nieuws

Studie brengt nieuwe vormen van landbouw in kaart

nieuws

In een nieuw verkennend rapport neemt het Departement Landbouw en Visserij een aantal innovatieve landbouwprojecten onder de loep. Het gaat om initiatieven van ondernemers zonder landbouwachtergrond, die (bijna) geen gebruikmaken van landbouwgrond en die zich in of dichtbij de stad bevinden. De projecten spelen in op een vraag naar lokale, duurzame voeding en vaak komt de kringloopgedachte terug in de bedrijfsvoering. Opvallend is dat ze soms moeilijkheden hebben om zich te conformeren met productievoorwaarden die uit de regelgeving voortvloeien.

14 NOVEMBER 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:42

Lees meer over:
diversificatie
landbouw algemeen



In een nieuw verkennend rapport neemt het Departement Landbouw en Visserij een aantal innovatieve landbouwprojecten onder de loep. Het gaat om initiatieven van ondernemers zonder landbouwachtergrond, die (bijna) geen gebruikmaken van landbouwgrond en die zich in of dichtbij de stad bevinden. De projecten spelen in op een vraag naar lokale, duurzame voeding en vaak komt de kringloopgedachte terug in de bedrijfsvoering. Opvallend is dat ze soms moeilijkheden hebben om zich te conformeren met productievoorwaarden die uit de regelgeving voortvloeien.

De studie vertrekt van een aantal voorbeelden van innovatieve landbouwprojecten. In Gent produceert een innovatief project kruiden, groenten en vissen op basis van het gesloten systeem van aquaponics. In Brussel liggen op wandelafstand van elkaar een oesterzwammenkwekerij en een krekelboerderij. In Kruishoutem kweekt een bioloog omegabaars. In Elsene opende een supermarkt onlangs een dakmoestuin waarvan de oogst in de winkel verkocht wordt. In Roeselare wil een veiling een dakserre plaatsen op een loods om onderzoek te voeren rond innovatie, verticale teelt en urban farming.

Uit deze eerste inventaris die de Vlaamse overheid opmaakt, blijkt dat het scala aan nieuwe initiatieven divers is, van de kleine start-up tot de grote distributieketen. De nieuwe boeren combineren economische logica met ecologische en sociale duurzaamheid en zijn niet enkel gefocust op voedselproductie. Zo willen de initiatieven zelfbedruipend zijn, maar willen ze ook de milieu-impact verminderen, laaggeschoolden tewerkstellen of de bevolking sensibiliseren over lokale voeding.

De meeste van die nieuwe boeren zetten in op de korte keten en direct contact met de consument. Dat sluit aan bij de trend dat veel consumenten willen weten waar hun voedsel vandaan komt en de voedselproductie met hun eigen ogen willen zien. Via de sociale media krijgt het publiek informatie over het reilen en zeilen binnen het bedrijf. Een nieuwe boer creëert zo een ontmoetingsplek. Dat betekent dat deze nieuwe boeren niet alleen innovatief en ondernemend moeten zijn, maar ook

communicatief. Zo moet de boer kunnen omgaan met nieuwe technologie, zelf op zoek gaan naar financiering, inspelen op marktkansen en een publiek warm maken voor het initiatief of het product.
Heel wat nieuwe bedrijven onderschrijven de circulaire economie en willen de kringlopen van water, nutriënten, energie, warmte en CO2 sluiten en zo milieubelastende effecten door vervuiling, onttrekking en uitputting voorkomen. Ze doen ook effectief inspanningen in die richting, zo stelt het rapport. Omdat deze nieuwe landbouwprojecten vaak geen gebruikmaken van klassieke landbouwgrond om voedsel te produceren, moeten ze experimenteren met nieuwe ruimte en infrastructuur. Dat gaat gepaard met specifieke ruimtelijke knelpunten waardoor er vaak een langere onderzoeks- en ontwikkelingsfase nodig is.
Nieuwe boeren zijn vaak creatief in hun zoektocht naar financiering, maar zeker in de beginfase steunen ze toch vaak op subsidies. Heel wat projecten hebben ook een gemengde financiering. Omdat ze vaak een maatschappelijke meerwaarde kunnen aantonen, van ontwikkeling van de lokale economie en tewerkstelling van laaggeschoolden tot een geringe milieu-impact en sensibilisering van de bevolking voor gezonde, lokale voeding, kunnen deze nieuwe landbouwvormen een beroep doen op subsidies. Dat wordt aangevuld met middelen uit crowdfunding of er wordt gekozen om voor een coöperatie als organisatievorm te kiezen. Op die manier investeren consumenten mee als aandeelhouders.
Doordat deze projecten zich differentiëren van het standaardaanbod, kunnen ze vaak een meerprijs vragen. Zo wordt er vaak gekozen voor hoogwaardige producten voor een specifieke doelgroep waardoor ze zich met hun verhaal kunnen onderscheiden van het standaardproduct. Vanuit hun beperkte niche kunnen ze groeien naar een grote bereik. Bovendien houden deze nieuwe boeren zich vaak niet alleen bezig met productie, maar nemen ze ook verwerking en distributie voor hun rekening. “Door meerdere schakels te omvatten, kan men mogelijk meer marge naar zich toe trekken of in ieder geval het onderscheidende karakter van het product beter borgen”, klinkt het.
Aan de andere kant ondervinden ze vaak moeilijkheden om zich te conformeren met de productierandvoorwaarden die voortvloeien uit de regelgeving. De wetgeving voor de reguliere landbouw legt productierandvoorwaarden op om de risico’s voor mens, dier of omgeving te vermijden of beperken. De kleinschalige projecten van de nieuwe boeren betreden nieuw terrein en hebben daardoor vaak meer moeilijkheden om zich te conformeren. Zo is een biolabel blijkbaar niet haalbaar voor daktuinprojecten.
Bovendien is er weinig kennisuitwisseling tussen deze nieuwe projecten en met de reguliere landbouw. Zo ontstaat de indruk dat veel nieuwe spelers op hun eigen eiland zitten en het warm water willen uitvinden, weliswaar in overleg met kennispartners zoals universiteiten. Het ontbreken van onderling contact en contact met de gangbare landbouw komt deels door het specifieke, vaak hoogtechnologische karakter van de bedrijven en de vrees om door uitwisseling concurrentievoordelen te verliezen. Al zijn er ook voorbeelden die het tegendeel bewijzen, zoals Aqua4C dat intensief samenwerkt met een tomatenteler.
“De cases beschrijven pioniers die nog maar net bezig zijn of zelfs nog in de opstartfase zitten”, concludeert de studie. “De structuur staat nog niet volledig op poten. Het enthousiasme van de beginner wordt veelal gevoed door een ideologische en sociale motivatie. Een meer bedrijfsmatige vertaling in een stevig businessplan is noodzakelijk en er groeit een grotere behoefte aan specifieke deskundigheid en instrumenten. Naast professionalisering is er ook schaalgrootte nodig om toekomstbestendig te zijn.”
Meer informatie: Nieuwe boeren op nieuwe gronden. Op zoek naar een verdienmodel.

Beeld: Cera

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |