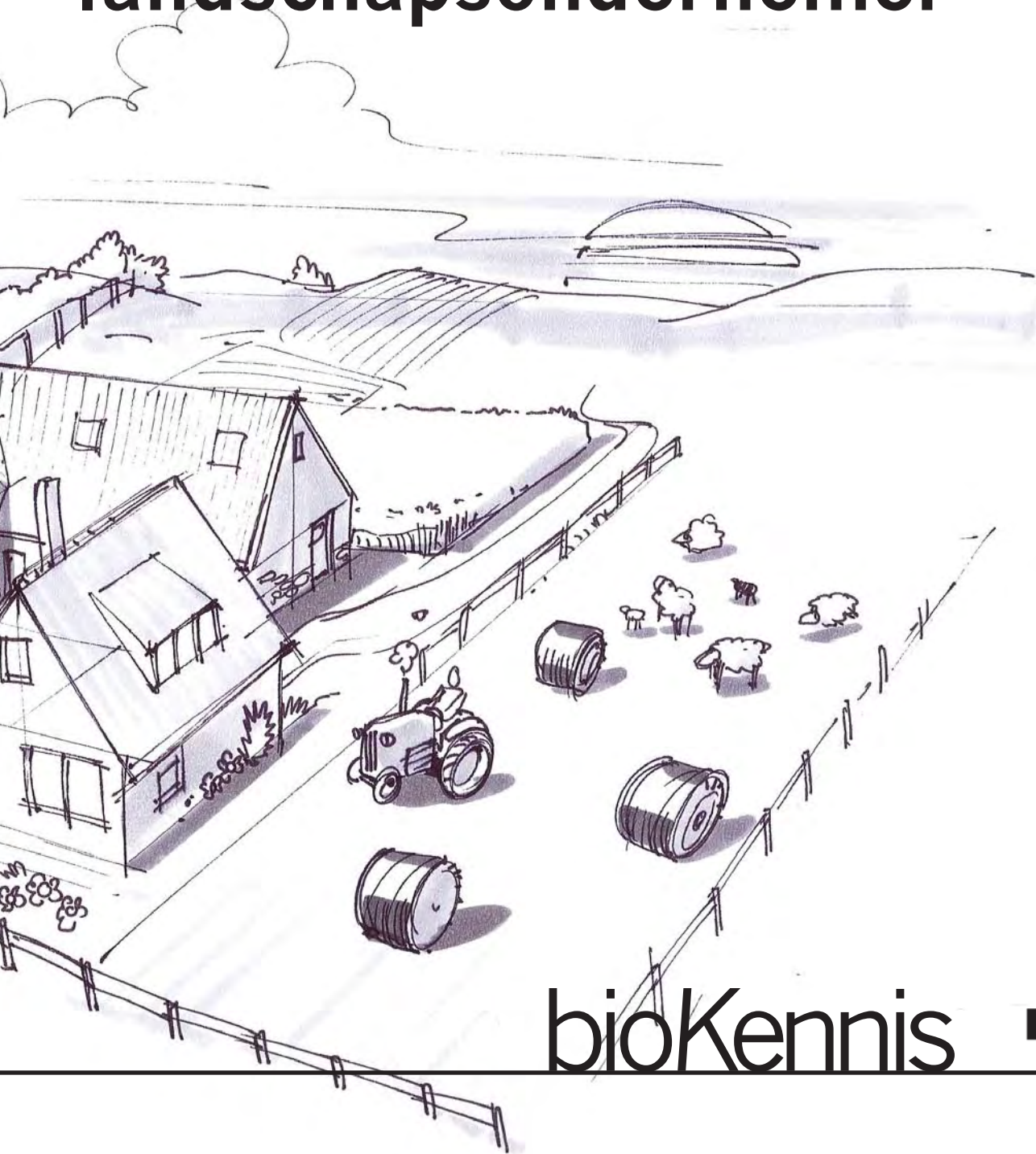


Welke beelden en verwachtingen hebben consumenten ten opzichte van hoe biologische ondernemers omgaan met natuur, landschap en biodiversiteit op hun bedrijf?

