

HET GROEN VERBOND

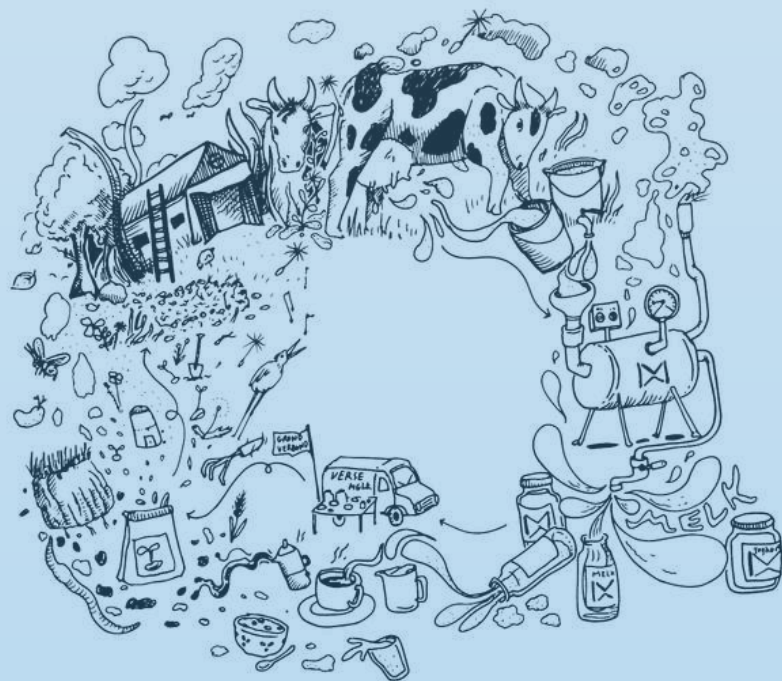
ACTIVITEITENVERSLAG

2025

WIE?

Stichting Grondverbond **verbindt stad en platteland**, boer en consument, koeien en grutto's, om samen een **gezond landschap** en een **gezonde voedselketen** te creëren. Dat doet het Grondverbond als nieuwe schakel in de korte, lokale voedselketen. Een schakel die de natuur haar oorspronkelijke plek en stem teruggeeft in de voedselketen middels natuurherstelprojecten

Dit initiatief begon in 2020 bij lokale **voedselverwerker MOMA**. MOMA verwerkt biologische zuivelproducten van vijf boeren uit de omgeving van Amsterdam, brengt deze direct naar de stad en opent weer het gesprek tussen stad en platteland. Om de voedselketen weer gezond en persoonlijk te maken en verbinding te kweken over en weer. Alleen misten we nog een schakel in de keten. Eén die ook iets **teruggeeft** aan het landschap waar ons voedsel vandaan komt. Daarom is het Grondverbond in het leven geroepen. Het is een **verbond** tussen de koeien, boeren, verwerkers, consumenten en alle flora en fauna in ons landschap, om samen het landschap waar ons voedsel vandaan komt direct gezonder en biodiverser te maken. De schakel die natuurherstel onderdeel maakt van de voedselketen. De schakel die het landschap een stem geeft.



WAAROM?

We zien en horen het elke dag. In het landschap om ons heen neemt de **biodiversiteit** snel af. Er vliegen veel meer vogels en insecten om ons heen, de bodem wordt steeds leger, en in de poelen en sloten groeit en bloeit weinig. En zo verliezen we ook steeds meer kwaliteit van water, bodem en lucht. Hoe we dit kunnen oplossen, daar zijn tal van antwoorden op. Een belangrijk beginpunt is ons huidige voedselsysteem. Boeren hebben meer grond in beheer dan al de andere **landschapsbeheerders** tezamen, zo'n 40% van de totale oppervlakte in Nederland. Juist in het boerenlandschap holt de biodiversiteit al decennialang het hardst achteruit. Duizenden kilometers heggen en houtwallen zijn verdwenen, sloten zijn gedempt en rechtgetrokken en er wordt meestal maar één (gras)soort ingezaaid. Ook zien we op sociaal vlak steeds meer **polarisatie** en spanningen ontstaan tussen stad en platteland. We lijken elkaar niet meer te (willen) begrijpen en goed naar elkaar te (willen) luisteren. Terwijl we wel vaak hetzelfde voor ogen hebben: gezond voedsel en een gezond landschap! Hoe kunnen we daar samen uitkomen?

HOE?

Simpel gezegd zorgt Stichting Grond Verbond ervoor dat we niet alleen maar 'nemen' uit het landschap, maar dat we ook iets teruggeven aan het landschap.. Zo richten we ons bij het herstellen van natuur in het (boeren)landschap op zowel de **ecologische als de sociale waarden**. Als we met elkaar de verandering naar een gezonder landschap teweeg willen brengen, gaat het immers ook over hoe we ons als mensen tot elkaar en het landschap om ons heen verhouden. Je kan immers niet goed voor een landschap zorgen, als je niet beseft dat je zelf onderdeel bent van dat landschap. We zijn innig verbonden, maar we zijn het beseft van die **verbondenheid** verloren door anonieme bulk voedselproductie en monoculturen. Ons doel is om dit proces weer om te keren en een persoonlijk, verbonden en gezond voedselsysteem en landschap te creëren.

Het Grondverbond geeft iedereen in de voedselketen **handelingsperspectief** om op vier manieren de natuur in het landschap waar ons voedsel vandaan komt, mee te helpen herstellen: door mee te doen, mee te bepalen, mee te praten en mee te betalen aan een gezond landschap. Met gebruik van deze vier manieren hebben we de afgelopen jaren met vele handen vele natuurherstelprojecten aangelegd en onderhouden op het platteland: zoals vogelvriendelijke erven, voedselbossen, vlechthagen en natuurvriendelijke oevers.

In dit **jaarverslag** nemen we jullie mee in de belangrijkste activiteiten van het Grond Verbond in **2025**.

