	Thema 11 - Boereninkomen	22	
2.12.	Thema 12 - Voedsel met identiteit	23	
2.13.	Thema 13 - Dierenwelzijn	24	
2.14.	Thema 14 - Boer-Burger	25	
2.15.	Thema 15 - Boer-Waardeketen	26	
2.16.	Thema 16 - Arbeidsvreugd	26	
3.	Observeren aan de hand van ijkpunten	27	
3.1.	De verbeelding van de BoerenBoom	28	
3.2.	Het goede gesprek tussen overdrager en opvolger	29	
3.3.	Tussen overdrager en opvolger	29	
3.4.	Tussen pachter en verpachter	29	
3.4.	Tussen boer en bankier	29	
3.6.	Tussen boer en vergunningverlenende instantie	29	
3.7.	Tussen boeren en burgers	30	
3.8.	Tussen boer en stagiair	30	
3.9.	PaardenBoom en andere varianten	31	
4.	Resultaat en wat	32	
4.1.	Ervaringen in het onderwijs	32	
4.2.	Ervaringen in de adviespraktijk	32	
4.3.	Ervaringen in gebiedsprocessen	32	
4.4.	Ervaringen in het onderzoek	33	
	Uitleiding	34	
	Bijlagen	35	
	Bijlage 1	Icoon en kernzin per thema	35

aereshogeschool.nl/dronten

Aeres Hogeschool Dronten
Postbus 374
8250 AJ Dronten

De Drieslag 4
8251 JZ Dronten
038 - 020 6000

info.hogeschool.dronten@aeres.nl

Auteurs:
Dirk de Groot, Ron Methorst, Bianca Koorn

Fotografie:
Angeline van Wijk (p3)
Eric Bronkhorst (p7, p14)
Aeres Hogeschool (p10, p23)
Jan van Diepen (p12)
Ron Methorst (overig)

Disclaimer
© Stichting Aeres Groep. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Aeres.

Februari 2026

Dit onderzoek is medegefinancierd door Regieorgaan SIA, onderdeel van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) en het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN)



Inleiding

De BoerenBoom is ontwikkeld vanuit de vraag op welke manier alles wat een boerenbedrijf voor de omgeving betekent goed in beeld te krijgen is. We hebben we ons laten leiden door de volgende uitdagingen:

- Welke thema's maken duidelijk wat de relatie van een boerenbedrijf met de omgeving is?
- Het boerenbedrijf in beeld brengen zodat de samenhang van alle thema's behouden blijft en recht wordt gedaan aan de complexiteit van de landbouw.
- Een objectieve methode ontwikkelen om voor een specifiek boerenbedrijf per thema de situatie te bepalen.
- De relatie met de omgeving (mensen, markt, maatschappij, natuur en landschap) van het bedrijf in beeld komt.
- Ook de boer zelf in beeld komt (zowel vakmanschap, werkplezier als inkomen).
- De BoerenBoom moet te maken zijn zonder de boekhouding of technische gegevens erbij te hoeven pakken.
- Het instrument is van de boer, niet van een controlerende en certificerende instantie.

Als deze uitdaging lukt is de BoerenBoom een objectieve methode om een eerlijk beeld te geven van de relaties van een boerenbedrijf met de plaatselijke sociaal-economische en ecologische omgeving. Dit instrument maakt het mogelijk om:

- Het eigen verhaal van het boerenbedrijf te vertellen, zowel aan burgers als aan andere partijen.
- De specifieke strategie van een boerenbedrijf en in het verlengde daarvan de diversiteit aan strategieën in beeld brengen op een objectieve manier.
- Voor een boerenbedrijf de ontwikkeling per thema door de tijd heen in beeld te brengen.
- De bijdrage aan een thema objectief in beeld brengen zonder licenties en controlerende instanties.

De thema's van de BoerenBoom zijn verwerkt in de afbeelding van een boom met wortels en takken. De sociaal-economische thema's zijn de wortels en de ecologische thema's zijn de takken. Voor ieder thema is een observatielijst gemaakt met ijkpunten waarmee je kunt bepalen hoe 'lang' de wortel of tak voor dat thema is.

De waarde van de BoerenBoom is een concreet beeld van heel de boerderij op die specifieke locatie. Deze 'locatiefocus' is duidelijk anders dan de 'productiefocus'. Bij de productiefocus denk je vanuit de producten die het boerenbedrijf maakt voor de voedselketen. Bij productiefocus is de locatie van het boerenbedrijf in feite niet relevant, het gaat om de hoeveelheid en kwaliteit van het product.

Het boerenbedrijf is vooral een 'laad- en losadres'. Tegelijk heeft elk boerenbedrijf wel 'buren', dit zijn zowel de omwonenden als de natuur en het landschap. Dat is locatiefocus. Alle activiteiten op het erf, in de gebouwen en op het land hebben effect op leefomgeving. De BoerenBoom brengt alle effecten op een objectieve manier in beeld door heel concreet te kijken naar de relatie met de sociaal-economische en ecologische omgeving van het bedrijf. Dit maakt de BoerenBoom tot een instrument om inzicht in de strategie van het boerenbedrijf te krijgen. Daarbij is het ook mogelijk om te kijken naar de ontwikkeling in de tijd, hoe was het bedrijf ooit, hoe staat het nu voor en waar zou je naar toe willen.

Dit Handboek beschrijft nut en noodzaak van het BoerenBoom model. Het koppelt dit aan de ontwikkelingen van de landbouw sinds WO II en hoe dit van invloed was op de relatie van het boerenbedrijf met de omgeving. We gebruiken het Golden Circle Model van Simon Sinek. Dit denkmodel bestaat uit drie cirkels. De binnenste cirkel staat voor waarom doe je wat je doet en met welke drijfveer, ofwel de Purpose (WHY). De middelste cirkel staat voor hoe je het doet, dat gaat om het proces en de instrumenten (HOW). De buitenste cirkel beschrijft je wilt bereiken, ofwel het resultaat (WHAT).

Het antwoord op de waarom vraag is volgens Sinek de sleutel tot succes. Daarom eerst het Waarom van de BoerenBoom, gevolgd door het Hoe en vervolgens het Wat. De Uitleiding rondt dit Handboek af. Naast het Handboek is er een Werkboek met per thema een observatielijst met ijkpunten.



1. Aanleiding en waarom

In 80 jaar tijd is er veel veranderd in de Nederlandse landbouw. Volgens de gegevens van het CBS waren er rond 1950 410.000 landbouwbedrijven van gemiddeld 5,7 ha en is dit geslonken tot minder dan 50.000 landbouwbedrijven van gemiddeld 37 ha. Tegelijkertijd nam de hoeveelheid landbouwgrond af van 2,6 miljoen hectare naar onder de 1,8 miljoen ha. Minder bedrijven, grotere bedrijven met in totaal minder grond, dit duidt op grote verandering in de landbouw.

Door het Marshallplan (1948-1952) herstelde de economie die door WOII in het slop was geraakt en kwam de mechanisatie en schaalvergroting van de landbouw op gang. Anders gezegd de arbeidsproductiviteit per arbeidsjaareenheid (aje) en de productiviteit per ha en per dier in de landbouw steeg jaar op jaar. Door veel externe input zoals veevoeders (via import uit andere continenten), fossiele brandstoffen, chemie (kunstmest, medicijnen, gewasbeschermingsmiddelen) verdween het regionale en kringloopkarakter van de landbouw. Als boerenbedrijf kon je het veevoer bestellen bij de voerfabriek die vervolgens de voersilo voor je vulde, je was niet langer afhankelijk van je eigen grond om veevoer op te produceren. Deze stap naar niet-grondgebonden landbouw maakte een enorme groei van de veehouderij mogelijk. Voor plantaardige teelten was de beschikbaarheid van kunstmest en chemie een belangrijke drijver achter de productiegroei van de tuinbouw en akkerbouw.

Door technische innovaties zoals verbeterde stallen en machines, verbeterde teelt en bewaring, verbeterde voeder- en houderij methodes, gewasveredeling, veefokkerij etc. steeg de productie van aardappels, groente, fruit, suikerbieten, uien, granen, melk, boter, kaas, vlees (kip, varken, rund) en eieren. De (deels coöperatieve) handel en verwerking wist daar wel raad mee. Dit maakte Nederland tot de tweede agrarische exporteur ter wereld. Via de zee (Rotterdamse haven) en door de lucht (luchthaven Schiphol) komt veel voedsel Nederland binnen uit andere continenten. Het zorgt in Europa al decennia voor volle supermarkten met een enorme diversiteit aan onbewerkt, bewerkt en ultra bewerkt voedsel. De Hollandse pot uit eigen moestuin of de lokale groenteboer en slager is vervangen door het gemak van de supermarkt en de maaltijdservice. De duurzaamheidsgevolgen (denk aan energieverbruik en voedselkilometers) van het huidige voedselsysteem hebben we nog niet volledig in beeld.

De toenemende landbouwproductie heeft voedselzekerheid en export opgeleverd en moeten we niet persé kwijt willen. Duitsland bijvoorbeeld gebruikt per dag een ruime 40 miljoen eieren en in Nederland zijn dat er ruim 9 miljoen, elke dag weer. Nederlanders gebruiken gemiddeld ruim 200 eieren per jaar, ruim een half ei per dag. Die eieren moeten dagelijks gelegd worden door kippen die gehouden worden door vakbekwame pluimveehouders. Nederland produceert ruim 10 miljard eieren per jaar. Al die eieren kunnen niet geproduceerd worden met een kleinschalige pluimveehouderij.

Als je boer bent om ervan te leven is het onontkoombaar dat je groot genoeg moet zijn om daar een gezinsinkomen uit te halen. Groot genoeg zijn vraagt om investeringen en financiering en een intensieve (economische) bedrijfsvoering. Voor burgers ziet dat er dan al gauw uit als grootschalige landbouwbedrijven (bio-industrie, mono-teelten) wat ver verwijderd is van het mooie plaatje van een klein gemengd bedrijf. Voor boeren heeft de groei en schaalvergroting vaak juist een positieve beleving. Zij zien het belang van de grote hoeveelheden hoogkwalitatieve producten, zowel voor hun eigen bedrijfseconomie als om miljoenen mensen elke dag mee te voeden. Zo kijken de meeste boeren dan ook vol trots naar een goed lopend bedrijf waar veel geproduceerd wordt, het bedrijf waar ze met hart en ziel in werken. Maatschappelijke wensbeelden over hoe de landbouw eruit zou moeten zien stroken niet met de werkelijkheid waarin de boeren de investeringen doen en het ondernemersrisico lopen.

1.1 Productiefocus

Omdat de meeste Nederlandse boeren hun dieren, gewassen, melk, eieren etc. afzetten aan de handel en de industrie hebben ze relatief weinig marktmacht. Omdat agrarische producten levende, bederfelijke waar is, is stoppen tijdens de productie of tijdelijk niet afleveren doorgaans geen optie, wat ook niet bevorderlijk is voor marktmacht. Economisch gezien zijn agrarische ondernemers prijsnemers en 'hoeveelheidsaanpassers'. Dit betekent dat op de boerderij de nadruk ligt op zo hoog mogelijke productie tegen zo laag mogelijke kosten. Dit zou men de productiefocus van de na-oorlogse landbouw kunnen noemen. De productiefocus heeft Nederland wereldwijd grote faam gebracht, maar het aanzicht van de moderne landbouw is er ook eentoniger en homogener door geworden. Het landbouwbedrijf is een anonieme productielocatie en een laad- en losadres geworden.

De moderne boer is producent van voedselgrondstoffen voor de voedselindustrie en de handel geworden. De boer doet de investeringen, doet het werk en loopt de risico's. Van de trits aankoop, productie, verkoop ligt de meeste aandacht van de boer bij de productie. De verwerking en verwaarding ligt bij de handel en de voedselindustrie. Dat is het mainstream landbouwvoedselsysteem en het systeem dwingt tot groeien of verdwijnen 'get big or get out'.

Op zichzelf is er niets mis met specialisatie en schaalvergroting in de landbouw.

Het past in de brede maatschappelijke trend, maar er is sinds 1950 figuurlijk gezien wel wat van de wagen gevallen. We zijn dingen kwijtgeraakt die we node missen. De landbouw loopt aan tegen de fysische, agronomische, economische, ecologische, technologische, sociologische en psychologische grenzen. Zowel boeren als burgers, de bodem, het water, de natuur en de atmosfeer hebben last van negatieve effecten. Zeg maar de vervuiler –zowel producent als consument- die niet betaalt. Dit zijn de verborgen kosten van economie. Verborgene kosten zijn de kosten (negatieve externe effecten) die niet in de kostprijs verwerkt zijn maar afgewenteld worden op de overheid, de maatschappij, de natuur of de toekomstige generaties.

Via de methode van 'true costing' kun je daar iets aan doen. Maar als die kosten niet verwerkt worden in de boerenprijs en de consumentenprijs blijft dat een theoretische exercitie. En als de echte prijs wel betaald wordt, is het dan gegarandeerd dat de externe kosten verlaagd of voorkomen worden? Het marktsysteem werkt op basis van aankoop- en verkoopprijs, rekent met betaalde kosten en 'opportunity costs'. 'Follow the money' en je merkt hoe het werkt in de praktijk. Wat zou het mooi zijn als er een instrument is dat verder kijkt dan geldstromen en verdienmodellen. Een instrument dat aandacht heeft voor de voedselproductie en het boereninkomen, maar ook een instrument dat aandacht geeft aan 'wat voor boer wil ik zijn' (Purpose). Op de bedrijfslocatie blijkt welke invloed de Purpose van de ondernemer heeft op de leefomgeving, op Profit, People en Planet. Het instrument BoerenBoom brengt dit via 16 thema's integraal in beeld en doet tevens recht aan de complexiteit van landbouw. Landbouwkundige productie in de stal of op het land is een stuk complexer en gevoeliger voor verstoringen dan de meeste industriële productie in de fabriekshal.

1.2. Locatiefocus

Door de productiefocus is de locatiefocus van de landbouw buiten beeld geraakt. Met de locatiefocus wordt bedoeld: geef aandacht aan de plek van het bedrijf in de regio en in het landschap. Nabij stad of dorp, nabij industrie of natuur. Doorsneden of opgesloten door waterwegen, snelwegen of spoorwegen of midden in een agrarisch gebied. De locatiefocus geeft aandacht aan landbouwproductie op deze locatie, met alle uitdagingen en mogelijkheden van de plek waar het bedrijf –soms al generaties lang- gevestigd is. De productiefocus en de locatiefocus hebben allebei hun waarde en recht van bestaan. Het is niet of/of maar en/ en. Dat veel methoden en technieken ontwikkeld zijn voor de productiefocus heeft tot gevolg gehad dat de boerderij vooral met een productiebriil wordt bekeken en beoordeeld.

En als een bedrijf dan niet goed past bij een lage kosten strategie, vallen al snel kwalificaties als onrendabel, geen verdienmodel, niet efficiënt en niet geschikt voor moderne landbouw. De locatie verliest dan zijn waarde vanuit de productiefocus.

De locatiefocus heeft aandacht voor voedselproductie en boereninkomen, maar ook aandacht voor de positieve externe effecten. Dat zijn gewenste maatschappelijke baten waarvoor de boer wel inspanningen verricht maar lang niet altijd voor betaald of onvoldoende voor beloond wordt. Denk aan een toeristisch aantrekkelijk landschap, opslag van CO₂, wateropvang, duurzaam bodemgebruik, weinig hinder richting de leefomgeving, bijdrage aan de kwaliteit van grondwater, bijdrage aan de natuurlijke habitat, biodiversiteit en streekeigen landschap. Dit zijn de niet betaalde baten van de landbouw. Dit betekent dat landbouw een positieve bijdrage levert aan maatschappelijke opgaves. Niet zonder reden staan hierboven een groot aantal aspecten die onderdeel zijn van de BoerenBoom. Het zijn de thema's die met de locatie te maken hebben en alle omwonenden (inclusief de betreffende boerenfamilie) aan het hart gaan.