# De (biologische) boer als landschapsondernemer



bioKennis 



ANIMAL SCIENCES GROUP  
WAGENINGEN UR

White   
Tree

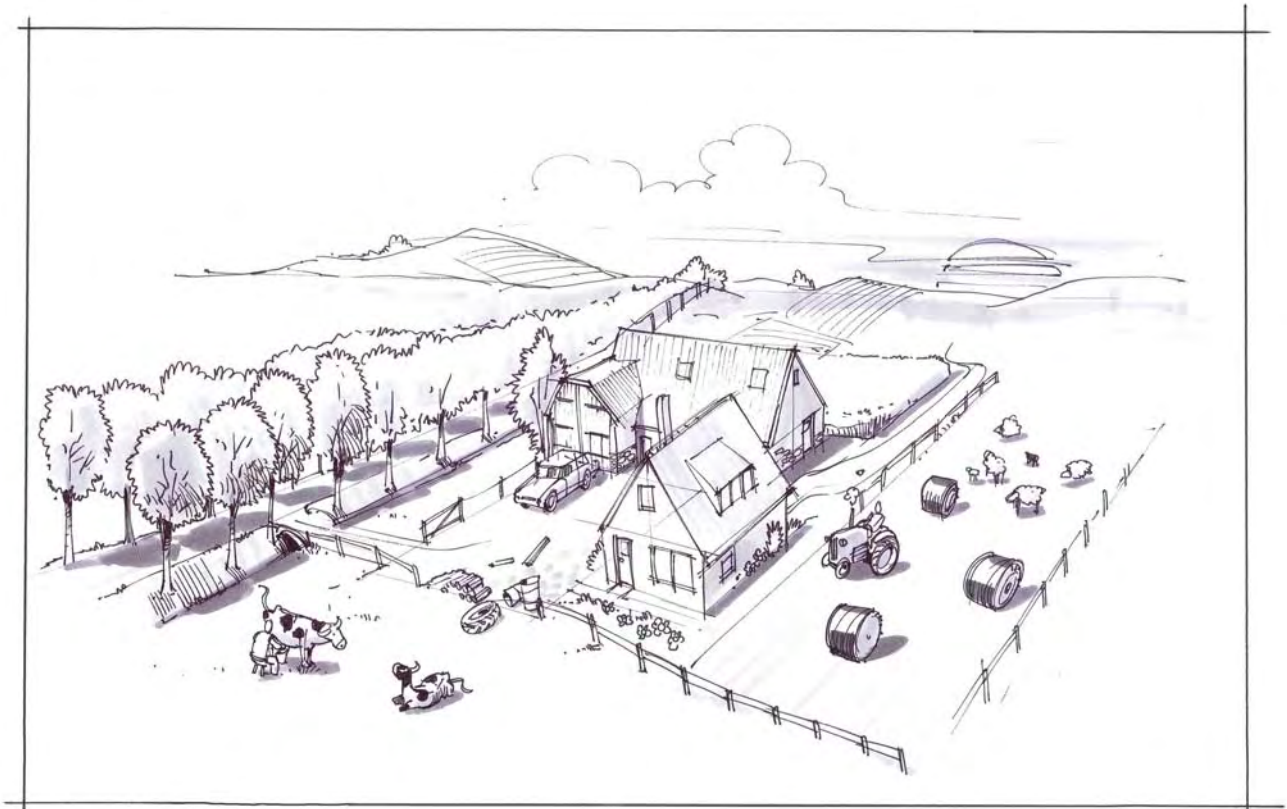
Growth through innovation



## Rapport 191

### De (biologische) boer als landschapsondernemer

Welke beelden en verwachtingen hebben consumenten ten opzicht van hoe biologische ondernemers omgaan met natuur, landschap en biodiversiteit op hun bedrijf?



Corrinne Goenee (White Tree BV)

Daniël de Jong (ASG - Wageningen UR)

Februari 2009

## Colofon

### Uitgever

Animal Sciences Group van Wageningen UR  
Postbus 65, 8200 AB Lelystad  
Telefoon 0320 - 238238  
Fax 0320 - 238050  
E-mail [Info.veehouderij.ASG@wur.nl](mailto:Info.veehouderij.ASG@wur.nl)  
Internet <http://www.asg.wur.nl>

### Redactie

Communication Services

### Aansprakelijkheid

Animal Sciences Group aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Animal Sciences Group does not accept any liability for damages, if any, arising from the use of the results of this study or the application of the recommendations.

Losse nummers zijn te verkrijgen via de website.

### Copyright

© 2009. White Tree BV/ASG – Wageningen UR. Overname van teksten en illustraties is toegestaan mits met bronvermelding ('White Tree/ASG - Wageningen UR')

In Nederland vindt het meeste onderzoek voor biologische landbouw en voeding plaats in voornamelijk door het ministerie van LNV gefinancierde onderzoeksprogramma's. Aansturing hiervan gebeurt door Bioconnect, het kennisnetwerk voor de Biologische Landbouw en Voeding in Nederland ([www.bioconnect.nl](http://www.bioconnect.nl)). Hoofduitvoerders van het onderzoek zijn de instituten van Wageningen UR en het Louis Bolk Instituut. Zij werken in de cluster Biologische Landbouw (LNV gefinancierde onderzoeksprogramma's) nauw samen. Dit rapport is binnen deze context tot stand gekomen.

De resultaten van de onderzoeksprogramma's vindt u op de website [www.biokennis.nl](http://www.biokennis.nl). Vragen en/of opmerkingen over het onderzoek aan biologische landbouw en voeding kunt u mailen naar: [info@biokennis.nl](mailto:info@biokennis.nl)

Dit project is uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) in het kader van het beleidsondersteunend onderzoeksprogramma 'verbinding met maatschappij en omgeving' (BO-04-011).

### Titel

**De (biologische) boer als landschapsondernemer.**  
Welke beelden en verwachtingen hebben consumenten ten opzichte van hoe biologische ondernemers omgaan met natuur, landschap en biodiversiteit op hun bedrijf?

### Samenvatting

Intuitief gezien is er, volgens de respondenten in dit onderzoek, een groot verschil tussen hoe biologische en reguliere ondernemers omgaan met natuur, landschap en biodiversiteit op hun bedrijf. De kern van het verschil zit in focus op productie voor de reguliere ondernemer versus focus op duurzame balans voor de biologische ondernemer. Het aspect natuur en landschap staat voor de respondenten in een lijst waar milieu het hoogste scoort. Daarna volgen maatschappelijke betrokkenheid en energiebeheer, gevolgd door dierenwelzijn, natuurbeheer en behoud van het landschap. Nevenactiviteiten zoals educatie, zorg en recreatie worden, vooral door respondenten die veel biologische producten consumeren niet als belangrijke functies van een ondernemer/boerderij gezien. Respondenten die minder biologische producten kopen waarderen deze functies hoger. De biologische ondernemer wordt gezien als een moderne ondernemer tov de reguliere ondernemer.

### Trefwoorden

Consumentenperceptie, natuur, landschap, biodiversiteit, biologische landbouw, regulier landbouw

### Auteur(s)

Corrinne Goenee (White Tree BV)  
Daniël de Jong (ASG - Wageningen UR)

### Contactinformatie

Corrinne Goenee (White Tree BV)  
Van Rietlaan 25 - 3461HW Linschoten  
0348-410272  
[corrinne@whitetree.com](mailto:corrinne@whitetree.com)  
[www.whitetree.com](http://www.whitetree.com)

Daniël de Jong (ASG - Wageningen UR)  
Postbus 65 - 8200 AB Lelystad  
0320-293307  
[daniel.dejong@wur.nl](mailto:daniel.dejong@wur.nl)  
[www.asg.wur.nl](http://www.asg.wur.nl)

### Referaat

ISSN 1570 - 8616

## Samenvatting

Doel van het project was om inzicht te verkrijgen in beelden en verwachtingen van consumenten ten aanzien van hoe biologische ondernemers omgaan met natuur, landschap en biodiversiteit op hun bedrijf. Deze inzichten kunnen door ondernemers én door beleidsmakers gebruikt worden om activiteiten voor onderhoud en behoud van natuur en landschap te stimuleren.

Uit het onderzoek blijkt dat er intuïtief gezien volgens de respondenten een groot verschil is tussen hoe biologische en reguliere ondernemers omgaan met hun boerderij en directe omgeving, hoewel dat rationeel gesproken niet zo zou moeten zijn. Als je gekozen hebt voor het boerenbestaan krijg je daar namelijk de verantwoordelijkheid voor natuur en dieren automatisch bij. Anders “had je maar op kantoor moeten gaan werken”.

De kern van het verschil zit in focus op productie versus focus op duurzame balans. Daar waar bij de reguliere ondernemer alles in het teken staat van economische productie laat de biologische ondernemer meerdere belangen meewegen. Dat betekent dat hij socialer en respectvoller is in de omgang met mensen, dieren, natuur en omgeving. Hij is meer begaan met milieu en klimaat en heeft meer aandacht voor de flora en fauna in zijn omgeving. Dat vertaalt zich in meer begroeiing en meer afwisseling in het landschap. De reguliere ondernemer is daarentegen gericht op efficiency en minimaliseren van onderhoud; daarom is alles in zijn omgeving kaal en monotoon en niet altijd goed onderhouden.

