



DE FRUITMOTOR

# IMPACT MET APPELS

Impactanalyse

De Fruitmotor 2016 - 2020



## Impact met appels

*De Fruitmotor begon als droom in onze hoofden: met appels, zo iconisch voor onze streek extra inkomsten creëren voor de regio en samen met anderen onze omgeving mooier maken. Die droom is precies waar we al ruim drie jaar aan werken. De Coöperatieve Betuwse Fruitmotor (hierna: De Fruitmotor) is een ketencoöperatie. Een sociale onderneming zonder winstoogmerk die appelcidiers maakt van restappels en de inkomsten uit verkoop van appelcidiers investeert in onze eigen regio de Betuwe. Daarmee dragen we bij aan verduurzaming van de regio. Onze missie is samen met anderen bij te dragen aan een bloeiende en duurzame Betuwe met een rijkdom aan natuur en landschap waarin we voedsel waarderen.*

*De Fruitmotor is, samen met vier fruittelers, gestart in 2016 met het verduurzamen van fruitboomgaarden. We leggen bloemranden en hagen aan en plaatsen nestelgelegenheid ter bevordering van wilde bestuivers. Daarmee stimuleren we de biodiversiteit op hun terrein en helpt het de telers met een beter bestoven gewas.*

*Na drie jaar wilden we graag uitgebreid kijken naar onze impact. Ook willen we hier meer over gaan communiceren naar buiten. Wat hebben we gedaan, wat hebben we daarmee bereikt, doen we de goede dingen, zijn ze effectief? En: wat leren we daarvan voor de toekomst? In dit document vertellen wij ons verhaal, onze visie en missie en delen de sociale impact die De Fruitmotor in de periode 2016 tot nu (halverwege 2020) heeft geleverd.*

*De focus ligt in dit document op onze activiteiten met telers. Voor meer en actuele informatie verwijzen we naar onze website: [www.defruitmotor.nl](http://www.defruitmotor.nl). Voor vragen over dit document kunt u mailen naar [info@defruitmotor.nl](mailto:info@defruitmotor.nl).*

*We wensen u veel leesplezier.*

Juni 2020

Hilde Engels en Henri Holster, Bestuur De Fruitmotor

Mara Francken, Bestuursadviseur De Fruitmotor

## Impactanalyse bij De Fruitmotor

Bij De Fruitmotor willen we verschil maken. We zijn een sociale onderneming en coöperatie. Winst is niet ons hoofddoel. Dit is maatschappelijke impact. Maar dat is lastiger om te meten dan euro's. We willen graag impact bereiken. Maar wat bedoelen we hier precies mee?

Onze wens is om geen negatieve impact te hebben. De regio niet te vervuilen en grond en grondstoffen niet uitputten zijn hier voorbeelden van. Maar we willen meer, we willen onder meer het landschap mooier maken en biodiversiteit vergroten, regenereren. Dit is onze positieve impactswens. Beide zijn belangrijk. Het verschil tussen wat we willen en wat we nu bereiken en al bereikt hebben willen we goed in beeld hebben. Omdat we ambitieuze doelen voor onszelf en voor de regio formuleren hebben we nog veel te doen voor we onze missie volledig bereiken. Om verder te komen is het belangrijk goed te weten:

- Wat we willen bereiken: dit is verwoord in onze visie en missie, zie ook <https://www.defruitmotor.nl/missie-visie>
- Wat we doen om dit te bereiken; onze activiteiten en directe output beschrijven we op de website en ook in dit document.
- Wat dit voor effect heeft: hier is onderzoek voor nodig. In 2020 hebben we dit onderzoek gedaan in een eerste impactmeting. Daarvan doen we in dit document verslag. De focus ligt in dit document op onze activiteiten met onze telers.

