

# Praktijkmiddag Natuurinclusieve landbouw

Kansen en uitdagingen van het verdienmodel van  
Natuurinclusieve landbouw

OKTOBER 2023 | Lunteren



# Wat is het verdienmodel?

- Studie naar verdienvermogen van 13 natuurinclusieve melkveebedrijven
- Verschillende analysemethoden
- Studiegroepen in Groene Hart en Noord Nederland
- Zowel boeren met als zonder neventak/verbreeding
- Gangbaar, biologisch en biologisch-dynamisch

## Wat is het verdienmodel?



# Belangrijkste resultaten

- Neventak geen bepalende factor
- Niet kunnen verwateren van kosten grote uitdaging
- Veel verschil tussen waar boeren zelf op sturen
- Beleid helpt niet altijd mee
- Groot vervolgonderzoek
- Er is niet één verdienmodel

Spreiding resultaat gewone bedrijfsuitoefening gehele bedrijf



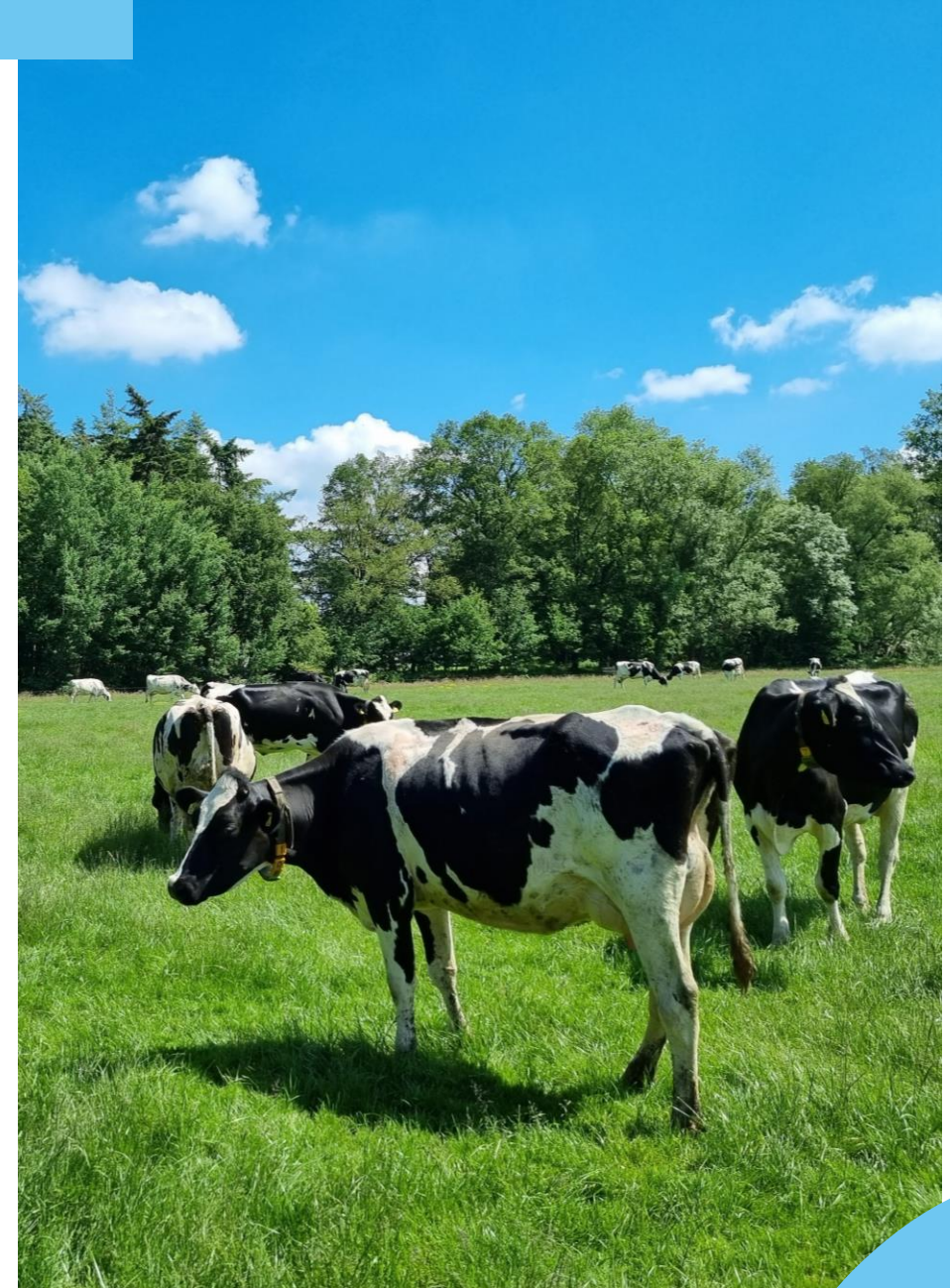
# Wat is het verdienmodel?

