Verhalen tussen grond & mond

Sporen en inspiratie
rond korte keten
in het Meetjesland

GOESTE
Lekker Meetjeslands

Verhalen tussen grond & mond

Eerste druk mei 2023

Leaderproject ‘Korte Keten Meetjesland, dichtbij’ een samenwerking tussen Plattelandscentrum Meetjesland, Landelijke Gilden, Natuurpunt en partners Meetjesland, Voluit vzw, EROV Oost-Vlaanderen, Stad Eeklo, Stichting Lodewijk De Raet en vzw Plan B

Coördinatie
Micheline De Kreijger

Redactie
Els Hillaert en Micheline De Kreijger

Grafische vormgeving
Tiffany Dierckx - Studiopunttiff

Uitgever
Stichting Lodewijk de Raet, Koningin Maria Hendrikaplein 64a, 9000 Gent

Deze folder kwam tot stand met de steun van:

Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling: Europa investeert in zijn platteland

LEADER

provincie Oost-Vlaanderen

Inhoudstafel

Voorwoord

Narratieve evaluatie is [...] een motor die de organisatie en de individu in beweging krijgt. Daarom spreken we van narratief evalueren, als werkwoord. Hiermee leren we en verandert de organisatie naar een kwalitatief betere, met bezieling en betekenisgeving in een gedeelde werkelijkheid.

Narratief Evalueren, de gids door Tesselaer Suzanne en Rodemond Jacco

Met het Leaderproject 'Korte Keten Meetjesland, dichtbij' beslisten Plattelandscentrum Meetjesland, Landelijke Gilden, Natuurpunt en partners Meetjesland, Voluit vzw, EROV Oost-Vlaanderen, Stad Eeklo, Stichting Lodewijk De Raet en vzw Plan B in 2021 voor het eerst om samen de handen in elkaar te slaan en werk te maken van een betere bekendheid en toegankelijkheid van de korte keten in het Meetjesland.

Eén van de onderdelen van het project was narratief evalueren. Door verhalen te verzamelen bij verschillende actoren wilden we meer inzicht krijgen in de korte keten van het Meetjesland. Samen met Els Hillaert (zelfstandig schrijver en verhalenwever bij Gloed) begeleidde ik dit deelproject. Met 7 verhaal-verzamelaars gingen we van mei 2022 tot juli 2022 aan de slag. Deze verhaal-verzamelaars luisterden naar boeren, producenten, winkeliers, consumenten, initiatiefnemers van projecten, ... en stelden hen prikkelende vragen.
We waren nieuwsgierig naar hun ervaringen, succesmomenten en drempels, inzichten en dromen. 25 langere gesprekken of interviews werden uitgeschreven tot verhalen. Daarnaast voerden we vele kleine gesprekken, namen we de resultaten uit een bevraging van op de eerste staten-generaal mee en de informatie uit de interviews die de projectpartners afnamen bij actoren uit hun ecosysteem. De verhaalverzamelaars legden alle verhalen en

input samen op onze bijeenkomst, waar we samen keken naar wat ons raakte en inspireerde en naar patronen.

Deze brochure is de weerslag van dit leertraject. Dit is geen wetenschappelijk rapport of projectverslag. Doel van deze brochure is om de ervaringskennis van verschillende actoren (producenten, consumenten, organisaties en beleid) gemeenschappelijk beschikbaar te maken. Alle vermelde quotes in deze brochure komen uit de verhalen en gesprekken. We leerden en zagen kansen. Bij wat we geleerd hebben, nodigen we uit om hier zelf mee aan de slag te gaan. We benoemen een aantal voorbeelden, absoluut zonder de intentie volledig te zijn. Want echt: er leeft veel rond korte keten in het Meetjesland! Met de tips willen we inspireren en je uitnodigen om in gesprek te gaan, te leren van anderen en elkaar, om zo nieuwe initiatieven mogelijk te maken die passen bij jouw situatie.

Wat ik persoonlijk het mooiste moment vond van het hele project, was toen we tijdens de tweede bijeenkomst van de verhaal-verzamelaars alle verhalen samenlegden, in de bloeiende tuin van de Huysmanhoeve. Er hing een geïnspireerde energie in de lucht, waardoor we samen heel diep in de materie konden duiken. De ervaringen van de verhaal-verzamelaars toonden ook: door naar heel verschillende mensen te gaan luisteren leerden we bij, kwamen nieuwe verbindingen tot stand en een grote goesting om nog meer initiatieven en bedrijven te gaan bezoeken. Dit narratief evalueren benadrukt nog eens de kracht van écht luisteren. Echt luisteren, je verplaatsen in de situatie van de ander, kan kloven dichten, ook die tussen boer en burgers. Door die vele ontmoetingen, op boerenmarkten, in hoevewinkels, op het veld, op afhaalpunten, tijdens bedrijfsbezoeken, ... biedt korte keten hiervoor prachtige kansen (die we nog verder kunnen benutten).

We willen hierbij uitdrukkelijk iedereen bedanken die de tijd nam voor een gesprek, ook wie ons in contact bracht met iemand uit het grote korte keten-netwerk, én natuurlijk de vrijwillige verhaal-verzamelaars voor hun engagement. We hopen dat we met deze brochure een steentje bijdragen aan meer zuurstof en voeding voor samenwerking rond korte keten in onze regio.

Micheline De Kreijger, 1 mei 2023
Stichting Lodewijk de Raet en vzw Plan B

Het verhaal van de producent

Wat opvalt, is de ***fierheid*** over de producten. De passie waarmee de producenten spreken over hun producten en over hoe ze te werk gaan. Deze drive werkt heel aanstekelijk en is voor veel consumenten een belangrijke reden om producten uit de korte keten te kopen of zich te engageren. Het ***rechtstreeks contact*** met de klant is voor producenten een belangrijke beweegreden om hun producten via korte keten aan te bieden.

"Je krijgt veel inspiratie van hen, dat vind je niet in de winkel. Waar je het product mee kan combineren of andere manieren om het klaar te maken. En je kan ook feedback geven aan hen. Ze staan daar echt voor open. Ze hebben allemaal zoveel kennis van hun product, ik leer veel bij over hoe ze produceren en je kan ook afleiden hoe ze met hun dieren omgaan. "

Consument op de boerenmarkt

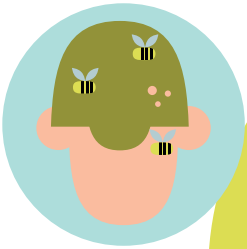
Daarnaast is de ***kwaliteit*** van de producten en de smaak van eigen bodem een zeer belangrijke troef voor consumenten.