De positieve externe effecten zijn alle waardecreatie en duurzaamheidsprestaties van de landbouw waar geen eerlijke prijs voor betaald wordt. Immers zolang (terechte) subsidies vooral gebaseerd zijn op vergoeding voor gedeerde inkomsten is er geen sprake van een verdienmodel. Via de methode van 'true pricing' danwel 'true value' of 'true costing' kun je iets doen in de richting van een eerlijke prijs. Maar zolang dat niet de verkoopprijs voor de boer wordt blijven het maatschappelijke baten waar de boer geen inkomen uit haalt. Dit is geen pleidooi voor het afschaffen van gelden uit het Gemeenschappelijk landbouwbeleid (GLB) of stoppen met Beter voor.....programma's. Het is wel een pleidooi voor de mogelijkheid dat boeren in een gebied zich samen sterk maken voor het behalen van doelen die te maken hebben met de maatschappelijke opgaven in dat gebied (water, natuur, landschap, ...). Het zou goed zijn dat boeren daar samen een offerte voor kunnen indienen bij de provincie, het waterschap of de verpachter en daar vervolgens een rekening voor kunnen sturen.

Locatiefocus vraagt ook aandacht voor de diversiteit aan strategische keuzes op deze locatie voor dit bedrijf. Denk aan keuzes richting multifunctionele landbouw of korte ketens die het verdienvermogen van het bedrijf versterken, zodat er naast inkomen uit landbouw ook andere bronnen van inkomen ontstaan. Deze keuzes worden deels uit nood geboren (bijvoorbeeld als uitbreiden in landbouw niet kan) en deels uit ondernemerschap gemaakt.

Deze keuzes hebben altijd te maken met de sterke punten van de locatie of de interesse van de ondernemer en/ of partner (denk aan een zorgtak of kinderopvang op de boerderij). Het heeft altijd met ondernemerschap te maken en met de kansen die het gezinsbedrijf ziet.

Wat zou het mooi zijn als er een instrument is voor de landbouw om met de strategische locatievraagstukken om te gaan. Wat zou het mooi zijn als er een instrument zou zijn dat inzicht en overzicht geeft in de complexiteit van

het landbouwbedrijf en de kracht van het bedrijf in relatie tot de locatie integraal in beeld brengt. Dat instrument is de BoerenBoom. Zie hier het *Waarom* (de *WHY*) van de BoerenBoom.

Productiefocus

Locatiefocus

Locatie onafhankelijk	Locatie gebonden
Voedsel voor voedselketen	Boerenbedrijf met boerenerf
Dagelijks miljoenen mensen die keuzes maken in de supermarkt	10.000- en boerenbedrijven met eigen adres
Verwerkt en verpakt in een schap	Keuzes per bedrijf hoe te werken
Niet <i>waar</i> maar <i>hoe</i> is het geproduceerd doet er toe	Effect op eigen, naaste omgeving (de 'buren')
Voedselproduct als basis	Boerenerf/boerenland als basis
Keurmerken voor onderscheid <ul style="list-style-type: none"> - Welzijn voor een dier - Emissies per kg product 	Strategische keuzes voor onderscheid <ul style="list-style-type: none"> - Sociaal-economische inbedding - Ecologische inbedding

Tabel 1 De verschillen tussen productiefocus en locatiefocus. Boer met productiefocus kan locatiefocus gebruiken voor License to produce.

1.3. Geen keurmerk

In de landbouw en in de winkelschappen zijn we gewend geraakt aan keurmerken. Denk aan het Beter Leven keurmerk of FairTrade of On the way to PlanetProof of het EKO-keurmerk. Deze keurmerken staan op de verpakking en er wordt mee geadverteerd richting de consument. De overeenkomst van alle keurmerken is dat het gaat over de wijze van productie en een beoordeling of die aan bepaalde eisen voldoet. Een keurmerk wordt gecontroleerd en gecertificeerd door onafhankelijke stichtingen die verbonden zijn aan de eigenaar van het keurmerk. Voor het Beter Leven keurmerk is dat de Dierenbescherming, voor het EKO-keurmerk in dat SKAL. Dierenbescherming en SKAL garanderen dat voedsel dat het keurmerk draagt voldoet aan de eisen die ze hebben geformuleerd voor de productiewijze. Voor de Dierenbescherming is dat dierenwelzijn, voor SKAL is dat biologisch.

Wie iets koopt en eet met een bepaald keurmerk mag erop vertrouwen dat het voedsel is geproduceerd volgens de waarden, regels en normen van het keurmerk. Het landbouwbedrijf waar het voedsel zijn oorsprong heeft is in principe niet relevant. Relevant is of het landbouwbedrijf gecertificeerd is voor de productiewijze die bij het keurmerk hoort. Geen kwaad woord hierover, omdat het boeren doorgaans een licence tot produce en soms een

plus op de prijs oplevert, maar het maakt ook duidelijk dat de BoerenBoom geen keurmerk kan zijn, omdat de BoerenBoom stoelt op de locatie in plaats van de productie en het bedrijf en de locatie juist uit de anonimiteit haalt. De BoerenBoom is geen vervanger van het keurmerk, het kan prima naast elkaar bestaan. Sterker nog, een bedrijf dat meedoet aan bijvoorbeeld het 'Beter voor....' programma van Albert Heijn zal beslist ook een positieve bijdrage leveren aan diverse thema's van de BoerenBoom. Dit is tevens een goed voorbeeld hoe productiefocus en locatiefocus hand in hand kunnen gaan en elkaar kunnen versterken.

De BoerenBoom kent geen controlerende en certificerende instantie en er zal ook nooit een BoerenBoom logo op de verpakking van een product in de supermarkt komen. Want de BoerenBoom is geen productiekeurmerk maar een instrument om strategische keuzes op de eigen locatie te verhelderen en te onderbouwen. In de eerste plaats voor de ondernemer zelf, daarnaast voor iedereen aan wie de ondernemer iets wil vertellen over de 'Purpose' van z'n bedrijf en de effecten die het bedrijf heeft op Profit, Planet en People.

1.4. Geen KPI systematiek

Vanwege de lopende politieke discussie over middelvoorschriften met juridische garanties en doelsturing met behulp van kritische prestatie-indicatoren (kpi's) is voor de BoerenBoom besloten om er geen kpi-systematiek aan te koppelen. We wilden wegblijven bij de discussie wie verantwoordelijk is voor de dataverzameling, databeheer en rekenregels. Dus geen nadruk op kengetallen in de BoerenBoom, wel nadruk op kenmerken in bedrijfsopzet en bedrijfsvoering die effect hebben op een thema.

De BoerenBoom gaat ook over boerenvakmanschap en ondernemerscompetenties. Wat een boer wil, wat bij hem past, waar hij goed in is en waar de ondernemer zijn bedrijfsstrategie op baseert zie je terug in de bedrijfsopzet en de bedrijfsvoering. Tegelijk weet iedereen die ervaring heeft met het reilen en zeilen op een landbouwbedrijf dat keuzes in de bedrijfsopzet en keuzes in de bedrijfsvoering positief of negatief bijdragen aan het doel van een thema uit de BoerenBoom. Per thema is er een lijst met keuzes (ijkpunten) die bijdragen aan het doel van het thema. Boeren en adviseurs kunnen via collegiale toetsing behoorlijk objectief vaststellen of je op basis van kwalitatieve ijkpunten veel of weinig bijdraagt aan de voedselproductie, of je boereninkomen naar tevredenheid is of niet, of de bodem of de biodiversiteit veel of weinig aandacht krijgt.

Denk niet te snel dat kwalitatieve criteria subjectief zijn. Ze worden pas subjectief als iedereen z'n eigen interpretatie mag volgen. Ze worden objectief als er een instrument is dat de taal en de criteria aanreikt om kwalitatief onderzoek te doen naar de bijdrage aan een thema. Zo'n instrument en die taal levert de BoerenBoom. Overigens is het denkbaar dat op basis van kwalitatieve criteria twee bedrijven dezelfde grote bijdrage leveren aan een thema, maar dat op basis van relevante kwantitatieve criteria (zo men wil kpi's) onderscheid gemaakt kan worden wie de twee het doel al

beter bereikt heeft. Voor de thema's Biodiversiteit en Bodem is het niet moeilijk om op basis van de biodiversiteitsmeter of met behulp van bodemanalyses toch onderscheid aan te brengen tussen bedrijven die op basis van kwalitatieve criteria vergelijkbaar zijn.

1.5. Geen verdienmodel

Een vraag die al snel opkomt is de vraag wat de BoerenBoom betekent voor het verdienmodel van de landbouw. Het antwoord op deze vraag heeft twee kanten. De BoerenBoom garandeert geen plus op de prijs voor de boer. De BoerenBoom geeft wel zicht op het verdienmodel, het verdienvermogen en de balans tussen werk en privé van het bedrijf. Door het thema Boereninkomen en het thema Arbeidsvreugd wordt helder of de huidige bedrijfsopzet financieel en mentaal vol te houden is. Mochten daar twijfels en zorgen over zijn, kan de BoerenBoom helpen om in kaart te brengen welke thema's versterkt kunnen worden om financieel en mentaal volhoudbaar te worden. Mochten daar geen twijfels en zorgen over bestaan kan via de andere thema's van de BoerenBoom helder worden welke keuzes in de bedrijfsopzet en bedrijfsvoering daaraan ten grondslag liggen. Voor de ene boerderij is de BoerenBoom de bevestiging dat ze op de goede weg zijn, voor de andere boerderij is het een inspiratie hoe het ook kan.

1.6. Wel beschermd voor gebruik

Het instrument BoerenBoom heeft geestelijke eigenaren, geen economische eigenaren. De BoerenBoom is ontwikkeld via projecten van praktijkgericht onderzoek en met behulp van studenten en docenten van het HBO. Iedereen mag de systematiek gebruiken maar het instrument valt onder de bescherming van Creative Commons CC-BY-NC-ND 4.0, weergegeven door deze 4 logo's:



Niemand kan geld vragen voor het mogen werken met de BoerenBoom. Wie een officiële afbeelding wil laten genereren van de BoerenBoom van een bepaald bedrijf betaalt daar een vergoeding voor. Het is belangrijk om te borgen dat de BoerenBoom systematiek goed is gebruikt en dat de ijkpunten van de thema's op de goede wijze zijn bepaald. Voor het produceren van de afbeelding van een BoerenBoom van een boerenbedrijf gelden bepaalde eisen voor de kwaliteit van de observatie. Wie een BoerenBoom afbeelding laat maken geeft daarmee toestemming voor het opslaan van de gegevens om de afbeelding te kunnen maken. Meer informatie daarover op de website www.boerenboom.nl

1.7. Instrument voor communicatie en strategie

De officiële afbeelding van de BoerenBoom van een bedrijf, bijvoorbeeld op A3-formaat in de kantine of op de schuurdeur, heeft als voordeel dat het aanschouwelijk maakt welke thema's belangrijk zijn op dit bedrijf. Het belang van de thema's wordt helder door te vertellen welke keuzes in bedrijfsopzet en bedrijfsvoering positief bijdragen



aan bepaalde thema's. Dat kan worden verteld aan de hand van de huidige situatie, de keuzes in het verleden en de keuzes die voor de toekomst gemaakt zullen worden. In dat geval zet je drie afbeeldingen naast elkaar. Op blz 28 (Figuur 1) is te zien hoe zo'n figuur met drie BoerenBomen er uitziet.

De BoerenBoom kan gemaakt worden voor alle typen bedrijven, groot of klein; intensief of extensief; gespecialiseerd of multifunctioneel; hokdierbedrijf, graasdierbedrijf, akkerbouwbedrijf, groenteteeltbedrijf, gemengd bedrijf. Immers elk bedrijf staat op een bepaalde locatie en heeft invloed op de locatie en ondergaat de invloed van de locatie. De kenmerken van de locatie zoals grondsoort, landschap, verkaveling, ontwatering, belendende bewoning, aanwezige infrastructuur, nabijheid van kwetsbare natuur, keuzes in het verleden etc., hebben het heden gemaakt zoals het is en hebben invloed op de strategische keuzes in de toekomst. En over dit alles wil de boer graag het eigen verhaal kunnen vertellen. De stem en het verhaal van de boer die gehoord moeten worden door burgers, bestuurders, beoordelaars en andere belanghebbenden.

De BoerenBoom is de verbeelding van het verhaal van de boer: wat voor boer wil ik zijn en hoe zie je dat terug in mijn bedrijf. Waar sta ik nu en waar kom ik vandaan. Waar wil ik naar toe en wat heb ik daarvoor nodig van de gemeente, de financier, de verpachter, mijn burens, de maatschappij. De BoerenBoom kan het plaatje bij het praatje zijn. De introductie op het ondernemingsplan; de onderbouwing van een vergunningsaanvraag; getoond worden tijdens een excursie op het bedrijf. De thema's van de BoerenBoom geven zicht op de complexiteit en de integraliteit van het agrarisch bedrijf. Welke waarde heeft (geeft) het bedrijf op deze locatie en welke duurzaamheidsprestaties levert het. Anders gezegd: hoe de landbouw niet alleen maar een deel van het maatschappelijke en politieke probleem is maar juist een bijdrage levert aan de gewenste oplossing. De BoerenBoom geeft daar een gemeenschappelijke taal en herkenbaar beeld aan.



2. Instrument en hoe

Als het Waaron van de BoerenBoom duidelijk is rijst de vraag Hoe het instrument werkt en Hoe het gebruikt moet worden. Want als het goede gesprek over de boerderij en de locatie van groot belang is, hoe spreek je dan dezelfde taal en hoe faciliteert het instrument BoerenBoom dan het goede gesprek?

Het instrument is specifiek ontwikkeld voor de landbouw. Het instrument is zo ontwikkeld dat het in elke sector en elke regio te gebruiken is. De taal in de BoerenBoom is de taal van de bedrijfsopzet en de bedrijfsvoering, niet de taal van de technische en economische kengetallen, de kpi's en de discussie tussen sturen op middelen of sturen op doelen. Het is de taal van de praktijk van de landbouw, wat je doet en laat met grond, gebouwen, machines, dieren, gewassen, water, energie. Hoe je omgaat met de uitdagingen van het weer en het ritme van de seizoenen. Hoe je omgaat met de uitdagingen van markt, maatschappij en natuur. Hoe je omgaat met de mogelijkheden en de moeilijkheden van de locatie. Kortom de sterke en zwakke kanten, de kansen en bedreigingen van de omgeving.

De 16 thema's van de BoerenBoom maken helder hoe omgevingsinclusief je aan het ondernemen bent. Omgevingsinclusief denken wil zeggen dat een agrarisch bedrijf meer is dan een productiebedrijf op een speciaal daarvoor ingericht productieterrein. Omgevingsinclusief werken betekent dat de locatiefocus en de productiefocus in balans zijn. Omgevingsinclusief is naast voedselzekerheid ook aandacht hebben voor bijvoorbeeld de klimaatopgave of de wateropgave of de natuuropgave. Omgevingsinclusief ondernemen is bijdragen aan de Monitor Brede Welvaart en de Sustainable Development Goals. De lengte van de wortels en de lengte van de takken verbeeldt welke bijdrage dit bedrijf levert aan dit thema. Hoe langer de tak of de wortel, hoe positiever de bijdrage. Hoe het bepalen van de lengte van de wortel of de tak gebeurt staat verderop uitgelegd.