*Beeld voorpagina: Frank van Zuilekom, landschapsarchitect*

## Onze resultaten in het kort\*

- Bijna 118000 kilo restappels en ander fruit verwerkt
- 4500 m2 bloembedden aangelegd bij onze telers en 44440 m2 op andere terreinen.
- €1200,- extra aan onze telers uitbetaald (bovenop de marktprijs)
- €5594 in het biodiversiteitsbudget om bloemzaad en nestelgelegenheid uit te betalen
- Samenwerking met 5 telers (momenteel zijn het er 4)
- 18 soorten bijen geteld op de terreinen van onze telers
- Bijna 200 leden en donateurs in onze community verwelkomd.

\*Periode 2016 – midden 2020

## Wat doet De Fruitmotor: Activiteiten bij en met telers

Onze telers spelen een belangrijke rol in onze verandertheorie. Ze zijn een directe link met het landschap dat we graag biodiverser willen maken en de regio die we economisch sterker willen maken. De activiteiten met telers zijn: educatie, bloemranden en nestelgelegenheid realiseren, restfruit (ver)kopen en bekendheid genereren.

### 1. Educatie

Sinds de start van De Fruitmotor (eind 2016) zijn met de telers verschillende activiteiten ondernomen gericht op educatie.

- Netwerkbijeenkomsten van het lerend netwerk<sup>1</sup> van telers: 3-4 per jaar
- Nieuwe experimenten in de boomgaard geïnitieerd op het gebied van biodiversiteit: zeker 5
- Individuele bezoeken per teler door begeleider vanuit De Fruitmotor, enkele samen met de fruitteeltadviseur (sinds 2020) en of de Wageningen University & Research onderzoeker (vanaf 2017): minimaal 4.

### 2. Bloemranden en nestelgelegenheid

Samen met De Fruitmotor realiseren onze telers maatregelen op het eigen terrein om het aantrekkelijker te maken voor wilde bestuivers. Dit doen we door een combinatie van (financiële) middelen, educatie en begeleiding. Van elke kilo appels die we verwerken tot cider of sprankel, wordt 5 cent per kg gereserveerd voor aankoop van zaai- of plantgoed en nestelmateriaal voor wilde bestuivers ter bevordering van biodiversiteit in de boomgaard en op andere plaatsen in de regio. De Fruitmotor koopt hieruit het benodigde materiaal voor onze telers. Daarnaast begeleiden we hen bij het realiseren van maatregelen. Sinds 2016 is zo 4500 m2 bloembedden aangelegd bij onze telers.



De telers van De Fruitmotor en één van de bloemranden bij onze telers.

<sup>1</sup> Lerende netwerken hanteren een aantal principes:

- voortschrijdend inzicht en aanpassen thema's
- telers leren van telers maar met inpassen nieuwe kennis vanuit kennisinstituten (horizontaal -> diagonaal leren)
- sturing door de telers maar met interventies (initiëring) door de Fruitmotor
- stimuleren en initiëren van nieuwe experimenten

### 3. Kopen van restfruit

De telers die lid zijn van de coöperatie zijn 'preferred supplier' van fruit aan De Fruitmotor. Zij ontvangen een plus op de marktprijs van 1 cent per kilo (met een minimale marktprijs van 5 cent/kilo en een maximum van 20 cent/kilo). Sinds 2016 hebben we bijna 118.000 kilo restappels en ander fruit verwerkt. De telers hebben zo gezamenlijk zo'n €1200,- meer ontvangen voor hun fruit.

### 4. Bekendheid genereren

Middels artikelen en interviews met telers in publicaties werken we aan bekendheid van onze telers en onze activiteiten. In ruim drie jaar gaat het om:

- o Publicaties in verschillende vakbladen en berichten in de krant (regionaal en nationaal),
- o persmomenten geïnitieerd door De Fruitmotor of bij bijzondere gebeurtenissen (zoals een bezoek van het Koningspaar in 2019!).
- o eigen publicaties en evenementen, zo lanceerden we in 2019 ons eigen handboek "Bijen in de boomgaard".
- o Online berichten via onze sociale mediakanalen en De Fruitmotor nieuwsbrief

Dit zouden we in de toekomst in mediawaarde willen uitdrukken maar dat is nog niet gebeurd.