MEEPRAATEN, MEEBEPALLEN EN MEEDOEN

Elk jaar brengt het Grondverbond de diverse schakels uit de voedselketen bijeen om samen een natuurherstelproject op een van de boerderijen uit te denken en uit te voeren. We noemen dat de **Grondverbond Werkgroep**. Dit jaar vond deze plaats op **sociale boerderij de Meent**, in de bovenkerkse polder in Amstelveen. Een boerderij die dichtbij ons hart ligt, omdat het Grondverbond en MOMA hier hun hoofdkantoor hebben. De boerderij is een prachtige broedplaats voor allerlei sociale projecten, die elkaar onderling ook nog eens weten te ondersteunen. Een van de bijzondere projecten op boerderij de Meent is de samenwerking met de Diaconie en het Wereldhuis: een organisatie die zich inzet voor **ongedocumenteerde vluchtelingen**. Vorig jaar werkten we al samen met de ongedocumenteerde deelnemers van het Wereldhuis om het landschapsherstel inclusiever te maken. Echt de stem van iedereen daarin te betrekken. Dit jaar zetten we dit voort door op de boerderij samen te komen met deelnemers van het Wereldhuis, **omwonenden** uit Amstelveen en Uithoorn, **consumenten** uit de stad, de Meent **boeren**, en **water- en landsschapsexperts**. Tijdens de Werkgroep bijeenkomsten werd er samen geobserveerd, bedacht, bevraagd, geluisterd en getekend, om het landschap op boerderij de Meent biodiverser en gezonder te maken. Twee concrete plannen vloeiden hieruit voort en werden van de lente aan het grotere publiek gepresenteerd, op de zogeheten **Grond Markt**. Een speciale Markt waar iedereen welkom is om met de Werkgroep het landschap mee in te gaan, vragen te stellen en mee te bepalen welk plan ook echt uitgevoerd gaat worden.

Het eerste plan is een '**natuurvriendelijke oever**', aan de grote plas die bij boerderij de Meent ligt. Het doel is om deze plas weer flink leven in te blazen. Want zoals bij veel plassen en rivieren tegenwoordig, wordt ook het leven in deze plas gedomineerd door uitheemse, invasieve rivierkreeften. Die creëren door hun reuring van de bodem zeer troebel water, waardoor er geen licht op de bodem komt en er zich geen waterplanten kunnen vestigen. Een kale plas en oever dus, zonder zuurstof in het water, waardoor ook andere waterdieren hier niet kunnen leven. Het is een vicieuze cirkel, met steeds minder biodiversiteit in het water als resultaat.

En precies deze cirkel willen we doorbreken door het aanleggen van een natuurvriendelijke oever. Met het schuin afsteken van de oever, deze te beschermen met een stevige rij wilgen wiepen in het water, de rivierkreeften af te vangen en door de hele oever weer te beplanten met tientallen soorten oever- en waterplanten, kan deze plas weer een kraamkamer worden voor allerlei soorten vissen en andere (onder)waterdieren.

Het tweede voorgestelde plan is een '**rabatten voedselbos**'. Dit is van oudsher een landbouwsysteem dat is aangepast op natte gebieden. Het idee is dat er aan deze plas smalle geulen gegraven worden waarmee de bodem in het midden van die geul wordt opgehoogd. Zo ontstaat een droog stuk land, waarop in verschillende lagen geteeld kan worden. Door allerlei verschillende fruit- en notenbomen aan te planten, wordt de begroeiing rondom de plas weer diverser en de bomen geven woon- en leefruimte aan allerlei soorten landdieren en insecten.

Twee bijzondere plannen waar niet alleen op de Grond Markt, maar ook bij de ventkraam van MOMA op straat over **gestemd** kon worden. Zo konden alle consumenten een maand lang mee praten en mee bepalen over het natuurherstel in het landschap om zich heen. Na alle stemmen geteld te hebben, kwam de natuurvriendelijke oever als winnaar uit de bus.

Tijd om samen met diverse experts het plan tot in de puntjes uit te werken en een community aanleg weekend te organiseren. Zo tekende landschapsontwerper Thom Bindels samen met oeverexperts Jiry de Waal en Sara Botschuijver een gedetailleerd **aanlegplan** uit en werden honderden inheemse oever- en waterplanten en de wilgenwiepen besteld.

En zo hebben we in september met tientallen mensen - omwonenden, deelnemers van het Wereldhuis, medewerkers van MOMA, consumenten uit de stad en boeren - de hele noordelijke oeverkant van de plas tot natuurvriendelijke oever omgetoverd. De oever hebben we met elkaar afgevlakt, zodat er meer dan duizend inheemse oever- en waterplanten konden worden aangeplant. Ook gingen de deelnemers in waadpakken te water om palen te slaan waartussen de meterslange wilgenwiepen neergelegd konden worden. Deze natuurlijke afrastering in het water beschermt de oever tegen wind en golfslag, zodat alle planten rustig groot en sterk kunnen worden en voor ontzettend veel divers leven in de plas kunnen zorgen. Aangezien beelden vaak meer zeggen dan woorden, hieronder een **fotoverslag**.





MEEBETALEN

De afgelopen jaren heeft het Grondverbond zich ingezet voor het aanleggen van natuurherstelprojecten zoals heggen, voedselbossen en natuurvriendelijke oevers, samen met boer en consument. Maar daarbij lopen we aan tegen een terugkerend vraagstuk. Hoe **betalen** we voor de **aanleg en duurzaam onderhoud** van deze natuurprojecten? Tot nu toe betalen we dit vanuit eenmalige, kortlopende subsidies, maar daarmee kunnen we niet op lange termijn het voortbestaan van de natuurprojecten garanderen. Als we groot willen dromen en doen en echt langdurig natuur en biodiversiteit willen herstellen, hebben we ook een **lange termijn financieel plan** nodig.