Thema's

Met behulp van praktijkgericht onderzoek en gesprekken met vakdeskundigen zijn 16 thema's geformuleerd voor de landbouw. De aanleiding van de BoerenBoom was de introductie in 2017 van Doughnut Economics door Oxford-econoom Kate Raworth. De kern van haar model is dat oneindige economische groei niet wenselijk is en deels onmogelijk is, als het de draagkracht van de aarde en de maatschappij te boven gaat.

De Donut-economie gaat over een bloeiende wereldeconomie die zich binnen sociale en ecologische grenzen moet bevinden. De wereld blijft binnen de veilige economische ruimte als je niet door de sociale vloer zakt en niet door het planetaire plafond steekt.

De buitenste rand van de donut staat voor de planetaire grenzen die in acht moeten worden genomen, de binnenste rand staat voor de sociale grenzen die in acht moeten worden genomen. De donut zelf is de veilige en eerlijke ruimte waarbinnen de maatschappij tot bloei kan komen omdat de planetaire en sociale grenzen gerespecteerd worden. "The doughnut of planetary boundaries and social boundaries defines a safe and just space for humanity to thrive in." (<https://www.kateraworth.com/doughnut/>)

De Donut-economie is een model dat een alternatief vormt voor het gangbare model van voortdurende groei. Oneindige groei is een utopie als grondstoffen opraken en de draagkracht van de aarde en mensheid tekortschieten. De Donut-economie formuleert op wereldschaal 9 planetaire grenzen en 12 sociale fundamenteën. Voor de meeste grenzen (planetary and social boundaries) zijn harde criteria geformuleerd of er is onderzoek gaande naar kwantitatieve criteria voor de grens.

Aanvankelijk was het idee om de 21 grenzen van de Donut-economie te vertalen naar de context van het boerenbedrijf. Zou het mogelijk zijn om deze grenzen te vertalen naar grenzen voor de landbouw? Daarbij doemden drie grote problemen op:

1. Zijn alle grenzen op wereldniveau ook relevant op het niveau van het landbouwbedrijf? Het antwoord luidt ontkennend.
2. Een landbouwbedrijf heeft zeker te maken met sociale, economische, biologische en agronomische principes die in acht genomen moeten worden om voedsel te produceren, maar dat zijn niet altijd harde kwantitatieve grenzen. Voor de landbouw is het sociale fundament de sociaal-economische ruimte waarin het boerenbedrijf 'geworteld' is; de planetaire grens is de ecologische ruimte waar het boerenbedrijf in 'vertakt' is. De kwalitatieve benadering die wij voor ogen hebben is strijdig met de uitgangspunten van de Donut economie.
3. Een landbouwbedrijf creëert ook waarde voor de maatschappij en levert specifieke duurzaamheidsprestaties en daar willen we ook graag aandacht aan geven. Dit zit allemaal niet in de Donut-economie.

Onze conclusie was dat een veilige en eerlijke landbouw zich beweegt in de ecologische ruimte en de sociaal-economische ruimte op de plek waar het bedrijf staat, maar daar zijn geen harde kwantitatieve grenzen aan te verbinden. Dat riep de vraag op in hoeverre het Donut model van Kate Raworth nog wel van toepassing was of zelfs gebruikt mocht worden. Lang verhaal kort: van de BoerenDonut gingen we naar de BoerenBoom.

De solitaire boom met een vaste locatie als metafoor voor een boerenbedrijf op een bepaalde locatie. Op deze locatie is het boerenbedrijf (vaak al generaties lang) gevestigd, ecologisch vertakt en sociaaleconomisch geworteld. Eigenlijk is een boom een veel beter beeld dan een donut!

Elke generatie heeft op de boerderij keuzes gemaakt en investeringen gedaan. Zaken opgebouwd en afgebroken. Misschien zelfs wel het bedrijf verplaatst. Het bedrijf is steeds veranderd en aangepast aan de eisen van de tijd en de stand van de techniek en de drive van de ondernemer. Het bedrijf wordt vastgelegd in grond, beton en ijzer, wat zich maar langzaam en gaandeweg laat veranderen. Er zit veel vermogen in vaste materiële activa. En het rendement op geïnvesteerd vermogen is relatief laag in de landbouw, dus het financieren van veranderingen kost tijd. Meer tijd dan de politiek en de maatschappij de landbouw doorgaans gunnen. Juist ook bij het vertellen van die boodschap (het eerlijke verhaal) kan de BoerenBoom een hulpmiddel zijn.

Elke boer weet dat het produceren moet gebeuren met de voorhanden zijnde productiefactoren aan grond, arbeid en kapitaal. Het is goed om te beseffen dat er tegenwoordig meer aandacht is voor de productiefactor Natuur en dat de productiefactor Arbeid grotendeels vervangen is door de productiefactor Energie en dat de productiefactor Kapitaal uitgebreid wordt met digitale kapitaalgoederen die een ander karakter hebben dan materiële kapitaalgoederen.

In de kern is elk bedrijf een organisatie van Arbeid en Kapitaal die aan het economisch verkeer deelneemt. Ook elke commerciële landbouwproductie is een vorm van inzet van Tijd en Geld om daarmee Winst en Inkomen te genereren. Op gezinsbedrijven (in de landbouw en het MKB) werkt men bij voorkeur met eigen arbeid (eigen tijd) en eigen vermogen (eigen geld). Dat betekent dat extra ingehuurd vreemde arbeid en extra aangetrokken vreemd vermogen ten koste kunnen gaan van het besteedbaar gezinsinkomen uit zogeheten 'normale bedrijfsvoering'.

Rekening houdend met de typische aspecten van de agrarische sector, zoals afhankelijkheid van het seizoen en het weer, van natuurlijke en biologische processen, de markt en de maatschappij, zijn we gekomen tot 16 thema's die de ecologische vertakking en de sociaaleconomische verworteling van een boerenbedrijf verwoorden. Voor elk thema is een icoontje ontworpen. Het overzicht van alle thema's en icoontjes staat in Bijlage 1.

De 10 ecologische thema's zijn;

1. Bodem;
2. Gewasgezondheid;
3. Voedselproductie;
4. Energie;
5. Water;
6. Nutriëntenkringloop;
7. Materiaalkringloop;
8. Luchtkwaliteit (hinder leefomgeving);
9. Biodiversiteit;
10. Streekeigen landschap.

De 6 sociaaleconomische thema's zijn:

11. Boereninkomen;
12. Voedsel met identiteit;
13. Dierenwelzijn;
14. Boer-Burger;
15. Boer-Waardeketen;
16. Arbeidsvreugd.

Kernzin en acties

Elk thema van de BoerenBoom is uitgewerkt met een kernzin, bijbehorende acties en een tabel met ijkpunten. De ijkpunten komen verderop aan de orde. Met themanaam, kernzin en acties wordt helder gemaakt waar het om gaat bij dit thema (kernzin) en welke bedrijfsontwikkeling dit thema versterkt (acties). Hieronder volgen de kernzin en acties van elk thema, plus een toelichting bij de relevantie en de reikwijdte van het betreffende thema en de verbinding met andere thema's. Per thema wordt toegelicht waarom dit thema een belangrijk onderdeel is van de complexe en integrale samenhang van een boerenbedrijf.

Tegelijk zal ook duidelijk worden dat niet alle thema's voor elk boerenbedrijf relevant zijn. Wat voor boer ben je en zou je willen zijn? Wie streeft naar een maximale bijdrage aan het thema Voedselproductie weet dat het ten koste kan gaan van de bijdrage aan andere thema's. Wie streeft naar een maximale bijdrage aan het thema Dierenwelzijn weet dat het ten koste kan gaan van de bijdrage aan andere thema's. Wie niets heeft met het thema Boer-Burger weet dat de bijdrage daaraan laag is. Wie niets heeft met zelf vermarkten en verwaarden van eigen producten, of daar geen tijd voor heeft, weet dat de bijdrage aan het thema Boer-Waardeketen gering zal zijn.

De observatie met behulp van het instrument BoerenBoom laat je als ondernemer in de spiegel kijken: aan welke thema's levert het boerenbedrijf een grote bijdrage en aan welke thema's zou het boerenbedrijf meer kunnen bijdragen. Met kernzin, acties en ijkpunten kun je woorden geven aan waar je tevreden over bent en waar je graag verandering en ontwikkeling zou zien, en wat daarvoor nodig is. Hieronder volgen alle thema's met een onderbouwing en reflectie op nut en noodzaak van dit thema.



Foto: Boerendiversiteit zichtbaar in appelsap

2.1. Thema 1: Bodem

Kernzin:

Een vruchtbare bodem met een gezond bodemleven.

Acties:

Proactief maatregelen nemen, ondersteund door kennis, inzicht en metingen, om de kwaliteit van de bodem te verhogen en duurzaam gebruik van de bodem in te passen in de bedrijfsvoering.

De bodem is de kwetsbare huid van de aarde. De bodem draagt ons en wij leven van wat de aarde voortbrengt. Een boer weet dat als geen ander. Tegelijk is ons kennen van de bodem en met name de kennis van het bodemleven en de bodemchemie nog beperkt. Alle fysische, chemische en biologische processen die voor bodemvruchtbaarheid zorgen zijn complex en delicaat. Meer hierover op www.goedbodembeheer.nl

Het landbouwkundig gebruik van de bodem houdt verband met tal van andere thema's uit de BoerenBoom zoals de Gewasgezondheid, Voedselproductie, Water, Nutriëntenkringloop, Biodiversiteit en Streekeigen landschap. Bij het thema Bodem gaat het om het besef dat een vruchtbare bodem en gezond bodemleven bij elkaar horen en gaat het over de kennis die nodig is om met acties en aanpassingen de bodemkwaliteit te verbeteren. De optimale bodem bestaat uit een juiste verhouding tussen de zuurgraad (pH), vochthuishouding, bodemleven, organische stof en mineralen.

Bij het thema Bodem hoort ook het besef dat bodembewerkingen invloed hebben en dat onoordeelkundig gebruik de bodem verslechtert of verdicht of minder

adaptief maakt. Tegelijk is er het groeiende besef dat het regeneratief vermogen van de bodem ongekend is. Zelfs een bodem die volgens de oppervlakkige beschouwer 'slecht' is, blijkt bij de juiste beheersmaatregelen snel sterk te kunnen verbeteren. Landbouw en natuurbouw staat of valt met de juiste beheersmaatregelen. Soms bestaat dat uit niets doen, soms bestaat dat uit wel ingrijpen. De wijsheid van natuurbouwers en landbouwers loopt nog wel eens uiteen als het gaat over methoden en middelen.

Tegenwoordig zal geen boer meer zeggen dat de bodem 'slechts' het substraat is waar gewassen op groeien of dieren op gehouden worden. Het thema Bodem wordt belangrijker naarmate technische en chemische ingrepen op den duur ten koste blijken te gaan van de kwaliteit en de vruchtbaarheid van de bodem. Hier past ook de afweging bij tussen het voeden van de bodem of het voeden van de plant. De kunst is hoe je met de BoerenBoom in kaart kunt brengen wat het doen en laten van de boer op het land bijdraagt aan het thema Bodem.

Uiteraard moet elk bodemtype beoordeeld worden naar biotische en a-biotische eigenschappen. Zand, klei en veen moet binnen context streek/regio beoordeeld worden. Kennis van bodemkunde in het algemeen en specifiek van de grond op het eigen bedrijf zijn belangrijker dan ooit voor het thema Bodem.

Voor het beoordelen van het thema Bodem is het niet nodig om te beschikken over bodemanalyses of een profielkuil. Aanwezige metingen en gegevens helpen wel bij de observatie en duiding van de bijdrage aan het thema Bodem.



Foto: Natuurstrook op akkerbouwbedrijf GAOS te Dronten

2.2. Thema 2: Gewasgezondheid

Kernzin:

Het gewas is en blijft gezond door passende maatregelen.

Acties:

Proactief maatregelen nemen, ondersteund door kennis, inzicht en metingen, om de gezondheid en daarmee productie van het gewas (in akker- en weidebouw) te monitoren en te borgen met een zo laag mogelijk nadelig effect op bodem, water, natuur en mens.

Gewassen blijven niet altijd 'vanzelf' gezond en productief. Het heeft o.a. met de robuustheid van het gewas en de teelt te maken. Daar zijn verschillende visies over. In de biologische landbouw worden daar andere keuzes in gemaakt dan in de landbouw die passend gebruik wil maken van 'medicijnen voor de plant' en de apotheek die daarvoor beschikbaar is. Als we mensen kunnen genezen met 'giftige' medicijnen mag dat dan ook bij dieren en planten? Mogen medicijnresten wel vrijelijk op het riool geloosd worden en mogen gewasbeschermingsmiddelen onder geen enkel beding in het milieu terecht komen? Buiten de landbouw heeft men daar al snel een mening over klaar. Het is goed om bewust te zijn van de schadelijkheid van toegelaten(!) chemische gewasbeschermingsmiddelen voor het leven in de bodem, het water, de lucht en de natuur. Daar zijn ook hulpmiddelen voor zoals www.milieumeetlat.nl. Een doorgaand gesprek over de criteria voor toelating is ook belangrijk.

De grote vraag is hoe je objectief in kaart kunt brengen welke preventieve en zonodig curatieve teeltmaatregelen positief bijdragen aan het thema Gewasgezondheid en

-direct of indirect- de gezondheid van de mens.

Verder valt niet uit te sluiten dat toenemende kennis en inzichten tot nieuwe landbouwpraktijken gaan leiden. Plaats-specifieke behandelingen bijvoorbeeld spot sprayen m.b.v. Al zijn in opkomst. Uiteraard heeft het thema Gewasgezondheid ook te maken met andere thema's uit de BoerenBoom zoals Bodem, Voedselproductie, Water, Biodiversiteit, Boereninkomen, Boer-Burger, Arbeidsvreugd, maar zonder gezonde gewassen komt er minder voedsel voor mens en dier. Alle redenen om gewassen gezond te houden en ongewenste effecten te verminderen of te voorkomen. Hoe de boer dat doet zit in dit thema. Het moge duidelijk zijn dat dit thema vooral een thema is dat de akkerbouw raakt, bij gras en snijmais is gewasgezondheid minder een urgent probleem. Voor onkruiddruk geldt dat het soms een nadeel is voor de productie van het ruwvoer maar vermoedelijk wel positief uitwerkt voor het thema Biodiversiteit. De manier van onkruidbestrijding zegt wel iets over de bijdrage aan dat thema.

De vraag kan opkomen in hoeverre je bij dit thema rekening moet houden met bouwplan, gewasrotatie, raskeuze, etc. Het is ook een bedrijfsbrede analyse, bij het ene gewas kan en wil de akkerbouwer meer risico accepteren dan bij het andere gewas. Dit betekent dat je elk gewas (of ras) op z'n eigen bijdrage aan het thema moet beoordelen. Dit pleit voor een gewogen gemiddelde op basis van arealen in een bouwplan.

NB voor het beoordelen van het thema Gewasgezondheid is het niet persé nodig om gegevens uit spuitboekje of het teeltregistratiepakket over te nemen.





Foto: Vlees was na WO II lang schaars en op de bon. In 1948 gingen huisvrouwen in Amsterdam de straat op om meer vlees te eisen.

2.3. Thema 3: Voedselproductie

Kernzin:

Bijdragen aan voedselzekerheid.

Acties:

Met de beschikbare productiemiddelen grond, arbeid (energie), kapitaal en de gebruikte grond- en hulpstoffen wordt de voedselproductie gemaximaliseerd en verspilling geminimaliseerd.

