Deel 1

Economie anders

Nieuwe ontwikkelingen en visies op economie en ondernemen

Regionale economie begint aan terugwedstrijd

De regio als schaal van de economie leidt tot nieuwe formules. Of is het een terugkeer van oude principes, een return of terugwedstrijd zoals de Vlamingen mooi zeggen? De regionale economie erkent de klant, de grond, het eetpatroon, en daarmee de draagkracht van het milieu.En het is nog leuk ook. TEKST HELMER WIERINGA

Sinds maart ligt de vertaling van 'The Hungry City' van de Engelse architect Carolyn Steel in de winkel. Voedsel en stad hangen meer samen dan je denkt, schrijft ze. Vroeger was dat logisch: elk stadje moest voedsel en drinkwater veiligstellen. De infrastructuur was erop afgestemd; de boterstraat, haringkade of graanmarkt in elke stad en elk dorp vertelt nog steeds het oude verhaal. Waar is het verhaal van nu? vraagt Steel zich af. Waarom kijken we niet naar de stad als een eet-community met een goede inrichting van verkooppunten en regionale productie?

Op verschillende plekken gebeurt dat ook. Een plan voor Schiebroek-Zuid geeft een boeiende impressie (te zien op www.innovatienetwerk.org).

De Brabantse Milieufederatie cijfert op de vraag hoe Tilburg uit de regio kan eten. De ommekeer is duidelijk: voedsel bedient de eigen consument, de regionale boer is dienaar. Landbouw op zich is geen vraagstuk: dat is voedsel. 'Eating is an agricultural act', zei de Amerikaanse boer-dichter-activist Wendell Berry in 1970 al. De politiek van het eten maakt de politiek van de landbouw. De visie op eten en voedsel vormt de basis van regionale economie.

> De visie op eten vormt de basis van regionale economie

Eet-visie in nieuwe winkels?

Bouwen de nieuwe winkelformules op een nieuwe eet- en voedselvisie? In de formules van Willem&Drees, MarQt, Landmarkt, de streekmarkt, biologische boerenmarkt en Lazuur Food Community is het regionale product het toverwoord. Een krachtige ommekeer. Samenwerken met producenten, verkoopplek voor boeren, producten binnen een straal van vijftig kilometer zijn de sleutels. Een rondje krantenknipsels leert dat de consument vooral moet weten dat het uit de buurt komt. Behalve bananen, koffie, chocola en af en toe tomaten buiten het seizoen. Soms wordt het EKO- of Demetermerk gepasseerd voor een lokale moestuin. Een eet-visie ligt niet op de toonbank van de nieuwe formules, wel een oprecht (en gedurfd!) investeren in nieuw ondernemerschap. Het is een start van de terugwedstrijd, maar de succesfactor zal liggen in de helderheid van een 'eet-visie', zo is mijn stelling.

Slow money

De visie op eten en regionale economie gaat ook over geld. Woody Tash betoogt in zijn wat rommelige boek 'Slow money' (2009) daarom een terugkeer van regionaal bankieren. Organiseer de omloop van geld in een regio, is zijn credo. Laat banken regionaal spaargeld koppelen aan regionale ondernemingen, zoals voedselproductie. Om te beginnen de helft.

Ekoland schrijft regelmatig over de financiele inbreng van klanten in landbouwbedrijven. Dit idee van slow money is een goede aanvulling. Geld-inbreng in winkels komt minder voor. De winkeliers van Buys & Ko te Wageningen hechten hier grote waarde aan: klanten financieren de voorraad in ruil voor korting omdat kredietkosten wegvallen. Met het Lazuur concept willen zij 'de klant aan de knoppen' en 'de regionale boer op de plank'. Wel slow, dat wel. ■

In deze tweemaandelijkse rubriek bespreekt Helmer Wieringa, adviseur bij Land & Co, visies op economie en financiering.