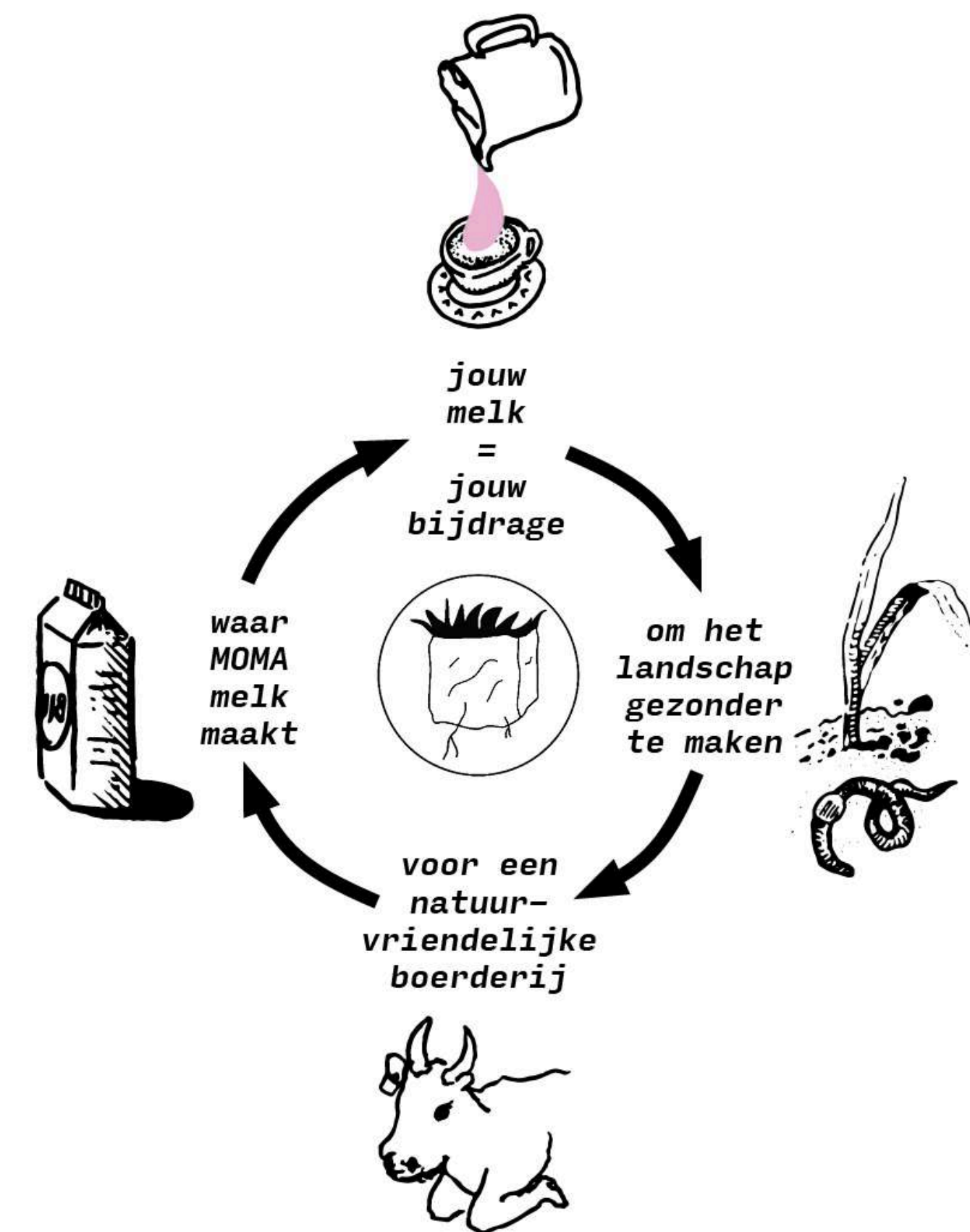
Met alle spelers uit onze eigen korte zuivelketen (de boeren, verwerker MOMA, horecaleverancier Chef Centraal en aangesloten cafés en consumenten), staken we de koppen bijeen en startten we dit jaar een **pilot**: de **Landschapspremie**. Het is een pilot om samen een nieuw financieringsmodel te ontwikkelen dat natuurherstel direct vanuit de lokale voedselketen langdurig co-financiert en dus zekerheid qua onderhoud geeft.

De Landschapspremie is een **meerprijs**, een premie, op een voedselproduct dat wordt verkocht binnen een lokale korte keten. Deze meerprijs wordt vervolgens gebruikt om natuur aan te leggen in hetzelfde boerenlandschap waar dit product vandaan komt. Zo **sluiten we de cirkel**, zo maken we de voedselketen echt **circulair**. In plaats van het landschap om ons heen waar ons eten en drinken vandaan komt uit te putten, geven we iets terug. Consumenten dragen op deze manier direct bij aan het biodiverser maken van het landschap om zich heen. Dit sluit aan bij het concept true pricing en in de praktijk brengt door ecologische waarden weer in de lokale voedselketen te integreren.

Om dit plan in de praktijk uit te werken zijn we begonnen met het ontwerpen van de Landschapspremie in onze **eigen korte, lokale zuivelketen**: die bestaat uit vijf zuivelboeren, verwerker MOMA, leverancier Chef Centraal en de 50 cafés en restaurants in regio Amsterdam waar de melk aan geleverd wordt. Met het idee dat als deze pilot slaagt, het als **blauwdruk** kan dienen voor andere voedselketens.

Hieronder volgt een uitgebreider verslag (**stappenplan**) hoe we in 2025 te werk zijn gegaan om de Landschapspremie te ontwikkelen en te integreren in onze keten. Het is een proces dat nog steeds in ontwikkeling is en deze pilot zal dan ook duren tot minstens eind 2026.

Om het verslag overzichtelijk(er) te houden delen we de stappen van de pilot op in 'achterkant' en 'voorkant'. Met de **voorkant** bedoelen we de gesprekken met de afnemers, de cafés, en het ontwikkelen van het model en de campagne voor de consumenten. Met de **achterkant** bedoelen we dat het model een stevige infrastructuur heeft, juridisch klopt, de financiële kosten en baten van natuurherstel zijn uitgedacht en de natuurherstelplannen met de boeren klaar liggen. Deze processen hebben tegelijkertijd plaatsgevonden en zijn allebei even belangrijk.



