

Nieuwe business ideeën voor NME

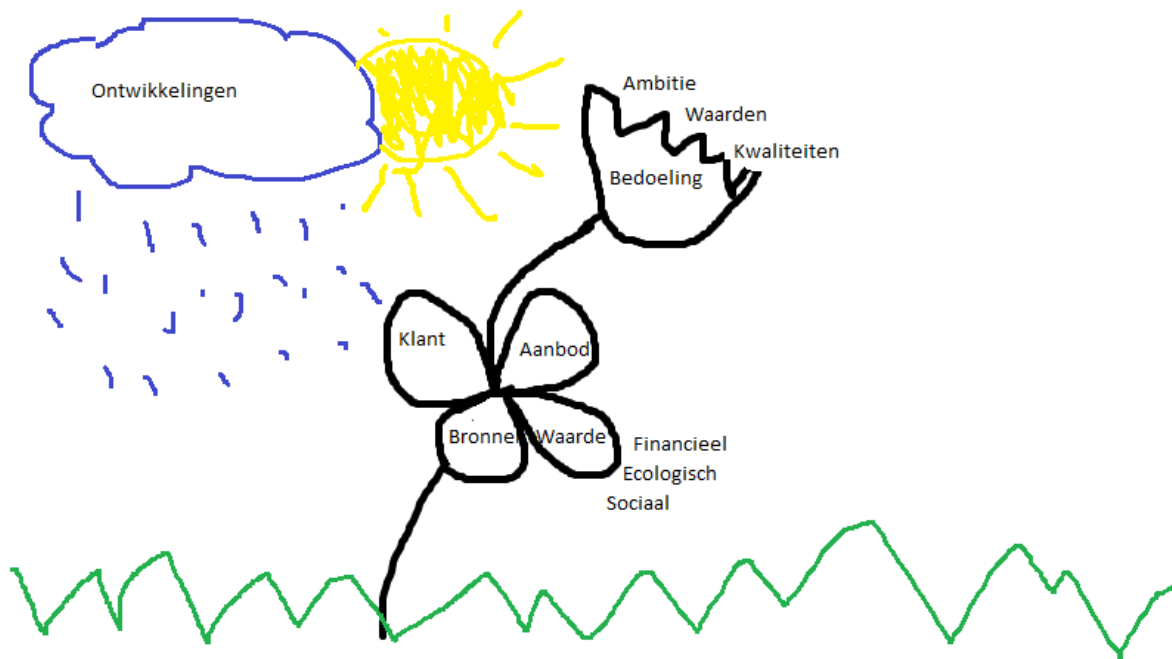
Voor lokale NME centra & stad- en kinderboerderijen

De sector natuur- en milieueducatie is volop in beweging. Net als, ongetwijfeld, alle andere sectoren in het land. Er zijn twee grote, tegengestelde ontwikkelingen te zien, die zorgen voor die beweging. Aan de ene kant zijn dat de bezuinigingen van landelijke, provinciale en lokale overheden. Daar hebben zowel de landelijke als lokale NME organisaties last van: die doen hun werk met veel minder mensen dan voorheen. Verschillende lokale NME organisaties hebben zelfs hun deuren moeten sluiten. Tegelijkertijd bloeit het NME werk als nooit tevoren: op talloze plekken zijn buurtmoestuinen ontstaan, verdienen zzp-ers hun brood met kinderfeestjes in de natuur en bieden zelfstandig professionals de mooiste NME achtige diensten en producten aan, die ze zelf geen NME noemen. De groep zelfstandige professionals die vanuit hun eigen passie hun brood proberen te verdienen met diensten en producten die een bijdrage leveren aan een betere wereld, groeit met de dag. Op de plekken waar NME lokaal is wegbezuinigd, zie je soms ook weer nieuwe initiatieven ontstaan.

Of je het nu wilt of niet: als professional in het NME werkveld is het nu zaak om je te verbinden aan die nieuwe maatschappelijke energie die ontstaat. En omdat geldstromen nu eenmaal (nog steeds) de beweging bepalen, is het zaak om nieuwe geldstromen te vinden voor je NME werk.

In mijn boek *'Natuurlijke businessmodellen'* introduceer ik een stappenplan waarmee groene organisaties kunnen groeien op een zakelijke én natuurlijk manier. Je werkt toe naar een *natuurlijke organisatie*: een organisatie die een sterke binding heeft met de oorspronkelijke bedoeling, in verbinding staat met ontwikkelingen in de omgeving, werkt met een businessmodel dat een positieve bijdrage levert aan mens en leefomgeving en meerwaarde biedt voor iedereen die deel uitmaakt van de business.