"Veel van de producten en smaken zijn uniek, dat kan je in de supermarkt niet vinden. Het is anders dan anders. Dat is voor mij een belangrijk aspect om korte keten te kopen. "

Producenten geven aan dat mensen soms versteld staan van hoeveel werk er nodig is om de producten te maken.

Op een opendeurdag hun verhaal kunnen brengen, werkt sensibiliserend om mensen inzicht te geven in het productieproces.

Zoals bij alle ondernemers is een bepaalde vrijheid en ruimte nodig om te kunnen ondernemen en daar botst het soms met de ***overheidswetgeving*** die niet altijd geschikt is voor kleinschalige landbouw en korte keten. Hopelijk zijn de intenties vanuit de Vlaamse Overheid om hier in de toekomst een antwoord op te bieden toereikend. Ook voor gemeentebesturen of organisaties die met korte keten willen werken, is dat een aandachtspunt. Er is geen nood aan extra spelregels of structuren om binnen te werken. Er is wel nood aan ***goede voorbeelden*** van langdurige samenwerkingen tussen lokale overheden en lokale producenten, en van lokale overheidsopdrachten die drempels weghalen voor lokale producenten.
Overheidsopdrachten met complexe en strikte procedures en eisen, vormen dikwijls een te hoge drempel en zijn vaak niet aangepast aan de realiteit van een producent.



"BINNEN GERAKEN BIJ BV. EEN WOONZORGCENTRUM IS MOEILIJK. WE HADDEN EEN TIJDJE EEN AFSPRAAK MET EEN WOONZORGCENTRUM OMDAT DAT PASTE IN EEN PROJECT VAN HEN. ZIJ WAREN CONTENT. MAAR DE AANTALLEN WAREN ECHT KLEIN EN WIJ MOESTEN ONS QUA LEVERING HEEL ERG SCHIKKEN NAAR HUN UREN. WE HEBBEN HET STOPGEZET. IN EEN ANDER WOONZORGCENTRUM WILDEN WE EENS INGAAN OP EEN OPDRACHT I OPENBARE AANBESTEDING, MAAR DAT WAS EEN HEEL GEDOE. WE HEBBEN ER ONZE PRIJS 'INGESTOKEN' MAAR WAREN BLIJKBAAR NIET DE GOEDKOOPSTE."

KORTE KETEN PRODUCENT

Korte keten-producenten zijn ondernemers die een ***toekomstperspectief*** zoeken voor zichzelf, hun kinderen en hun bedrijf. Ze kiezen voor een duurzame landbouw en willen door de rechtstreekse verkoop impact op hun prijs.

Hiervoor zijn stabiele afzetkanalen interessant. Veel korte keten-producenten combineren daarom verschillende type klanten (horeca, markten, thuisverkoop, lokale supermarkten, delicatessen-winkels, ...) om het risico te spreiden. Daarnaast is de tijdsinvestering van de verkoop bepalend (bv. Ik doe een grote boerenmarkt waar ik zeker ben dat er genoeg afname.).

"KLEINSCHALIGHEID STAAT HAAKS OP RENDEMENT. ER IS EEN ZEKERE OMZET NODIG OM EEN RENDEMENT TE HALEN."

LANDBOUWER

"MIJN WENS – EN IK GELOOF DAT DIE REALISTISCH IS – OM MEER DAN EEN DERDE VAN MIJN LANDBOUW-PRODUCTEN VIA KORTE KETEN TE KUNNEN AFZETTEN. DE KORTE KETEN KAN MAAR MARCHEREN ALS DE AMBACHTEN VAN SLAGERS, BAKKERS, KLEINE BLOEM-MOLENS, VERWERKERS EN RESTAURANTS MEER GEWAARDEERD WORDEN. WE WILLEN VIA LOKALE KANALEN ONS EIGEN VOEDSEL KUNNEN VERDELEN, ZODAT ER OOK EEN LEEFBARE OMZET IS, DIE VOOR IEDER DUURZAAM IS."

Korte keten-producenten willen in de kijker komen met hun bedrijf en producten. Er zijn enkele heel goede lokale voorbeelden van producenten die ***social media*** inzetten om de volgers een inkijk te geven in hun leven en zo een vertrouwensband op te bouwen met klanten. Veel consumenten vinden het een meerwaarde om zo meer te weten te komen over de producten, het leven op de boer-derij, de omgang met de dieren en over hun eigen streek. Dit geeft hen vertrouwen in de producent en zijn/haar producten en laat hen zien wat er mede door hun aankopen mogelijk wordt.

Andere producenten komen hier echt niet aan toe of hebben er te weinig kennis of affiniteit mee. Communicatie is vaak de zoveelste taak voor producenten, soms de taak te veel. Er is een duidelijke vraag naar en nood aan ***mede-bekendmaking, -zichtbaarheid en -bewustwording***.

Tips

Ga eerst luisteren bij producent(en) als je een actie opzet en toets jouw plannen af aan hun noden.

Tip 1

Lanceer een communicatiecampagne om korte keten in jouw buurt zichtbaar te maken. Zet in op verschillende communicatie-kanalen: van heel licht naar diepere verhalen. Er kan hiervoor ook samengewerkt worden met verschillende mensen: boer(inn)en, producenten, consumenten, organisatoren.

Tip 2

Toon in (kwalitatieve) communicatie de kwaliteit van lokale producten. Bijvoorbeeld kwalitatieve foto's van boeren en producten waar ook trots, eigenheid, levendigheid, ... uit spreekt, uniformiteit in tekst en up-to-date informatie.

Tip 3

Maak korte keten zichtbaarheid in het straatbeeld.

Tip 4

Promoot de week van de korte keten en biedt als lokaal bestuur ondersteuning bij activiteiten waarbij er een lokale samenwerking is.

Tip 5

Wat wil de consument?

"HET VERGT WAT INSPANNING EN ORGANISATIE OM MET DE FIETS VAN DE ENE PRODUCENT NAAR DE ANDERE TE RIJDEN, MAAR HET LOONT DE MOEITE ALS JE LEKKER GERIEF WIL."

CONSUMENT

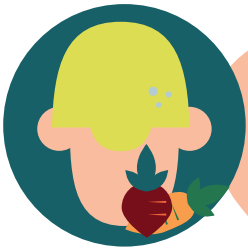
Voor de producent is ***thuisverkoop*** door winkel of automaat dikwijls een handig verkoopkanaal, maar voor consumenten die hun dagelijkse boodschappen bij lokale producenten willen halen, is dit niet altijd het geval. Deze consumenten zoeken naar andere manieren om de producten verzameld op één locatie te vinden (bv. voedselteams, boerenmarkten, lokale supermarkt...).