We wilden ook weten hoe belangrijk aandacht voor natuur en landschap zijn ten opzichte van andere onderwerpen zoals dierenwelzijn en milieu. Uit de beoordeling van deelaspecten blijkt dat sparen van het milieu het hoogste scoort. Daarna volgen maatschappelijke betrokkenheid en energiebeheer (!), gevolgd door dierenwelzijn, natuurbeheer en behoud van het landschap.

Onderaan het verlanglijstje van de respondenten staan nevenactiviteiten zoals educatie, zorg en recreatie. Binnen deze nevenactiviteiten passen educatieve en sociale diensten het best bij de biologische ondernemer. Recreatieve doelen of verhuur van ruimte ten behoeve van feesten, vergaderingen of stalling passen minder goed bij zijn bedrijfsvoering. Overigens is gebleken dat juist de non-users van biologische producten open staan voor nevenactiviteiten op de boerderij.

Opvallend resultaat is dat de biologische ondernemer ook gezien wordt als moderner dan de reguliere ondernemer en meer geïnteresseerd in nieuwe technologieën en ontwikkelingen. Dit staat haaks op de eerder nostalgische beelden die ook rondom biologisch bestaan, zoals ambachtelijkheid en de daarmee geassocieerde handmatige productie en verwerking.

### Gevolg voor Marketing & Communicatie

Biologische boeren zijn in de perceptie van de respondenten voorlopers, gericht op de lange termijn. Ze produceren voldoende maar zijn ook bewust bezig met dierenwelzijn, milieu en natuur.

Het gaat wel meer om echte aandacht voor milieu, dierenwelzijn en gezonde voeding dan om het simpelweg beperken van kunstmatige meststoffen en bestrijdingsmiddelen. Het is dan ook verstandig om die beredenering los te laten en zich op waardenniveau tot de consument te richten.

De crux is dat biologische landbouwondernemers niet geforceerd -ten koste van alles- produceren. ‘Biologisch’ staat in die zin voor het tegenovergestelde van eenzijdige focus op productie en winstmaximalisatie met als gevolg industrieel, gestandaardiseerd voedsel. Het gaat biologische ondernemers primair om gezondheid en zingeving.

In deze context kan aandacht voor natuur en landschap heel goed dienen als brede onderbouwing voor de belofte van bewust omgaan met milieu en dieren. Biologische boeren zijn intelligente, sociale mensen die hun werk met overtuiging en plezier doen. Ze hebben oprechte interesse in natuur, milieu en alles wat leeft. Natuurlijk moet ook de biologische boer produceren, maar hij trekt een grens. Dat vertrouwen is de basis waarop je verder kunt bouwen.

Deze belofte geeft het signaal af dat wat er in de toekomst ook gebeurt, de biologische boer eerst nadenkt over wat hij doet en wat dat betekent voor mensen, dieren, milieu en natuur. Hij zal niet zomaar iets doen alleen om zijn productie te verhogen. Dat is immers niet zijn primaire drijfveer. En dat is bijzonder goed voor het consumentenvertrouwen. Deze belofte heeft inhoud, diepgang en overtuigingskracht en biedt vele aanknopingspunten voor inspirerende concepten.

#### Landbouw en landschap in het algemeen

Achter de wens van de biologische boeren (hoe krijgen wij onze inspanningen op het gebied van landschap beter beloond) zit een wens van de overheid (hoe motiveren wij boeren om ook/nog beter zorg te dragen voor het landschap).

Ook daartoe bieden de resultaten kansen, zeker op het gebied van communicatie.

Er zijn aanknopingspunten voor het verbeteren van het imago van de hele primaire sector. Dat draagt bij aan de maatschappelijke acceptatie van de sector én heeft als indirect effect dat agrariërs willen gaan voldoen aan het positieve beeld dat van hen geschetst wordt in de media, waardoor ze meer aandacht zullen gaan besteden aan o.a. landschap.



## Inhoudsopgave

### Samenvatting

<b>1. Inleiding .....</b>	<b>7</b>
1.1. Doel van het project .....	7
1.2. Werkwijze .....	7
1.3. Opbouw van het rapport .....	8
<b>2. Opzet van het onderzoek .....</b>	<b>9</b>
2.1. Uitgangspunten .....	9
2.2. Methodiek .....	9
2.3. Respondenten .....	10
<b>3. Resultaten .....</b>	<b>13</b>
3.1. Profielschets .....	13
3.2. Verschil in gedrag .....	14
3.3. Diensten en activiteiten die passen bij biologisch .....	17
3.4. Verschil tussen biologische boeren onderling .....	20
3.5. Zintuiglijke associaties .....	22
3.6. Geleide visualisatie .....	24
3.7. Emotionele waardering van deelaspecten .....	31
3.8. Einddiscussie .....	40
<b>4. Conclusies en aanbevelingen .....</b>	<b>45</b>
4.1. Biologische landbouw en landschap .....	45
4.2. Marketing & communicatie biologische landbouw en landschap .....	45
4.3. Marketing & communicatie biologische landbouw .....	46
4.4. Marketing & communicatie landbouw en landschap in het algemeen .....	46
<b>Literatuur .....</b>	<b>48</b>





## 1. Inleiding

### 1.1. Doel van het project

Inzicht verkrijgen in beelden en verwachtingen van consumenten ten aanzien van hoe biologische ondernemers omgaan met natuur, landschap en biodiversiteit op hun bedrijf.

- Inzicht krijgen in de mogelijkheden van biologische ondernemers om natuur, landschap en biodiversiteitsaspecten (beter) vergoed te krijgen door overheid of consument.
- Inzicht krijgen in mogelijkheden voor communicatie voor strategiebepalers en beslissers met gelden voor de ontwikkeling van het platteland (ambtenaren, provincies, besturen waterschap, GOB).

#### Toelichting en details

Welke beelden en verwachtingen hebben consumenten ten opzichte van hoe biologische ondernemers omgaan met natuur, landschap en biodiversiteit op hun bedrijf?

- Wat is natuur, landschap en biodiversiteit in de perceptie van de consument?
- Koppelen consumenten hun beelden op dit gebied aan het biologische product dat ze kopen?
- Hoe belangrijk zijn deze beelden ten opzicht van andere onderwerpen zoals dierenwelzijn, productieschaal, milieu, gezondheid, verbinding met burger, etc.?
- Zijn er verschillen in beelden en verwachtingen tussen de verschillende sectoren (veehouderij, akkerbouw, glastuinbouw)?
- Denkt de consument dat er een diversiteit in handelen is tussen verschillende biologische ondernemers?