FASES LANDSCHAPSPREMIE

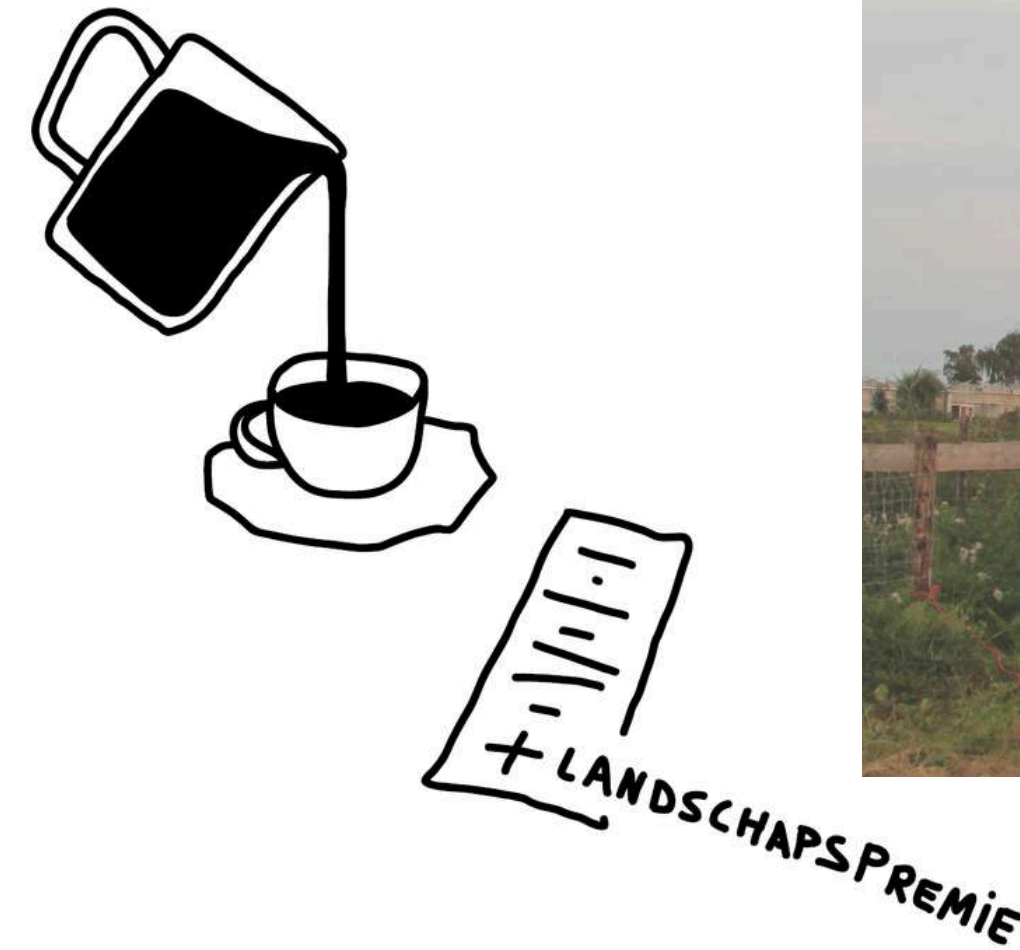
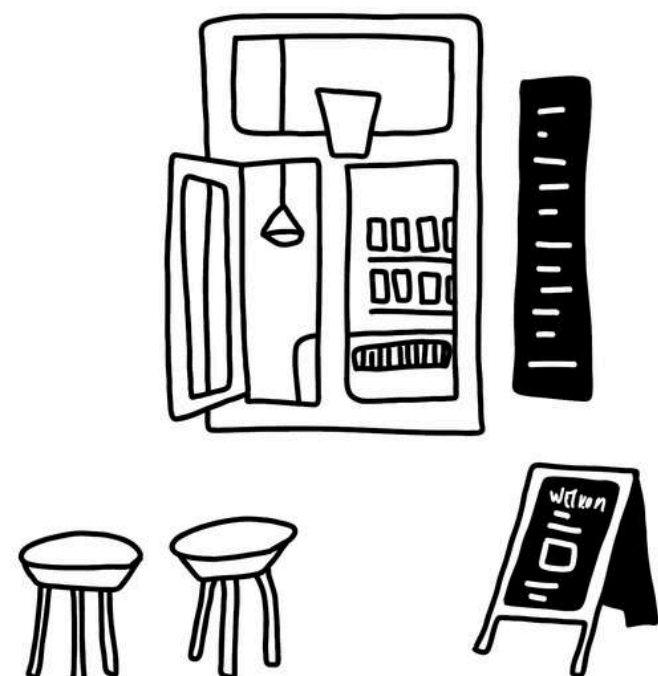
VOORKANT

1. Verkennende gesprekken met de afnemers in de keten: de caféhouders.

We zijn langs zo'n vijftien cafés gefietst die MOMA melk afnemen, zoals Blueeys, Cafe Restaurant Metro, Scandinavian Embassy, Fuku en Kometenbrood. Om ze mee te nemen in onze ideeën, te **enthousiasmeren**, maar vooral ook om van hen te horen hoe we dit model het beste aan kunnen vliegen. We bespraken de bereidheid vanuit de consument om natuur onderdeel te maken van de keten en de risico's en de voordelen voor de cafés van het vragen van een meerprijs op de melk voor meer natuur. Ook kwamen verschillende vormen van het model ter sprake: het vragen een meerprijs op elke cappuccino, een kortlopende crowdfunding met alle cafés, een vaste donatie per cafe per maand, een verhoging van de melkprijs, of een strippenkaart.

Ons doel was om een groep van vijf tot tien cafés te verzamelen, de 'pioniercafés', die de eerste ambassadeurs van de Landschapspremie wilden worden. Een niet al te grote groep om snel te kunnen blijven schakelen, maar tegelijkertijd groot genoeg om onderlinge verbondenheid te voelen en al impact te kunnen maken. En dat is gelukt. Acht cafés hebben een **intentie deelnameverklaring** ondertekend en zijn tijdens de pilot betrokken. De belangrijkste reden dat deze cafés mee willen doen is vanwege de jarenlang opgebouwde persoonlijke vertrouwensband met verwerker MOMA, de smaak van de melk, en het feit dat ze helemaal voelen dat het een echt en eerlijk product is. Ze zijn van daaruit gemotiveerd om mee te denken en te doen.

In deze beginfase schoof ook bureau Wholebrands aan tafel, gespecialiseerd in het strategisch uitwerken van regeneratieve ideeën, om ons tijdens de ontwerp- en uitwerkfase te ondersteunen. Samen met Wholebrands zijn we aan de slag gegaan om de eerste input van de cafés uit te werken.



2. De enthousiaste pioniercafés bijeen brengen.

Los van de één op één gesprekken met de cafés, was het belangrijk de cafés, verwerker MOMA en leverancier Chef Centraal bij elkaar te brengen. Voor een gevoel van onderlinge verbondenheid tussen de cafés en tussen de onderlinge schakels in deze korte keten. Deze cafés, vanaf nu de pioniercafés, zullen de eerste **ambassadeurs** worden van de Landschapspremie en het is belangrijk om te voelen dat ze dit samen doen. Want echt verschil maken, impact maken, doe je niet alleen. Dat doe je met elkaar. We organiseerden twee **co-creatie sessies**, een in cafe restaurant Metro en een ander op boerderij de Groene Griffioen, met alle enthousiaste pioniercafés. We presenteerden onze eerste ideeën, visueel uitgewerkt door ontwerpbureau Atelier Hyphen, en brainstormden verder over de verschillende mogelijkheden en risico's. De belangrijkste feedback: zowel de 'achterkant' (op welke manier vraag je de meerprijs en hoeveel, en hoe vloeit dit terug naar het landschap) als de 'voorkant' (de boodschap in de cafés, naar de consumenten toe) helder, simpel en tastbaar maken. Café eigenaren zijn druk, willen weinig extra administratieve lasten en willen ook niet hun personeel te zwaar belasten met verhalen uitleggen. Ook in de cafés zelf heb je vaak te maken met een fast pace context. Belangrijk om de consument in eerste instantie met onze boodschap te prikkelen, zonder te overladen met informatie. Als de consument geprikkeld is, dan is de volgende stap, de consument de mogelijkheid geven tot verdieping.