## Wat is het verdienmodel?

*Er is niet één verdienmodel*

Welk verdienmodel 'werkt' is namelijk erg afhankelijk van veel verschillende dingen:

- Hoeveel grond je hebt en waar die grond ligt
- Op welke grondsoort je boert en wat de staat van de grond is
- De veestapel
- Investeringsen die je al hebt gemaakt in het verleden
- Je eigen motivatie voor bepaalde verbredende activiteiten
- Hoe dicht je bij een stad ligt
- Etc.



# Wat is het verdienmodel?

## Ondernemerschap:

*“Signaleren van kansen in de markt, zowel voor bestaande als nieuwe producten-diensten, ernaar handelen en daarbij risico's durven nemen.”*

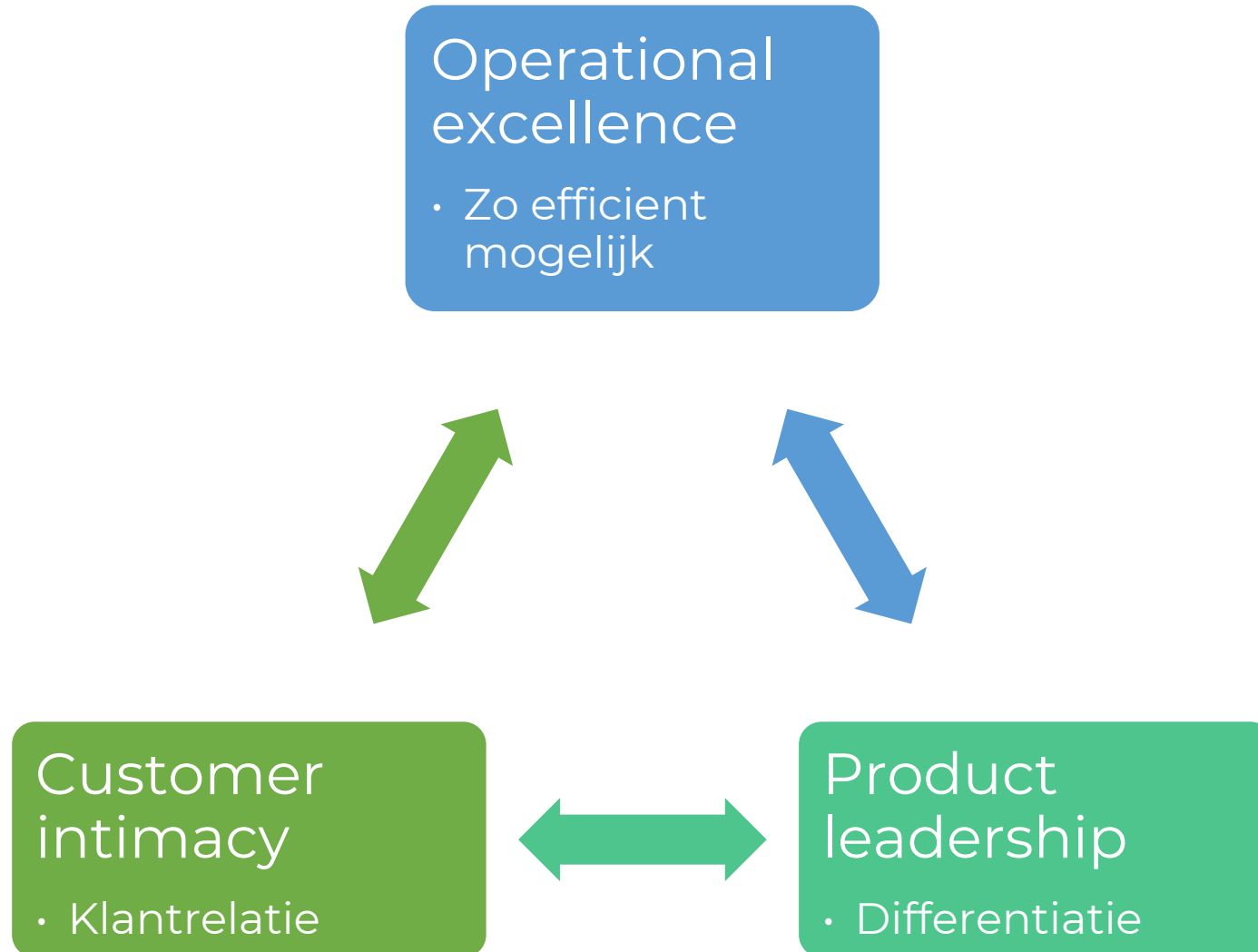
→ De vaardigheid om te zoeken naar een verdienmodel dat past bij jouw bedrijf.