We willen meer weten over de opvattingen van burgers/consumenten over natuur, landschap en biodiversiteit in de reguliere landbouw naast biologische landbouw.

We doen dit aan de hand van intuïtief onderzoek zodat we naast cognitieve redenen ook onuitgesproken, onbewuste, emotionele aspecten ontdekken rondom dit onderwerp waarop we in zouden kunnen spelen.

### 1.2. Werkwijze

Doel is om inzichten te verzamelen op het gebied van landschap en omgeving die als aanknopingspunt kunnen dienen voor een betere communicatie daaromtrent.

Dit is gebeurd middels intuïtief onderzoek omdat we weten dat 'landschap' cognitief gezien, als aankoopmotief, nauwelijks een rol speelt. Wij wilden daarom de onuitgesproken, onbewuste, emotionele aspecten ontdekken waar overheid en ondernemers hun voordeel mee kunnen doen.

Het onderzoek is dan ook kwalitatief van aard. Dat betekent dat het onderzoek in de toekomst opgeschaald zal moeten worden om de resultaten harder te maken.

#### Details onderzoek

We wilden nagaan in hoeverre mensen beelden en verwachtingen hebben over hoe reguliere en biologische ondernemers omgaan met natuur, landschap en omgeving.

We hebben dit in een breder perspectief getrokken en hebben gezocht naar beelden en verwachtingen rondom hoe biologische en reguliere boeren leven en hoe zij zich gedragen; op basis van de antwoorden daarop konden we hun verwachte 'lifestyle' vaststellen die gestuurd wordt door waardenpatronen. We hebben aansluitend gekeken naar het effect daarvan op de geloofwaardigheid en aantrekkelijkheid van de producten en diensten die zij (kunnen) aanbieden.

We zijn tevens op zoek gegaan naar het gevoel en de onderliggende beelden die bij biologisch horen. We zijn begonnen met het verzamelen van zintuiglijke associaties rondom biologische en gewone boeren en boerderijen. Daarna hebben we met behulp van creatieve denktechnieken en met ondersteuning van een professionele schetser de beelden van de respondenten over hun 'ideale boerderij en haar omgeving' zichtbaar gemaakt.

Tot slot hebben we een emotionele beoordeling gevraagd op diverse deelaspecten die een rol (kunnen) spelen bij het boerenbedrijf om te bepalen in hoeverre deze aspecten burgers en consumenten meer of minder aanspreken.

### **1.3. Opbouw van het rapport**

Het rapport is chronologisch opgebouwd. We hebben de vraagstelling aan de respondent zorgvuldig gevolgd. We gaan van een profielschets (wie is die boer) via een gedragsomschrijving (hoe gaat hij om met...) naar zeer intuïtieve zintuiglijke associaties. We sluiten af met een snelle, emotionele beoordeling van ca 140 deelaspecten waar de landbouwondernemer mee te maken krijgt en een einddiscussie/groepsgesprek.

## 2. Opzet van het onderzoek

### 2.1. Uitgangspunten

We weten uit voorgaand onderzoek dat biologisch boeren voordelen heeft voor natuur en biodiversiteit (Folder 'Biologisch en Biodiversiteit' van Taskforce marktontwikkeling biologische landbouw).

Ook weten we dat biologische producenten en hun voornaamste doelgroep een bepaalde waardenset delen ('Biologische waarden in tweevoud'). De belangrijkste waarden die gerelateerd zijn aan biologisch produceren en consumeren zijn ook terug te vinden in hoe mensen omgaan met natuur en landschap ('landschap genieten en ervoor zorgen').

Inspiratie is ook gehaald uit het rapport 'de boer als maatschappelijk ondernemer' van het Sociaal-Cultureel Planbureau. Er is strikt genomen verschil tussen maatschappelijke ondernemers en biologische ondernemers, maar er zijn ook veel overeenkomsten.

Tot slot is gebruikt gemaakt van de bevindingen in het project 'Kracht van Koeien' en 'Food & Fun' op de boerderij.

### 2.2. Methodiek

#### Doelgroeprofiel van reguliere en biologische ondernemer

Welke associaties hebben mensen bij reguliere boeren en bij biologische boeren. Middels een set vragen wordt daar een uitgebreide profielschets bij gemaakt. Vervolgens wordt gevraagd naar verschillen in hoe die twee persona's (profielschetsen) omgaan met een aantal zaken zoals hun erf, boerderij, gezin, dorpsgemeenschap, enz.

Doel: inleven in wat voor soort persoon deze mens is en hoe hij handelt en leeft. Daar destilleren wij de waarden uit van de boeren - volgens de respondenten.

#### Zintuiglijke associaties & visuele indruk van de ideale boerderij

We stimuleren de respondenten om hun gevoel en beelden rondom 'biologisch boeren' zo helder mogelijk voor de geest te halen. Dat wordt op papier gezet door een professionele schetser zodat deze beelden een sterkere communicatiekracht en een hogere realiteitswaarde krijgen.

Doel: na in alle mogelijke richtingen nagedacht te hebben over elementen die ons beeld van de (biologische) boerderij bepalen gaan we de elementen samenbrengen en completeren. We zoeken met name naar de aspecten die zichtbaar (te maken) zijn.

#### Emotionele waardering van deelaspecten

Wat vinden mensen van de verschillende aspecten waarmee een (biologische) boer zich potentieel kan onderscheiden? We hebben daartoe vooraf een uitgebreide lijst opgesteld van abstracte uitgangspunten en concrete activiteiten van de boer waarbij de respondent telkens kon aangeven of het uitgangspunt/de activiteit een positief of negatief gevoel losmaakt (5-puntsschaal).

Doel: Uitvinden welke aandachtspunten meer of minder gewicht in de schaal leggen. Welke aspecten worden meer en minder gewaardeerd, ten opzichte van elkaar? Hoe belangrijk is aandacht voor natuur en landschap in vergelijking met andere aspecten zoals dierenwelzijn of milieu?

#### Einddiscussie

Het enige moment dat de groep voltallig in discussie gaat. Al het voorgaande is individueel gegaan, via invulformulieren en persoonlijke briefings aan de schetser.

Doel: Samenvatting van de resultaten en gezamenlijk afronden.

