



Praktijkdag De Fruitmotor

Vrijdag 15 februari 2019



‘Super leuk om hieraan bij te dragen. Volop geïnspireerd en weer naar huis met concrete ideeën en projecten waar we gezamenlijk in op kunnen trekken.’

- Caroline van der Burg, Rabobank West-Betuwe

‘Wat een mooie en inspirerende sessie vanochtend op een prachtlocatie. Een enorm rijke opbrengst.’

- Tessa de Haas, RVO/Duurzaam Door



Impressie Praktijkdag

Op vrijdag 15 februari kwamen we samen in het Veerhuis in Varik, op een prachtige, zonnige en heldere ochtend, voor de Praktijkdag van De Fruitmotor, georganiseerd vanuit de Next Step in het tegengaan van voedselverspilling. Met uitzicht over de rivier deelden we met een groep deelnemers uit diverse hoeken onze eigen ideeën en ervaringen in relatie tot de ontwikkeling van De Fruitmotor. Het was vooral actief leren. Voor de Fruitmotor bracht het frisse input en gerichte suggesties voor de volgende stap. Voor de deelnemers was het halen (leren) en brengen tegelijk, dat laatste in de meest krachtige vorm, door verbinding te maken met de Fruitmotor - wat ga jij doen?. “Actief brengen en halen en ook verbinden hoort bij een community zoals De Fruitmotor wil zijn” verwoordde Henri Holster (initiatiefnemer).

De Fruitmotor maakt een product van appels met een plekje en vlekje, en wil daar met circulaire economie in de regio (De Betuwe) meer voor betekenen. De Fruitmotor groeit en dat geeft veel vragen en uitdagingen. Wat is de volgende stap? Op de Praktijkdag zijn we hierover in gesprek gegaan, in relatie tot drie thema's.

De Praktijkdag vormt de aftrap van de Verspillingsacademie: een reeks bijeenkomsten rondom telkens een nieuw voedselinitiatief met een regionale opgave, die van antwoorden en inspiratie wordt voorzien door betrokken oplossers, onderzoekers & zichtbaarmakers (ook overheidsmensen).

We startten met een strak en gevarieerd programma: eerst een presentatie van Hilde Engels van De Fruitmotor over hun visie en uitdagingen. Daarna gaven Rosa Lucassen en Emma Slaats een korte schets van de reis tot nu toe, en deelden een aantal fragmenten uit interviews met de ketenpartners van De Fruitmotor. Vervolgens gingen we door naar het perspectief vanuit de kunsten van Jente Hoogeveen. Haar presentatie bracht verwondering over de verleiding en macht van de appel. Van de Bijbelse betekenis van de appel tot aan de wereldmacht van Apple. Erna gingen we in groepjes uit elkaar, verzamelden een ontzettend rijke opbrengst, schilden in de pauze een appeltje met elkaar, en sloten af met een heerlijke lunch in de zon.

We gingen uiteen in drie groepen, rondom drie ontwikkelvragen. Een greep uit die rijke opbrengst vind je hieronder, per thema samengevat. Het team van De Fruitmotor gaat in 2019 aan de slag met de genoemde punten.

Wat is de beste manier om samen te werken in de regio, en hoe kunnen handel en cultuur hierin samenvallen?

De opbrengsten uit groep 1 hebben allemaal te maken met het vergroten van de verbinding van De Fruitmotor met andere partijen, en het in beeld brengen van de drijfveren van de mensen die meedoen. In deze groep werd grappend gezegd dat bij de vijf O's een zesde 'o' hoort: de Olifant in de kamer. Het benoemen van die olifant, gaat helpen bij het zien van de blinde vlek en draagt bij aan het omdraaien van het systeem.

Iets wat genoemd werd als relevant is het beter in beeld brengen van de drijfveren van de telers die onderdeel zijn van De Fruitmotor. Daarnaast werd het impact meten gezien als iets heel belangrijks voor de volgende fase van De Fruitmotor.

De actiepunten uit deze groep zijn:

- Impactmeting doen in samenwerking met Social Enterprise
- De verhalen van de telers in beeld brengen via bijvoorbeeld de website
- Telerskringen uit de eigen regio en telers uit andere regio's in gesprek brengen met elkaar

Trefpunt: Een trefpunt van De Fruitmotor: hoe ziet zo'n plek (al dan niet fysiek) eruit?