FASES LANDSCHAPSPREMIE

VOORKANT

3. Het model en de campagne eromheen uitwerken

Met alle input en verder marktonderzoek zijn we met de verschillende partners uit de keten en Wholebrands op het volgende model uitgekomen: een vrijwillige meerprijs van **20 cent op de literprijs** van de melk. Dit geld wordt per kwartaal of halfjaar gedoneerd aan Stichting Grondverbond, van waaruit het direct terugvloeit naar het herstellen van natuur in het landschap waar de melk vandaan komt. Het is helder, simpel, weinig administratieve last en de cafés **betalen naar rato**. Hoe meer melk ze afnemen, hoe meer ze doneren. Of en hoe het café dit doorrekent aan de consument, kunnen de cafés zelf bepalen.

Voor het formuleren van de boodschap in de cafés zijn we vaak bijeen gekomen. In eerste instantie met Wholebrands om de **(merk)identiteit** van zowel MOMA als Grondverbond, en hun onderlinge verband helder te krijgen. We zijn twee losse schakels in de keten, maar vormen wel één familie. Hoe communiceer je dit zowel visueel als tekstueel zonder verwarring te scheppen. Grondverbond staat voor de visie en missie, zet zich in voor het verbinden van iedereen in de keten en het realiseren van een **levend landschap**. MOMA melk is de drager van het verhaal: door de MOMA melk strategisch als **boodschapper** in te zetten, kunnen we de missie van het Grondverbond ook daadwerkelijk mogelijk maken.

Hierna hebben we met Joachim Baan (designbureau **Another Everything**) en Jorn Bartlema (copyright bureau **Present Future**) benaderd voor het visueel en tekstueel opzetten van een campagne en lanceringsevenement voor de Landschapspremie. Met het doel zichtbaarheid en bekendheid te geven aan de Landschapspremie bij de consumenten in de aangesloten cafés. De cafés krijgen de kans om zich met deze boodschap te onderscheiden en te laten zien dat ze actief bijdragen aan een gezond lokaal landschap. Met het ontwerpen van de campagne en lanceringsevenement, geven we de cafés alle benodigde middelen om onze boodschap goed te kunnen communiceren aan hun klanten.

Elk café heeft zijn eigen stijl en daarom zijn we met Jorn en Joachim een divers pakket aan **campagne materialen** aan het ontwikkelen (flyer, raamsticker, taphanger, brochure, onderzetter), zodat elk café zelf het materiaal kan kiezen dat het beste past bij ze past. Verder zijn ook al de eerste stappen gezet voor de lancering van de campagne met een groot **lanceringsevenement in de lente van 2026**. De timing van de lente is zo uitgekozen, omdat het het seizoen is dat alles weer gaat bloeien, groeien en in beweging komt. Een perfect moment om de consument te bewegen bij te dragen aan een biodivers landschap om zich heen. De café eigenaren en hun consumenten handelingsperspectief geven: 'Hiermee kan ik concreet iets goeds doen, lokaal, in de buurt. Ik help de keten sluiten.'

Voor de klant die nog meer **verdieping** wil is er het **Landmaatschap**, een lidmaatschap op het gezonder maken van het landschap om zich heen. Dat kan door vaste donateur te worden, maar ook door mee te gaan naar de boerderijen om de handen uit de mouwen te steken en mee te helpen aanplanten, snoeien en wieden.



**JOUW MELK
=
JOUW BIJDRAGE**

FASES LANDSCHAPSPREMIE

ACHTERKANT

1. Kosten-baten analyse

Uit ervaring weten we onderhand dat bij het aanleggen van natuurprojecten heel veel meer **kosten** komen kijken dan alleen het plantgoed aanschaffen. Alleen al bij de voorbereiding zijn er kosten voor het aanvragen van vergunningen, het project laten intekenen door een ecologisch expert, en uren voor logistiek, inkoop materiaal en communicatie. Afhankelijk van het project en de grond zijn er ook nog uren grond klaar maken voor de aanplant, door te frezen of te ploegen. Dan zijn er de basiskosten voor de aanleg: plantgoed, compost, zaaigoed, omheining, de uren van organisatie en begeleiding op de samenwerk dagen. Hierna zijn er jaarlijks onderhoudskosten: zoals snoeien, maaien, wieden, zieke bomen verzorgen en bijplanten.

Dat zijn nogal wat kosten en om die eerlijk en goed in kaart te kunnen brengen, en ook om per project en per boerderij maatwerk te kunnen leveren, hebben we samen met experts van Stichting Wij.land een kosten en baten tool gemaakt van **(voeder)hagen en natuurvriendelijke oevers**. We hebben gekozen voor deze twee natuurprojecten, omdat dit essentiële natuurelementen zijn voor gezonde groenblauwe dooradering en zowel op het land, in het water en in de lucht voor meer biodiversiteit zorgen.