### 2.3. Respondenten

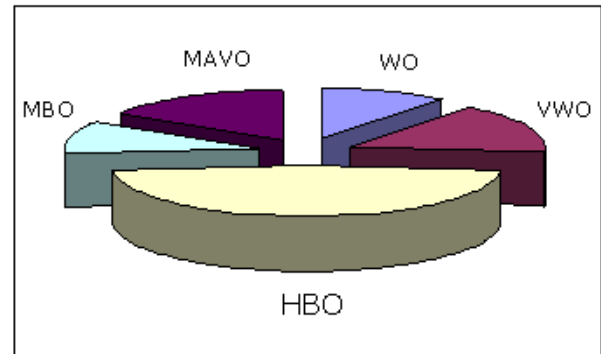
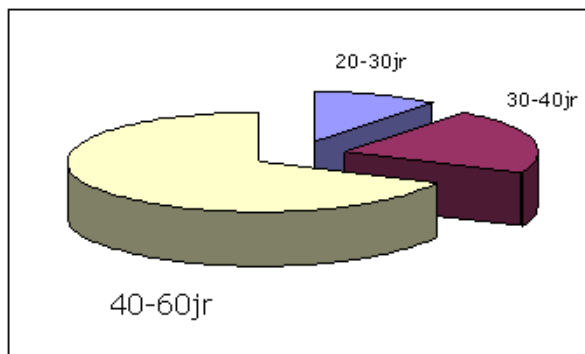
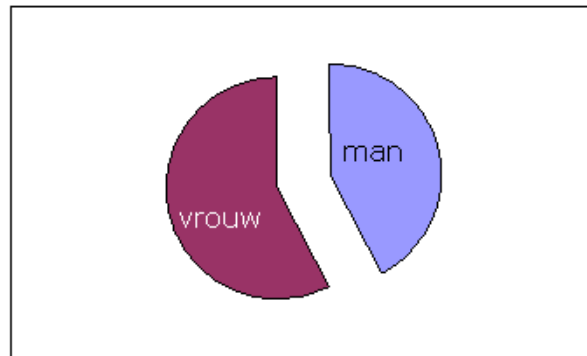
#### Groep 1: heavy users; kenners en gebruikers van biologische producten en boeren

- Een groep consumenten die op regelmatige basis (1-3 keer per week) biologische producten afnemen bij de biologische boerderij, natuurwinkel of supermarkt, en die bijna allemaal (op één respondent na) in contact staan met biologische boeren voor producten, recreatie of vakantie, in eigen land of buitenland.
  - Producten = tuinbouw, akkerbouw, veeteelt: dus aardappelen, eieren, vlees, groente en fruit, zuivel.
  - Diensten = verkoop-aan-huis, maar ook recreatie (vakantieboerderijen, verjaardagspartijtjes) en zorg of hulpverlening (bijvoorbeeld zorgboerderijen voor dagbesteding van verstandelijk gehandicapten).

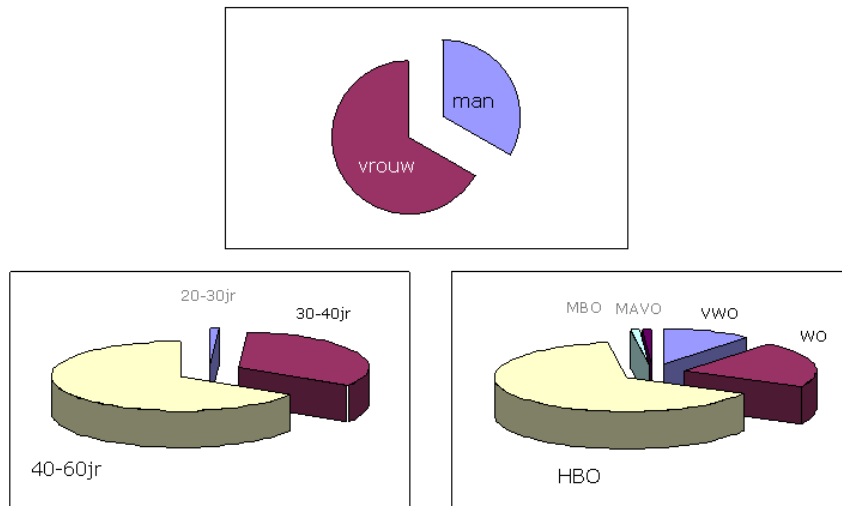
#### Groep 2: light- en non-users; onbekend met biologische producten en boeren

- Een groep consumenten die minder dan 1 keer per maand biologische producten afnemen bij de biologische boerderij, natuurwinkel of supermarkt, en die nauwelijks in contact staan met biologische boeren voor producten, recreatie of vakantie, in eigen land of buitenland (op één respondent na).

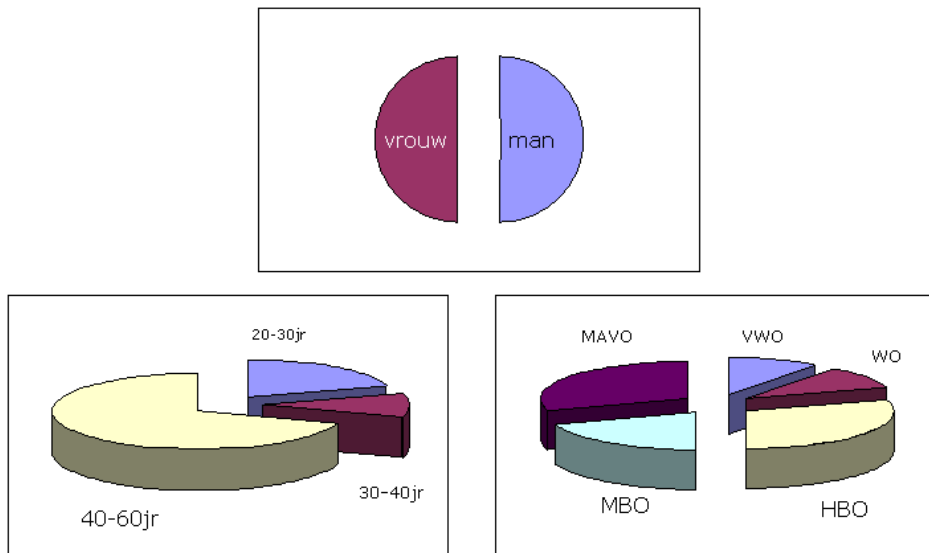
### TOTAAL



**HEAVY USERS**



**NON-USERS**



**NOOT:**

Voor dit project golden geen strenge representativiteitseisen. Het is belangrijk op te merken dat de respondenten in de groep heavy users gemiddeld hoger opgeleid zijn dan de respondenten in de groep non-users. Dertien van de in totaal negentien personen zijn boven de 40 jaar. Verder is noemenswaardig dat veertien van de negentien personen geen kinderen hebben en dat zich in de groep non-users twee allochtonen en twee jongeren van 21 jaar bevinden.