Voedselproductie hangt samen met voedselzekerheid en met de efficiëntie waarmee het voedsel geproduceerd, geoogst of gewonnen en bewaard wordt. Daar hoort ook het effect van oogst- en bewaarverliezen bij. Voor de veehouderij spelen ruwvoer kwaliteit en de verliezen bij weiden, maaien, inkuilen en voeren een rol. Wereldwijd wordt de voedselproductie door de Nederlandse boer geroemd. Ook in het buitenland hebben de 'beste boeren' vaak Nederlandse roots. De Nederlandse boer is misschien wel ons meest onderschatte exportproduct. Verder moet bedacht worden dat er dagelijks ontzettend veel voedsel voor mensen en (huis)dieren nodig is. Dat kan niet allemaal in Nederland geproduceerd worden en ook niet allemaal op kleine extensieve boerderijen. Export van geproduceerd voedsel moet breder dan Nederland bekeken worden, onze klanten zitten vooral in Noordwest-Europa en dat moet je zien als één grote interne markt.

Wat de discussie over de omvang van de voedselproductie vertroebelt is dat onze efficiëntie gerealiseerd wordt met enorme input van elders. Denk aan de input van kunstmest en het krachtvoer dat buiten Nederland is verbouwd. Verder produceren we op intensieve locaties. Dus per kg product of per dier zijn we efficiënt, per stal of per ha

kunnen de emissies aanzienlijk zijn. Voedselproductie heeft met handel in 'commodities' te maken en dan zijn het wereldmarktprijzen die de sector dicteren en afwisselend bevoordelen of terroriseren, al naar gelang de geopolitieke ontwikkelingen. Het thema Voedselproductie houdt verband met met eigenlijk alle 15 andere thema's, maar vermoedelijk het meest met Boereninkomen en Arbeidsvreugd.

Wie houdt van 'plankgas' boeren en dat goed in de vingers heeft, is als een topsporter die een olympische prestatie levert. De intensieve bedrijven kunnen hoog scoren op het thema Voedselproductie en ze kunnen daarnaast een belangrijke bijdrage leveren aan thema's waar extensieve bedrijven met minder moeite een grote bijdrage aan kunnen leveren.

Landgebruik voor de productie van energie (zonneparken) biobrandstof (fuel) of bio-based bouwmaterialen (fibre) hoort bij andere thema's maar gaat wel ten koste van de productie van voedsel (food en feed). Evenzo gaat het onttrekken van agrarische bestemming van grond ten behoeve van woningbouw en infrastructuur ten koste van voedselproductie. Dat is overigens niets nieuws, overal waar nu mensen wonen en werken en zich verplaatsen, was ooit landbouw of natuur. De discussie over het opgeven van landbouw en natuur ten gunste van een andere bestemming is altijd ingewikkeld. De politieke en maatschappelijke visie daarover is aan verandering onderhevig.

NB om het thema Voedselproductie te beoordelen is het niet nodig om de hoeveelheid en de kwaliteit op jaarafrekeningen van de afnemers te raadplegen.

2.4. Thema 4: Energie

Kernzin:

Beperken energieverbruik, herkomst uit hernieuwbare bronnen.

Dit thema kent twee observatielijsten: 4a Energieverbruik en 4b Energieherkomst

Acties 4a:

Energieverbruik van machines en gebouwen minimaliseren

Acties 4b:

Vervangen van fossiele energiebronnen door hernieuwbare bronnen, via aankoop of eigen productie en eigen opslag. Indien mogelijk netto producent van schone energie. Vergisting van mest en organische reststromen hoort hier ook bij.

Energieverbruik moet bekeken worden in relatie tot het bedrijfstype, diersoort en houderij- en bewaarsysteem. De gebruikte techniek op het bedrijf in relatie tot andere vergelijkbare bedrijven doet ertoe. Dit betekent dat een bedrijfstype dat veel energie gebruikt maar hier ook veel aan doet om het te beperken hoger kan scoren dan een bedrijfstype dat weinig energie gebruikt maar tegelijk het eigen gebruik nog weinig heeft vermindert.

Energieherkomst gaat over de vraag of de energie afkomstig is van eigen of andere hernieuwbare bronnen. Veel hernieuwbare energie verbruiken of verspillen in verouderde gebouwen en installaties kan wel de situatie, maar niet de bedoeling zijn van het thema Energie. Daarom is er voor twee invalshoeken gekozen: Energieverbruik en Energieherkomst. Voor de verwerking in de tak van de BoerenBoom wordt gekozen voor het gemiddelde. Het blijft dus altijd zaak na te denken over de vraag hoe je op beide manieren (verbruik en herkomst) met investeringen in de bedrijfsopzet en keuzes in de bedrijfsvoering positief kunt bijdragen aan het thema Energie.





2.5. Thema 5: Water

Kernzin:

Waterbeheer in lijn met regionale opgave, geen verspilling en vervuiling.

Acties:

De basis is het voorkomen van vervuiling en verspilling. Hogere ijknummers passen bij de wateropgave van het gebied in relatie tot beheer van grond-, oppervlakte- en hemelwater. Verbruik leiding- of bronwater minimaliseren. Drinkwater naar behoefte van de dieren.

Het thema Water is complex en divers. Het gaat over hemelwater, slootwater, afstromend water, grondwater en drinkwater (al dan niet in de vorm van leidingwater). Het omvat het verbruik en voorkomen van verspilling en vervuiling. Besparen op drinkwater voor dieren kan niet de bedoeling zijn, besparing op leidingwater voor schoonmaak kan dat wel zijn. Anders dan bij het thema Energie is hier niet gekozen voor onderscheid tussen herkomst en verbruik omdat dit onderscheid weinig meerwaarde heeft.

Het thema Water is actueler geworden door de kaderrichtlijn water (KRW) waaruit volgt dat de kwaliteit van het oppervlaktewater en het grondwater verbeterd moet worden. Daar komt bij dat het deels nog een open vraag is welke bijdrage (zowel in vervuulende als sanerende zin) de landbouw daaraan levert. De landbouw heeft soms met riool overstorten te maken, fungeert soms als

overloopgebied van rivieren (waterberging) of moet juist water vasthouden (droge zandgebieden, veengebieden) of heeft te maken met zoute kwel of het bedrijf ligt in een kwetsbaar waterwingebied. Bedrijven kunnen ook allerlei waterzuiverende maatregelen genomen hebben, zoals helofytenfilters. Voor de eigenaren en gebruikers van grote gebieden en landerijen is de wateropgave een complex verhaal, waar je maar beperkt verantwoordelijk voor kunt zijn en maar beperkt verantwoordelijk voor gesteld kunt worden. Overheden als provincies en waterschappen zijn hier ook nog zoekende in.

Elk gebied heeft een eigen specifieke wateropgave. De vraag is dan welke bedrijfsvoering of welke bedrijfsopzet positief bijdraagt aan de wateropgave van het gebied en positief bijdraagt aan het voorkomen van verspilling en vervuiling van water. Dit is dus een thema dat je alleen per gebied en in de context van dat gebied kunt beoordelen. Het vergt de nodige kennis en ervaring van het gebied om dit goed te kunnen inschatten. Uiteraard heeft het thema water ook een link met het thema Bodem (water vasthouden of afvoeren via sloten en drainage); het thema Voedselproductie (wel of niet kunnen of mogen beregenen); het thema Nutriëntenkringloop (uitspoeling); het thema Gewasgezondheid (drift van gewasbeschermingsmiddelen); het thema Biodiversiteit (ecosysteem in stand houden); het thema Streekeigen landschap (habitat in standhouden).



Foto: Nederland als vruchtbare rivierdelta, met rivieren richting Noordwest-Europa.

2.6. Thema 6: Nutriëntenkringloop

Kernzin:

Behoud nutriënten voor kringloop, minimale externe input.

Acties:

Verminderen van aanvoer kunstmest en krachtvoer, sluiten van de (regionale) kringlopen door slimme samenwerking van o.a. veehouders en akkerbouwers en consumenten in een bepaalde regio inclusief het benutten van reststromen vanuit de voedselindustrie. Nutriënten regenereren.

Bij nutriëntenkringloop denkt men in de landbouw niet meteen aan de stikstofcrisis of de opwarming van de aarde, maar het staat er uiteraard niet los van. Met name voor de landbouw ligt het breder en ingewikkelder dan de discussie over hoeveelheden N of CO₂. In de landbouw gaat de nutriëntenkringloop via bodem, voedsel voor mens en dier, dier en mest. De mens is het grootste lek in de kringloop, want de mens delft, transporteert, verspreidt en verspilt nutriënten buiten de lokale kringloop. En dan zijn er nog de natuurlijke, de industriële en de stedelijke emissies en uitspoelingen.

Voor plantaardige productie zijn licht, warmte, water en nutriënten nodig. Bij de omzetting van plantaardige producten naar dierlijke producten zijn de nodige verliezen te noteren. Hoewel er ook winst is als herkauwers

plantaardig voedsel benutten dat niet geschikt is als voedsel voor éénmagigen (dieren en mensen). Al deze biologische processen kennen verliezen (en dus emissies) die veelal inherent zijn het produceren en consumeren van voedsel. Verder is het zo dat landbouw ook CO₂ opslaat in gewassen en de bodem en dat akkerbouwers de overtollige mest van veehouderijen benutten. Ook de resten van de voedselindustrie vinden hun weg en waarde in de landbouw. In die zin is de Nederlandse landbouw als groot gemengd bedrijf ook een deel van de oplossing en dat kunnen weinig andere sectoren zeggen.

Voor dit thema is het dus van belang om af te wegen welke bedrijfsopzet en welke bedrijfsvoering helpend is om de aanvoer van externe nutriënten via kunstmest en krachtvoer te verlagen en de verliezen te verminderen, zodat de regionale nutriëntenkringloop versterkt wordt. Een regionale kringloop biedt vaak meer mogelijkheden dan de kringloop op het bedrijf. Wat dat betreft zou je Nederland (of liever Noordwest-Europa) kunnen zien als een regio waar productie en consumptie en import en export van voedsel plaatsvindt.

NB: voor de beoordeling van het thema nutriëntenkringloop is het niet nodig om de kringloopwijzer of het bemestingsplan erbij te pakken.

2.7. Thema 7: Materiaalkringloop

Kernzin:

Herbruikbare materialen voor erf, gebouwen en machines.

Acties:

Minimaliseren van verspilling en maximaliseren herbruikbaarheid van materialen, zo veel mogelijk benutting van organische grondstoffen (bijv biobased bouwmaterialen).

Het thema Materiaalgebruik gaat over alle aangekochte producten in gebouwen, machines en bedrijfsbenodigdheden in de vorm van hout, staal, ijzer, steen, beton, kunststof, plastic, verf, etc. En het gaat over de mogelijkheid en de mate van recycling van deze bedrijfsbenodigdheden, zeker als daar zeldzame metalen inzitten of nieuwe delfstoffen. Bij de sloop van bestaande bebouwing loop je daar tegenaan. Bij nieuwbouw kun je voor het ontwerp en materiaalgebruik slimme keuzes maken met het oog op toekomstige sloop. Het toepassen van biobased materialen is een vorm van duurzaam materiaal gebruik. Multifunctionele boerenbedrijven die gasten ontvangen hebben een uitdaging als het gaat om de keuzes bij inkoop van producten voor eenmalig gebruik en de wijze van verwerking van het afval.

De productie van biobased grondstoffen zoals wol/vlas/ vezelhennepo/olifantsgras/hout etc. waarmee waarde wordt gecreëerd, verbetert wel de circulariteit op nationaal niveau maar gaat ten koste van het thema Voedselproductie. Het gaat er bij dit thema om de mate waarin keuzes in het

verleden of de toekomst bijdragen aan het minimaliseren van verspilling en maximaliseren van het hergebruik of de upcycling van materialen.

Terzijde: De mens delft, verspilt, fabriceert, verbouwt, verbruikt, verbrandt en gooit weg. Slaat van alles over heel de aarde, waardoor de ene plek uitgemereld raakt en de andere plek zucht onder ophoping van overvloedige resten. Onduurzaam afval produceren en afval onduurzaam verwerken is echt een 'mensending'. Het afval van dieren en planten is altijd organisch van aard, meestal lokaal aanwezig en altijd recyclebaar. Mensen maken met chemische processen slecht afbreekbare synthetische stoffen die niet zelden giftig zijn, minstens vervuilend zijn of de gezondheid aantasten van planten, dieren en mensen. Ook dat zit in het thema Materiaalkringloop.

Natuurlijk zijn er linkjes te leggen met thema's als Bodem, Gewasgezondheid, Energie, Water, Nutriëntenkringloop en Dierenwelzijn, maar in het thema Materiaalkringloop komt alles wat menselijk vernuft vermag aan de orde. Succesvol vernuft, maar niet zonder nadelen. Het thema Materiaalkringloop richt zich speciaal op wat je daarvan ziet op agrarische bedrijven als het gaat om gebruik en verbruik van schaarse delfstoffen, het voorkomen van problemen met afval en onnodige verspilling. Als er één sector is die het gewend is samen te werken met de grillen van het weer en de natuur is dat de landbouwsector wel. In elke landbouwsector zijn er keuzes gemaakt en te maken die wel of niet gunstig zijn voor het thema Materiaalkringloop.





Foto: Een van de eerste varkensstallen uit de jaren '60

2.8. Thema 8: Luchtkwaliteit

(hinder leefomgeving)

Kernzin:

Beperken hinder in gebouwen en buitenlucht.

Acties:

Beperken of voorkomen van ongewenste emissies richting de leefomgeving (denk aan ammoniak, methaan, fijnstof, geur, licht, geluid en warmte).

Het thema Luchtkwaliteit moet worden gezien in het kader van het beperken of voorkomen van elke vorm van hinder richting dieren en mensen en de nabije omgeving. Alles waar de omgeving last van kan hebben valt hieronder. Dat kan ook te maken hebben met hinder door transportverkeer op de openbare weg of hinder buiten normale werktijden, hinder die binnen normale werktijden niet als hinder wordt ervaren.

De vraag bij dit thema is welke keuzes in bedrijfsopzet, gebouwen en machines dragen bij aan het beperken en voorkomen van hinder. Bedenk dat elke menselijke activiteit hinder voor anderen of de leefomgeving veroorzaakt, ook als het op zichzelf noodzakelijke activiteiten zijn zoals voedselproductie. Dat is het punt niet, bij dit thema gaat het over het beperken of voorkomen van ongewenste (en onnodige) hinder. En als de Voedselproductie, het Boereninkomen, het Dierenwelzijn, de Boer-Burger relatie en de Arbeidsvreugd gelijk blijft of beter wordt, is er niets op tegen hier aandacht aan te geven bij bedrijfsopzet en de bedrijfsvoering.

NB voor de beoordeling van het thema Luchtkwaliteit is het niet nodig om over meetgegevens te beschikken.

2.9. Thema 9: Biodiversiteit

Kernzin:

Bevorderen biodiversiteit in bodem, lucht en water.

Acties:

Inrichten en aanpassen van bedrijfsvoering, erf en land gericht op versterking van biodiversiteit in natuur, landbouw en leefomgeving.

Biodiversiteit gaat onder andere over soortenrijkdom, genetische variëteit en variatie in ecosystemen. Nu is het bijzondere van landbouw dat het vanaf het ontstaan van landbouw gaat om een bewuste vermindering van genetische variatie en optimalisering van het ecosysteem met het oog op efficiënte en effectieve voedselproductie. Met veredeling en fokkerij worden planten en dieren juist geselecteerd op gunstige eigenschappen. De zogenaamde groene revolutie heeft hongersnoden voorkomen en is een heel belangrijke reden van de groei van de wereldbevolking. Dit is de goede kant van het verhaal, de slechte kant is dat het ecologische verarming tot gevolg heeft gehad. Deels in de landbouw maar zeker ook in de natuur. Met chemie en techniek kun je de voedselproductie onder controle houden maar dat gaat niet zelden ook ten koste van wat leeft in bodem, water en lucht. Als voedselproductie een gevecht met de natuur wordt staat uiteindelijk alles wat leeft op de tocht. Biodiversiteit en uitputtende exploitatie gaan moeilijk samen. Of zoals iemand ooit zei: op aarde is genoeg voor ieders behoefte maar niet voor ieders hebzucht.