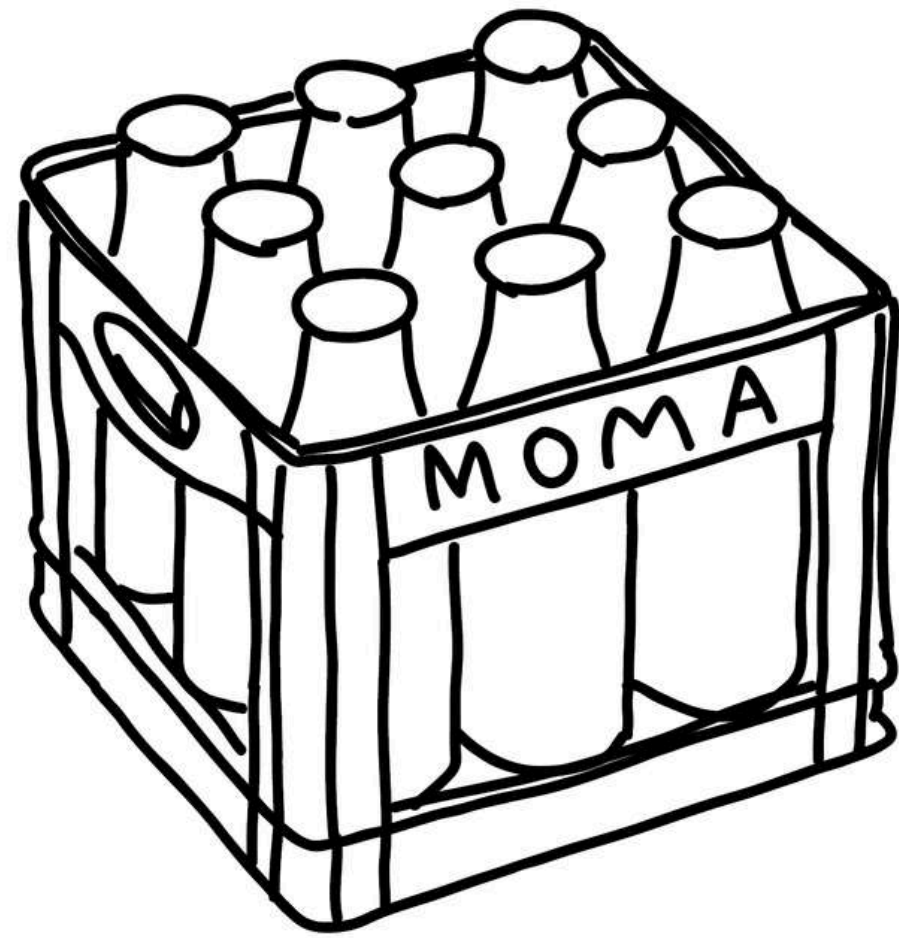
Naast het uitwerken van de kostenposten, hebben we ook de **baten** van de twee natuur elementen onderzocht. Directe baten zoals subsidie gelden, maar ook indirecte baten zoals verhoogde diergezondheid, koolstofopslag, erosiebescherming, klimaatadaptatie en biodiversiteit.

Met de tool kan er inzichtelijk worden gemaakt wat een natuurherstelproject kost en oplevert op de lange termijn, en weten we ook wat de bijdrage uit de Landschapspremie moet zijn om een natuur project echt financieel duurzaam te maken. Het is een interessante tool, omdat deze niet alleen voor eigen gebruik handig is, maar ook voor allerlei andere boeren, afnemers, consumenten. De tool is namelijk zo gemaakt dat er allerlei keuzes gemaakt kunnen worden over aantal meters, uurtarief, dichtheid begroeiing, wel of niet maaien, wel of geen inzet vrijwilligers etc. Zo kan iedereen met de tool **een op maat gemaakte analyse** voor hun eigen haag en oever plannen maken! Met de lancering van de campagne wordt ook de tool online gezet en dus open source toegankelijk voor iedereen.



2. Samen komen met de boeren

Het is belangrijk om te weten wat er speelt bij de boeren en wat hun zorgen en dromen zijn. We organiseerden in september een **boerenbijeenkomst**, op **boerderij de Groene Griffioen**, Weesp. Alle vijf de boerenfamilies uit deze korte zuivelketen waren aanwezig en met elkaar bespraken we de rol van de boer als landschapsbeheerder en het verloop van het Landschapspremie project. Deze boeren zijn koplopers als het aankomt op natuurbeheer in het boerenlandschap, maar gaven unaniem aan pas verder te willen opschalen met natuurprojecten als daar duurzame, dekkende financiering voor is. Er ligt nu al genoeg (onbetaald) werk in het onderhouden van de huidige natuurprojecten. En als deze financiering staat, zal ook opschalen naar andere boerderijen en ketens snel kunnen gaan. Een gedegen basis, vertrouwen en lange termijn waarborgen zijn daarbij essentieel. Partner Stichting Wij.land schoof ook aan en met de boeren hebben we de kosten-baten tool onder de loep genomen, zodat de tool niet alleen in theorie klopt, maar juist in de (boeren)praktijk. Ook gingen we in september naar de grote **boerenbijeenkomst** georganiseerd door Wij.land op **boerderij De Vooruitgang** waar zo'n honderd boerenfamilies aanwezig waren. Om ons partnernetwerk van boeren uit te breiden, waar we mogelijk in de toekomst ook natuurherstelprojecten aan kunnen leggen. Een van de hoofdonderwerpen van deze dag was 'een verdienmodel voor natuurbeheer' ontwikkelen, waar onze pilot van de Landschapspremie naadloos bij aansloot. Het was veelbelovend om ook hier te zien en horen dat veel boeren de stap naar natuuraanleg willen zetten, als daar financiële waarborgen voor zijn.