Daarnaast zijn er minimaal 10 excursies met diverse doelgroepen (politiek, bedrijfsleven, publieke sector) op de terreinen geweest, individueel en in groepen.

## Over onze impactmeting

Onze activiteiten ('output' in impacttermen) zoals beschreven in de vorige paragraaf kunnen we zelf meten. Maar voor een ander deel, de effecten van deze output, is een uitgebreidere impactmeting nodig. In de eerste helft van 2020 hebben we zo'n eerste impactmeting gedaan, gericht op onze belangrijke stakeholdergroep van telers.

Voor deze eerste impactmeting hebben we bij drie van de vier telers onderzoek gedaan. Voor de vierde was het door omstandigheden niet mogelijk nu mee te doen. We streven ernaar om bij deze teler op een later moment de resultaten te toetsen. Bij twee telers hebben we een interview persoonlijk afgenomen, een derde heeft vragen per e-mail beantwoord. Bij alle drie hebben we voorafgaand aan het interview ook een korte vragenlijst in laten vullen.

Vanuit onze verandertheorie (zie voor de volledige theorie <https://www.defruitmotor.nl/over-ons/onze-impact>), denken we dat een combinatie van kennis, vaardigheden, middelen en motivatie<sup>2</sup> belangrijk is voor het uiteindelijke gedrag van onze telers. Deze elementen hebben we dan ook onderzocht:

- 1) de kennis van de telers van wilde bestuivers en de waarde hiervan;
- 2) de vaardigheden van telers om maatregelen te nemen ter bevordering van wilde bestuivers en of ze deze ook daadwerkelijk hebben genomen;
- 3) de houding van de telers ten aanzien van wilde bestuivers en de maatregelen;
- 4) Tot slot hebben we onderzocht of middelen een beperkende of aanjagende rol spelen.

De vragenlijst vooraf ging vooral over kennis en vaardigheden. In het gesprek erna zijn we hier dieper op in gegaan en kwamen ook houding, motivatie en middelen en de ervaringen in het algemeen aan bod. Onderstaand gaan we in op de resultaten.

## Resultaten uit onze impactmeting

### Bloemranden, hagen en nestelgelegenheid

Onze telers hebben bloemranden en hagen gezaaid en geplant. Twee van onze telers een aantal keer, de derde is daarmee vorig jaar begonnen (2019, eerste hagen, één bloemrand) en heeft de bloemranden begin 2020 flink

---

<sup>2</sup> Deze uitsplitsing is conform de theorie van gepland gedrag van Ajzen en Fishbein

uitgebreid. Eén teler gaf aan dat van de drie keer zaaien de bloemranden drie keer slecht zijn opgekomen. Dit komt volgens hem door weer/droogte en wellicht ook één keer door gebrekkige kwaliteit van het zaaigoed<sup>3</sup>.

*“Resultaat van het lidmaatschap, netwerk en kennisontwikkeling is dat we bloemranden, hagen en insectenhôtels hebben. Maar het is ook een persoonlijke drijfveer” (Teler 1).*

### Kennis van wilde bestuivers

Onze telers geven aan dat ze kennis hebben van wilde bestuivers. De meeste kennis hebben ze van waarom wilde bestuivers belangrijk zijn voor de bestuiving in de boomgaard. Alle drie geven ze aan hier veel kennis van te hebben. Daarnaast geven ze aan ‘een beetje’ kennis te hebben van waarom wilde bestuivers belangrijk zijn voor de natuur. Ze hebben ‘een beetje’ kennis van wat wilde bestuivers nodig hebben en ook van wat ze kunnen doen op hun terrein om wilde bestuivers te helpen. De kennis van wilde bestuivers is sinds de samenwerking met De Fruitmotor volgens alle drie veel toegenomen en komt voor een groot deel door De Fruitmotor. In gesprekken gaven de telers aan De Fruitmotor niet echt als kennisleverancier te zien maar vooral kennis van bijvoorbeeld de CAF (fruiteelt adviesorganisatie) te gebruiken. Een mogelijke verklaring is dat “kennis” voor de teler vooral gaat om teeltspecifieke kennis waar de zorg voor ecologie nog niet onlosmakelijk mee verbonden is.