Het stappenplan van het *Natuurlijk Businessmodel* ziet er als volgt uit:

JEZELF

- **Bedoeling** - Wat is de bedoeling van je organisatie? Waar ben jij voor?
- **Kernkwaliteiten** – Waar ben jij goed in?
- **Kernwaarden** – Wat is voor jou van essentieel belang?
- **Ambities** – Waar wil jij staan over vijf jaar?

OMGEVING

- **Ontwikkelingen** - Welke ontwikkelingen in jouw omgeving zijn relevant?

JE BUSINESS

- **Klant** – Wie is je klant? Wat is de behoefte van je klant?
- **Aanbod** - Wat is je aanbod? Via welke kanalen komt dat bij je klant?
- **Organisatie** - Hoe organiseer je het? Welke mensen en middelen heb je nodig?
- **Financiering** – Hoe realiseer je het? Met ruilen, delen, samen creëren of financieren?



Dit boek is gericht op twee type NME organisaties: de lokale NME centra en de stad- en kinderboerderijen. Voor beide organisatietypen is met het Natuurlijk Businessmodel:

- een beschrijving gemaakt van het huidige businessmodel
- zijn groeistrategieën verkend
- zijn een aantal nieuwe business ideeën geschetst

Deze nieuwe business ideeën zijn niet tot in detail uitgewerkt, maar bedoeld om inspiratie te geven voor het ontwikkelen van je eigen nieuwe businesscase en om met elkaar in discussie te gaan over wat haalbaar is en wat niet.

Doe mee & deel je ervaringen op www.eennatuurlijkekijk.nl!



Lokale NME centra

Bedoeling van lokale NME centra

Lokale NME centra zijn ontstaan doordat scholen graag ondersteuning wilden bij het invullen van hun natuuronderwijs. Docenten hebben wel een basiskennis aan biologie, maar leren over de natuur werkt vooral goed als je in de natuur bént en met natuurlijke materialen in de klas. NME is dan ook bedoeld om natuur in de klas en de klas in de natuur te krijgen. NME gaat allang niet meer alleen over natuur, maar over alle thema's die in relatie staan tot je fysieke leefomgeving: voedsel, afval/grondstoffen, energie, water en biodiversiteit.

Relevante ontwikkelingen

Gemeenten, de traditionele financier van lokale NME centra, bezuinigen momenteel op NME centra, vaak omdat ze minder geld te besteden hebben en NME geen wettelijke taak is. Ook worden NME centra in toenemende mate zelfstandige organisaties, omdat gemeenten zich steeds meer op een rol als regiegemeente richten en daarin past het niet om zelf NME medewerkers in dienst te hebben.

Er is lokaal een energieke samenleving ontstaan. Met actieve burgers die allerlei activiteiten ondernemen, zoals buurtmoestuinen, lokale energie coöperaties of buurtzorg. De initiatieven variëren van heel klein en ' knullig' tot zeer professioneel en winstgevend. Sommige initiatieven doen zaken die NME centra ook doen, zoals tuinieren met kinderen of educatieve programma's op scholen.

Huidig businessmodel

- Klant: docenten in het basisonderwijs
- Aanbod: leskisten, gastlessen, excursies en projecten over voedsel, water, energie, grondstoffen/afval en biodiversiteit
- Organisatie: mensen: coördinator/directeur, educatieve medewerkers, vrijwilligers
locatie: soms gekoppeld aan kinderboerderij of natuurcentrum
techniek: eigen website; NME gids van Edso (voor reserveringen); Groen Gelinkt (waarin landelijk al het NME aanbod vindbaar kan worden)
- Financiering: scholen betalen meestal een kleine vergoeding, soms is het aanbod gratis. Gemeenten financieren de dienstverlening aan scholen, soms aangevuld door projectsubsidies van organisaties als waterschap, afvalbedrijf, energiebedrijf of woningbouwvereniging.

N.B. Lokale NME centra zijn volop in ontwikkeling. Het ' huidige' businessmodel dat ik hier beschrijf, doet absoluut geen recht aan de situatie op veel plekken, omdat veel NME centra hun doelgroepen en dienstverlening hebben verbreed. Toch neem ik de NME centra als traditionele 'leskistenleverancier' even als uitgangspunt, om de nieuwe business ideeën scherp neer te kunnen zetten.