Het zou mooi zijn als grondgebonden landbouw in toenemende mate getypeerd kan worden als samenwerken met de natuur in plaats van vechten tegen de natuur. Natuurinclusieve landbouw is de term die daarbij hoort. In dat geval gaat het om landbouw die de behoeften van de natuur respecteert, ook als dat een minder productieve landbouw oplevert. In het geval van landbouwinclusieve natuur ligt het primaat bij de natuur (diversiteit van soorten) en past de landbouw zich daarbij aan. Kennis van ecologie is dan onmisbaar, hoe werken biologische processen in bodems, planten en dieren. Als agronomie en ecologie hand in hand gaan krijgt preventie meer nadruk dan curatieve behandelingen die op lange termijn meer schade voor het zichtbare en onzichtbare leven opleveren dan eerst werd gedacht. Als de wal het schip keert moet de kapitein anders gaan varen en manoeuvreren. Dat betekent soms anders gaan boeren dan je misschien gewend bent of op school geleerd hebt.

Bij biodiversiteit en landbouw gaat het er niet om zoveel mogelijk probleemkruiden en onproductieve rassen de kans te geven. Het gaat er wel om de 'wilde' en 'nuttige' natuur aan micro-organismen, insecten en planten jaarrond voldoende ruimte, groei en overlevingsmogelijkheden te geven en in staat te stellen iets goeds te doen voor de productiviteit en de gezondheid van voedselproductie.



Het gaat er bij het thema Biodiversiteit om welke bedrijfsopzet, welke teeltmaatregelen, welke veredeling en fokkerij zorgen voor voor robuustere rassen en ook goed zijn voor de landbouw. Als dat betekent dat beschermde planten en dieren het vol kunnen houden naast voedselproductie door slimme teeltmaatregelen dan zijn er maar weinig boeren die daar geen oren naar hebben. Binnen de landbouw is nog veel kennis aanwezig bij mensen die weten hoe het werkt en natuurbouw weten te combineren met landbouw.

Het is mogelijk om biodiversiteit samen te laten gaan met plaagbestrijding (Functionele Agro-biodiversiteit). Voor zover dat een bewust doel en keuze is, zal dat ook bij het thema Gewasgezondheid aan de orde komen. Het is ook mogelijk biodiversiteit te benutten voor een gezond bodemleven. In dat geval levert dat een positieve bijdrage aan de thema's Bodem en Nutriëntenkringloop. In het geval van bijvoorbeeld een helofytensoort levert biodiversiteit ook een positieve bijdrage aan het thema Water.

Het is duidelijk dat het thema Biodiversiteit een groot beroep doet op agro-ecologisch vakmanschap en het is bekend dat het arbeidsvreugd oplevert. Echter, als dat niet goed past binnen de economie van het bedrijf maken we het boeren te moeilijk om rekening te houden met de grutto en de veldleeuwerik, zeldzame inheemse planten en al die andere natuurdoelen die maatschappelijk gewenst zijn. Er zitten kosten voor de boer aan die meestal niet gelijk opgaan met de financiële baten. Ecologie en economie zijn altijd een spannende combinatie voor agrarische ondernemers. Burgers en bestuurders denken daar doorgaans te licht over. Laten we ophouden met de opmerking dat je daar als boer toch subsidie voor kunt

krijgen. Als een subsidie niet meer is dan vergoeding van gedeerde opbrengsten is er geen verdienmodel. Je zou wensen dat een groep boeren samen afspraken maakt met provincies, waterschappen en andere kapitaalkrachtige organisaties die ecologische doelen hebben. Laten de boeren daar een offerte voor maken en een rekening voor sturen zoals een wegenbouwer dat ook doet voor de door ons gewenste aanleg van wegen. Dan wordt biodiversiteit een verdienmodel en een businessmodel. Want tien boeren in een gebied kunnen met akkerranden, aangepast slootkantenbeheer, weide- en akkervogel beheer etc. veel meer voor (het herstel van) de biodiversiteit betekenen dan vijftig burgers die om het huis hun tegelparadijs een stukje vergroenen. Met het thema Biodiversiteit kan de landbouw laten zien hoe het deel van de oplossing is in plaats van de oorzaak van het probleem. Het kan burgers, bestuurders en bedrijven aan het denken zetten: en wat doen of laten wij eigenlijk om de biodiversiteit in natuur en leefomgeving in stand te houden en te herstellen?

Biodiversiteit leent zich heel goed voor burgerparticipatie, zoals plantensoorten en vogelnesten zoeken en tellen, meedoen met landschapsonderhoud (zoals wilgen knotten). Dit aspect komt terug in het thema Boer-Burger.





Foto: Nieuwbouw passend bij het regionale landschap

2.10. Thema 10: Streekeigen landschap

Kernzin:

Bijdragen aan cultuurhistorische identiteit van de streek.

Acties:

Versterken van het streekeigen, cultuurhistorische landschap met gebouwen, erf, landgebruik en landinrichting en bedrijfsvoering.

De diversiteit aan landschappen en regio's is groot in Nederland. Waar je in Zweden, Duitsland of Frankrijk uren door hetzelfde landschap rijdt, kun je in Nederland binnen een uur door drie verschillende landschappen rijden. Vaak hebben die landschappen en regio's door de diversiteit in grondsoort gevolgen (gehad) voor de landbouw. Dat zie je terug in het landgebruik, de 'stofferings' van het landschap en de boerderijen als plekken waar gewoond en gewerkt werd. Als een streek een eigen karakter heeft en als de boerderij en de manier van boeren daar integraal onderdeel van is, is sprake van streekeigen landbouw. Dan is meteen ook duidelijk dat de moderne stallen en schuren wel goed zijn voor de productiviteit van de landbouw maar door de uniformiteit geen bijdrage leveren aan het streekeigen landschap en de streekeigen landbouw.

Streekeigen landschap geeft ongetwijfeld een streekeigen habitat met een streekeigen biodiversiteit. Dus als je het goed doet voor streekeigen landschap, zal je het vast ook goed doen voor biodiversiteit. Het omgekeerde is uiteraard niet automatisch het geval. Het Louis Bolkinstituut (2024) maakt onderscheid tussen regionale biodiversiteit, zijnde aangewezen gebieden die van regionaal belang zijn voor de biodiversiteit, en landschappelijke diversiteit, waarin het meer gaat over de rijkdom aan ecosystemen en overgangen tussen ecosystemen. Voor het beoordelen van het thema Streekeigen landschap maakt dat geen verschil. Als het er is

en als het in stand gehouden of verbeterd wordt draagt het boerenbedrijf bij aan dit thema.

Veel landschappen zijn geschikt gemaakt voor de eisen van moderne productielandbouw. Specifieke streekeigen aspecten zijn verwijderd of veranderd (denk aan de ruilverkavelingen). Het bouwen aan en onderhouden van een streekeigen landschap vergt kennis en respect voor de historie zoals die te zien is in de gebouwen, de manier van boeren, de tuinen, de boomgaarden, de dierenverblijven in het land, de verkaveling, de ontwatering, de stofferings van het landschap, de natuur, alle typische zaken van de landbouw in die streek.

Agrarisch erfgoed is daarmee ook een vorm van cultureel erfgoed wat soms zelfs een beschermde status heeft. Historische erfgoederen en landschappen vergen aandacht en onderhoud. Soms is restauratie en versterking noodzakelijk met soms ook functiewijziging met behoud van de historische vorm. In het thema Streekeigen landschap laat je zien in hoeverre je kennis en ervaring inzet om dit thema te versterken. Dit thema kan betekenen dat de boer er weinig van weet of wil weten. Soms denk je dat het in jouw streek niet speelt. Maar vergis je niet: zelfs in Flevoland kun je diverse stijlen aan boerderijen en boerenerven herkennen. Zelfs de singelbeplanting om het erf is kenmerkend.

Streekeigen landschap heeft zeker te maken met de recreatieve waarde van een gebied. Doorgaans vertaalt zich dat in de aanwezigheid van fiets- en wandelpaden, campings en andere manieren van verblijfsrecreatie. Als dat gebeurt op agrarische bedrijven met recreatie als neventak komt dat terug in het thema Boer-Burger en het thema Boer-Waardeketen. Hopelijk draagt het ook positief bij aan de thema's Boereninkomen en Arbeidsvreugd.

2.11. Thema 11: Boereninkomen

Kernzin:

Een financieel veerkrachtig en overneembaar (gezins)bedrijf.

Acties:

Genereren van voldoende verdienvermogen, het opbouwen van buffercapaciteit en investeringsruimte.

Er zal geen boer te vinden zijn die het thema Boereninkomen minder relevant vindt dan de andere thema's. Sterker nog dit thema wordt én belangrijk gevonden én vaak is het zo dat men er relatief ontevreden over is. Dat heeft meestal te maken met hard werken en weinig verdienen. Toch stoppen weinig boeren om die reden. Weinig verdienen is eerder een aanleiding om er iets bij te gaan doen dat geld oplevert dan om te stoppen met boeren.

Op gezinsbedrijven is continuïteit belangrijker dan winstgevendheid. Inkomen uit normale bedrijfsvoering is belangrijker dan rendement op vermogen. De geldstroom is belangrijker dan het bedrijfsresultaat. Betaalde kosten (uitgaven) is niet hetzelfde als bedrijfseconomische kosten. In de bedrijfseconomie spreekt men dan over het verschil tussen EBIT en EBITDA. De EBITDA is het resultaat (geldstroom) voor aftrek van (betaalde) rente, belastingen, afschrijvingen en aflossingen. Het begrip kritieke prijs heeft eenzelfde soort benadering voor de cashverplichtingen. Voor zuivere melkveebedrijven¹, vleesvarkensbedrijven en leghennenbedrijven past dat heel goed. De kritieke prijs per kg melk, per kg varkensvlees of per kg eieren, geeft aan welke melkprijs, varkensprijs, eierprijs de boer nodig heeft om alle rekeningen te betalen, de rente en aflossingsverplichtingen te voldoen, de noodzakelijke vervangingsinvesteringen te doen en er fatsoenlijk van te kunnen leven. In de akkerbouw is een kritieke prijs voor een gewas niet zo gebruikelijk. Voor akkerbouwbedrijven zou je wel een kritieke prijs per ha voor het totale bouwplan kunnen bepalen.

Als de opbrengstprijs hoger is dan de kritieke prijs, is er ruimte voor extra aflossen en extra investeren of opbouw van buffercapaciteit. Ruimte voor aflossen en/of investeren geeft aan dat het bedrijf genoeg geld genereert om investeringen te bekostigen vanuit eigen middelen. De kritieke prijs is niet hetzelfde als de bedrijfseconomische kostprijs, waarin afschrijvingen wel meegenomen worden en belastingen, aflossingen, investeringen en privé uitgaven juist niet. Kritieke prijs zegt niet dat het sappelen is in de landbouw. Als de opbrengstprijs (veel) hoger is dan de kritieke prijs wordt er (veel) geld verdiend in de sector.

Dat betekent dat er buffercapaciteit kan worden opgebouwd en dat er leencapaciteit is voor investeringen. Het is het mooiste als de benodigde duurzaamheidsinvesteringen uit de vrije cashflow betaald of gefinancierd kunnen worden.

Voor het thema Boereninkomen is het niet nodig om de boekhouding of de jaarrekening te raadplegen. De boer weet zonder die gegevens ook wel of de jaarlijkse cashflow hoog genoeg is om de normale betalingen te doen, er fatsoenlijk van te kunnen leven en of er geld overblijft om versneld af te lossen of extra te kunnen investeren. De ijkpunten voor dit thema zijn kwalitatief, er zijn dus geen harde getallen nodig.

Een complicatie bij dit thema is de invloed van inkomen buiten bedrijf op het besteedbaar gezinsinkomen. Als de uitgaven voor de huishouding en de pensioenopbouw betaald worden uit het inkomen uit een betrekking buiten bedrijf is dat een heel andere situatie dan dat al deze kosten volledig uit het bedrijf moet komen. Bij het observeren van dit thema moet dit aspect dus meegenomen worden, zoals ook te zien is bij de ijkpuntenlijst van dit thema. Overigens is inkomen van buiten geen nadeel voor het thema Boereninkomen. Nevenbedrijven bestaan bij de gratie van neveninkomen en een baan buitenshuis doet ook iets met het thema Arbeidsvreugd. Anderzijds is het niet verkeerd als het bedrijf helemaal kan voorzien in voldoende middelen om te leven en te investeren. Het is mooi als het boerenbedrijf alles heeft om te werken en van te leven.

Een andere complicatie bij het thema Boereninkomen is de rechtsvorm van het bedrijf. Bij persoonlijke ondernemingen zoals de VOF is het inkomen een beloning voor inzet van eigen arbeid en eigen vermogen. Dan is bij het observeren de vraag of er voldoende geld overblijft om 'voor' en 'achter' tevreden te stellen voor wat nodig is. Bij rechtspersoonlijke ondernemingen staat de ondernemer op de loonlijst van de BV en ontvangt salaris. Voor de beoordeling van het thema is het dan de vraag of de BV voldoende geld overhoudt om te investeren.

NB de financieringsplannen annex ondernemingsplannen die de bank eist van de agrarische ondernemers, alsook de financieel-economische analyse van de jaarrekening die de accountantsbureaus maken voor agrarische bedrijven zijn gebaseerd op de geldstroombenadering. Hoeveel geld genereert de normale bedrijfsvoering? Waar gaat het geld naar toe en blijft er dan genoeg over voor gezinsinkomen, opbouw buffercapaciteit, ruimte voor investeringen.

¹ zie bijvoorbeeld

<https://agrimatie.nl/ThemaResultaat.aspx?subpubID=2232&themaID=2272&indicatorID=3214>, geraadpleegd 16 december 2025



2.12. Thema 12: Voedsel met identiteit

Kernzin:

Onderscheidend in smaak, herkomst of eigenschappen.

Acties:

Ondernemen van activiteiten in productie en/of vermarkting die de smaak, herkomst of eigenschappen van het product of de boerderij van herkomst bijzonder maken en/of versterken.

Bij dit thema gaat het om de vraag of er sprake is van een 'bijzonder product', mogelijk met een eigen 'merk'. Het gaat om een voedselproduct met unieke kenmerken. Deze kenmerken hangen samen met de productie en de locatie, zoals bijvoorbeeld een eigen boerenkaas. De identiteit van boerenkaas is dat op ambachtelijke wijze de melk op de boerderij tot kaas verwerkt wordt. Wanneer het merk een beschermde status heeft is de identiteit beschermd. Denk aan alles wat 'erkend streekproduct' mag heten. Deze zijn doorgaans onderscheidend in smaak, herkomst en specifieke eigenschappen.

Bij Voedsel met identiteit is er een concreet aspect nodig dat de identiteit creëert, er moet iets zijn dat het product

herkenbaar maakt en/of de link legt met de wijze van productie en/of de locatie waar het geproduceerd is. Het is duidelijk dat Voedsel met identiteit een strategische marketingkeuze is. De reden van deze keus zal zijn dat er meerwaarde wordt gecreëerd. Of en hoe die meerwaarde ook resulteert in een hogere prijs is verwerkt in het thema Boer-Waardeketen.

Boeren die leveren aan de bulkmarkt, leveren een kwaliteitsproduct. Ze weten echter ook dat het product niet te onderscheiden is van andere producten en dat hun productielocatie er ook niet echt toe doet. De meeste boeren die melk, vlees, eieren, uien, aardappels etc. leveren aan de handel en de voedselindustrie voldoen aan alle eisen van voedselkwaliteit en voedselveiligheid. Daar is helemaal niets mis mee, sterker nog deze boeren hebben we hard nodig om de voedselzekerheid te garanderen, maar op het thema Voedsel met identiteit scoren ze laag. Dat is niet 'verkeerd', dat is een respectabele en doorgaans bewuste keus. Wie laag 'scoret' op het thema Voedsel met identiteit scoort vermoedelijk hoog op het thema Voedselproductie. Het omgekeerde is niet noodzakelijk het geval.