Groep 2 boog zich over het vraagstuk van een trefpunt van De Fruitmotor. Uit het gesprek kwam dat zo'n trefpunt niet één fysieke plek hoeft te zijn, maar dat mensen elkaar juist op meerdere plekken kunnen treffen, op verschillende manieren. De Krenkelaar is het middel, het doel is om te ontmoeten, te leren, te inspireren, te ontwikkelen en te bouwen.

De genoemde ideeën hebben als overeenkomst dat De Fruitmotor zichtbaarder mag worden in het landschap, en dat De Fruitmotor haar sociale functie kan vergroten. De actiepunten uit deze groep zijn:

- Het Fruitmotor arrangement: een fietsroute, of (elektrische) auto of bustour samenstellen met mensen die betrokken zijn bij recreatie in de regio.
- Foodtrucks op festivals realiseren met herkenbaarheid van De Fruitmotor (herbruikbare Fruitmotor-glaasjes).



Versterken van partner-netwerk: vestigingen in andere steden.

In deze groep ging het gesprek ook over het gedachtegoed van De Fruitmotor. Hoe laten we gedachtegoed en verkoopondersteuning elkaar versterken in andere steden? Met het oog voor het persoonlijke verhaal én de persoonlijke verkoop.

De dilemma's lagen direct op tafel: hoe belangrijk is verspilling ten opzichte van biodiversiteit? Gaat het nu om cider of ook om andere producten? En wat is schaal? Is de Betuwe de regio, of is Nederland de regio? De Fruitmotor kijkt naar het totale plaatje, en dit is een kracht, en tegelijk in termen van marketing een uitdaging.

'Het komt natuurlijk uit de Betuwe', werd als slogan geroepen. Het staat inmiddels op de site. Het idee werd geopperd een titel te verbinden aan de mensen die actief zijn voor De Fruitmotor, zoals een 'Krenkelaar-sommelier'. En: kies een specifieke verbinding met een partner-stad. Het verhaal wordt sterker als ook de partners van De Fruitmotor op hun locaties de biodiversiteit versterken met behulp van De Fruitmotor.

De actiepunten uit deze groep zijn:

- Pin of broche maken die mensen kunnen dragen voor De Fruitmotor
- Brainstormen over een levendige verbinding tussen Amsterdam en de Betuwe (ook op het gebied van toeristen naar andere delen van het land leiden om Amsterdam te ontlasten).
- Promotiepakket maken met zaden, een bordje van De Fruitmotor, en flesjes/glazen Krenkelaar
- De online verhalen en prikkels van De Fruitmotor mooi neerzetten en laten rondzingen op sociale media

Opmerkingen uit de slotronde:

... ik word een hotspot voor de Krenkelaar in Culemborg

... ik ga mijn eerste Krenkelaar een keer proeven

... ik ga vaker feestelijke momenten opleuken met de Krenkelaar

...ik ga de Krenkelaar nog vaker cadeau geven

...ik ga de buurtsupermarkt opzoeken en vragen of de Krenkelaar in de schappen komt

...ik ga het verhaal van de fruitmotor gebruiken om het te koppelen aan een heleboel andere mooie landelijke initiatieven rondom fruit, en aan de kringlooplandbouw

...ik ga een Fruitmotor-zaadje planten in Regio Rivierenland in het beleid rondom agribusiness

...ik ga bij de Rabobank De Fruitmotor mee promoten in onze evenementen



...ik ga de studenten van de mediaopleiding waar ik docent ben de opdracht geven om de producten een hip ontwerp te geven dat jongeren aanspreekt

...ik ga door met het mooie werk voor De Fruitmotor

...ik ga een impactmeting doen voor De Fruitmotor

Deelnemers

Deelnemers zijn werkzaam bij Provincie Gelderland, Ontwikkelingsmaatschappijen (OostNL en BOM), Rabobank, Bij Bewust Betuwe, RVO/Duurzaam Door, Spectrum/Elan, De Fruitmotor, Regio Rivierenland, St. GreenWish, ROC Rivor, WUR.

En deelnemers werken als schapenhouder, fruitteler, landschapsarchitecte, bezorger van Krenkelaar, communitybuilder, projectontwikkelaar, fotograaf, beeldmaker, organisator.

Wil je meer informatie?

Mail Rosa Lucassen: mail@burosa.nl, Emma Slaats: slaats.emma@gmail.com of Hilde Engels: hilde@defruitmotor.nl