

Grow a Community: de mobiele moestuin

Je eigen groente verbouwen is al langer een trend, ook in de stadse omgeving. 'Grow a Community' voegt hier een nieuwe dimensie aan toe: met de 'Skippy', een mobiele moestuin die vol zit met moderne technologie, kun je op elke vrije plek in de stad samen groenten verbouwen. Grow a Community zet in op het creëren van ecologische, sociale en creatieve waarden.

1. Inleiding

Grow a Community is een project van Johnny Kerkhof om mobiele moestuinen in de publieke ruimte te plaatsen. In de mobiele moestuin, de zogenoemde 'Skippy', worden moderne technologieën toegepast. Het idee is ontstaan in 2015. Tot nog toe hebben elf mensen toegezegd mee te willen doen.

2. Principes

De belangrijkste drijfveer achter dit project is de wens om mensen voedsel te laten delen binnen een stedelijke omgeving. Dat gaat op meerdere manieren, zoals door kennisoverdracht, maar ook door gezamenlijk eigen groenten te kweken. Samen de productie verzorgen en daar ook samen de vruchten van plukken. Het gaat bij *Grow a Community* niet om monetaire waarde, maar om het vergroten van sociale cohesie.

Het concept van de mobiele moestuin is gestoeld op het delen van ervaringen op verschillende fronten. Alle deelnemers worden actief betrokken bij hun eigen eten. Er wordt bijvoorbeeld gekeken naar een groeiproces en mensen kunnen hun eigen voorkeuren voor te verbouwen groenten aangeven. Vanaf het plaatsen van de Skippy, worden de deelnemers met elkaar in contact gebracht. De opbrengsten komen direct, in de vorm van voedsel, bij de deelnemers terecht.

Daarnaast wil oprichter Johnny Kerkhof bijdragen aan de technologische ontwikkelingen op het gebied van sensoren en integratie daarvan in een ICT-omgeving. De Skippy is volgens Kerkhof ook een ideaal platform om creatieve waarde te genereren. Het kan een podium bieden aan plaatselijke designers. Als hierbij gestimuleerd wordt om een circulair product neer te zetten, wat de ambitie is, is er ook sprake van ecologische waarde. Er wordt dus op vele fronten waarde gecreëerd voor verschillende partijen.

3. Ontwerp

Het idee is een aantal maanden geleden ontstaan tussen verschillende partijen, die nog altijd met dezelfde intentie aan het project werken. De motivatie ligt in de mogelijkheden die moderne technieken binnen de IT-wereld te bieden hebben op het gebied van

voedselproductie en -consumptie. Dit implementeren in een systeem waarbij mensen weer in contact komen met hun voedsel, is de kern van *Grow a Community*.

Op dit moment bevindt het project zich nog in de ideeënfase, waarbij heel snel de stap gezet kan worden naar een werkend prototype. In principe staan alle seinen op groen, als de financiële horde wordt genomen.

Er is grote interesse bij gemeenten en bedrijven om een Skippy aan te schaffen. Zij worden door Kerkhof omschreven als de *'paying users'*; zij zijn verantwoordelijk voor de aanschaf en plaatsing. Er wordt een duidelijk onderscheid gemaakt tussen deze groep en de *'end users.'* Dit zijn de mensen die aan de slag gaan met het kweken van groenten in de geplaatste moestuin. Deze structuur heeft implicaties voor de transactievormen die gebruikt worden. Het idee is om de *paying users* een zeker tegoed aan te laten schaffen. Daar kunnen de andere partijen vervolgens binnen een gekoppelde webshop producten voor hun moestuin van kopen.

In het huidige concept wordt sterk gestuurd op het uitwisselen van kennis. Niet alleen tussen de deelnemers bij één bak, maar ook over het landelijke netwerk dat Kerkhof beoogt op te bouwen. Hierin is een Wiki het beoogde platform waarop deze interactie plaats kan vinden.

4. Waardepropositie

Het aanbod bestaat uit een mobiele moestuin, vormgegeven in een bak. Deze moestuin is zo aangepast dat deze data kan uitlezen. De gegevens worden doorgegeven aan de deelnemers via een app. Deze app stimuleert vervolgens om de bak te gaan gebruiken, maar niet alleen, juist samen met andere beheerders van die bak. Zo wordt de bak een ontmoetingsplaats.