" WE ZOUDEN DENKEN DAT DOOR HET TRANSPORT EN TUSSENSCHAKELS DIE WEGVALLEN DE PRODUCTEN GOEDKOPER ZIJN. "

De ***prijs*** is voor consumenten een belangrijke factor in hun overweging om korte keten-producten te kopen. Producenten zijn dan ook bezorgd over de inflatie en hoe dit het koopgedrag van consumenten kan beïnvloeden.

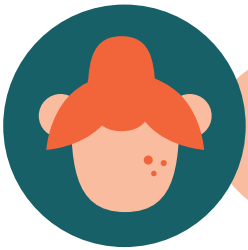
In de (eigen) prijszetting van korte keten-producten is ruimte voor een eerlijk en werkbaar inkomen voor de producent, maar in de praktijk is dit vaak nog niet zo. Om bij te dragen aan een fair inkomen kiezen consumenten ook vaak voor korte keten-producten.

Er is discussie of korte keten-producten nu duur of goedkoop zijn. De prijszetting van deze producten is afhankelijk van de producten waarmee je vergelijkt (bv. supermarkt tegenover delicatessenwinkel) en wanneer (seizoensproducten zijn goedkoper). Consumenten die al in de korte keten kopen, ervaren dat door bewust te kopen de waarde van het product toeneemt: ze gooien minder weg en halen meer ***voldoening*** uit het kopen van lokale producten.



"MENSEN ZIJN ZO TEVREDEN OVER DE VERSHEID EN DE KWALITEIT VAN ONZE GROENTEN. VELEN KUNNEN NADIEN NIET MEER GENIETEN VAN GROENTEN UIT DE SUPERMARKT. DAT MERKEN WE OOK OP DE NIEUWE MARKT. ZE ZIJN VERBAASD EN KOMEN TERUG."

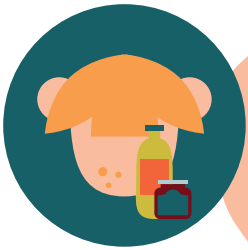
GROENTETELER



" JE GELD IS OOK GOED BESTEED, JE ZIET WAAR HET NAARTOE GAAT. HET GAAT ECHT NAAR DE FAMILIES VAN DE PRODUCENTEN, HUN KINDEREN WORDEN ERMEE GROOT."

CONSUMENT

Korte keten is ***mensenwerk***. Wanneer producent en consument elkaar vinden, zijn het dikwijls ***waardevolle ontmoetingen***. Het verhaal kennen van de producent is vaak een grote meerwaarde. Maar bij ziekte, een technische defect, ... valt een zekerheid ook vaak weg. Er is niet altijd een buffer om dit op te vangen. Het persoonlijke contact kan voor begrip zorgen.
Vaak vinden consumenten het ook vervelend.



"WE HADDEN GEEN BOTER IN DE WINKEL OMDAT DE PRODUCENT HAAR HAND VERWOND HAD. VAN DE VIJF KLANTEN AAN WIE WE DIT MOESTEN UITLEGGEN, WAS ER SLECHTS EEN KLANT DIE VROEG HOE HET MET HAAR GING. DE ANDEREN REAGEERDEN VOORAL ONGERUST OVER HET FEIT DAT ZE NU ERGENS ANDERS BOTER MOESTEN HALEN."

GROENTETELER

Veel producenten doen heldendaden door nachtwerk, geen vakantie te nemen, ..., zodat de consument geen hinder ondervindt. Is dit eigenlijk wel haalbaar en wenselijk? Hoever is té ver? Mag de consument ook leren omgaan met onzekerheid? En hebben we ook geen taak om de consument hierin mee te nemen?

"EEN VAST AANBOD IS BELANGRIJK. VANDAAG BEN IK WAT TELEURGESTELD WANT DE BAKKER IS ER NIET EN HET KNUTSELSTANDJE OOK NIET.
DAT IS WEL VERVELEND WANT DAN MOET IK TOCH NOG ELDERS NAARTOE. IK DENK DAT ER VOLDOENDE AANBOD IS IN HET MEETJESLAND MAAR DE BESCHIKBAARHEID KAN MISSCHIEN NOG WEL BETER."

CONSUMENT OP DE BOERENMARKT

Het is nodig om met een heel open blik naar de potentiële klantensegmenten van de korte keten te kijken. De consument of klant kan heel ***gevarieerd*** zijn: een individuele klant, een lokale supermarkt, een andere producent, een horeca-uitbater, een toerist, ... Binnen het project hebben we gemerkt dat er ***openheid*** is om meer met lokale producten te werken. Logies, evenementenlocaties, grotere hotels willen wel de stap zetten, maar voor hen is dit niet altijd de gemakkelijkste oplossing, vaak omwille van de distributie.

"WAT ALS ER VANUIT DEZE PRODUCENTEN EEN GEZAMENLIJK CONCEPT ZOU ONTSTAAN WAARMEE WE PRODUCENTEN EN HUN PRODUCTEN SAMEN NOG MEER IN DE KIJKER KUNNEN ZETTEN? DAT DIT PLEKJES ZIJN WAAR BEZOEKERS HARTELIJK ONTVANGEN WORDEN, MET VERHALEN EN PRODUCTEN VAN DE STREEK
(WAT GEÏSOLEERD DIKWIJLS AL ZO IS).
IN HET BESTE GEVAL ZOUDEN WE DAAR ZELFS CAMPAGNE KUNNEN ROND VOEREN ALS HET EEN OPTIE IS OM DIT OOK TOERISTISCH UIT TE SPELEN."

TOERISTISCH PROMOTOR

Meer en meer worden ook ***grootkeukens*** (in scholen, rusthuizen, ziekenhuizen, provinciale domeinen, psychiatrische instellingen, ...) aangesproken om met producten uit de streek te werken. Er wordt a priori niet aan gedacht of verondersteld dat het niet mogelijk is. Al zien we dat de interesse hier en daar wel groeit.

Maar er zijn ook weerstanden:

1) de huidige processen en werkwijzen van het keukenpersoneel zijn hier niet op afgesteld,

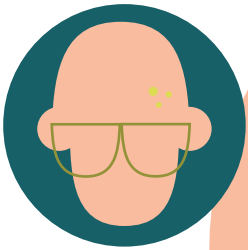
2) de prijszetting of openbare aanbestedingen duwen in de richting van een keuze voor de goedkoopste aanbieder,

3) er zijn twijfels of de levering ook gegarandeerd kan worden.

Het is nodig om ***elkaar*** eerst te leren ***kennen*** met betrekking tot producten, werkwijze, mogelijkheden, levertermijnen, bestelmethodes, ...

bijvoorbeeld:

- ***X*** door bezoeken van keukenpersoneel aan landbouwbedrijven uit de streek,
- ***X*** door te starten met eenvoudige of enkele producten,
- ***X*** door bezoek aan een grootkeuken die hier al ervaring mee heeft
- ***X*** ...



