



## Inspiratierichting Nieuwe verbindingen tussen aanbieders en eindgebruikers

De huidige verbindingen tussen aanbieders van voedsel, natuur en landschap en de gebruikers (klanten, recreanten) zijn zwak. De voedselketen is sterk gericht op het produceren van uniforme, anonieme producten tegen zo laag mogelijke kosten. Voor andere waarden dan prijs is nauwelijks ruimte. Natuur is decennialang afhankelijk geweest van overheidssubsidies, landschap werd gratis geleverd. Er was onvoldoende betrokkenheid van burgers en bedrijven. Dit heeft natuur en landschap kwetsbaar gemaakt.

De uitdaging is om te komen tot nieuwe verbindingen tussen aanbieders en eindgebruikers door de materiële en morele waarden van de consument/recreant een grotere rol te laten spelen. Dit vraagt binnen de voedselketen om fundamenteel andere keten- en verdienmodellen, met een grotere diversiteit aan producten en afzetkanalen, nieuwe ketens en meer invloed van de consument (cocreatie): van anonimiteit naar intimiteit. Voor de ontwikkeling van nieuwe natuur en het beheer van bestaande natuur moeten ook nieuwe verdienmodellen worden ontwikkeld, bijvoorbeeld via markt en charity, en moeten concepten worden ontwikkeld die mensen meer verantwoordelijkheid laten nemen. Nieuwe businessmodellen uit andere sectoren kunnen hiervoor ter inspiratie dienen.

*Game changers* liggen op het vlak van nieuwe financieringsmodellen en afzetkanalen, en de toepassing van nieuwe media en technologieën, bijvoorbeeld bij het transparant maken van de voedselketen en het inzichtelijk maken van de kosten en baten van natuurbeheer. Ook moeten methoden worden ontwikkeld om eindgebruikers te organiseren en een stem geven, zodat zij gemakkelijker invloed kunnen uitoefenen. In de analyse van de programmalijn Maatschappelijke waardering van de topsector A&F is 'verbinding' benoemd als sleutelbegrip.

Lopende projecten zijn hier onder meer 'Meat Your Own', 'Facekoe' en 'Natuurlijk Samen'.