Het unieke aan dit project is het technische aspect dat aan het kweken van groenten gekoppeld wordt. Er wordt ook expliciet een link gelegd tussen design en stadslandbouw. In andere businessmodellen gebeurt iets dergelijks op braakliggende terreinen. Kerkhof wil dit expliciet de wijk in brengen. De mogelijkheden om door te ontwikkelen in de stadslandbouw biedt veel perspectief.

De motivatie om voor deze vorm te kiezen is de wil om zelf iets eetbaars te laten groeien en die ervaring te willen delen. Ook is het een laagdrempelige manier om te ontdekken wat er met techniek kan. Educatie is ook een belangrijk principe waarop het idee gestoeld is. Mensen laten zien wat er mogelijk is en hun eigen mogelijkheden laten verkennen. Dat is ook van toepassing op *Grow a Community* zelf. De waarde voor het huidige team zit in het feit dat zij hun eigen passie binnen het project kunnen waarmaken en ook hun eigen grenzen kunnen verleggen.

5. Community

Momenteel bestaat de community uit een elftal mensen die hebben toegezegd hieraan mee willen werken op het moment dat de financiën geregeld zijn. Deze groep bestaat uit designers, een kok en andere mensen die nadenken over nieuwe manieren om stadslandbouw te bedrijven.

De community is door Kerkhof gevormd door mensen te vertellen over zijn plannen. Het is niet zo dat er al sprake is van een concrete organisatie. Het enthousiasme van de deelnemers wordt extra gestimuleerd door een andersoortige beloning op de lange termijn toe te zeggen. Het plan wordt nu ook al veel gedeeld met bijvoorbeeld gemeenten om zeker te worden van een groot draagvlak.

Ondanks dat er nog geen zelfstandig bedrijf is, wordt er toch al een zekere taakverdeling toegepast binnen *Grow a Community*. Er zijn vrijblijvende afspraken gemaakt over de activiteiten die verschillende mensen binnen de community uitvoeren. Daarbij is gekeken naar de kwaliteiten die de deelnemers hebben. Het onderlinge contact ontstaat zeer informeel en spontaan als men tegen iets aan loopt. Er worden op dit moment niet heel veel meetings met het voltallige team georganiseerd. Dat was in het begin, toen werd toegewerkt naar financieringsaanvragen, wel het geval, maar dat hoeft nu niet meer. Inmiddels gaat vrijwel alles online, via bijvoorbeeld *Slack*, een online kantooromgeving.

De vele manieren waarop *Grow a Community* beoogt bij te dragen zijn voortgekomen uit mensen die tot de community behoren. In verschillende brainstormsessies zijn ideeën aangedragen die uitstekend opgehangen kunnen worden aan een moestuin in een wijk. Omdat er sprake is van een los-vaste samenwerking zijn er in het proces van de afgelopen maanden wel mensen afgehaakt, omdat er geen sprake was van financiële stabiliteit. Agenda's veranderen, en daar is *Grow a Community* dan slachtoffer van.

6. Resultaten

De sociale waarden van *Grow a Community* worden voor een aantal groepen deelnemers gecreëerd. De Skippy heeft voor bijvoorbeeld werklozen of sociale buurtbewoners de functie van ontmoetingsplaats. Voor mensen die zich met duurzaamheid bezighouden, is het interessant om eigen voedsel te verbouwen. Deze groep wordt deels gevormd door mensen die activist zijn geweest en deels door een nieuwe generatie die zoekt naar een meer duurzame manier van leven. Een andere groep bestaat uit mensen die zelf groenten willen kweken. Zij kunnen hun passie er in kwijt en, als zij dat willen, ook een onderwijzende functie vervullen. Deze kennisdeling is ook een vorm van sociale waarde waar Kerkhof sterk op inzet.

Al deze groepen mensen hebben door het kweken en nuttigen van eigen groenten een gezondere levensstijl, waardoor een gedeelde waarde ontstaat met verstrekkende gevolgen. Het samenbrengen van al deze groepen zorgt voor grotere sociale cohesie en kan resulteren in zorgrelaties.

Naast deze sociale waarden is het doel ook om de Skippy's circulair te maken. Op die manier ontstaat een ecologisch waardevol product. Zo kunnen bijvoorbeeld oude containers worden gebruikt. Om dit te realiseren wordt samengewerkt met een ontwerper van de HKU, die veel bezig is met het gebruik van plastics en hout, en bovendien bezig is met het laten groeien van planten in een stedelijke omgeving.

