

# Verbinden met de Bron

Verslag 2<sup>e</sup> kennisdeelsessie, 17 februari 2015

## Introductie Flevo-delen door Robert Atkins

- Kennisdeling over verschillende verdienmodellen en hun effecten op het verloop het project
- Hulpvraag van Robert Atkins

## Toelichting op 4 verschillende verdienmodellen:

1) Crowdfunding. Hierbij ga je mensen voor financiering werven op een goed verhaal. Het verhaal is essentieel bij deze vorm. De geworven mensen worden zelf ook ambassadeurs waardoor de crowd groeit. Een crowdfundingactie kan je bijvoorbeeld starten m.b.v. [Oneplanetcrowd.com](http://Oneplanetcrowd.com)

2) Fee's. Bij deze vorm worden de aandelen van een windmolen via een coöperatie aangeboden. Voor iedere aanmelding krijgt de coöperatie een fee van de aangesloten energieleverancier. Dit kan een reden zijn voor potentiële klanten om niet mee te doen. Transparantie over de betrokken partijen en hun rol is bij deze vorm erg belangrijk. Een voorbeeld is de samenwerking tussen de Windcentrale en Greenchoice.

3) Rendement op investering. Als je participeert in een windmolen krijg je een gedeelte van het rendement. De vraag is of deze vorm ook voor draagvlak zorgt of dat het deelnemers alleen om het geld gaat. De uitdaging bij deze vorm is het binden van de deelnemers

4) Verkoop van andere producten. Bij dit model verdien je op een hogere marge op andere producten dan energie. Bij dit model is er erg veel onzekerheid over de afname van de producten, dus je winst.

## Hulpvraag Robert

Welke route geeft het beste effect? En welke Flevolandse voorbeelden liggen er?

## Antwoorden uit de groep

Als eerste is het formuleren van het doel belangrijk. Dit kan zijn

- binding van de bewoners van Flevoland met Flevolandse windenergie of
- een groot bedrag binnen halen en windenergie is een middel, of
- energiecoöperaties helpen met windenergie als middel

Het oorspronkelijke doel van Flevodelen is: draagvlak voor windenergie vergroten. mensen moeten blij worden als het waait.



Bepaal vervolgens hoe groot de groep moet zijn die je nodig hebt om je doel te realiseren.

- kies een verdienmodel die het meest zuiver past bij het oorspronkelijke doel: draagvlak voor windenergie vergroten. mensen worden blij als het waait.
- hoe authentieker hoe beter. maak gebruik van beweging van NIMBY (Not in my Backyard) naar OIIOI (Only if I Own It)
- crowdfunding werkt alleen als de betrokkenheid groot is, je hebt een belevingsverhaal nodig. Onderzoek welke elementen in het verhaal horen te zitten en hoe het gebracht moet worden. Mensen die het horen moeten getriggerd worden om erbij te willen horen.
- maak gebruik van verschillende verhalen, waarbij de verschillende mensen zich een winner voelen wanneer ze mee doen.
- bij de het verdienmodel Fee's is het wellicht lastig om voldoende mensen bij een energiecoöperatie te werven. Voor een goedlopend verdienmodel moet je nl. heel veel mensen hebben. Bovendien lijkt bij een energiecoöperatie het doel te verschuiven naar het in de benen te krijgen van de coöperatie waarbij windmolenaandelen als middel ingezet worden.
- Bij Rendement op investering is het de vraag hoe je de juiste doelgroep weet te bereiken, daar 'groene' mensen vaak minder gevoelig zijn voor de prijs. Mensen die voor het geld gaan, zijn moeilijker vast te houden, omdat ze niet zozeer betrokken zijn met de windenergie zelf. Een belevingsverhaal is bij dit verdienmodel niet relevant. Wel het vertrouwen. Je doet alleen mee, als je erop vertrouwd dat het je wat oplevert.
- als er in Flevoland niet genoeg mensen zijn, moet je breder kijken, dus wellicht ook buiten Flevoland. Vraag is of dat nog past bij het oorspronkelijke doel.

### Broodfonds Almere: Edgar Smeets

Het Broodfonds is een voorziening. De participatie is groeiend.

Succesfactoren zijn

- de sterke sociale component, vriendschap.
- de opzet wordt met elkaar bepaald, waardoor het een groot draagvlak heeft
- de pioniers-zin
- een prettige overleg-ruimte
- externe steun
- gunstige tijdsgeest, er zijn in deze tijd meerdere initiatieven in kader van deel-economie,
- weinig ziekte-verzuim, dus geen wantrouwen voor misbruik.
- promotie via netwerkbijeenkomsten
- een goede PR! Lokale ambassadeurs kunnen het verhaal goed vertellen en het enthousiasme uitdragen. Daar wil je bij horen!

Minder goed gaat:

- soms komen mensen hun afspraken niet na, dat kan je niet voorkomen
- je werkt met vrijwilligers,
- geografische eisen worden niet zo strikt gehandhaafd



## Groenteclub van BioRomeo - Digni van den Dries

Het idee van Groenteclub is: *iedereen kan meehelpen*  
succesfactoren:

- transparantie over herkomst,
- vers en gezond,
- leuk om direct contact met de boer te hebben
- goede distributieruimte
- groepsproces, het stimuleert de creativiteit van de deelnemers
- sociale aspect: Van het overgehouden geld wordt bijvoorbeeld een feest georganiseerd. De deelnemers krijgen een goed gevoel, ze ervaren dat ze zelf kunnen meehelpen aan een betere samenleving.

**Hulpvraag:** het is moeilijk om medestanders te vinden. Zowel andere voedselcoöperaties in Nederland die goederen aan groenteclubs kunnen leveren als nieuwe groenteclubs. Ook in Flevoland. Bioromeo heeft samen met de Groenteclub Bussum de Stichting Samen Rooien opgericht, die tegen een vergoeding hulp biedt bij het oprichten van een Groenteclub.  
Oproep aan de aanwezigen: verspreid het verhaal.

### Antwoorden uit de groep

- Gemeenten NOP, Almere en Lelystad hebben budget voor het starten van een groenteclub.
- Pioniers vd Toekomst verkent in NOP de mogelijkheden voor een groenteclub.
- Tip: zoek samenwerking met scholen: GroenHorst, CAH, Windesheim (in samenwerking met NMF, IVN).
- link bij de duurzame communities
- Zoek contact met de communicatieopleiding van Windesheim ter ondersteuning (stage)
- IVN: creëer uitgifte plekken bij bijvoorbeeld basisscholen of via initieer via scholen ouderbetrokkenheid
- Lelystad: het zou een aanvulling kunnen zijn op de initiatieven van de buurtmoestuin.