# Van verdienmodel naar waardestrategie

- **Verdienmodel:** beschrijft **hoe** een organisatie waarde creëert, levert en behoud, via welke activiteiten en aan welke klanten. Wat zijn de kosten, opbrengsten, partners, klanten en klantsegmenten, kanalen en hulpmiddelen en wat is tenslotte de waardepropositie?
- **Verdienvermogen:** de capaciteit om geld te verdienen, met andere woorden **wat levert het op?**
- **Waardestrategie:** op welke manier positioneer je jouw waardepropositie, waarop (prijs, product, klantrelatie) blink je uit?

# Waardestrategie



# Waardestrategie: operational excellence

- Inpassen natuurgrond (uitscharen jongvee/vleesvee)
- Kostenbesparing op:
  - Kunstmest, krachtvoer, loonwerker, diesel, mestafzet, beregening
- Voorkomen hoge investeringen in:
  - Grote stallen, melkput, machines, fosfaatrechten
- Extensivering, bijvoorbeeld gecombineerd met meer ANLb
- Goedkopere gronden met restricties pachten

Operational  
excellence

- Zo efficiënt mogelijk



# Waardestrategie: customer intimacy

- Korte(re) Keten
  - Verkoop aan huis of eigen afzet
  - Zelf verzuivelen
- Boerderijwinkel
- Vleespakketen
  - Dubbeldoelkoeien of eigen stierenopfok
- Groente-/zuivelabonnement

## Customer intimacy

- Klantrelatie

# Waardestrategie: product leadership

Bijzonder, hoogwaardig product

- Certificering
  - Biologisch / on the way to planet-proof
- Eigen merk met gebiedscoöperatie;
  - Weerribben Zuivel / Boeren van Amstel / Weide Weelde

Maar ook: bedrijfsstrategie die bijdraagt aan de omgeving. Dus ook:

- Zogenaamde 'betaling voor ecosysteemdiensten':
  - Koolstofrechten (Rabo Carbon Bank, Klimaatboeren)
- Brede betaling voor maatschappelijke waarde (Markemodel, Brabantse Biodiversiteitsmonitor)

Product leadership

- Differentiatie

# Waardestrategie

- Combinatie van verschillende strategieën
- Afhankelijk van wat bij jou bedrijf past