**Reacties respondentent:**

- *"Ik schrijf op wat in me opkomt. Dat kan ook niet anders, hier kun je niet over nadenken."*
- *"Je laat ons hard werken. Dat ben ik niet gewend van marktonderzoek."*
- *"Intensief. Hiermee bereik je volgens mij echt wat je zoekt."*
- *"Meestal zeg ik toch gewoon wat ze van mij verwachten. Dit gaat veel dieper."*

### 3. Resultaten

#### 3.1. Profielschets

- *Wat voor een mens is het?*
- *Welke auto rijdt hij?*
- *Welke TV programma's kijkt hij?*

#### De biologische boer – profielschets

- Heeft vaker een gemengd bedrijf (gewassen en dieren)
- Houdt vaker biggen en geiten
  - de gewone boer houdt vaker koeien (volgens de heavy users)
- Is hoger geschoold dan de gewone boer
- Rijdt een minder grote, zuiniger auto dan de gewone boer
- Is vaker druk met zaken als milieu, klimaat, welzijn van dieren
  - De gewone boer is drukker met pragmatische zaken als de nieuwe schuur, onderhoud machines of de auto die naar de garage moet
- Heeft als hobby's: tuinieren, lezen, vogels kijken
  - de gewone boer houdt meer van sport, voetbal, kaarten
- Kijkt op TV eerder actualiteiten en documentaires
  - de gewone boer kijkt 'studio sport' en 'boer zoekt vrouw'
- Leest vaker NRC en Volkskrant
  - de gewone boer leest vaker De Telegraaf
- Luistert eerder naar klassiek
  - de gewone boer naar pop en Nederlandstalig
- Gaat vaker op vakantie naar Scandinavië en Het Zwarte Woud
  - de gewone boer gaat vaker naar Frankrijk, Spanje, Italië
- Gaat vaker dansen, uit eten, naar het theater of speelt een gezelschapsspel
  - de gewone boer gaat vaker naar bioscoop of café
- Is doortastend, optimistisch, intelligent, slim en sportief; soms iets te serieus
  - de gewone boer is joviaal, fideel, een harde werker
- Zijn droom is meer aandacht voor biologisch en gezondheid
  - voor de gewone boer eerder het doorgeven van zijn familiebedrijf en gelukkig zijn met zijn gezin
- Zijn grootste zorg is het milieu, de aarde, de toekomst, kinderen
  - voor de gewone boer zijn het de financiën en het gezin



### 3.2. Verschil in gedrag

*Is er verschil tussen hoe gewone boeren en biologische boeren omgaan met*

- *boerderij, erf, grond, machines, akkers,...*
- *huis, auto, kleding, voeding,...*
- *dorp, streek, provincie,...*
- *mensen, natuur, dieren,...*
- *politiek, wetenschap, goede doelen,...*

De biologische boer...

- Hij denkt na over hoe hij werkt; is zelf het bedrijf gestart, dat was een keuze
  - De gewone boer werkt uit routine; heeft het bedrijf overgenomen van zijn vader
- Heeft een moderne boerderij, van steen, kleinschalig
  - De gewone boer vaker ouderwets met rieten dak
- De inrichting van zijn huis is eerder modern, met nieuwe snufjes en een combinatie van klassiek en modern (Piet Boon)
  - De inrichting van de gewone boer is eerder klassiek en ouderwets
- Heeft een netter erf, kleiner, verzorgd, geordend
  - De gewone boer heeft een groter, slordiger, rommeliger erf
- Heeft een natuurlijke, gezellige tuin, kruiden, veel soorten, lossier
  - De tuin van de gewone boer is netter, strakker, 'gemaakt'
- Heeft vaker een gemengd bedrijf en meer variatie in de gewassen (volgens de heavy users) dan de gewone boer, gebruikt geen bestrijdingsmiddelen (non-users)
- Heeft minder dieren en meer soorten dieren, is diervriendelijker, zorgzamer, dieren hebben meer ruimte, zijn vaker buiten, leven in meerdere, kleine stallen
  - De gewone boer is grootschaliger, houdt dieren in hokken of heeft één grote stal vol met dieren - van één soort
- Zijn akkers zijn kleiner, afwisselender en goed onderhouden
  - Bij gewone boeren grootschalig, slordig, monotoon
- Je kunt aan zijn weilanden zien dat hij meer aandacht heeft voor de natuur en dieren hebben schaduw (heavy users); kleine percelen en verzorgd (non-users)
- Zijn sloten zijn redelijk schoon, afwisselend, je vindt er natuurlijke beplanting, wilde bloemen, bramenstruiken
  - Bij gewone boeren zijn ze strak, monotoon, met zo min mogelijk onderhoud voor de gewone boer (rioolstort)
- Zijn hekken zijn van hout, niet geverfd
  - De gewone boer gebruikt metaal, ijzer, schrikdraad
- Is zich bewust van de flora en fauna in zijn omgeving; geeft het meer aandacht, vindt het belangrijk; je moet ermee omgaan
  - De gewone boer is daar nonchalanter in, vindt het onbelangrijk, heeft er geen tijd voor; moet je in bedwang houden, het moet niet in de weg staan