### Vaardigheden voor wilde bestuivers

De telers geven aan vaardigheden te hebben om hun terrein aantrekkelijker te maken voor wilde bestuivers. De mate waarin varieert licht:

- De vaardigheid om bloemranden aan te leggen en onderhouden heeft één teler veel en twee een beetje.
- De vaardigheid om hagen aan te leggen en onderhouden hebben twee telers veel en één een beetje.
- De vaardigheden om nestelgelegenheid voor verschillende soorten bijen te realiseren en onderhouden hebben twee telers een beetje en één veel.

De telers zijn unaniem over in hoeverre hun vaardigheden om het bedrijf aantrekkelijk te maken voor wilde bestuivers sinds de samenwerking met De Fruitmotor zijn toegenomen. Deze zijn veel toegenomen en dit komt bij één teler “heel veel” en bij twee “veel” door De Fruitmotor.

### Middelen

Voor de appels die onze telers verkopen aan De Fruitmotor ontvangen onze telers een prijs die iets hoger ligt dan de marktprijs. Deze plus wordt gewaardeerd. Tegelijkertijd geven de telers aan dat het geld geen rol speelt in de zin dat met meer financiële middelen meer effect bereikt zou zijn. Tijd speelt wel. Alles heeft zijn eigen specifieke aandacht nodig, dat geldt ook voor de bloemstroken en hagen. Een externe factor is het weer. Droogte speelt de bloemen regelmatig parten.

### Motivatie

De telers zijn in meer of mindere mate enthousiast over De Fruitmotor en de maatregelen op het eigen terrein. Ze vertellen anderen (bezoekers en collega’s) over waarom bestuivers belangrijk zijn, over de maatregelen die ze nemen en ook over De Fruitmotor. Voor beide telers met een winkel is het een van de redenen om mee te doen, ze vinden het van toegevoegde waarde voor bezoekers om te kunnen vertellen over biodiversiteit, de maatregelen en De Fruitmotor. Een van de telers geeft excursies op het terrein en ziet die vooral als een mooi moment om bezoekers te vertellen over de maatregelen. Een teler gaf aan de bloemen ook gewoon heel mooi te vinden. Ten slotte wordt het verwaarden van restfruit en de prijs die ze er voor krijgen van De Fruitmotor gewaardeerd. Wel geven de telers aan gehoopt te hebben dat er inmiddels meer fruit zou worden afgenomen. Dat herkennen we. Afzet van onze producten is heel belangrijk om onze impact te verwezenlijken. We werken dan ook voortdurend aan de groei door met nieuwe verkooppartners te werken en meer bekendheid te genereren voor onze producten.

*“Mede door De Fruitmotor (..) is mijn interesse in wilde bestuivers erg toegenomen. Ook het effect van maatregelen op nuttige insecten spreekt me erg aan.” (teler 3).*

---

<sup>3</sup> Dit is getest in een kiemproef maar niet bevestigd.

*“Het verwaarden van restfruit, wat een extra bijdrage levert voor biodiversiteit stimuleert mij ook erg om hier meer mee te doen” (teler 2).*

De twee ervaren telers hebben aangegeven dat ze niet echt zaken hebben die ze lastig vinden aan samenwerking met De Fruitmotor op de maatregelen. Wel geven ze hun eigen invulling aan de maatregelen naar eigen voorkeur. Zo wil er één wel nestgelegenheid ophangen maar geen hout en kisten voor wilde bestuivers plaatsen op de grond ('niet netjes'). De ander wil de bloemranden wel zaaien maar niet tussen de bomenrij, omdat het mengsel voor minder draagkracht van de bodem zou kunnen zorgen waardoor zwaarder materieel (bijvoorbeeld de pluktrein) kan verzakken in natte periodes. De les lijkt te zijn dat er heel specifieke individuele voorkeuren en verwachtingen bepalend zijn voor het gedrag van de telers. En dat goede dialoog nodig is om samen optimaal effect te bereiken. Wellicht kunnen we samen een profiel opstellen voor 'de Fruitmotor teler' en zo de dialoog verdiepen. Dit kunnen we dan ook gebruiken voor toekomstige telerleden. De nieuwste teler is vooral benieuwd maar ook actiebereid. Inmiddels heeft deze teler, waarschijnlijk als eerste in Nederland, bloemen volle-breedts (2 meter) om de andere rij tussen de bomenrijen gezaaid in een nieuw aangelegd perceel appelbomen.