Kostenvoordeel

Bovenwettelijk

Product met  
meerwaarde

Bijzonder

Slim benutten grond



Operational  
excellence

- Zo efficiënt  
mogelijk

Marge erosie

Nieuwe norm

Gekopieerd door grote  
marktpartijen

Bulk

Prijzontwikkelingen

Customer  
loyalty  
relatie

Product  
leadership  
differentiatie

# Verschillende manieren van belonen



# Verschillende manieren van belonen

- Wie betaalt er?
  - Consumenten, overheden, bedrijven
- Wat wordt er betaald?
  - De prijs, materialen, soepeler vergunningen
- Waarvoor wordt je betaald?
  - Prestatie, doelen, activiteiten
- Op welke wijze wordt je betaald?
  - Contant, via lagere pacht
- Hoeveel wordt betaald?
  - Per hectare, per kilogram melk, contractueel

# De gebiedsofferte

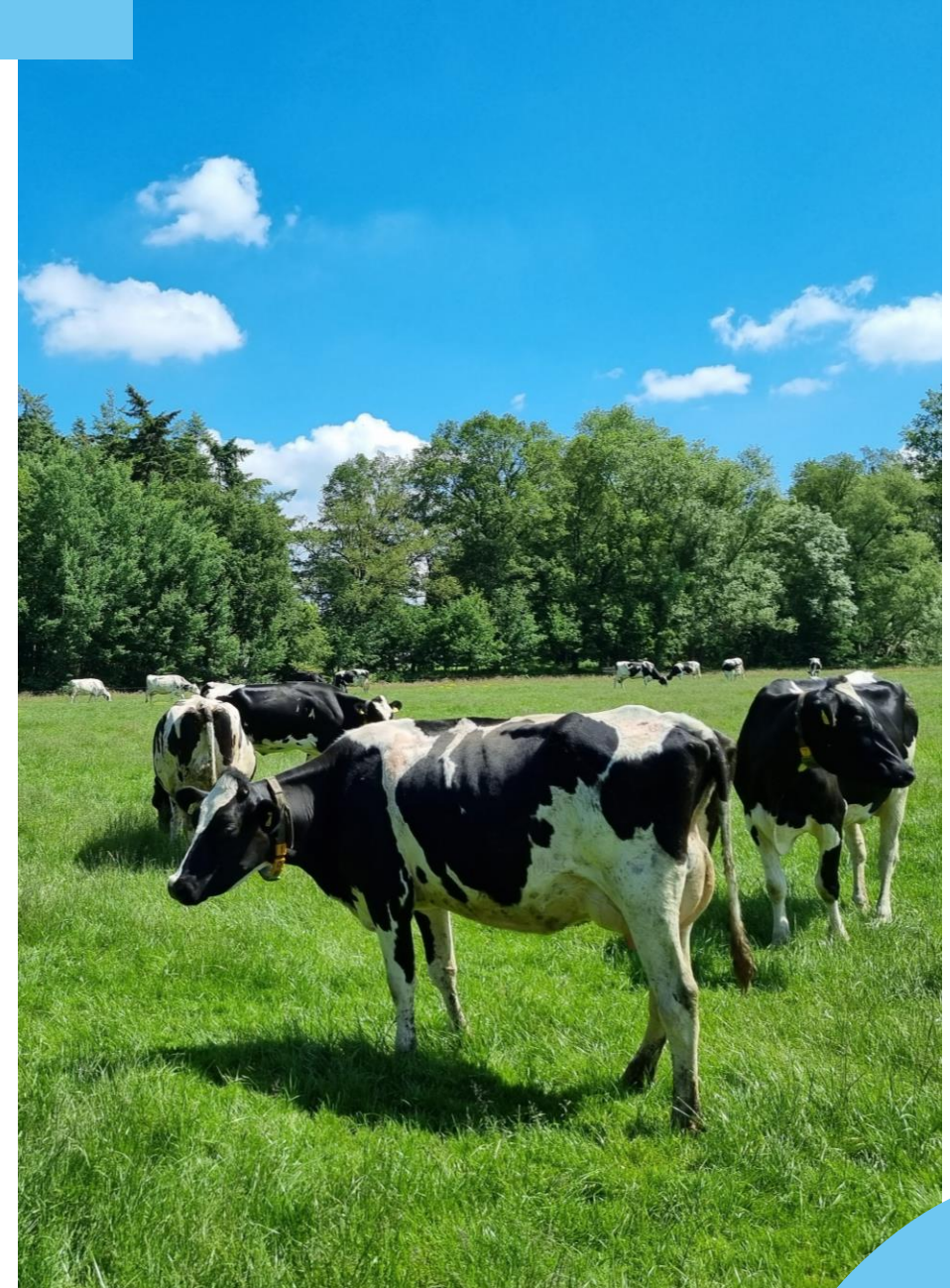
## Maatschappelijk bod

Het maatschappelijk bod brengt de verschillende partijen samen door vraag en aanbod te verbinden. Het onderzoekt wat de maatschappij vraagt, wat boeren kunnen bieden en wat ze hiervoor nodig hebben.