"WE HEBBEN IN ONS PSYCHIATRISCH ZIEKENHUIS EEN GROOTKEUKEN. EEN TIJD GELEDEN HADDEN WE EEN WERKGROEP GEZONDE VOEDING. DAT SLUIT WAT AAN BIJ KORTE KETEN, MAAR DAAR KEKEN WE NIET ECHT NAAR.
DE WERKGROEP IS STILGEVALLEN OMDAT DE KEUKEN HELEMAAL NIET MEE WOU. 'WIJ KOKEN AL GEZOND', ZEIDEN ZE. AL KAN JE BEST WAT VRAAGTEKENS PLAATSEN BIJ DE CALORIEEN DIE MENSEN SOMS OP HUN BORD KRIJGEN. ER IS OOK EEN HEEL STRIKTE ZIEKENHUISHYGIENE. EITJES UIT ONZE EIGEN TUIN OF GROENTEN, ZOUDEN WE NIET ZOMAAR KUNNEN GEBRUIKEN."

THERAPEUT-BRUGWERKER TUSSEN PATIENTEN EN MAATSCHAPPIJ

Tips

Diverse doelgroepen en sectoren staan nog aan het begin. De eerste stap hierbij is om geïnteresseerden mee op pad te nemen, te tonen dat een samenwerking wel kan. En hen wegwijs te maken in de sector (bv. via ambassadeurstraject).

Tip 1

Deel inspirerende verhalen, tips en samenwerkingen.

Tip 2

Er zijn heel wat organisaties die praktische tips en materiaal hebben voor overheden, burgers, grootkeukens ... die met korte keten aan de slag willen, zoals: Steunpunt Korte Keten, Wervel, Voedsel Anders, VVSG, ... Je kan lid worden van hun facebook-pagina of je inschrijven op hun nieuwsbrief.

Tip 3

Geef als lokaal bestuur of regionale organisatie het goede voorbeeld en koop korte keten of lokaal. Start klein of met eenvoudige producten.

Tip 4

Organiseer uitwisseling en bedrijfsbezoeken bij collega's en mensen die met lokale producten aan de slag gaan (grootkeukens/instituties/boeren).

Tip 5

Korte Keten als onderdeel van een transitie

We leven in een tijd met grote maatschappelijke uitdagingen en groeiende polarisatie, we denken hierbij aan klimaatopwarming, afname van biodiversiteit, spanning tussen (ruimte voor) natuur en landbouw, een kloof tussen landbouw en burgers, gebrek aan respect en volwaardig inkomen (naar werk) voor landbouwers, gebrek aan gedragen visie rond haalbare duurzame landbouw en lokale voedselvoorziening, een toename van inkomens-ongelijkheid, een groeiende groep inwoners die geen toegang heeft tot gezonde (lokale) voeding, vereenzaming, sociale verbinding en dienstverlening die wegvallen in dorpen, burn-out-epidemie, personeelstekorten o.a. in zorg en onderwijs, … .

Het zijn uitdagingen die landbouw en voeding vaak in het hart raken. Korte keten is geen wonderoplossing. We zien wel veel inspirerende praktijkvoorbeelden waar korte keten en lokale dynamiek bijdragen aan een positieve maatschappelijke impact, door sectoroverschrijdend en organisatieoverschrijdend te werken. Ze formuleren voorzichtige antwoorden op de vraag: Hoe kan lokale voedselproductie een ***gezonde hefboom*** zijn voor de maatschappelijke noden?

- Ziekenhuis AZ Zeno werkt vanuit een holistische visie op gezondheid samen met tal van lokale voedsel-producenten, waaronder een vaste samenwerking met een groenteboer die voor het ziekenhuis teelt. Een moedige keuze met tal van positieve effecten, waaronder een grotere jobtevredenheid in een sector waar een groot personeelstekort is.

- Nieuwe boeren en lokale voedsel-producenten die werkzekerheid (in een andere sector) opgeven voor hun passie en idealen.

- Plukboerderij 't Schaaphof, een groep van 4 boerinnen en meer dan 100 lokale burgers die zich engageren in een coöperatie om de uitbreiding van (grond voor) het bio-groententeeltbedrijf in Landegem mogelijk te maken.

- Dagbesteding op boerderij vzw De Kruiskenshoeve en Gooikenshoeve vzw voor kwetsbare jongeren die daar zichzelf, rust, kwaliteiten, plezier, ... vinden die ze niet op school of in de zorg vinden.

- De vrijwilligers van wereldwinkel Maldegem die een paasbrunch (aan huis) organiseren in samenwerking met de drie lokale marktkramers van Adegem.

- Freinetschool De Kleine Helden in Eeklo die samenwerkt met 't Livinushof in Sint-Margriete voor een lokaal 4-uurtje (groenten- en fruit-abonnement op school).

- Boerenmarkt Kaprijke mét optredens en bar als ontmoetingsplek voor buren, waar ook lokale makers hun producten kunnen aanbieden waardoor er kruisbestuiving met cultuur ontstaat.

- De Huysmanhoeve, een publiek domein waar beleving en verkoop van korte keten en landbouw samengaan.

Lokaal voedsel produceren, verwerken en kopen, kan mensen verbinden met hun omgeving. Ook als therapeutische tijdsbesteding, bv. bij herstel na burn-out. Korte keten zorgt voor noodzakelijke waardevolle ontmoetingen, waarin boeren en burgers elkaar ontmoeten, zich kunnen inleven in elkaars situatie en keuzes. Een belangrijke eerste stap voor gezamenlijke slagkracht en om polarisatie tegen te gaan.

Momenteel zijn het ***pioniers met veel idealen*** die ontzettend veel (vrijwillig) in hun projecten hebben geïnvesteerd en vaak nog steeds doen. Met een sterk vertrouwen, daadkracht en een krachtig positief verhaal krijgen ze andere mee. Ze zijn vaak een voorbeeld voor velen, terwijl ze dikwijls nog steeds moeten opboksen tegen een wet- en regelgeving die in schotten denkt en werkt en blijven knokken om er een financieel gezond en

duurzaam verhaal van te maken. Zo blijft er op diverse fronten nood aan een sector- en thema-overschrijdend ondersteunend kader en voor een (bestendigen van) experimenten-vriendelijk klimaat.