2.13. Thema 13: Dierenwelzijn

Kernzin:

Dierwaardige veehouderij om dierenwelzijn te borgen.

Acties:

Maximaliseren van dierenwelzijn volgens de 6 principes van dierwaardige veehouderij (voeding, fysieke omgeving, gezondheid, gedrag & interactie en mentale staat).

Wie dieren houdt moet er goed voor zorgen. Zeker als ze van jou afhankelijk zijn voor voer, water, verzorging, huisvesting, veiligheid etc. Dat geldt net zo goed voor huisdieren (gezelschapsdieren) als voor landbouwhuisdieren (vee). Waar gezelschapsdieren het gevaar lopen vermenschlijkt te worden, lopen dieren in de veehouderij het gevaar om gereduceerd te worden tot productiemiddelen. Beide uitersten zorgen voor misstanden.

Wie iets wil zeggen over dierenwelzijn kan niet om het convenant dierwaardige veehouderij heen en krijgt te maken met de concept AMvB Dierwaardige veehouderij 2040 waarin beschreven wordt (gaat worden) hoe

melkvee, kalveren, varkens en kippen op een dierwaardige manier gehouden kunnen worden. Dit raakt direct de inrichting van stallen en hokken op het landbouwbedrijf en het gekozen houderijsysteem. Voor het thema Dierenwelzijn gaat het dan om de vraag in hoeverre door bedrijfsopzet en bedrijfsvoering aan de 6 principes van dierwaardige veehouderij voldaan wordt.

Gemengde bedrijven met meerdere diersoorten moeten elke diersoort apart beoordelen. De bedrijfsbrede bijdrage aan dit thema is een gewogen gemiddelde van alle diergebonden takken op het bedrijf.

NB voor zuivere akker- en tuinbouwbedrijven kan dit thema uiteraard buiten beschouwing blijven.





2.14. Thema 14: Boer-Burger

Kernzin:

Een boerenbedrijf waar de burger welkom is en betrokken kan zijn.

Acties:

Mogelijk maken dat de burger in contact kan komen met, bijdragen aan en deelnemen in de ontwikkeling van het boerenbedrijf.

Boer-Burger is echt een thema wat moet passen bij jezelf als ondernemer en bij je bedrijf. Kortom past het in de strategie van het bedrijf om burgers op je bedrijf te ontvangen. Vind je het belangrijk of misschien wel noodzakelijk voor de licence to produce van de sector. Anderzijds kunnen er ook redenen van hygiënestatus zijn om juist geen burgers op het bedrijf of in de stallen toe te laten. Dit geldt met name voor diersoorten waar insleep van ziekten een reëel gevaar is en op alle mogelijke manieren voorkomen moet worden. Als zulke bedrijven een zichtstal hebben of filmpjes en foto's op sociale media plaatsen zijn burgers toch welkom op een manier die bij de eigen sector past. Ook bedrijven die burgers om begrijpelijke redenen liever niet toelaten, kunnen wel een bijdrage leveren aan het imago van de sector door zich bewust te zijn hoe erf en gebouwen erbij liggen en hoe ze fysiek en digitaal vindbaar zijn.

De bijdrage aan het thema Boer-Burger is sterk gerelateerd aan wat mogelijk is voor de sector en of het past bij de

strategie van het bedrijf. Een beperkte bijdrage is niet op voorhand iets om je voor te schamen. Maar als het enige welkom voor de burger het bordje 'wacht u voor de hond' is, lever je geen positieve bijdrage aan het thema Boer-Burger. Een grote bijdrage aan het thema Boer-Burger levert vermoedelijk eerder meer goodwill op dan dat het bijdraagt aan het Boereninkomen. Hopelijk bevordert het wel de Arbeidsvreugd want anders is het niet vol te houden.

Bij dit thema gaat het niet om het geld dat burgers betalen voor producten en diensten. Daar gaat het thema Boer-Waardeketen over. Uiteraard is een win/win combinatie mogelijk: burgers leveren een bijdrage leveren aan het werk en de ontwikkeling van het bedrijf en burgers/deelnemers betalen voor diensten en producten. Denk aan het concept Herenboeren en aan de zogenaamde Burgerboerderijen. Ook multifunctionele boerderijen die een verdienmodel hebben gemaakt van de neventak (wat dat ook maar moge zijn) doen dat omdat ze het thema Boer-Waarde keten en het thema Boereninkomen en het thema Arbeidsvreugd belangrijk vinden. Maar als daarmee burgers welkom zijn bij de landbouwtaak en zich betrokken weten en mee kunnen helpen of meedenken, is dat ook een aanzienlijke bijdrage aan het thema Boer-Burger.

2.15. Thema 15: Boer-Waardeketen

Kernzin:

Boer heeft regie over eigen markt en prijs.

Acties:

Realiseren van directe klantrelaties tussen boer en afnemer (korte keten). Het bedrijf biedt diensten of verwerkt de producten zelf of in samenwerking met andere bedrijven in een (regionale) organisatie.

Het thema Boer-Waardeketen heeft verbinding met de thema's Boereninkomen en Boer-Burger. Het unieke in Boer-Waardeketen is dat het thema kijkt naar de mate van regie die de boer heeft over eigen afzetmarkt en prijs. Dan gaat het dus ook over de mate waarin er voor de boer 'marktmacht' binnen de keten is. Dat gaat verder dan kiezen aan welke handelaar de dieren of geoogste gewassen worden verkocht. Vanouds is duidelijk, hoe bederfelijker de waar, hoe minder regie over de afzet. Niet verwonderlijk dat afzetcontracten of afnamegaranties gebruikelijk zijn voor melk, slachtvee, suikerbieten en eieren. In zulke gevallen stuurt de boer geen rekening maar krijgt hij een afrekening. Dit geldt tot op zekere hoogte ook voor gewassen die in principe goed te bewaren zijn, zoals granen, aardappelen, uien. Dan heb je nog de keus om af-land te verkopen, via de 'pool' af te zetten of voor eigen rekening te bewaren.

Zo hebben de telers van suikerbieten, zetmeelaardappelen, consumptieaardappelen, melkveehouders, vleesvarkenshouders, pluimveeouders doorgaans maar één betalende klant voor hun product, zijnde de fabriek, de slachterij of het pakstation waar ze een contract mee hebben. Niet verwonderlijk dat dit voor een belangrijk deel coöperatieve bedrijven zijn, zeg maar het verlengstuk van het boerenbedrijf in de agrifoodketen. De vermarkting is overgedragen aan de coöperatie, de fabriek of de handel. Ondertussen moet je daarmee vaststellen dat de boer zelf weinig regie meer heeft over afzet en prijs, De boer is prijsnemer. Dat is niet erg, dat is een gegeven. Het is natuurlijk wel zo dat heel grote boerenbedrijven die met vrachtwagens tegelijk kunnen leveren door het volume wel de nodige marktmacht hebben. Dit kan betekenen dat zij volumekorting of voordeel krijgen danwel voorrang krijgen om te leveren of andere voordelen genieten bij de afnemer.

Daarnaast zijn er ook boeren die veel afnemers/kopers hebben of eigen afzetkanalen hebben georganiseerd of eigen (korte) ketens hebben ontwikkeld. In deze gevallen kunnen boeren zich ontwikkelen tot prijszetter en een eigen markt ontwikkelen. Bij het thema Boer-Waardeketen gaat het om de vraag welke keuzes je hebt gemaakt op je bedrijf, samen met andere bedrijven of in je regio om grip te hebben op verdienmodel en verdienvermogen. Ondernemen is geld verdienen aan klanten. In het thema Boer-Waardeketen maak je de strategische keus om inkoop, productie (waardecreatie) en afzet voor eigen rekening en risico te doen. Daarmee heb je de regie over de eigen markt en de prijs.

2.16. Thema 16: Arbeidsvreugd

Kernzin:

Voldoening en zingeving halen uit het werken op het bedrijf.

Opgedeeld in twee tabellen: 16a Arbeidsvreugd ondernemer en meewerkende gezinsleden en 16b Arbeidsvreugd medewerkers (indien van toepassing).

Acties thema 16a:

Werk en een werkomgeving die voldoening en zingeving geeft voor ondernemer en gezinsleden en aansluit bij de eigen passie en motivatie. Werk en privé in balans.

Acties thema 16b:

Organiseren van arbeidsomstandigheden waardoor medewerkers met tevredenheid kunnen werken met een passende beloning. Het bedrijf geeft medewerkers de kans talenten te ontwikkelen.

Arbeidsvreugd (werkplezier) blijkt het thema in de BoerenBoom te zijn dat de meeste gespreksstof oplevert. Het raakt een snaar bij boeren die diep in hun hart helemaal niet zo tevreden zijn over de balans tussen bedrijf en privé. Of bij boeren die moeite ervaren door gebrek aan zingeving en weinig voldoening halen uit de door de overheid opgelegde taken. Boer zijn kan ook een eenzaam beroep zijn en de risico's en onzekerheden kunnen stress opleveren. De sector staat helaas bekend om de psychische problemen waar (teveel) boerengezinnen mee te kampen hebben. Een organisatie als Taboer (zie www.taboer.nl) is niet voor niets opgericht.

Iedereen snapt dat boer-zijn een manier van leven is, en dat het werk gedaan moet worden als het er is. Maar dat op de boerderij 'achter' bijna altijd voorrang krijgt op 'voor' kan ook spanningen in het gezin opleveren. Voor veel boeren zijn de dwingende administratieve verplichtingen van een onderneming niet motiverend en ook betekent de toenemende maatschappelijke en politieke druk dat het boerenleven mentaal zwaar kan zijn. Onzekerheid vanwege regelgeving, weersrisico's, klimaatverandering, financieringsverplichtingen kan aan ondernemers en de gezinsleden knagen.

Dit thema nodigt ook uit om na te denken over de vraag wat je graag anders zou willen en wat je daarvoor nodig hebt. Het thema wordt om voor de hand liggende redenen opgesplitst naar gezinsbedrijven met alleen meewerkende gezinsleden en bedrijven die externe arbeid inhuren of in dienst hebben. Het gaat om het goede gesprek over beide aspecten, voor de verbeelding wordt het gemiddelde gebruikt.

3. Observeren aan de hand van ijkpunten

Voor elk thema is een ijkpuntenlijst ontwikkeld waarmee je concreet voor een bedrijf de situatie voor dat specifieke thema kunt bepalen. De objectieve en kwalitatieve criteria zijn op volgorde van 1 tot 10 geplaatst in de mate waarin het bijdraagt aan de ontwikkelrichting van dat thema.

De criteria van de oneven nummers zijn uitgewerkt. Nummer 1 geeft criteria waaruit blijkt dat het thema geen prioriteit heeft en/of dat er weinig kennis over is en/of dat alleen het wettelijk noodzakelijke wordt gedaan. Nummer 1 is doorgaans niet wat je wilt als ondernemer, tenzij het een bewuste keus is dat dit thema geen aandacht krijgt of niet relevant is. Nummer 3 en 5 en 7 en 9 beschrijft de toenemende bijdrage aan dit thema. Bij de observatie ga je door gesprek, vragen stellen en rondkijken steeds als volgt te werk: zijn de criteria van nummer 1 niet van toepassing? Ga dan na of nummer 3 van toepassing is. Zijn de criteria van nummer 3 niet van toepassing? Ga dan na of nummer 5 van toepassing is. Evenzo nummer 7 en 9.

De even getallen tussen 1-10 zijn 'leeg' gelaten, dit is bewust gedaan om enerzijds het observeren niet ingewikkelder te maken dan nodig is, anderzijds om te kunnen gebruiken als dat beter past. Bijvoorbeeld: een aantal criteria van nummer 5 zijn van toepassing maar ook een aantal criteria van nummer 7. In dat geval is nummer 6 een logische keus. Nummer 10 kent ook geen criteria. Nummer 10 kan gebruikt worden als dit bedrijf en deze ondernemer op dit thema behoort tot de buitencategorie. Bij de criteria van nummer 7 en 9 draag je als bedrijf behoorlijk bij op dit thema. Voor thema's die passen bij je gekozen strategie zou je als ondernemer graag op 7 of hoger willen uitkomen bij de observatie. Maar als bij eerlijke observatie je lager uitkomt dan je zou willen, is dat de spiegel die je wordt voorgehouden.

De ijkpunten zijn zo beschreven dat ze regio- en sectoronafhankelijk zijn. Dat betekent dat voor een concreet bedrijf het thema bekeken moet worden vanuit de bril van de betreffende bedrijfstak. Het thema Energie staat bij een glastuinbouwbedrijf in een andere context dan bij een vleeskuikenbedrijf of bij een melkveebedrijf. Het kan dus zo zijn dat een bedrijf met een energie-intensief proces door de aanpassingen op dat thema toch hoger scoort dan een bedrijf dat weinig gebruikt en geen aanpassingen doet om het lager te maken.

Bij de ijkpunten zal opvallen dat het soms een opklimmende reeks is, waarbij de criteria van 1 besloten zijn in de criteria van 3, de criteria van 3 in de criteria van 5 enzovoorts (laddersysteem). Dit is bijvoorbeeld het geval bij het thema Dierenwelzijn. Soms is het een kwestie van hoe meer zaken in de bedrijfsopzet of bedrijfsvoering positief bijdragen aan een thema, dus te hoger het nummer waar je uitkomt (stapelsysteem). Dit is bijvoorbeeld het geval bij het thema Materiaalgebruik.

De kwalitatieve criteria in de ijkpuntenlijst spreken voor kenners voor zichzelf. Het zijn zaken die je ziet of hoort of merkt als je op het bedrijf bent. Het beoordelen dient daarom als regel ter plekke te gebeuren, door een rondgang over het bedrijf en een gesprek met de ondernemer. In een studiegroep kun je door collegiale toetsing tot een verantwoorde bepaling van het juiste nummer komen. Boeren weten heel goed dat als jij dat of dat doet en ik doe dat niet dan lever jij met jouw bedrijf een grotere bijdrage aan het thema dan ik met mijn bedrijf. In alle gevallen is het belangrijk te observeren naar de geest van het thema en naar de realiteit van de sector. Dat betekent dat de ijkpunten soms naar de geest in plaats van naar de letter geïnterpreteerd moeten worden.

Kwalitatieve criteria zijn geen subjectieve criteria. De observatie voor de BoerenBoom wordt door een persoon gedaan, maar is daarmee nog geen subjectieve observatie. Omdat de meeste boeren niet gericht zijn op marketing of naamsbekendheid is de natuurlijke neiging om de observatie aan de voorzichtige kant te houden, dus eerder een nummer lager dan een nummer hoger te kiezen. Boeren en adviseurs zijn onderling wel goed in staat om objectief te beoordelen welke kwalitatieve criteria te vinden zijn op het bedrijf en welk nummer daarbij hoort. De ijkpunten geven woorden en een volgorde aan de bijdrage op een bepaald thema. Dat helpt om een objectieve observatie te doen en/of elkaar te bevragen of het niet een nummer hoger of lager zou moeten zijn. Het voordeel daarvan is dat het gesprek gaat over de keuzes die gemaakt zijn. Het gesprek gaat niet over de vraag of dat een verkeerde of een juiste keuze is.