*“Samen met De Fruitmotor / ANV gaan we bloemen inzaaien tussen de rijen. Dat vind ik al een hele stap, ben benieuwd!” “Hoe om te gaan met beheer? Wanneer wat doen? Dat is iets wat wij nog moeten ontdekken” (teler 3).*

### Take aways & lessen

Het is mooi om te zien dat de telers bloemen en bijen waarderen, hierover aan anderen vertellen en dat de samenwerking met De Fruitmotor in het realiseren van de maatregelen op het terrein duidelijk een grote aanjagende rol speelt. Verder nemen we mee dat:

- De kennis van wilde bestuivers en waarom deze belangrijk zijn op het terrein is toegenomen maar nog wel beperkt is. Hierbij lijkt er wel verschil te zijn. Telers weten waarom bestuivers op het terrein belangrijk zijn, maar wat weten ze van de aanvullende rol van wilde bestuivers (naast honingbijen) hierin? En betekent dit bedrijfseconomisch een betere kwaliteit van de appels? Voor dit laatste vindt meerjarig onderzoek plaats dat De Fruitmotor samen met Wageningen University & Research doet. De impactmeting geeft aanleiding nog eens door te praten over de kennis die we (willen) aanleveren, naast andere kennisleveranciers aan de branche. Welke kennis is aanvullend en in hoeverre wordt die gewaardeerd? Wellicht kunnen we meer aanbieden waarom biodiversiteit belangrijk is en het belang van wilde bestuivers in het algemeen (niet alleen op het eigen terrein) overbrengen.
- Door interventie c.q. hulp van De Fruitmotor aan de teler lijken onze telers een duwtje in de rug te krijgen om experimenten aan te gaan en te leren ontwikkelen.
- De strategie van De Fruitmotor is gericht op het activeren van andere partijen zoals de Wageningen University & Research en de CAF (fruitteelt adviesorganisatie) als ook het organiseren van het lerend netwerk. Naast de duw in de rug is er het gevoel dat men er niet alleen voor staat, nieuwe kennis al lerend in de praktijk brengt en ook het samen leren en ontwikkelen helpt.

### Hoe werken we verder aan onze impact

We gaan met onze telerleden en met anderen door de missie te verwezenlijken. De resultaten van deze impactmeting nemen we ook mee in onze lopende stakeholderdialoog met diverse partijen en in de nieuwe meerjarenstrategie voor De Fruitmotor die we in de ALV van 3 november 2020 vaststellen.

Daarnaast blijven we onze impact periodiek meten. Punten die we meenemen naar volgende impactmetingen en waar mogelijk tussendoor al oppakken zijn:

- Middelen zoals geld en tijd zijn volgens de telers niet van groot belang in hoe maatregelen nog beter genomen kunnen worden. Dit zouden we nog nader kunnen onderzoeken en bespreken. Zou er door meer aandacht en tijd te steken in onderhoud nog een betere groei en bloei gerealiseerd kunnen worden?
- Het kan interessant zijn nog eens een andere vorm van meten toe te passen in plaats van zelfrapportage.
- Naast deze impactmeting laten we momenteel de 'echte prijs' van onze appels berekenen op basis van de True Price methode. De resultaten hiervan (medio 2020 bekend) nemen we mee in onze strategieontwikkeling en activiteiten.
- Tot slot willen we onze verandertheorie en impactmeting uitbreiden naar uiteindelijk al onze activiteiten en stakeholders.