De verhalen toonden ons ook dat er nog veel kansen liggen, om korte ketenproducten toegankelijk te maken voor iedereen, om samenwerking te bevorderen, ... Ze vragen ook ondersteuning en tijd (die boeren en producenten vaak niet hebben).
Proefprojecten zouden hier een meerwaarde kunnen betekenen. We hoorden van:

- ***X*** Diverse ocmw-klanten en mensen in budgetbeheer die van de beheerder/begeleider geen toestemming kregen om lid te worden van een CSA-boerderij, wegens te duur, geen goed beheer van budget. Mensen die zelf de stap zetten tonen een heel grote motivatie. Hoe waardevol kan het zijn voor mensen om zelf de groenten te komen oogsten en daarbij ook toegang te hebben tot andere voordelen: hele jaar door toegang tot gezonde voeding, andere mensen ontmoeten in natuur, netwerk, nieuwe recepten leren kennen, in de natuur zijn, meewerken op het veld, ... ?

- ***X*** Een rusthuis naast een zelfoogstboerderij. De ouderen kijken graag uit over de akker en komen er graag langs wandelen. Maar contact over afname van groenten is er nog nooit geweest. Zou een samenwerking mogelijk zijn en wat is er voor nodig?

- ***X*** Een grootkeuken die wel met korte keten-producten wil werken, maar niet weet hoe ze dit met de openbare aanbesteding kunnen organiseren.

- ***X*** ...

Een lokale verbindende, ondernemende en zorgzame dynamiek kan een groot verschil maken voor mensen en/in een gemeenschap. Maar echte verandering komt er samen met duurzaam, rechtvaardig, zorgzaam en stimulerend beleid, op ***alle bestuursniveaus***. De positieve effecten van korte keten kunnen een structurele aanpak van onze huidige uitdagingen niet vervangen.

Ook op het vlak van duurzame landbouw, klimaatadaptatie en biodiversiteit zien we dat korte keten en de waardevolle contacten die ze met zich meebrengt, ertoe doen. Zo zijn er landbouwbedrijven die onder impuls van de consumenten omschakelen naar biologische landbouw, zoals bij Voedselteams, waar lokale teams vaker in gesprek gaan met de producenten en bedrijven bezoeken. Bedrijfsbezoeken zorgen er ook voor dat consumenten een veel realistischer beeld krijgen en leren dat duurzame landbouw over veel aspecten gaat.
We zien ook dat de formele en informele uitwisseling tussen boeren onderling - het leren van elkaar - belangrijk is om concrete en passende stappen te zetten om hun landbouwbedrijf te verduurzamen en veerkrachtiger te maken, zoals meer inzetten op agroforestry.

Belangrijk hierbij is dat een landbouwer in de eerste plaats iemand is die gewassen, groenten, dieren, ... verzorgt en teelt, iemand die een gemeenschap van voedsel voorziet. Boer(in) zijn vraagt in deze tijd veel kwaliteiten, zeker een korte-keten-boer(in) zijn. We moeten er blijven voor waken dat boeren geen sociaal werker of natuurbeheerder moéten zijn (maar àls ze het zijn, hiervoor ook vergoed worden). Ook hier geldt dat ***diversiteit*** loont.

Lokaal

De term ‘korte keten’ is bij veel mensen nog niet gekend. Er is ook veel verwarring met het begrip ‘lokaal’ dat de laatste jaren aan belang toeneemt.

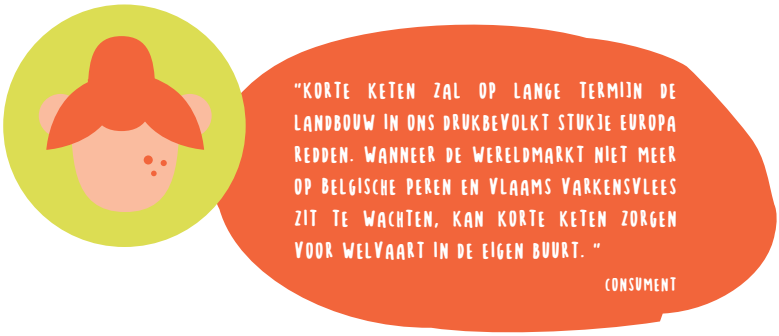
Korte keten betekent dat je voeding weinig of geen tussenschakels passeert en dus via de kortste weg van de boer tot op je bord komt. Zo weet je als consument vanwaar je voedsel komt, en als producent weet je voor wie je teelt en heb je meer zeggenschap over je (eerlijke) prijs en aanbod. De veiling, de voedselverwerkende industrie en het grootwarenhuis komen er in de korte keten niet aan te pas.
Korte keten stimuleert de lokale economie: producten die lokaal geteeld zijn, worden via de korte keten lokaal verkocht en geconsumeerd. Zo beperk je ook het aantal voedselkilometers. In theorie (en soms ook in de praktijk) kan korte keten ook over niet-lokale producten gaan: koffie rechtstreeks van een koffieboer in Honduras, olijfolie rechtstreeks van een Griekse boer, … met aandacht voor fair trade, duurzaamheid en verbinding tussen producent en consument.

Lokaal betekent ‘in je buurt’ geteeld of verwerkt. Hoewel het woord toegankelijker is, is er eigenlijk veel meer onduidelijk: op welke afstand spreken we van lokaal (dat hangt ook af van beschikbaarheid)? Lokaal is geen garantie voor een eerlijk loon voor de producent, of voor een product zonder veel tussenschakels. Een lokaal (verwerkt) product, zegt niets over de afkomst van de ingrediënten. En soms wordt lokaal ook gebruikt voor: lokaal (bij een kleine handelaar) gekocht, waarbij het helemaal niets zegt over de afkomst van het product.

De koeken van Lotus Bakeries bijvoorbeeld worden in Lembeke gebakken. Ze zijn dus een ‘lokaal product’ met ingrediënten van elders, dat je via een lange keten van tussenschakels in een lokale winkel kan kopen.

De begrippen worden vaak door elkaar gebruikt. En hoewel consumenten de verschillen vaak niet belangrijk vinden, is het goed om blijvend aandacht te hebben voor 'de waarden en voorwaarden' achter de begrippen.

De interesse voor lokaal is sinds ***corona*** toegenomen en korte keten maakt deel uit van deze trend. Hoeveproducten hadden een ietwat oubollig karakter, terwijl korte keten eerder deel uitmaakt van een verhaal waarbij lokale ***consumptie*** gestimuleerd wordt om zo de lokale ***economie*** te stimuleren.



Lokaal kopen heeft een brede weerklank gevonden en wordt bijvoorbeeld ook door lokale supermarkten met zelfstandige uitbaters opgepikt. Er is bezorgdheid dat dit voor uitholling zorgt van de korte keten en het eerder een marketingverhaal is (greenwashing). Ook zijn er vroegere ervaringen met supermarkten waarbij de prijsdruk of levertermijnen voor producenten opgedreven worden waardoor het voor hen niet meer leefbaar is. Toch hebben producenten ook positieve ervaringen met zelfstandige uitbaters van lokale supermarkten als zij een duurzame relatie willen uitbouwen met de producenten. Voor de consument sluit de lokale supermarkt goed aan bij hun koopgewoontes waardoor ze op een laagdrempelige manier lokale producten kunnen kopen.