FASES LANDSCHAPSPREMIE

ACHTERKANT

3. Juridische en financiële structuur

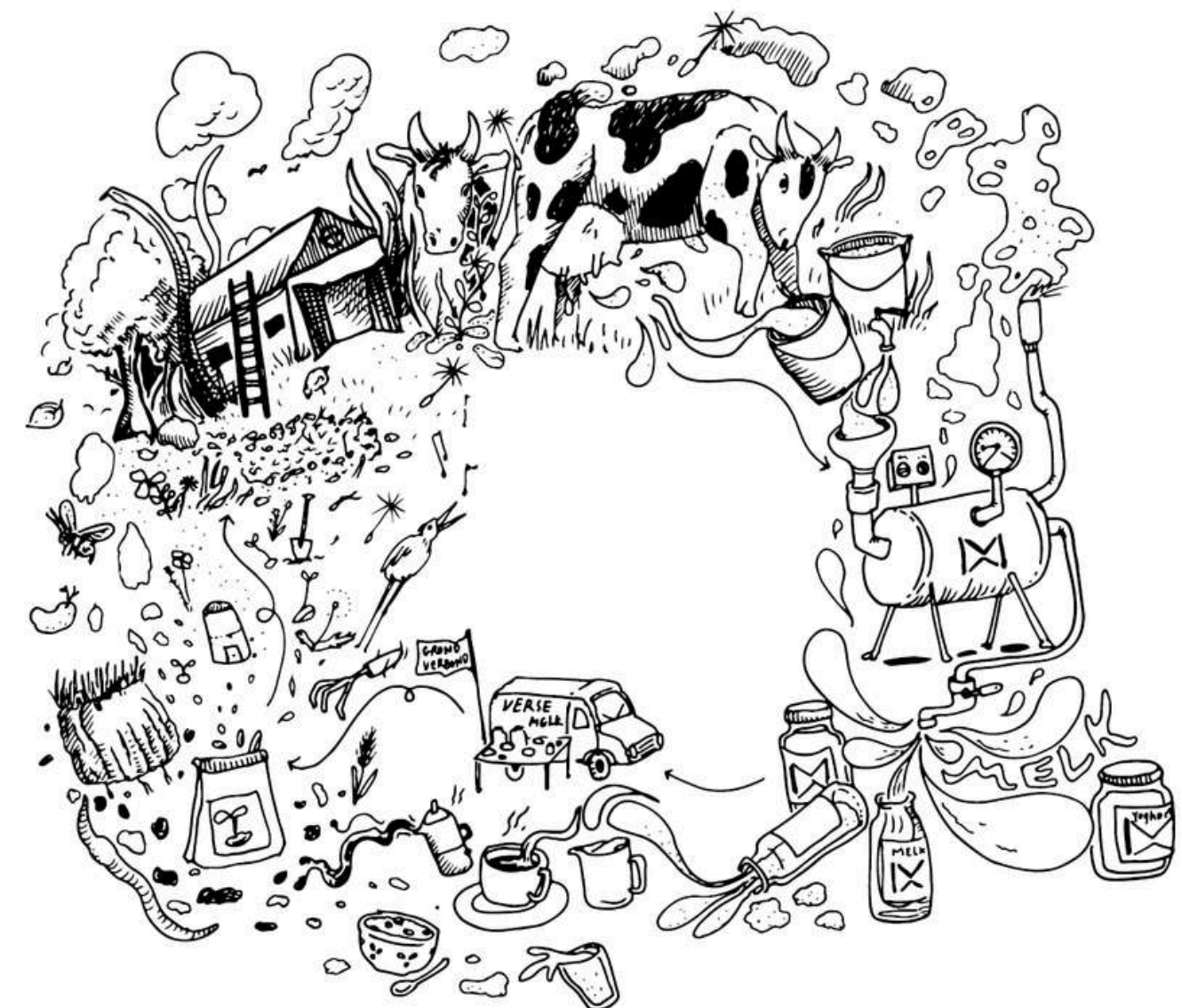
Het is belangrijk dat als de Landschapspremie pilot echt gaat lopen, dat er een strakke administratie staat en de diverse fiscale en juridische aspecten zijn bekeken en afgewogen. In het geval van de administratie aan de kant van de cafés is er onderzocht hoe de gelden het beste kunnen lopen, zodat er geen gelden voor natuurherstel verloren gaan en alles juridisch klopt. De uitkomst hiervan is dat het een **rechtstreekse schenking** van de horeca is aan Stichting Grondverbond (die sinds 2023 ANBI status heeft). Het Grondverbond neemt de administratie hiervan op zich.

Wat betreft de afspraken met de boeren hebben we ook een financiële infrastructuur uitgewerkt op basis van de gemaakte kosten-baten analyse in samenwerking met Wij.land. Het gaat hierbij over de vraag hoe we een goede **verdeelsleutel** maken van de opbrengsten uit de Landschapspremie. Er is een voorlopige strategie uitgewerkt over hoe we deze gelden gaan verdelen over zowel nieuwe als bestaande projecten. Een van de missies van de Landschapspremie is dat er namelijk langdurige financiële waarborgen zijn voor het onderhoud van alle natuurherstelprojecten. Deze strategie is voor nu voorlopig vastgelegd, om straks in de reflectie en doorontwikkeling fase indien nodig nog aan te passen.

VOORUITBLIK

Het jaar 2025 stond in verschillende opzichten in het teken van **continuïteit**. Met het nieuw aangelegde project op sociale boerderij De Meent, zijn er nu op elke vijf van de boerderijen uit de MOMA zuivelketen een of meerdere natuurprojecten aangelegd! Dat is prachtig nieuws natuurlijk, maar dat betekent niet dat we klaar zijn. Net zoals elk levend wezen, hebben al deze projecten voortdurend onderhoud en aandacht nodig. We leggen deze natuurprojecten aan met de visie dat ze over minstens **100 jaar** nog steeds groeien en bloeien! Daarom zijn we in 2025 begonnen om rondom alle projecten boer-consument **gemeenschappen** te bouwen die de duurzaamheid van de natuurprojecten waarborgen. Om dat goed te kunnen doen, slaan we de handen ineen met diverse snoei-, vogel-, oever en hagen-experts om leerwerk-ervaringen aan alle vrijwilligers aan te kunnen bieden in 2026. Ook is continuïteit en diversiteit in financiën belangrijk. Wie betaalt er voor de aanleg en het onderhoud van de projecten, zodat deze over 100 jaar er nog staan? Omdat subsidies en fondsen veelal kort lopend zijn, zijn we de Landschapspremie pilot gestart die nu in volle bloei staat! In 2026 gaan we hiermee door, en staat in het teken van doorontwikkelen, opschalen, inspireren en kennis delen.

Genoeg te doen dus en daar kan jij bij helpen! Wil je samen met ons het landschap in of meebetalen aan natuurherstel? Schrijf je in voor onze nieuwsbrief en volg ons via Instagram @grondverbond voor meer informatie.



SAMENWERKINGSPARTNERS VAN HET GROND VERBOND

DE BOERDERIJEN

Boerderij De Groene Griffioen (1) (Weesp, provincie N-H) wordt gerund door boeren Boy en Wendela (de vijfde generatie familieboeren). Er lopen 50 Franse Montbéliard koeien, varkens en kippen rond en het gaat verder dan alleen biologisch. Het is een kringloopboerderij met eigen compost en lokale reststromen, amfibie-vriendelijk landschapsonderhoud in de Bloemendalerpolder (tussen Weesp en Amsterdam) en een groentepluktuin 'Vers aan de Vecht'. Met het Grond Verbond is het erf vogelvriendelijk gemaakt: we hebben met de consument meterslange en brede hagen en houtwallen aangelegd en nestkasten gebouwd.

Op **Boerderij de Beekhoeve** (2) (Kamerik, provincie Utrecht) lopen dubbeldoelkoeien, scharrelkippen, geitjes en schapen rond. De dieren hebben een belangrijke rol in het beheren van het veenweidelandschap en het gras zorgt voor gezonde zuivelproducten. Er worden wel meer dan 25 producten gemaakt van de melk en dat allemaal zonder te pasteuriseren. Boeren Koos en Monique voeren daarnaast veel natuurbeheer uit met behulp van de koeien. Met het Grond Verbond werd een honderden meterslange 'koeienapotheek' en 'kippenparadijs' aangelegd: mix van inheemse bomen en struiken die goed zijn voor de gezondheid van de dieren en tegelijkertijd bijdragen aan de biodiversiteit.