Vijf nieuwe business ideeën voor lokale NME centra

1. Duurzaamheidscoach

- Klant:** leerkrachten in het basisonderwijs
- Aanbod:** coaching van leerkrachten voor het inpassen van natuur- en duurzaamheidsonderwijs, ondersteuning van de uitvoering indien gewenst
- Organisatie:** *mensen* - coach nodig, die goed kan luisteren naar de wensen van leerkrachten en de weg kent naar NME diensten en producten: zowel landelijk (via Groen Gelinkt) als lokaal, via een netwerk van lokaal inzetbare mensen voor het onderwijs: vrijwilligers, zzp-ers, medewerkers van bedrijven, etc.
locatie - niet noodzakelijk eigen locatie, wel netwerk van groene locaties hebben
techniek - via Groen Gelinkt is al het lokale aanbod vindbaar; via algemene NME website is een standaard NME basispakket (half-fabricaten) te downloaden voor leerkrachten en duurzaamheidscoaches, zodat niemand zelf materiaal hoeft te maken en zich volledig kan richten op het coachen van leerkrachten en opbouwen van lokaal netwerk van uitvoerders.
- Financiering:** een lokaal of regionaal fonds (*Duurzaamheidseducatiefonds*), met een jaarlijkse bijdrage van organisaties die er belang bij hebben dat kinderen leren over natuur en duurzaamheid. Zoals: de gemeente, waterschap, energiebedrijf en woningbouwvereniging, aangevuld met lokale bedrijven die een belangrijke functie vervullen in de lokale economie. De financiering van de diensten en producten die uit de coaching komen, vindt plaats door een bijdrage van de school (naar financiële draagkracht), aangevuld door het fonds. Het is belangrijk dat educatie aansluit op waar de partners mee bezig zijn, dus ook schooldirecteuren zijn betrokken bij het fonds en waar mogelijk dragen de partners ook in natura bij.

2. Duurzame Initiatieven Makelaar

- Klant:** burgers met een initiatief dat bijdraagt aan een duurzame samenleving.
- Aanbod:** faciliteren van lokale duurzame initiatieven door vragen van initiatiefnemers te koppelen aan een (lokaal) aanbod. Door digitaal systeem en match bijeenkomsten.
- Organisatie:** *techniek* - digitaal systeem om initiatieven zichtbaar te maken, te kunnen matchen en de maatschappelijke impact te kunnen aantonen: Idealenkompas van GreenWish en de Maatschappelijke AEX van Kracht in NL.
mensen - een makelaar, iemand met een groot lokaal netwerk en die kan verbinden
- Financiering:** als Duurzame Initiatieven Makelaar beschik je over informatie die interessant is voor andere partijen. Je kunt deze kennis bijvoorbeeld inzetten voor betaald advieswerk voor organisaties die meer willen weten of samenwerking zoeken met lokale duurzame initiatieven, zoals gemeenten of bedrijven. Ook kun je in opdracht van deze organisaties je netwerk van initiatiefnemers mobiliseren voor een vraagstuk van een gemeente of bedrijf.



3. Duurzaam communicatiebureau

- Klant: gemeente ambtenaren van verschillende beleidsterreinen
- Aanbod: burgers betrekken bij gemeentelijk beleid dat bijdraagt aan de duurzame ontwikkeling van een gemeente
- Organisatie: *mensen* - iemand nodig die gemeentelijk beleid volgt en contacten met diverse beleidsambtenaren onderhoudt en advies kan geven voor de juiste manier om burgers te betrekken bij een beleidsvraagstuk. Kennis van educatie, communicatie en participatie in relatie tot een duurzame samenleving en goed in contacten.
techniek – belangrijk dat via Groen Gelinkt al het aanbod lokaal beschikbaar is en dat er ook halffabricaten van basismaterialen aanwezig zijn, zodat tijd in lokaal netwerk gestopt kan worden en niet in ontwikkeling van materialen
- Financiering: projectmatig, gekoppeld aan beleidsdoelstellingen