De verwarring rond lokaal wordt in onderstaand voorbeeld duidelijk. Een microbrouwerij startte lokaal, maar besteedt de productie nu uit terwijl ze de oorsprong van de ingrediënten niet kent. De afname is wel lokaal gericht. Voor de meeste consumenten lijkt dit lokaal geproduceerd bier.

"NU WERKEN WE MET EEN CONTRACT BREWERY. ZIJ ZIJN ER SPECIAAL OP GERICHT OM KLEINE PRODUCENTEN IN DE OMGEVING VAN HET GENTSE TE BUNDELEN ZODAT ZE KUNNEN BROUWEN. WIJ HEBBEN DE RECEPTUUR ONTWIKKELD. ZIJ KENNEN DIE EN PRODUCEREN VOOR ONS. ZIJ REGELEN DE INGREDIENTEN (WATER, MOUT, HOP). ZE SOURCEN EN KOPEN ALLES AAN IN GROTERE OPLAGES, DAT IS VOOR IEDEREEN INTERESSANTER.
IK WEET EIGENLIJK NIET VAN WAAR OF HOE DIE KOMEN. IK HEB ER NOG NIETS OVER GEZIEN IN HUN BEDRIJFSVOERING. MAAR HET IS EEN JONG BEDRIJF EN LOKAAL BETEKENT VAAK GOEDKOPER WANT DE TRANSPORTKOSTEN ZIJN ZEER HOOG DUS HET IS ECONOMISCH OOK INTERESSANT OM AAN KORTE KETEN TE DOEN.
ZIJ LEVEREN IN ONS MAGAZIJN EN VAN DAARUIT LEVEREN WIJ AAN DRANKENCENTRALES. AAN HEN IS HET SOMS MOEILIJK OM TE OVERTUIGEN OMDAT ER AL ZOVEEL BIEREN ZIJN. IN DE DIRECTE OMGEVING WILLEN ZE WEL MAAR DAARBUITEN BESTAAN HUN EIGEN LOKALE BIEREN OOK AL EN DIE WILLEN ZE DAN LIEVER."

BROUWER-ONDERNEMER

Lokale samenwerking en contact met collega's en consumenten nodigen uit om elkaar te bevragen en inspireren. Niet omdat er 'maar één goede weg is', maar omdat transparantie erg belangrijk is voor vertrouwen binnen korte keten- en lokale relaties. En omdat het steun, moed en kennis vraagt om nieuwe wegen in te slaan en bv. te kiezen voor andere, lokaal beschikbare ingrediënten, veevoer, afnemers, … .

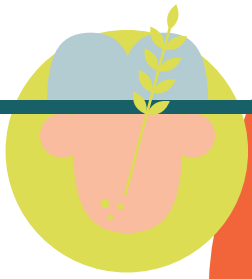
Lokale voedselproductie

"Korte keten zal op lange termijn de landbouw in ons drukbevolkt stukje Europa redden. Wanneer de wereldmarkt niet meer op Belgische peren en Vlaams varkensvlees zit te wachten, kan korte keten zorgen voor welvaart in de eigen buurt. "

Consument

Veel mensen die bewust korte keten kopen, doen dit om bij te dragen aan een ***duurzamere wereld*** waar de transportkilometers verminderen, en het dierenwelzijn en een positieve impact op de leefomgeving voorop staan.

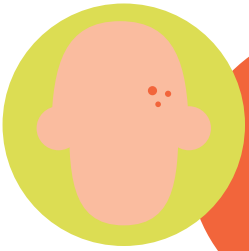
Meer dan enkel de producenten zijn ook ***andere schakels*** zoals molens, slagerijen, ... hierbij cruciaal.



"De verwerkende voedingsindustrie is er en het is ook noodzakelijk dat die bewust kiest om producten van eigen bodem te gebruiken, en hierdoor gemotiveerd wordt door ons allemaal. Wat hier in België, Vlaanderen is, moet men niet invoeren uit andere landen en continenten. Concurreren tegen andere landen waar de wetgeving veel soepeler is, waarbij er geen strenge controles zijn, en in bulk aangevoerd worden, is vechten tegen de windmolens en een ongelijke strijd. Dat ons land meer zelfvoorzienend wordt voor eigen voeding. Ons land heeft hoogkwalitatief voedsel, heel streng gecontroleerd, en daar mogen we trots op zijn. Dit alles aan fair trade in eigen land, voor ieder."

Landbouwer

De focus op lokale productie en consumptie vereist een ***andere aanpak en manier van denken***. Om lokale voedselgemeenschappen te organiseren, zijn er nog veel mogelijkheden die we in de streek nog verder zouden kunnen onderzoeken en hierbij leren van anderen: coöperaties, voedselhubs, groepen mensen die zichzelf organiseren, deelsystemen, platformen, ...



"WE KOZEN ER BEWUST VOOR OM DE UITBREIDING VAN ONZE COOPERATIE MOGELIJK TE MAKEN MET BEHULP VAN ONZE VASTE KLANTEN. MENSEN DIE SUPPORTERS ZIJN, DIE DE KWALITEIT VAN ONZE GROENTEN WAARDEREN EN DIE IN ONZE VISIE GELOVEN, AL STELLEN ZE OOK KRITISCHE VRAGEN. WE WILDEN NIET AFHANKELIJK ZIJN VAN EEN BANK. 139 MENSEN WERDEN DE VOORBIJE MAANDEN COOPERANT EN BRACHTEN SAMEN MEER DAN €250.000 MEE, GOED VOOR DE AANKOOP VAN TWEE EXTRA HECTARE GROND EN ENKELE INVESTERINGEN. "

COOPERATIE

Tips

Organiseer inspiratietochten voor lokale overheden (ambtenaren en politici). Werken aan korte keten en lokale voeding gaat ook over een lokale voedselstrategie, samenwerking ondersteunen, gemeenschapsgronden voor buurtmoestuinen of voedselbos, ... ook projecten en initiatieven die boeren en burgers dichter bij elkaar brengen (nog los van verkoop) zijn van belang.

Tip 1

Organiseer inspiratietocht buurtgericht werken en samenwinkels voor sociale diensten, instellingen,vrijwilligers, verenigingen, pioniers, ...

Tip 2

Deel inspirerende verhalen en samenwerkingen om aan te tonen dat het wel kan.