Sociale cohesie is dus een primair doel, maar het brengt meer indirecte gevolgen met zich mee. Zo leidt sociale cohesie tot meer sociale controle en wellicht dat hierdoor criminaliteit kan afnemen. Ook is er meer groen op straat, dit heeft positieve gevolgen voor de hoeveelheid CO² die er rond de Skippy aanwezig is. Een ander indirect effect is dat de vraag naar groente in de stad afneemt en er dus minder vervoer van groenten nodig is. Mensen worden gezonder doordat ze lichamelijk bezig zijn en omdat er een aanbod van recepten is.

Ondanks deze grote hoeveelheid verschillende waarden, is Kerkhof zich bewust van negatieve effecten die zijn idee met zich mee kunnen brengen. Iedere productie heeft een zekere voetafdruk, dus er zal bij het produceren een zekere hoeveelheid CO² geproduceerd worden. Ook wordt ingezet op de mobiliteit van de moestuin, zodat deze ook weggehaald kan worden op het moment dat deze in de weg staat in de openbare ruimte. Bijvoorbeeld bij een buurtfeest kan het zijn dat de plek waar de bak staat nodig is, want dat kan parkeerplaats zijn. Bij het verplaatsen worden broeikasgassen uitgestoten. Het kan ook zijn dat er conflicten ontstaan over de beperkte oppervlakte die er wordt geboden. Er is geen enkele garantie dat verschillende deelnemers elkaar mogen en omdat de bakken maar ongeveer 12 m² bieden, kan daarover geruzied worden. Daarnaast kunnen de Skippy's het doelwit zijn van vandalisme, komt het voor dat mensen planten vertrappen of producten stelen die worden verbouwd. Dit laatste is een algemeen probleem bij stadslandbouw.

7. Conclusie

De belangrijkste les die er bij *Grow a Community* is geleerd, is dat mensen tot grootse dingen in staat zijn als ze vrijheid krijgen. Als mensen het idee hebben dat ze met iets interessants bezig zijn voor zichzelf, ontstaan er mooie dingen. Wees dus niet te strikt. Zorg ook dat er voor alle partijen waarde gegenereerd wordt in het proces. Vertrouw er ook op dat ze hun taak naar behoren uit zullen voeren.

Achteraf bezien zou Kerkhof eerder crowdfunding hebben overwogen. Op die manier had er al één werkende moestuin kunnen zijn, wat meer financiële ondersteuners over de streep kan trekken. Daar is niet voor gekozen omdat de uitwerking van het idee samenviel met verschillende wedstrijden waarbij *funding* gewonnen kon worden. De hoop was om daarmee te kunnen starten. Ook denkt Kerkhof dat in de tijdsbesteding betere afwegingen gemaakt kunnen worden. Er had meer tijd gestoken kunnen worden in *Grow a Community* en dan was het concept misschien verder geweest in zijn ontwikkeling.

De toekomst van *Grow a Community* is op dit moment afhankelijk van de komst van financiële middelen. Het probleem ligt aan de tijd die Kerkhof er zelf op korte termijn aan

kan besteden en het is dus voorlopig onzeker of de moestuinen van *Grow a Community* overall in Nijmegen gebruikt gaan worden.

Het product is niet makkelijk te kopiëren. Er zullen weloverwogen keuzes gemaakt moeten worden voor de gebruikte sensoren, de onderlinge samenhang van de ICT-structuur en de manier van communiceren naar de gebruikers. Er kunnen dus niet zomaar mensen in dezelfde markt stappen.

Het opschalen van de productie en daarmee het aantal deelnemers uitbreiden is juist een doelstelling. In het ontwerp is hiermee al rekening gehouden. De gebruikte sensoren kunnen ook op andere vlakken worden ingezet. Kerkhof noemt bijvoorbeeld verzekeraars, die door gebruik te maken van de sensorstructuur inzicht kunnen krijgen in de gezondheid van verzekerden. Het kan zijn dat dit onderdeel wordt van het aanbod en dat deze software verkocht wordt, maar het kan ook zijn dat er een open source structuur wordt gehanteerd.

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=tB-INloKpc4>

Casusauteur: Nathan Schot, Student Bedrijfskunde, Keuzevak Nieuwe Business Modellen, Radboud Universiteit Nijmegen