4. Groene Kracht Netwerk

- Klant: Alle organisaties met groene en duurzame doelstellingen in een gemeente: IVN, KNNV, KMTP, stadslandbouwinitiatieven, lokale energie coöperaties, groene en duurzame plekken en locaties, biologische winkels, Repair Café, Transition Towns, etc.
- Aanbod: faciliteren van groene en duurzame organisaties: kan met een gebouw, maar ook digitaal activiteiten zichtbaar maken of met bijeenkomsten
- Organisatie: *mensen* - aanspreekpunt met pr en communicatie achtergrond,
techniek – via website activiteiten van organisaties zichtbaar maken, waardoor ze elkaar versterken
- Financiering: een regionaal betaalmiddel introduceren, *de regiomunt*, te besteden bij alle organisaties die bijdragen aan groene en duurzame stad. De gemeente speelt een belangrijke rol in het op gang brengen hiervan. Iedere organisatie die met haar werkzaamheden bijdraagt aan een duurzame gemeente, kan hiermee munten verdienen. De munten zijn te besteden bij het lokale netwerk van aangesloten organisaties.

5. Groene kinderactiviteiten

- Klant: leerkrachten basisonderwijs, leidsters bso en (groot)ouders van kleine kinderen
- Aanbod: ‘traditionele’ NME activiteiten aanbieden als schoolreisje, bso activiteit, kinderfeestje en uitje
- Organisatie: *mensen* – lokaal dezelfde NME medewerkers, landelijk een pr en communicatie medewerker
techniek – landelijke website maken met twee keuzes: zelf doen (is materialen kopen in de webwinkel) of lokaal begeleiding zoeken. Hier kan koppeling met Groen Gelinkt gemaakt worden.
- Financiering: moet kostendekkend uitgevoerd kunnen worden



Stadsboerderij / kinderboerderij

Bedoeling stadsboerderij / kinderboerderij

Een laagdrempelige voorziening in de wijk waar wijkbewoners en hun kinderen kennis kunnen maken met het leven op de boerderij. Ze leren er waar 'de melk vandaan komt' en leren zorgen voor planten en dieren. Het is echt een wijkvoorziening, met een 'lage drempel', toegankelijk voor iedereen.

Relevante ontwikkelingen

- Stads- en kinderboerderijen zijn soms volledig gefinancierd door en soms ook onderdeel van de gemeente. Je ziet nu dat gemeenten hierop gaan bezuinigen en ze buiten de gemeente willen plaatsen (verzelfstandigen). Er zijn ook plekken (bijvoorbeeld in Amsterdam) waar veel stadsboerderijen altijd zelfstandig zijn geweest en rondkomen met een combinatie van vrijwilligers, inkomsten uit de verkoop van opbrengsten en het aanbieden van diensten waarvoor betaald wordt, aangevuld met 'geefgeld' (donateurs/leden, fondsen).
- Er is een energieke samenleving, die vooral lokaal zichtbaar is. Er is een wijkeconomie aan het ontstaan, waarin actieve burgers allerlei activiteiten ondernemen, zoals buurtmoestuinen, lokale energie coöperaties of buurtzorg. De initiatieven variëren van heel klein en ' knullig' tot zeer professioneel en winstgevend.
- Veel organisaties willen (of moeten) iets met al die initiatieven in de wijk, zij zoeken een kanaal daar naartoe.
- Er zijn veel mensen werkzoekend.
- In toenemende mate vinden mensen het weer belangrijk te weten waar hun eten vandaan komt en om lokaal meer te delen met buurtgenoten dan voorheen.

Huidig businessmodel

Klant:	de bezoekers van de boerderij: gezinnen met jonge kinderen, die op loop- of fietsafstand wonen van de boerderij
Aanbod:	een boerderij met aaibare dieren. Vaak aangevuld met: een speelvoorziening en (eenvoudige) horeca en moestuinen
Organisatie:	<i>mensen</i> - een beheerder, diervverzorgers en vaak educatieve medewerkers die regelmatig activiteiten organiseren of scholen ontvangen <i>locatie</i> – boerderij in de wijk
Financiering:	de boerderij is gratis toegankelijk, de gemeente financiert

N.B. Stads- en kinderboerderijen zijn er in alle soorten en maten. Om de businessmodellen scherp neer te kunnen zetten, ligt de focus van het huidige businessmodel op de meest basale vorm van kinderboerderij: een boerderij met dieren waar vooral gezinnen met jonge kinderen op af komen.