De ijkpunten zijn geformuleerd als observatielijst, niet als beoordelingslijst. Dat laatste is belangrijk: het bedrijf wordt met de BoerenBoom niet beoordeeld. Uiteraard is het niet nodig om met elke observatie van het eigen bedrijf tevreden te zijn. Als je ontevreden bent over het thema Boereninkomen of het thema Arbeidsvreugd of het thema Bodem of het thema Energie is het goed om dat objectief vast te stellen. Vervolgens kun je het hebben over de vraag wat er nodig is om wel tevreden te worden over de bijdrage aan een thema. In dat geval geven de ijkpunten woorden aan de opties die je kunt onderzoeken. Het opent het gesprek over de vraag wat voor boer wil ik zijn en welke strategische keuzes heb ik om te komen waar ik zou willen zijn.

Tenslotte de volgende tip. De ervaring leert dat elke boer zes tot acht thema's heeft die hem of haar na aan het hart liggen. Mocht je weinig tijd hebben voor de observatie, begin dan met deze thema's. Dat zijn ook de thema's waar de ondernemer graag over vertelt, wat is het doel en welke keuzes zijn gemaakt. Zo nodig doe je later de overige thema's.

3.1. De verbeelding van de BoerenBoom

Hieronder (figuur 1) staan drie figuren van hetzelfde bedrijf. De middelste figuur is de huidige situatie. De lengte van de takken en de wortels geeft aan op welke thema's reeds een flinke bijdrage wordt geleverd. Dat is vast niet altijd zo geweest. De linker figuur geeft aan waar het bedrijf vandaan komt. Het valt op dat in 2014 er een geringe bijdrage was aan het thema Energie en het thema Voedsel met identiteit. Als bepaalde thema's in 2024 een langere

wortel of tak hebben dan in 2014 betekent dit dat er een positieve bedrijfsontwikkeling is geweest op die thema's. Zo valt op dat in 2024 de bijdrage aan de thema's Energie en Voedsel met identiteit aanzienlijk is versterkt maar dat dit niet geleid heeft tot meer tevredenheid over het thema Boereninkomen, dat is wel de wens richting 2034. In deze drie verbeeldingen kun je zien dat de bijdrage aan het thema Luchtkwaliteit (hinder richting leefomgeving) en Water driemaal op hetzelfde niveau zit. Blijkbaar is men tevreden met de bijdrage aan deze thema's en heeft het geen prioriteit om hier iets in te veranderen. Het thema Biodiversiteit heeft veel prioriteit gehad in het verleden en dat is voor heden en de toekomst ook het geval. Als het verleden een langere tak of wortel heeft is er iets gebeurd of zijn er andere strategische keuzes gemaakt. Dat geval doet zich niet voor in figuur 1.

Het doel van het instrument BoerenBoom is om een objectieve stand van de huidige situatie te krijgen, met respect voor de keuzes in het verleden. Tegelijk is de situatie in het heden ook aanleiding om na te denken over de toekomst. Welke thema's gaan belangrijker worden, aan welke thema's zou je meer aandacht willen geven, hoe ver zou je daarin willen komen op basis van de ijkpunten en wat is er voor nodig om daar te komen. Als het gesprek daarover gevoerd gaat worden is er een gezamenlijke taal en een instrument nodig om dat goede gesprek te voeren. De BoerenBoom is zo'n instrument. In de volgende paragraaf lichten we aan de hand van een paar situaties toe wat zo'n gesprek op zou kunnen leveren.

Sociaal geworteld en Ecologisch vertakt - www.boerenboom.nl



Figuur 1 BoerenBoom van een landbouwbedrijf, hoe is het nu (2024), waar komt men vandaan (2014) en waar wil men naar toe (2034).

3.2. Het goede gesprek met de BoerenBoom

De BoerenBoom geeft overzicht en inzicht in alle aspecten van het boerenbedrijf die effect hebben op de relatie met de omgeving op die locatie. De kracht van het instrument is dat voor ieder thema er een objectieve manier is dit te bepalen. Daarmee is er een goede basis voor een gesprek over het boerenbedrijf. In alle gesprekken tussen boeren en stakeholders over belangen en behoeften en wensen en mogelijkheden is overzicht en inzicht belangrijk. De BoerenBoom biedt overzicht en inzicht en geeft beeld en taal om er een goed gesprek over te hebben.

3.3. Tussen overdrager en opvolger

Het goede gesprek tussen overdrager en opvolger is niet vanzelfsprekend. Verschillen in karakter en ondernemersstijl en alles wat zich afspeelt vanuit het bedrijfssysteem en vanuit het familiesysteem, kunnen het goede gesprek verstoren of welhaast onmogelijk maken. Wat helpt is dat de BoerenBoom een instrument is om te verwoorden wat voor jou als overdrager en voor jou als opvolger belangrijke thema's zijn. Hoe ziet de overdrager de historie en de toekomst van het bedrijf? Hoe ziet de opvolger de huidige situatie en de toekomst? Hoe mooi is het om een objectief instrument te hebben om te verwoorden en te delen wat belangrijk is voor de een en de ander en wat je daarvoor van elkaar nodig hebt. De BoerenBoom geeft je de taal en de woorden om het zonder oordeel te hebben over de strategie van het bedrijf in verleden, heden en toekomst.

3.4. Tussen pachter en verpachter

Het gesprek tussen de pachter en verpachter kan ongemakkelijk zijn als de wensen en behoeften van de pachter anders zijn dan van de verpachter. Pachters zitten soms al generaties lang op een bedrijf, rentmeesters komen en gaan. En elke rentmeester heeft zo'n eigen stokpaardjes en de visie van de verpachter blijft ook niet altijd hetzelfde. Dat soort wijzigingen treedt met name op als het de landerijen van eigenaar wisselen. Wat helpt is dat er in de BoerenBoom een instrument is om te verwoorden wat voor jou als pachter en voor jou als verpachter belangrijke thema's zijn. Hoe ziet de pachter de historie en de toekomst van het bedrijf? Hoe ziet de verpachter de huidige situatie en de toekomst? Hoe mooi is het om een objectief instrument te hebben om te verwoorden en te delen wat belangrijk is voor de een en de ander en wat je daarvoor van elkaar nodig hebt.

3.5. Tussen boer en bankier

Het goede gesprek tussen de boer en de accountmanager van de bank wordt ongemakkelijk als de boer het gevoel krijgt dat de bank onredelijke of onterechte eisen stelt. Of als de accountmanager het gevoel krijgt dat de boer onvoldoende besef heeft waar het de bank om te doen is bij de beoordeling van een financieringsaanvraag.

Natuurlijk tellen de cijfers en de risico's maar het verhaal bij de cijfers en ondernemersvisie kan minstens zo overtuigend

zijn. Naast het hebben van de juiste vergunningen en een goed ondernemingsplan (c.q. stevige businesscase), kunnen de 16 thema's van de BoerenBoom onderbouwen waar de strategie van de ondernemer op gebaseerd is. Welke aspecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen worden versterkt in dit investeringsplan? Een plaatje op een A4-tje zegt dan meer dan een A4-tje vol met woorden. Waar komt de ondernemer (m/v) vandaan, waar staat het bedrijf nu, waar wil de ondernemer naar toe en wat is daarvoor nodig aan externe financiering?

Allicht verschaft het instrument BoerenBoom een gemeenschappelijke taal waar boer en bankier zich samen in kunnen vinden. Anders dan bij het ondernemingsplan soms aan de orde is, is de BoerenBoom eenmalig. Een jaarlijks terugkerende observatie is voor de BoerenBoom niet nodig. Wel kan in de update van het ondernemingsplan meegenomen worden op welke thema's vorderingen zijn gemaakt en welke thema's nog achterblijven. Dat is dan een objectieve vaststelling aan de hand van het instrument BoerenBoom. Vervolgens kunnen boer en bankier het er samen over hebben wat ze daarvan vinden.

3.6. Tussen boer en vergunningverlenende instantie

De verstandhouding tussen de landbouw en de overheid is hachelijk. Over en weer bestaan vooroordelen over inzet en motivatie. Over en weer klinken verwijten van onmacht en onwil en onkunde. Wat in de pers en op sociale media verschijnt werkt niet de-escalierend voor het goede gesprek tussen boer en vergunningverlenende instanties. In de kern zitten zowel boeren als ambtenaren tussen hamer en aambeeld van wetten, regels en verordeningen. Zelfs de goedwillende boeren en beampten verzanden in het moeras van de juridische modelmatige werkelijkheid. Doelen en instrumenten zijn er genoeg, maar welke methoden en middelen tot het beoogde doel leiden is een zoektocht, soms is het een gesprek tussen tegengestelde belangen en behoeften.

Het instrument BoerenBoom kan helpen bij het gesprek omdat het de boer de taal en de woorden in handen geeft om per thema uit te leggen waar het landbouwbedrijf voor staat en waar de vergunning voor nodig is. Tegelijk geeft het de medewerkers van de vergunningverlenende instantie de taal en de woorden om per thema te leren begrijpen waar het om gaat en hoe dat past bij de criteria van de vergunningsverlening. Dat een vergunningverlenende instantie een boerenbedrijf complex vindt en nauwelijks doorziet waar het in de praktijk om gaat (het verwijt dat boeren vaak richting de overheid ventileren) kan worden ondervangen door te redeneren vanuit de thema's van de BoerenBoom. De 16 thema's van de BoerenBoom zijn voor mensen die niet vertrouwd zijn met de landbouw beter te begrijpen en te behappen dan het vakjargon van de landbouw.

3.7. Tussen boeren en burgers

Herhaaldelijk blijkt uit onderzoeken dat het imago van de landbouw bij de 'gewone' burger goed is. Weerstand ervaren de boeren met name bij burgers die actief zijn in maatschappelijke organisaties die kritisch zijn op de landbouw. Helaas hebben te veel boeren slechte ervaringen met acties van militante organisaties. Het goede gesprek tussen boeren en burgers ligt onder de hypotheek van de boerenprotesten en het jargon van de actiegroepen. Framing met termen als plofkip en sloopmelk en landbouwgif helpen daarbij niet. Wat ook niet helpt is dat de landbouwsector zegt: ze begrijpen het niet, we zullen het nog een keer goed uitleggen. Dit is een gesprek tussen doven die elkaar bestoken met meningen en beweringen vanuit het eigen gelijk.

Het goede gesprek wordt gevoerd als er sprake is van een ontmoeting op de locatie, zoals de boerencamping, een open dag, een schoolklas die op bezoek komt, kopen bij de boer, vergaderen bij de boer etc. Dit zijn de momenten dat de boer de kans krijgt om het eigen verhaal te delen. Overal waar burgers de moeite nemen de boerderij te bezoeken of daar mee te helpen of daar mee te denken, ontstaat het goede gesprek.

Wat daarbij kan helpen is dat je het eigen verhaal vertelt aan de hand van de BoerenBoom, bijvoorbeeld als afbeelding die als leidraad dient voor het echte verhaal, dat verder gaat dan aantal dieren of welke gewassen. De 16 thema's van de BoerenBoom gaan immers over de maatschappelijk relevante aspecten van de landbouw. Vertel als boer wat jouw boerenbedrijf bijdraagt aan de oplossing van de maatschappelijke uitdagingen. Wat maakt dat jouw bedrijf een bijdrage is aan waar de maatschappij behoefte aan heeft.

De 16 thema's lenen zich er ook voor om belangstellende burgers mee te nemen in de uitdagingen van de landbouw. Je hoeft geen Herenboerderij te zijn of een Burgerboerderij of een gemeenschappelijke volkstuin, om uit te leggen op welke manier de 16 thema's terugkomen in de werkzaamheden en de toekomstige keuzes die gemaakt moeten worden. Het instrument BoerenBoom geeft taal en woorden die boer en burger in gesprek laten komen.

3.8. Tussen boer en stagiair

Welke boer heeft nog nooit een stagiair gehad. Welke student uit het groene onderwijs heeft nooit op een boerderij een stage gelopen? En altijd was daar weer het stageverslag voor school en het stagebezoek door de docent. Doorgaans gaat het stagebezoek over de bedrijfsopzet en de stagewerkzaamheden. En het stageverslag gaat over de technische en economische kengetallen van het bedrijf. Niets mis mee, maar het denken vanuit de 16 thema's en de bijbehorende ijkpunten blijkt andere gesprekken op te leveren tussen stagiair, stageboer en stagedocent. Het gaat sneller over de strategie en over de vraag wat voor boer wil je zijn. Onnodig te zeggen dat niet elke stage alle thema's aan de orde moeten komen. Al naar gelang het doel van de stage kunnen de bijbehorende thema's worden aangekaart. Het blijft wel belangrijk de complete BoerenBoom is het oog te houden, maar voor de eerste stage zijn andere thema's relevant dan bij de eindstage, het moment in de opleiding waar kennis en ervaring nodig is en waar meer diepgang en overzicht gevraagd worden. Ook in het onderwijs is het instrument BoerenBoom goed bruikbaar.



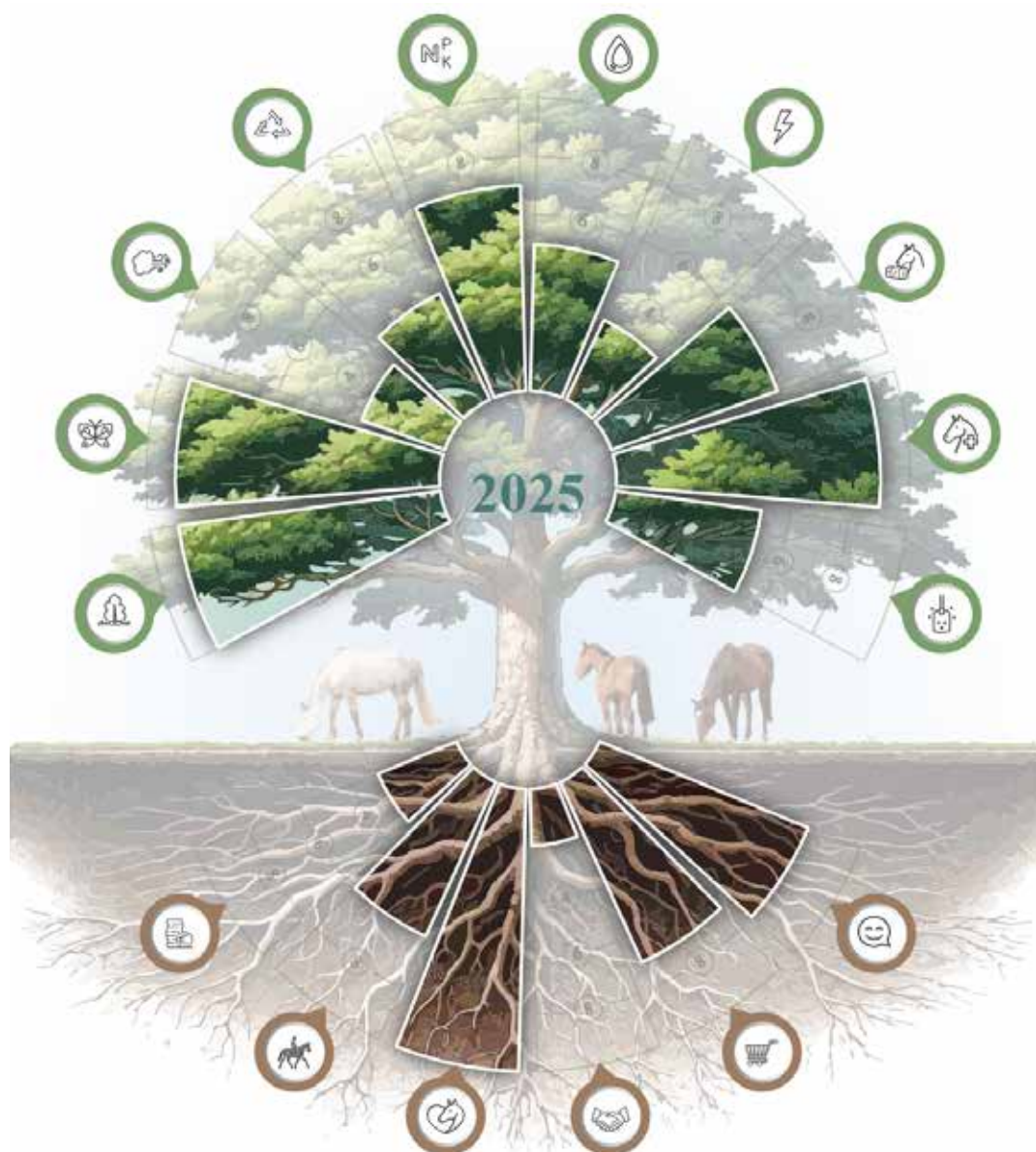
3.9. PaardenBoom en andere varianten

Het universele karakter van het instrument BoerenBoom blijkt uit de ontwikkeling van de PaardenBoom door een groep studenten en docenten uit het HBO onder leiding van lector Inga Wolfsramm van Hogeschool van Hall Larenstein. Ook de PaardenBoom kent 16 thema's met dien verstande dat voor vier thema's een andere kernzin, andere acties, andere ijkpunten en een ander icoontje is ontwikkeld. De vier thema's die verschillen zijn bij nader inzien logisch en begrijpelijk. Thema 2 Gewasgezondheid werd Paardgezondheid. Thema 3 Voedselproductie werd Fourage/ruwvoerproductie. Thema 12 Voedsel met identiteit werd Identiteit (van het paardenbedrijf). Thema 13 Dierenwelzijn werd Paardenwelzijn.