- Verzorgt de bomen langs de weg, het bos waarin hij wandelt, het heeft zijn aandacht
  - De gewone boer kijkt er niet naar om, laat het over aan de overheid
- De bermen in zijn omgeving zijn begroeid, afwisselend, wild en verzorgd
  - Bij de gewone boer zijn ze glad, strak en monotoon
- De wegen in zijn omgeving zijn afwisselend (heavy users); bij non-users veel meer reactie op deze vraag: onverharde landweggetjes, zand, grind of bestrating
  - Bij gewone boer veel monotoner (heavy users); verhard asfalt (non-users)
- Zijn kassen zijn milieuvriendelijker, hebben zonnepanelen of het zijn koudegrondkassen; niet grootschalig; minder, kleinere kassen
- Maakt minder gebruik van machines, ze zijn milieuvriendelijk
  - De gewone boer heeft grotere, zwaardere, verouderde machines
- Gaat bewust om met zijn energievoorziening: milieuvriendelijk, zonnepanelen, groene stroom, natuurlijke bronnen
  - De gewone boer gebruikt gewone, traditionele energie, de standaard
- Zorgt voor een verantwoorde productie: milieuvriendelijk, op de vraag gericht, zo goed mogelijk
  - De gewone boer produceert ouderwets, massaal, machinaal, zoveel mogelijk
- Heeft vaker een winkel aan huis dan de gewone boer (volgens heavy users, wisselende antwoorden bij non-users); Gebruikt ambachtelijke, handmatige verwerkingsmethoden, traditioneel, geen toevoegingen
- Is vriendelijk en gastvrij in de winkel, heeft er plezier in, doet mee aan dorpsmarkten
  - De gewone boer is stugger, verkoopt alleen zelf omdat hij het nodig heeft, doet niet mee aan dorpsmarkten
- Vervult vaker een nevenfunctie als zorgboerderij en educatie; is daarin creatiever en publieksvriendelijker volgens de non-users
  - Voor zover de gewone boer iets aanbiedt is het op het gebied van camping en recreatie
- Heeft minder geld maar gaat er zorgvuldig en verstandig mee om, zijn financiën zijn op orde
  - De gewone boer heeft meer geld en geeft het gemakkelijker uit
- Heeft een zuinige, kleine auto, wagon; nieuwe Volkswagen, Toyota
  - De gewone boer een grote wagen; diesel; Jeep, oude Volvo, Mercedes; statuswagen
- Draagt nette kleding, modern, spijkerbroek en trui, uit de stad
  - De gewone boer draagt een beetje lompe, oubollig kleding, een overall met bodywarmer, van de markt
- Gebruikt zoveel mogelijk eigen producten, koopt in de supermarkt biologisch, zo min mogelijk vlees, magere en gezonde producten
  - De gewone boer koopt de standaard, zo goedkoop mogelijk
- Is te vinden in Brabant, het groene hart, Drenthe, Overijssel
  - De gewone boer is gevestigd in Flevoland, Friesland, Noord-Holland
- Is linkser in de politiek: Groen Links, SP, (D66)
  - De gewone boer is rechtser: CDA, VVD, (TON)
- Vertoont op economisch vlak meer wereldwijsheid, bankiert bij Triodos, is vooral geïnteresseerd in de vraag of economie duurzamer wordt (alleen heavy users zien een verschil):

- De gewone boer vertrouwt op zijn boerenwijsheid, bankiert bij de Rabobank, wil vooral weten of het met hemzelf goed gaat
- Is meer onderlegd en belezen, vertoont interesse in wetenschap
  - De gewone boer vindt wetenschap niet interessant
- Is eerder antroposofisch ingesteld, new age, boeddhist of atheïst
  - De gewone boer is christelijk (katholiek, protestant, gereformeerd)
- Is optimistisch en staat vrij in het leven, gericht op vrienden
  - De gewone boer is eerder zorgelijk en familiegericht
- Staat gelijkwaardiger in de relatie; zijn vrouw heeft een eigen carrière
  - De gewone boer is traditioneler; moeder de vrouw
- Heeft meer aandacht voor zijn kinderen, meer in overleg, eigen carrière
  - De gewone boer is strenger, autoritair, kinderen werken op het bedrijf

### 3.3. Diensten en activiteiten die passen bij biologisch

*Welk type diensten/activiteiten bieden juist biologische boeren aan?*

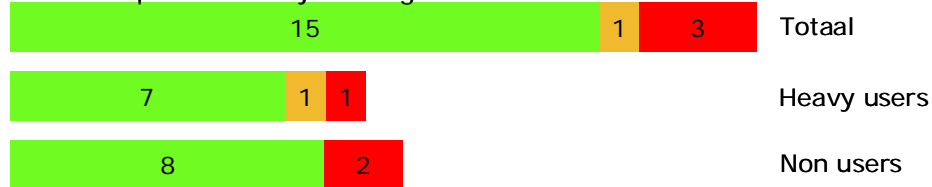
groen = passend    oranje = twijfel/geen uitspraak    rood = niet passend

*In de gekleurde balken vindt u absolute getallen, op basis van de 19 respondenten.*

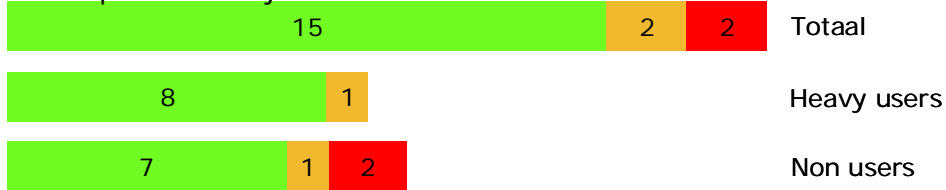
#### Rondleidingen op de boerderij, trektochten in de omgeving



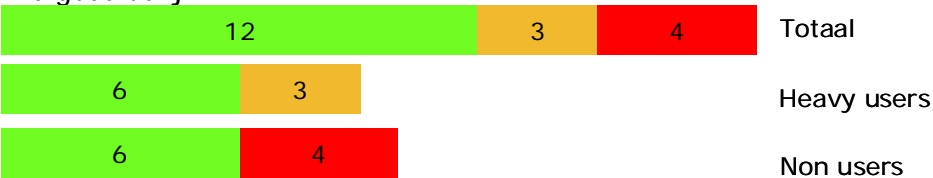
#### Werken op de boerderij/zelf oogsten



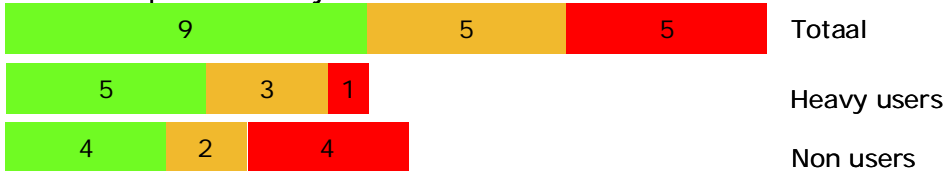
#### Eten op de boerderij



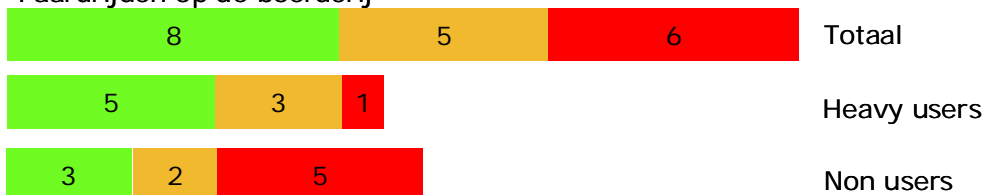
#### Zorgboerderij



#### Vakantie op de boerderij



#### Paardrijden op de boerderij

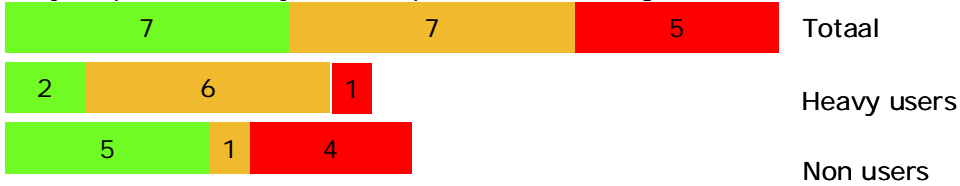


groen = passend      oranje = twijfel/geen uitspraak      rood = niet passend

Vergaderen op de boerderij



Uitjes op de boerderij (boerensport, team building)