Tip 3

Decentralisatie en zelfsturing ondersteunen

"ALS WE 'S MORGENS ONS KRAAM HEBBEN OPGEZET OP DE BOERENMARKT, IS HET MEESTAL NOG RUSTIG EN DAN ZIE JE TELKENS MARKTKRAMERS VAN HET ENE KRAAM NAAR HET ANDERE GAAN OM BIJ ELKAAR TE KOPEN.
EN ONDERTUSSEN KRIJGEN EN GEVEN WE OOK ADVIES. OF ONTSTAAN ER ANDERE DINGEN. EN 'T IS GEWOON ZO'N WIJZE BENDE. IK ZOU HET ECHT NIET MEER WILLEN MISSEN."

PRODUCENT

De positieve ervaringen die we zo vaak horen, steunen op persoonlijk contact, vertrouwen, wederzijds begrip, de verhalen achter de producten en kennis- en ervaringsuitwisseling. Verbinding die voor plezier, vertrouwen, trots, ***een 'samen sterk'-gevoel*** én lokale betrokkenheid zorgt. Tussen consumenten en producenten, ook tussen producenten onderling, een boer en een chefkok, een hoevewinkelier en collega-boeren, ... ***Dit is één van de grootste sterktes van korte keten in het Meetjesland.***

"HET MEESTE TROTS BEN IK OP DE SAMENWERKING MET DE BAKKER DIE ONS GRAAN VERWERKT EN DAN ZIJN BROOD IN ONZE AUTOMATEN VERKOOPT"

LANDBOUWER

Bij projecten die voor opschaling zorgen of dat betrachten, horen we die positieve ervaringen veel minder. Er is een groep mensen die we niet konden engageren voor dit project omdat ze er geen zin meer in hebben, het niet meer kunnen opbrengen of kritisch zijn.

Daarnaast zijn er 'jonge' enthousiastelingen, mensen die willen, maar soms ook te veel verwachten, ... Het is belangrijk dat korte keten-samenwerkingen nu anders worden, waarbij de motivatie van zoveel jonge en oudere mensen van pas komen. Door in te zetten op eenvoudige samenwerkingen, collegagroepen... in een positief klimaat en met duidelijke spelregels en eigenaarschap.

Boeren, producenten, hun bedrijven en producten hebben ***karakter***. Gelukkig. ***Eigengereidheid en zelfbeschikkingsrecht*** spelen daar ook een belangrijke rol in. Waar die mag en kan floreren, komt de kracht van korte keten en lokale voeding het meest tot zijn recht. Ze staan betrokken, open en geëngageerd in de samenwerkingen die ze zelf aangaan. Al zijn die samenwerkingen niet per se duurzamer, en de leveringen mogelijks wat minder efficiënt (al hoeft er dan ook geen energie en geld te gaan in complexe systemen).
Er zit ***toekomst in lokale kleinschalige initiatieven met een eigen karakter***. Waar de verbinding, eigenheid, sfeer en passie hand in hand gaan met een ruimer (maar vaak geen volledig) aanbod.
Lokale korte keten-knooppunten.
We zien hier al mooie voorbeelden en er liggen nog veel kansen.
Bijvoorbeeld:

- Groentegem, csa-groenten-zelfoogstboerderij dichtbij de hoevewinkel De Zwaluw in Lievegem.

- Hoevewinkel Van Eigen Kweek in Lembeke waarbij het eigen aanbod is aangevuld met een ruim aanbod van collega-boeren die volgens dezelfde waarden werken en waar de boeren met evenveel passie over vertellen, omdat ze er zoveel over weten.

- Lokaalmarkt Beke waar het ook gezellig vertoeven is en producenten elkaar ondersteunen en mee vorm willen geven aan de verdere ontwikkeling. Waar goesting ontstaat voor andere initiatieven.

- Een voedselteam met een ruim aanbod in de webwinkel, waarbij consumenten elkaar ontmoeten en op bezoek gaan bij de producenten.

- Brouwerscollectief Meetjesland, waarbij lokale craft-brouwerijen samenwerken en lokale producten gebruiken.

X Een hoeveautomaat bij Boer Steven in Sint-Jan-in-Eremo met ook producten van collega-boeren.

“Hoe kunnen we de afzetmarkt voor korte keten vergroten? Hoe kunnen we consumenten de weg naar de korte keten laten vinden? Hoe kunnen we een logistiek systeem in het Meetjesland organiseren?” Dikwijls wordt gezocht naar één systeem of grote organisatie die de knelpunten van de korte keten moet oplossen. Opschaling is wat betreft korte keten momenteel niet de weg vooruit. ***Niet centralisatie, wel decentralisatie komt als een sterke hefboom naar voren. Een web met knooppunten, vanuit lokale dynamiek en eigen karakter.***

We kunnen de impact van korte keten vergroten door de ***relaties*** tussen elkaar te ***versterken***. Onderling heerst er soms een concurrentie-gevoel tussen korte keten-ondernemers. Dit gevoel is dikwijls contraproductief en onterecht.

Het web van lokale knooppunten heeft nood aan ***zichtbaarheid***. Daar kan het project en het Goeste-label een belangrijke rol in spelen. Zo kan een groeiende groep consumenten de weg vinden in de diversiteit aan initiatieven en aanbieders - divers in aanbod, bereikbaarheid, eigenheid en aanpak - en naar de initiatieven die het best bij hen aansluiten.

Ook door een ***gezamenlijke bekendmaking en bewustwording en aandacht voor vindbaarheid***, kan de korte keten meer consumenten aantrekken en lokale voeding aantrekkelijker en evidenter maken.

Tips

GOESTE ALS NETWERK OF WEB VAN HEEL DIVERSE, EIGENZINNIGE (KARAKTERVOLLE) EN LEVENDIGE LOKALE KORTE KETEN KNOOPPUNTEN, INITIATIEVEN EN SMAKEN. ZO VINDT IEDER Z'N GOESTE.

TIP 1

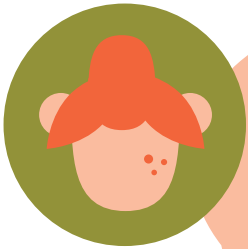
MAAK LOKALE DYNAMIEKEN EN SAMENWERKINGEN MEE MOGELIJK EN ZICHTBAAR EN ONDERSTEUN HEN. GA IN GESPREK MET DE VERSCHILLENDE ACTOREN IN DE KORTE KETEN EN LUISTER NAAR HUN NODEN.

TIP 2

ONDERSTEUN EN PROMOOT (KLEINE) SAMENWERKINGEN.