Een tweetal thema's kregen een iets andere naam:
Thema 11 Boereninkomen werd Inkomen ondernemer.

Thema 14 Boer-Burger werd Ondernemer-Burger. Zie www.paardenboom.nl. Als afbeelding is de PaardenBoom herkenbaar doordat er paarden afgebeeld zijn die onder de PaardenBoom staan. De verwantschap met de BoerenBoom verbeelding is verder onmiskenbaar aanwezig. Zie figuur 2.

Er zijn andere varianten van de BoerenBoom in ontwikkeling. Dat heeft ermee te maken dat de thema's niet altijd precies passen of de ijkpunten echt anders zijn. Denk aan glastuinbouwbedrijven, biologische bedrijven, bollenbedrijven, multifunctionele bedrijven. Daarnaast is er een vertaling van het instrument BoerenBoom naar het Engels, zie www.farmingtree.org. Er komt ook een werkboek BoerenBoom met daarin de ijkpunten in gemakkelijke taal.



Figuur 2: De PaardenBoom voor hippische bedrijven www.paardenboom.nl

4. Resultaat en wat

Na de uitleg van Waarom (Why) en Hoe (How) is de vraag wat de BoerenBoom in de praktijk gaat betekenen. Welke resultaten worden beoogd en verwacht? Hierbij een viertal toepassingen en ervaringen van de afgelopen jaren.

4.1. Ervaringen in het onderwijs

Er zijn een aantal methodieken om de strategie van een bedrijf te analyseren of in kaart te brengen. Heel bekend zijn de SWOT-analyse en de DESTEP-methode, maar je kunt ook denken aan andere bedrijfskundige methodieken. In dat rijtje past ook het instrument BoerenBoom. Het voordeel van dit instrument is dat het focust op de strategie van een landbouwbedrijf met thema's die relevant zijn voor een agrarische ondernemer. Voor het HBO blijkt de BoerenBoom een bruikbaar instrument te zijn om een goed gesprek met de boer te hebben over 'wat voor boer wil je zijn' en hoe je dat per thema terugziet in de huidige situatie. Wat was er anders in het verleden en welke keuzes moeten worden gemaakt met het oog op de toekomst en wat is daarvoor nodig? Voor agrarische adviseurs in de dop is het goed om tijdens hun opleiding ervaring op te doen met het instrument BoerenBoom. Dat kan met name tijdens boerderijstages en tijdens het volgen van minoren. Dit betekent dat ook HBO docenten dit instrument moeten kennen om het gebruik ervan in een opdracht in te passen.

Als we HBO studenten leren werken met de BoerenBoom is dat omdat ze een instrument leren kennen dat ze nodig hebben om agrarische ondernemers op een objectieve en systematische manier over de strategie van hun bedrijf na te laten denken. Dat kan met de twee methodieken hierboven (en er zijn meer te noemen!) die ze ook leren op het HBO. Maar hoe mooi is het als in hun gereedschapskist ook een instrument zit dat specifiek ontwikkeld is voor de agrarische sector. Dat instrument is de BoerenBoom, ontwikkeld door het lectoraat Omgevingsinclusief Ondernemen van de Aeres Hogeschool.

Ook in het MBO is het gedachtengoed van de BoerenBoom omarmd. Er is een initiatief om het instrument BoerenBoom te benutten voor het kwalificatiedossier MBO4 Agro productie, handel en technologie, met name kwalificatie Vakexpert veehouderij. De insteek daar is om na te gaan welke thema's uit de BoerenBoom passen bij een bepaald kwalificatiedossier. Het doel zal zijn om dit te vertalen in relevante opdrachten die passen bij wat nodig is voor MBO-niveau 3 en niveau 4. We zien voor het MBO de volgende uitdagingen:

- De aanname is dat de thema's en de observatielijsten van de BoerenBoom het 'goede gesprek' tussen de student en stagebieder kan faciliteren. Op een manier

die verder gaat dan spreken over bedrijfsomvang, aantal dieren, productieniveau en technisch/economische kengetallen. Zodoende (ook) de doelen van het kwalificatiedossier te behalen.

- Aan welke leerdoelen en leeropbrengsten uit het kwalificatiedossier kan de BoerenBoom een bijdrage leveren, hoe kan dat onderwijskundig gedigitaliseerd worden en hoe gaat dat getoetst worden?
- Bij welke huidige en nieuwe MBO-opdrachten kan de BoerenBoom goede diensten bewijzen en hoe steken we dat didactisch aan de vork? Laat het goede gesprek over de betekenis van het bedrijf voor de leefomgeving en het effect van locatie en ondernemerskeuzes belangrijker zijn dan het 'produceren' van de BoerenBoom als figuur.
- Is het taalgebruik in het instrument BoerenBoom geschikt voor de gemiddelde MBO student en zo nee hoe gaan we zorgen dat dit wel het geval is.
- Wat is nodig om MBO docenten te laten werken met de BoerenBoom (train de trainer).

4.2. Ervaringen in de adviespraktijk

Adviseurs van banken en accountantsbureaus ervaren een drempel om met de BoerenBoom te werken. Ze voelen zich niet altijd competent genoeg om daar inhoudelijk mee aan de slag te gaan omdat het iets nieuws is en deels andere vaardigheden vraagt dan ze in hun werk nodig hebben. Wat dat betreft lijkt de BoerenBoom op het adviseren van de boer aan de hand van de Kringloopwijzer. Ook bij dat instrument ervaren adviseurs gebrek aan inhoudelijke kennis en ervaring om er mee aan de slag te (durven) gaan. Daar komt bij dat je er als boer en adviseur tijd in steekt en omdat er een gedegen advies moet komen, wil je als adviseur wel zeker zijn van je zaak. Dit kan 'vanzelf' veranderen als er afgestudeerde HBO-ers in de advisering aan het werk gaan die ervaring hebben met de BoerenBoom. In allerlei projecten waar de BoerenBoom wordt ingezet komen er steeds meer mensen die ervaring opdoen met het instrument. Wie er ervaring mee op heeft gedaan gaat het allicht vaker gebruiken bij de advisering.

4.3. Ervaringen in gebiedsprocessen

Het zijn de boeren zelf die de meerwaarde van de BoerenBoom ervaren. Een illustratie daarvan zijn de volgende citaten van ondernemers die aan gebiedsprocessen deelnemen en in het kader daarvan het instrument BoerenBoom hebben gebruikt.

- De kracht van de BoerenBoom zit in het zichtbaar maken van gemaakte keuzes, overtuigingen en drijfveren. Het is een tool om jezelf mee te positioneren.
- Het mooie van de BoerenBoom is dat het gesprek op gang komt. Niet over regels en verplichtingen maar over idealen, doelen, dilemma's. Niet over tekorten, maar over wat er wél kan. Over trots, plannen en ideeën. Over waarde en betekenis.

- Wat de BoerenBoom vooral teweegbrengt is zelfreflectie. En vanuit die reflectie ontstaan gesprekken met collega's, met burens, met de lokale overheden. Denk ook aan gesprekken met de bank en de verpachter.
- De BoerenBoom is geen beoordelingsinstrument. Het is een spiegel en een richtingaanwijzer.
- De BoerenBoom geeft veel info over je bedrijf en hoe het bedrijf zich verhoudt tot de directe omgeving. Hiermee spreek je ook mensen aan die weinig kennis van de landbouw hebben en wel de nodige reserves hebben over de landbouw in hun omgeving.

4.4. Ervaringen in het onderzoek

Om te beginnen gaat de BoerenBoom een database aan gegevens opleveren waar op den duur onderzoek mee kan worden gedaan door het lectoraat Omgevingsinclusief ondernemen. Op gegeven moment wordt het mogelijk om bedrijfstypes en regio's te clusteren en dan zal blijken of er typerende verschillen zijn te ontdekken.

In het internationale onderzoek binnen het lectoraat van Agnes van de Pol – van Dasselaar (project Pathways) is het instrument BoerenBoom door onderzoekers gebruikt om de invloed van een aantal scenario's op het gemiddelde bedrijf in kaart te brengen. Eerst is de BoerenBoom voor een gemiddeld veehouderijbedrijf bepaald. Vervolgens is onderzocht welke thema's uit de BoerenBoom in welke richting zullen veranderen op basis van het gekozen scenario.

Er zijn diverse onderzoeken gedaan naar de inzet van het instrument BoerenBoom bij het Participatory Guarantee

System (PGS), een lokale kwaliteitsborgingsmethode voor biologische en duurzame voedselproductie, gebaseerd op vertrouwen en participatie, een bottom-up systeem voor duurzaamheid.

Wat het instrument BoerenBoom mogelijk maakte in het project Voedselnetwerk Achterhoek is dat 10 boeren anderhalf jaar lang samen werkten aan andere, vernieuwende oplossingen voor de opgaven die het landelijk gebied heeft; denk aan stikstofreductie, verduurzaming en natuurinclusief werken. De boeren streven naar een nieuw 'voedsellandschap' in de Achterhoek, waarin boeren samen met burgers, consumenten, bedrijven en overheden op weg gaan naar een toekomstbestendige landbouw. In zo'n landschap gaan mensen de samenhang tussen voedsel en hun leefomgeving weer zien en waarderen. De onderzoeksvraag was: Hoe kunnen boeren gezond voedsel produceren en zorg dragen voor het landschap vanuit een financieel gezond bedrijf. Eén van de bijzonderheden aan het project was dat de diversiteit tussen de boeren groot was. Niet zozeer qua type bedrijf maar vooral ook qua achtergrond. Naast nieuwe, pionierende boeren die zich helemaal richten op de duurzame korte keten, deden boeren mee uit een generatie oude familiebedrijven waarbij het voornaamste deel van de omzet uit de reguliere agrarische bedrijfsvoering komt. Met behulp van de BoerenBoom werd een gezamenlijke taal en focus ontwikkeld, resulterend in plannen voor elke deelnemer.

Niet onvermeld mag blijven het onderzoek van hippische studenten en onderzoekers dat tot de ontwikkeling van de PaardenBoom heeft geleid. Het universele karakter van het instrument BoerenBoom heeft zich daar bewezen.



Foto: Beukenboom in oud weidewald – Hütewald Hallöh



Foto: Zomereik bij Hürtgenwald-Brandenburg

Uitleiding

Het Waarom (de Why), het Hoe (de How) en het Wat (de What) van het instrument BoerenBoom bewijst zich in de toepassing in onderwijs, onderzoek en advisering. De BoerenBoom bewijst zich wel het meest in de ervaringen van de individuele ondernemers die zich spiegelen aan dit instrument, ermee communiceren naar belanghebbenden en het instrument gebruiken om focus en strategie te ontwikkelen.

Daarmee is de BoerenBoom een instrument geworden voor ondernemers op het platteland die zich maar al te goed bewust zijn van hun geschiedenis op de eigen locatie, zeker als het bedrijf daar al generaties lang gevestigd is. Deze ondernemers zijn zich bewust van de sociaal-economische verworteling en de ecologische vertakking op de eigen locatie en willen zich daardoor laten leiden en motiveren met het oog op strategische keuzes. Het eigen bedrijf is daarmee een manier van wonen, werken en leven. Een manier om te voorzien in voldoende inkomen en het bedrijf is een bron van zingeving.

De BoerenBoom helpt plattelandsondernemers om het 'eigen verhaal' te vertellen en de keuzes uit het verleden en richting de toekomst inzichtelijk te maken via thema's en ijkpunten en de verbeelding.

Dit Handboek BoerenBoom is een verantwoording van het ontstaan, de ontwikkeling en de toepassing van de BoerenBoom. Het Handboek BoerenBoom geeft inzicht in de onderliggende kennisgebieden, de dilemma's en de keuzes. De keuze voor de thema's, kernzin en acties plus wat daar de achtergrond van is krijgt in het handboek de aandacht die het verdient. Dat was er nog niet in deze vorm en samenhang. Van het Handboek BoerenBoom zal (ook) een boekje gemaakt worden dat gepresenteerd wordt op het symposium Diamant van het platteland op 19 maart 2026 te Dronten.

Naast het Handboek BoerenBoom is er het Werkboek BoerenBoom. Het werkboek is nodig voor wie met het instrument BoerenBoom gaat werken. Daar staan de ijkpunten per thema vermeld en staat alles wat nodig is om te komen tot een observatielijst en een grafische verbeelding. Het werkboek zal minimaal eens per jaar worden geactualiseerd. De actuele versie zal steeds via het lectoraat Omgevingsinclusief Ondernemen op te vragen zijn. Het werkboek is los van het handboek te gebruiken, voor iedereen die meer wil weten van de theoretische achtergronden is er het Handboek BoerenBoom.

Bijlage 1 - BoerenBoom©

Kwaliteit van de relaties van het boerenbedrijf met de leefomgeving

Ecologisch

Sociaal-economisch



1. Bodem

Een vruchtbare bodem met een gezond bodemleven



2. Gewasgezondheid

Het gewas is en blijft gezond door passende maatregelen



3. Voedselproductie

Bijdrage aan voedselzekerheid

Financieel veerkrachtig en overneembaar (gezins)bedrijf

Boereninkomen 11.



4. Energie

Beperken energieverbruik, herkomst uit hernieuwbare bronnen

Onderscheidend in smaak, herkomst of eigenschappen

Voedsel met identiteit 12.



5. Water

Waterbeheer in lijn met regionale opgave, geen verspilling en vervuiling

Dierwaardige veehouderij om dierenwelzijn te borgen

Dierenwelzijn 13.



6. Nutriëntenkringloop

Behoud nutriënten voor kringloop, minimale externe input

Boerenbedrijf waar burger welkom is en betrokken kan zijn

Boer-Burger 14.



7. Materiaalkringloop

Herbruikbare materialen voor erf, gebouwen en machines

Boer heeft regie over eigen markt en prijs

Boer-Waardeketen 15.



8. Luchtqualiteit

(hinder leefomgeving)

Beperken hinder in gebouwen en buitenlucht

Voldoening en zingeving halen uit het werken op het bedrijf

Arbeidsvreugd 16.



9. Biodiversiteit

Bevorderen biodiversiteit in bodem, lucht en water



10. Streekeigen landschap

Bijdragen aan cultuurhistorische identiteit van de streek