Boerderij Buitenverwachting (3) (Hoogmade, provincie Z-H) is de regeneratieve boerderij van Marrit en Bas, waar een bonte verzameling aan oude rassen rond loopt: Nederlandse bonte geiten, schapen, koeien, kippen en bonte Bentheimer varkens. Bijzonder is dat de kalfjes en geitjes bij hun moeders kunnen blijven op deze boerderij. Boerin Marrit is een boerin die daarnaast veel bezig is met inclusiviteit in de landbouw. Ze spreekt hier regelmatig over omdat ze zelf een biculturele achtergrond heeft. Met het Grond Verbond werk het 'schaduwrijk landschap (voedselbos)' plan gekozen en uitgevoerd. Er werden honderden meters fruit-en notenbomen, hagen, struwelen aangelegd om meer schaduw- en nestplekken aan allerlei fauna te bieden (met het oog op klimaatverandering). Door meer schaduw kunnen de koeien ook langer buiten blijven en hoeven ze korter de stal in.

Boerderij Hartstocht (4) (Abcoude, provincie Utrecht) wordt gerund door Henk, Wilma en dochter Evita. Hier lopen dubbeldoelkoeien rond en wordt er veel geëxperimenteerd met het regenereren van de bodem. Deze boerderij gaat tegen de norm van uitbreiding en intensivering in doordat ze de komende jaren juist gaan verkleinen met minder koeien en minder land. Afgelopen herfst en winter heeft de Grond Verbond gemeenschap hier bijna een kilometer lange vluchthaag aangelegd. Dit is een haag die bestaat uit zo'n 3000 lage, kleine bomen en struiken, waarvan de uitgroei vervolgens na een paar jaar kan worden ingevlochten. Een heel fijne schaduwplek voor de koeien in de wei, maar ook een gigantische boost aan biodiversiteit.

Boerderij de Meent (5) (Amstelveen, provincie N-H) is zowel een biologische als een zorgboerderij. Hier wordt voedsel geproduceerd door én voor maatschappelijke doelgroepen (o.a. inloophuizen, buurttafels, en het Wereldhuis). Deze boerderij is verder bijzonder omdat het uitsluitend natuurland in beheer heeft: 31,5 hectare grasland, moeras, plassen en wilgenbos. Ook worden hier de stierkalveren van lokale bio-melkveehouderijen gehouden. Boerderij de Meent is het hoofdkwartier van MOMA haar zuivelmakerij en Stichting Grond Verbond. Met het Grond Verbond is er vele malen gebaggerd om terpen te bouwen op het rieteland: deze terpen vangen water op, verbetert de waterkwaliteit en vormt een ecologische hotspot voor micro-habitats. Verder is er dit jaar een natuurvriendelijke oever aangelegd met de Grond Verbond gemeenschap.

VERWERKER

MOMA is een biologische zuivelverwerker en brengt streekproducten en verhalen over het boerenlandschap naar de stad. Al wordt er binnen een straal van twaalf kilometer van onze hoofdstad zo'n 1,5 miljoen liter melk geproduceerd, er komt nog geen half procent van al deze melk lokaal in de stad terecht. Ook al is het fysiek dichtbij, de mentale afstand tussen de stedeling en de koe is nog enorm. Marten Verdenius, oprichter van MOMA, bracht daarom de melkboer terug naar de stad. Om boer, stedeling, en land weer samen te verbinden en te werken aan een persoonlijke, gezonde voedselketen. Elke week gaat een groep ouderwetse melkboeren de stad in, luidt de koeienbel en brengt zuivel en plattelandverhalen aan de man. Om meer begrip voor biodiversiteit en verbinding te kweken. "Ik wil met MOMA laten zien dat boeren en consumenten gedeelde belangen hebben", zegt Verdenius. "Gezond eten, een gezonde bodem, gezond water. En daar kunnen we ons samen voor inzetten. Samen kunnen we teruggeven aan het landschap!" Om dit nog concreter te maken, werd in 2020 het Grond Verbond opgericht.

HORECAGROOTHANDEL

Chef Centraal, opgericht door Karel Raymakers, heeft als missie om de voedseltransitie in de horeca te laten plaatsvinden. Dit doen ze door als Amsterdamse horecagroothandel duurzame en lokale producten voor chefs toegankelijk te maken. Vanuit hun loods in de Houthavens bezorgen ze met elektrische bussen de mooiste producten aan hun klanten in Amsterdam en omgeving. Ook bezorgt Chef Centraal de melk van MOMA aan meer dan 50 horecazaken in Amsterdam.

SAMENWERKINGSPARTNERS VAN HET GROND VERBOND

- Agro-ecologisch Netwerk Nederland
- Amper Design
- Amstelveenfonds
- Ars Donandi
- ASEED Amsterdam
- Atelier Hyphen
- Baken van Slib-Living Landscapes & Deltascapescapes
- Bird & Bird
- Boerderijen: Groene Griffioen, Beekhoeve, Buitenverwachting, Hartstocht, De Meent
- Caring Farmers
- Chef Centraal
- Hoopheggen
- Horecanetwerk Amsterdam via MOMA melk afzet (50+ cafés en restaurants)
- De Balie
- De Nieuwe Groenteboer
- De Protestantse Diaconie Amsterdam
- Deloitte Impact Foundation
- Dinner Table Method
- Gemeente Amsterdam
- Gemeente Amstelveen
- Groen Doen Fonds (Treesforall)
- KONIJN
- Land van Ons
- LifeTerra
- Meerbomen.nu
- Milieudefensie
- MOMA Liquid Landscape
- Natuur en Milieu Utrecht (NMU)
- Nieuwe Oogst
- Nieuwe Boeren Familie
- NME Fonds
- Pakhuis de Zwijger
- Patagonia Fund
- Platform Groen Kapitaal
- Plattelandsontwikkelingsprogramma van de Europese Unie en de Provincie Utrecht (POP3)
- Provincie Noord-Holland
- Provincie Utrecht
- Regeneratie Cooperatie
- Samenwerken aan innovatie (EIP) 2024 provincies (GLB subsidie)
- Silbersee
- Slow Food Nederland
- Stichting Cordius
- Stichting Iona
- Stichting IVN Natuureducatie
- Stichting Kapitalocean
- Stichting Rondgang
- Stimuleringsfonds
- Support Your Locals
- Tegenlicht
- Triodos Foundation
- Vogelbescherming Nederland
- Wageningen Universiteit
- We Are the Regeneration
- Wij.land

Een verbond gaat per definitie uit van een samenwerking. Zie hier een lijst van al onze samenwerkingspartners.