TIP 3

Korte keten, meer dan voedsel



"MIJN DROOM VOOR KORTE KETEN IS DAT WE ONS ALGEMEEN MEER BEWUST ZIJN VAN DE SAMENHANG VAN ALLES: LANDBOUW, NATUUR, LANDSCHAP, GEDEELDE 'COMMON' PLEKKEN; BOEREN EN ALLE MENSEN, BODEM, VOEDING, AARDE, DIEREN, ... GOED EN GEZOND TELEN, GOED EN GEZOND ETEN, GOED EN GEZOND LEVEN EN SAMENLEVEN, EEN VEERKRACHTIGE LOKALE LANDBOUW, EEN VEERKRACHTIGE LOKALE GEMEENSCHAP, ... DAT WE ONS ERVAN BEWUST ZIJN HOE BELANGRIJK EN TOF HET IS, EN DAAROM BEREID ER MOEITE VOOR TE DOEN. "

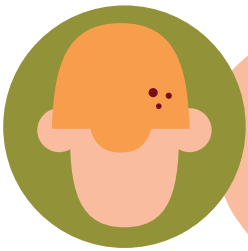
CONSUMENT

Korte keten wordt soms als moeilijk ervaren. Het is (meestal) niet kant en klaar afhalen op één plaats, het is niet goedkoop ... het vergt een inspanning. Maar geldt dat niet voor de mooiste en leukste dingen?

"KORTE KETEN ZORGT VOOR LEKKERE OF MOOIE PRODUCTEN WAAR DE HELE LOKALE GEMEENSCHAP FIER KAN OP ZIJN. HET GEEFT IDENTITEIT AAN MENSEN. "

STREEKPROMOTOR

De gemeenschap kan het mee mogelijk maken. Korte keten ontstaat in samenwerking met het hele lokale ecosysteem van consumenten, producenten, middenveld, politiek, lokale ondernemers, ziekenhuizen, lokale supermarkten, molens, slachthuizen, grootkeukens... en brengt meer teweeg dan enkel voedsel.
Het sociale aspect van korte keten kan een belangrijke hefboom zijn om meer consumenten te bereiken, en doet dat nu al vaker. Daarom is die kruisbestuiving met andere sectoren en het engagement van velen belangrijk. Voedsel verbindt.



"HET SOCIALE IS HIER EEN CADEAUTJE, EEN FIJNE EXTRA. DE COMMUNITY HEEFT IETS VERVULLENDS. WE KWAMEN MET EEN GROEPJE MENSEN PREI PLANTEN OP EEN SAMENWERKDAG, DAN DOE JE DAT TOCH GEZELLIG DICHT BIJ ELKAAR. WERKEN EN BABBELEN, EN ELKAAR VINDEN, HOE ANDERS ONZE INVALSHOEKEN OOK ZIJN."

DEELNEMER CSA

" WE ZETTEN OM DE BEURTEN DE BESTELLINGEN VOOR IEDEREEN KLAAR IN HET DEPOT. EIGENLIJK IS DAT SUPER EN HEEL LEERRIJK: ZO ZIE IK WAT ANDEREN BESTELLEN EN LEER IK NIEUWE DINGEN KENNEN. OVER DE PRODUCTEN PRATEN MET ELKAAR IS OOK HEEL TOF."

VRIJWILLIGER BIJ VOEDSELTEAMS

Om werk te maken van zoveel mogelijkheden en enthousiasme die nu in de knop zitten, zien wij dat een vaste, verbindende persoon, ***een Goeste-verbinder*** een belangrijke (en noodzakelij-ke) meerwaarde zou zijn. Een Goeste-verbinder: eerste aanspreekpersoon die de communicatie en website verzorgt, mensen met elkaar verbindt, een vinger aan de pols houdt en gangmaker is voor kleine initiatieven. Iemand die de regio en korte keten al goed kent en een krak is in communiceren, verbinden en netwerken. Iemand die ook vertrouwen krijgt omdat die (1) niet samenvalt met één organisatie en (2) ook praktijkervaring heeft.

Tip

EIGENZINNIGE LOKALE SAMENWERKINGEN (AD HOC EN STRUCTUREEL) VRAGEN OM GOEDE VERBINDINGEN EN EVENTUEEL WAT BEGELEIDING EN (SAMENWERKINGS)ADVIES.
RAKE TIPS IN SAMENWERKINGSVRAGEN ("DEZE PRODUCENT PAST MOOI BIJ JE VRAAG/INITIATIEF") ZIJN GOUD WAARD (EN WINNEN TIJD).

Goeste, lekker Meetjeslands

Het label 'Goeste, Lekker Meetjeslands' werd ontwikkeld binnen het leaderproject 'Korte Keten Meetjesland, kortbij'.

Natuurpunt en partners Meetjesland, vzw Plan B, stichting Lodewijk de Raet, Stad Eeklo, Landelijke Gilden, EROV Oost-Vlaanderen, Voluit vzw en Plattelandscentrum Meetjesland werkten in het project 'Korte Keten Meetjesland, kortbij!' intensief samen om meer bekendheid te geven en acties te ontwikkelen voor de korte keten in het Meetjesland in de periode januari 2022 tem juni 2023. Er werden inspiratie- en netwerkmomenten georganiseerd voor mensen uit de korte keten, lokale overheden en zorgorganisaties.
Een ambassadeurscursus waarbij mensen met verschillende achtergronden op de hoogte gebracht worden van hoe korte keten precies werkt om hun liefde voor producten uit het Meetjesland uit te dragen. De ontwikkeling van het label Goeste met bijhorende promotiecampagne en website.

Met een vervolgproject (2023-2024) willen de projectpartners Natuurpunt en partners Meetjesland, vzw Plan B, Stad Eeklo, Landelijke Gilden, EROV en Plattelandscentrum Meetjesland een extra stimulans geven aan de naamsbekendheid van het ontwikkelde label 'Goeste'. Er wordt een tweede ambassadeurscursus georganiseerd zodat nieuwe stakeholders het verhaal van de korte keten in de regio kunnen uitdragen. Ook wil het vervolgproject zuurstof bieden aan verschillende kleinschalige ideeën door middel van de ondersteuning aan microprojecten om heel gerichte en duurzame acties en resultaten te boeken rond de korte keten. Hierbij zal er ook aandacht zijn om nieuwe doelgroepen te betrekken.

Wil je in jouw organisatie meer met korte keten-producten werken?
Goeste om deel te nemen aan de ambassadeurscursus?
Interesse om de bewoners in jouw gemeente te sensibiliseren om lokale producten te gebruiken?
Voor meer info kan je terecht bij één van de projectpartners, op de website www.goeste-meetjesland.be
of bij info@goeste-meetjesland.be

GOESTE

Lekker Meetjeslands

WWW.GOESTE-MEETJESLAND.BE
INFO@GOESTE-MEETJESLAND.BE