Nieuwe business ideeën voor de stadsboerderij / kinderboerderij

1. Belevingsboerderij

- Klanten: schoolklassen; buitenschoolse opvang; kinderfeestjes; teams; individuele bezoekers / kinderen
- Aanbod: de dagelijkse werkzaamheden op de boerderij aanbieden als 'top' ervaringen
- Organisatie: *mensen* - medewerkers met boerderijkennis, daarnaast mensen die groepen kinderen en volwassenen kunnen begeleiden
techniek - planningsysteem waar mensen zelf kunnen boeken
- Financiering: De groepen betalen naar draagkracht. Systeem introduceren voor wijkbewoners die in ruil voor werk op de boerderij producten mogen afnemen. Met klanten en wijkbewoners run je dan samen de boerderij.

2. Etalage voor duurzaam doen

- Klant: organisaties en mensen met duurzame ambities in de gemeente
- Aanbod: boerderij zelf als duurzaam voorbeeld inrichten en aanbieden als plek om initiatieven te etaleren. Boerderij is dan voorbeeld en communicatiekanaal naar de burger.
- Organisatie: *mensen* - etaleurs nodig, die mooie presentatie kunnen verzorgen. Ook communicatiemensen nodig, die de communicatiestrategie uitwerken om al die duurzame boodschappen ook echt te laten landen bij de burger. En inzicht te geven in de relatie tussen boerderij en duurzaamheid.
techniek – online goed vindbaar zijn voor lokale mensen
- Financiering: organisaties betalen met geld, in natura of met ruildiensten voor het mogen presenteren van hun initiatief/project

3. Boerderijwinkel

- Klant: burgers die hun voedsel uit de eigen 'streek' willen halen
- Aanbod: verkoop van producten van de boerderij, in voor- en najaar een zaai- en oogstfeest.
- Organisatie: goede winkelruimte nodig, mensen met winkelkennis, zelf doen of uitbesteden is hier de vraag. Mensen met moestuinkennis nodig.
- Financiering: verkoop van producten moet zichzelf bedruipen. De verkoop kan gestimuleerd worden door mensen te laten investeren in de winkel (voorinvestering) en ze in ruil daarvoor bonnen geven die ze het hele jaar door kunnen besteden in de winkel. [voorbeeld: Food Community Lazuur in Wageningen www.lazuur.com].
Wat ook kan: abonnement op zelfpluktuin, waarbij mensen tegen betaling zelf groente mogen oogsten. [voorbeeld: de nieuwe ronde in Wageningen www.denieuweronde.nl]



4. Groen buurthuis

- Klant: (groepen) wijkbewoners met initiatieven (groen of sociaal)
- Aanbod: gebruik van de gebouwen en buitenruimte op de boerderij voor mensen met groene en sociale initiatieven
- Organisatie: coöperatie, met wijkbewoners als leden. De coöperatie stelt één of meerdere boerderijmanagers aan, die het overzicht bewaken en afspraken met de leden maken.
- Financiering: wijkbewoners 'runnen' met hun activiteit een deel van de boerderij. Kan gebaseerd zijn op vrijwilligerswerk, maar dan moeten er ook leden zijn die zaken als het technisch onderhoud van het gebouw kunnen verzorgen. Een alternatieve munt introduceren kan ook of een puntensysteem, die je kunt inwisselen bij leden uit de wijk die deelnemen aan het systeem. Als ook de gemeente en supermarkt mee willen doen, kan je je alternatieve munt of punten al heel snel nuttig besteden.

5. Leasekip

- Klant: buurtbewoners die tijdelijk een huisdier willen om te kijken of het bevalt en buurtbewoners die legbatterij kippen een tweede kans willen geven
- Aanbod: het tijdelijk huren van een huisdier (kip, konijn, cavia of muis) inclusief hok en vakantieopvang
- Organisatie: *mensen* – diervverzorgers en goede administrator
techniek – handig betaalsysteem nodig gekoppeld aan huurperiode
- Financiering: de klant betaalt

[Voorbeelden: lease cavia en muizen: www.nme-elzenhoek.nl en lease kip: www.ondernemendekinderboerderijen.nl]

6. Zorgboerderij

- Klant: mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt die op zoek zijn naar zinvol werk
- Aanbod: verzorgen van dagelijkse boerderijwerkzaamheden: dieren, tuin, horeca, winkel, etc.
- Organisatie: *mensen* - met boerderijkennis en zorgbegeleiders
- Financiering: een goede horecavoorziening of winkel kan de financiële drager zijn van de zorgboerderij, aangevuld met financiële vergoeding van de gemeente voor begeleiding van de zorgvragers. Gemeente kan hiervoor ook een regionale munt introduceren, met daaraan gekoppeld een netwerk van bedrijven en organisaties waar de munten te besteden zijn.