# Samenvattend

- Er is niet één verdienmodel voor natuurinclusieve landbouw
- Bepaal voor jezelf op welke waardestrategie je wil inzetten
  - Onderzoek waar kostenbesparingen liggen
  - Ga na of korte ketens iets voor jou is, of dat je dat eventueel met andere boeren in het gebied kan oppakken
  - Kijk waar en hoe je extra waarde kan verzilveren door speciale melkstromen, of betalingen voor maatschappelijke waarde
- Voor overheden: besef dat jullie deels de randvoorwaarden scheppen waarin boeren een verdienmodel moeten vinden.



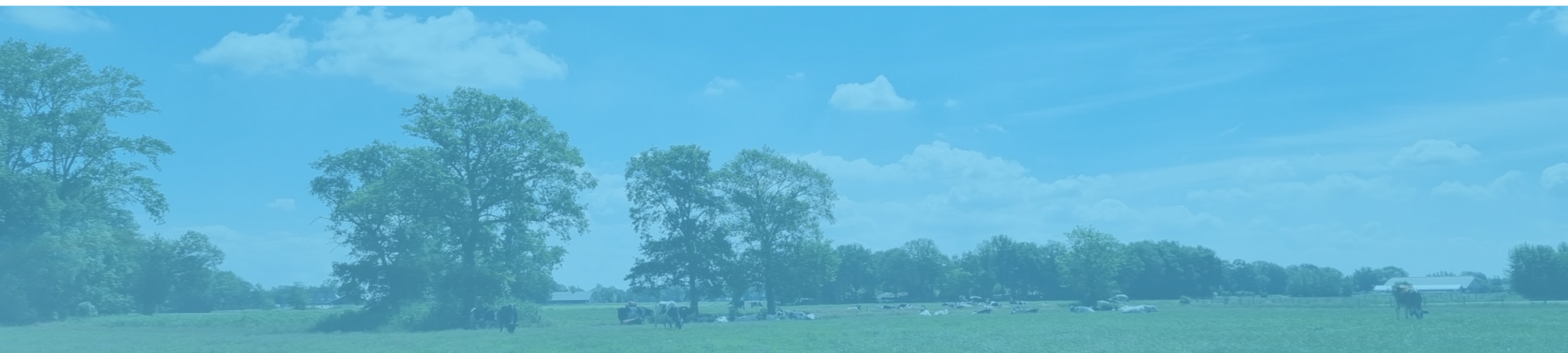
# Neem contact met ons op



**Merlissa Diele**

*Projectleider Landelijk Gebied*

[merlissa@natuurverdubbelers.nl](mailto:merlissa@natuurverdubbelers.nl)



[NATUURVERDUBBELAARS.NL](https://natuurverdubbelers.nl)



[INFO@NATUURVERDUBBELAARS.NL](mailto:info@natuurverdubbelers.nl)



(+31) (0)20 - 261 94 19



PRINS HENDRIKKADE 25-1  
1012 TM AMSTERDAM