

Algemene gegevens	
PPS-nummer	AF 12092
Titel	Marktontwikkeling Natuur en Biodiversiteit biologische landbouw
BAPS nummer	BO-23.05-001-001
Topsector en innovatiethema	A&F thema 5
Projectleider (onderzoek)	Marieke Meeusen
PPS-coördinator (namens private partij)	Maaike Raaijmakers, BIONEXT
Contactpersoon overheid	Niet aanwezig
Status (lopend of afgerond)	Afgerond
Type onderzoek (F, T of V)	Toegepast onderzoek
Werkelijke startdatum	01-01-2013
Werkelijke einddatum	31-12-2014
Korte omschrijving bijdrage DLO aan project	Formuleren en evalueren van pakketten aan maatregelen gericht op verhoging van natuur en biodiversiteit, aansluitend bij de markt en toepasbaar voor boeren.

Highlights
<p>Het project "Marktontwikkeling Natuur en biodiversiteit" heeft geresulteerd in twee pakketten aan maatregelen die aansluiten bij consumentenbeleving, haalbaar zijn voor boeren en bijdragen aan natuur&biodiversiteit. Het ene pakket is ontwikkeld voor en met biologische boeren en het andere voor en met biologisch dynamische boeren. De aangrijpingspunten zijn dezelfde, alleen de zwaarte verschilt. De pakketten hebben draagvlak bij boeren, verwerkers en NGO's en worden verder ontwikkeld en geïmplementeerd.</p> <p>Samen met boeren, verwerkers en NGO's is een tweetal pakketten aan maatregelen ontwikkeld om natuur&biodiversiteit op de biologische bedrijven een impuls te geven. Doel van het project was een verkenning van de mogelijkheden om natuur&biodiversiteit te vermarkten.</p> <p>In dit project is een aantal leerervaringen opgedaan alsook inzichten die andere sectoren kunnen helpen om ook daar te komen tot verdere verwaardiging van natuur en biodiversiteit. Het gaat om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Een vooraf uitgevoerde ketenanalyse waaruit de hotspots komen om natuur en biodiversiteit naar een hoger niveau te tillen • De aanwezigheid van momentum. Van verschillende kanten is er druk en die druk wordt gevoeld door de marktpartijen die tezamen – als een collectief – dit vraagstuk oppakken. De druk is er vanuit de maatschappelijke organisaties. De maatschappelijke pijnpunten worden door de sector ook gevoeld. Ook de marktontwikkeling geeft signalen af. De afzet stagneert. Bovendien verlopen de mogelijkheden voor verandering via Europese biologische wetgeving te traag en onvoorspelbaar. • De afwezigheid van de discussie over prijs en prijsvorming. Deze discussies laten weinig ruimte voor discussie en vooruitgang op andere terreinen. Belangrijk is dat er op het terrein van prijs en prijsvorming rust en overeenstemming is. Dat geeft ruimte om andere vraagstukken verder op te pakken. • Boeren nemen de regie en zetten de eerste stap. Ze voelen zelf de behoefte om iets extra's te doen en de (meer)prijs is een tweede stap.

- Verwerkers zijn vervolgens betrokken. Zij hebben kennis van de markt, weten producten te vermarkten en zetten de nieuwe lijnen in de markt. Marketingkennis is essentieel.
- NGO's zijn betrokken en zorgen voor een breed gedragen pakket aan maatregelen waarmee de marktpartijen vervolgens verder kunnen.
- Het pakket aan maatregelen bevat een veelheid aan maatregelen die diverse terreinen van de bedrijfsvoering raken. Dat heeft twee voordelen:
 - (i) het pakket past goed in de bedrijfsvoering en conflicteert niet met doelstellingen op niet-biodiversiteits thema's zoals voedselveiligheid, milieu, dierenwelzijn en
 - (ii) het maakt het voor boeren mogelijk om die maatregelen te kiezen die goed passen bij hun bedrijf.
- Sectorspecifieke invulling rekening houdend met
 - De bedrijven, bedrijfsstructuur en -omstandigheden (denk aan bodem, landschap)
 - Andere (duurzaamheids)thema's in de sector, op het bedrijf: voedselveiligheid, milieu, dierenwelzijn bijvoorbeeld
 - De specifieke issues rondom natuur en biodiversiteit in die keten - zichtbaar komend na een zogenaamde ketenanalyse
- Actieve procesbegeleiding van boer tot bord (ketenmanagement) om de focus te houden op de 'win-win' en het gezamenlijke belang op langere termijn.
- Consumentenwensen om "natuurlijke omgeving", "grote dieren" en "verre landen" mee te nemen als leidraad voor de maatregelen
- Consumentenwensen om aansluiting te zoeken bij keurmerken

Aldus is een tweetal pakketten van maatregelen ontwikkeld die aangrijpen op onder andere:

- diervoeding (inpasbaarheid van celstofrijk voer en vermindering van het aandeel mais),
- beweiding,
- hogere waterstanden (ten minste op klein deel van bedrijf),
- verdere beperking van het mineralenoverschot en
- instandhouding en aanleg van landschapselementen.

De ontwikkelde pakketten dragen bij aan biodiversiteit, zijn (economisch) haalbaar voor de boeren en hebben meerwaarde in de consumentenmarkt.

Opgeleverde producten in 2014

- Workshop Biovak januari 2014
- Bericht op Biokennis website: consument houdt gevoelsmatig rekening met natuur en landschap
- <http://www.biojournaal.nl/artikel/17239/Consument-houdt-gevoelsmatig-rekening-met-natuur-en-landschap>
- Meeusen, M.J.G. et al. "Natuur en biodiversiteit in de biologische markt", LEI, LEIrapport 2015-011, Den Haag
- Artikel in de Gelderlander, september 2014
- Artikel in Zuivelzicht, oktober 2014
- Artikel Biofood magazine december 2014
- Workshop Bio-Beurs jan 2015
- Artikel Boerderij jan 2015
- Lezing op workshop Biofach feb 2015