Feesten op de boerderij

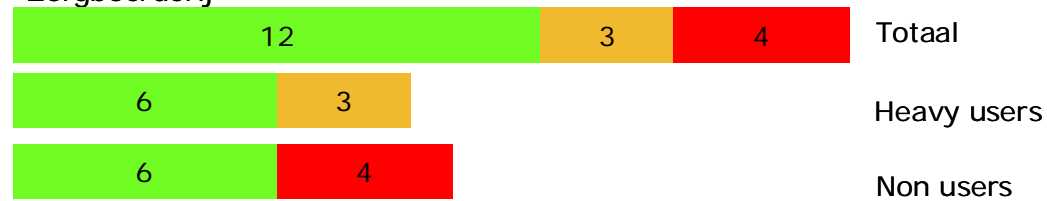


Stalling op de boerderij

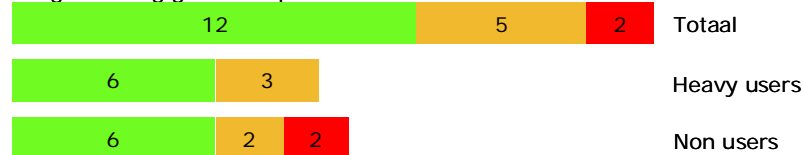


Diensten en activiteiten die passen bij biologisch (focus op zorgboerderij)

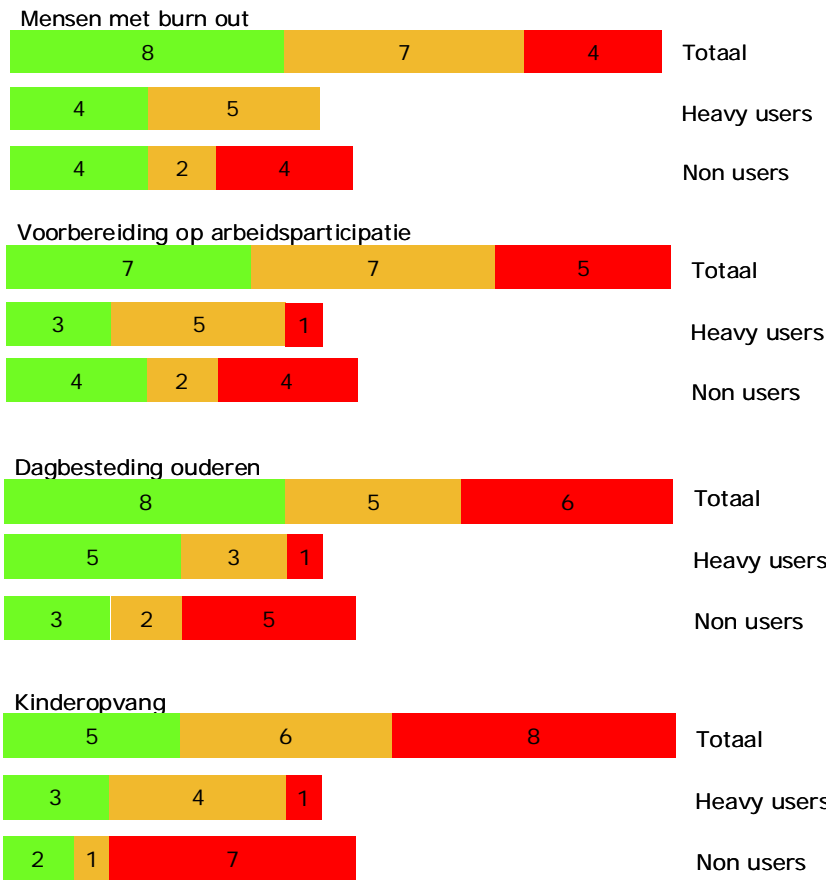
Zorgboerderij



Dagbesteding gehandicapten



groen = passend      oranje = twijfel/geen uitspraak      rood = niet passend



Opmerkingen respondenten 3.3.

*Welk type diensten/activiteiten bieden juist biologische boeren aan?*

Het hoogst scoren educatieve en sociale diensten. Het laagst recreatieve doelen en verhuur van ruimte ten behoeve van vergaderingen, feesten of stalling.

Uit de toelichtingen blijkt dat de educatieve diensten hoog scoren omdat ze leiden tot bewustwording over voedselproductie, een belangrijk thema voor de biologische boer en een belangrijk onderdeel van de promotie van biologische producten.

Sociale diensten zoals de zorgboerderij (met name voor gehandicapten) scoren hoog omdat de biologische boer gezien wordt als sociaal wezen met interesse in mensen bij wie de sfeer losser is. Er heerst meer rust; planten krijgen immers ook de tijd om te groeien. De traditionele boer is zakelijker en resultaatgerichter. Hij ziet vooral de beperkingen van gehandicapten.

Voor de rest is het vooral een kwestie van hoe groot het beoogde initiatief is en dat het met mate gebeurt. De boer moet wel boer blijven en zijn productie mag niet in het gedrang komen (opmerkingen van heavy users).

In de positieve waardering tellen de extra inkomsten mee maar ook het sociale aspect (gezelligheid) en het optimaal gebruiken van onbenutte ruimte.

### 3.4. Verschil tussen biologische boeren onderling

*Is er verschil in de manier waarop verschillende biologische boeren werken of in de reden waarom ze biologisch boeren?*

De vraag of er wellicht verschil zit tussen biologische boeren onderling wordt positief beantwoord. Volgens de respondenten zal de één groter zijn dan de ander, de één zal fanatieker en strenger zijn dan de ander. Daarnaast verwachten mensen ook verschil in de reden waarom boeren kiezen voor biologische productiemethoden. Sommigen kiezen voor biologisch uit overtuiging, anderen om financiële redenen, nog anderen vanwege voortschrijdende inzichten uit de wetenschap. Sommigen gaat het meer om dierenwelzijn, anderen om milieu of kwaliteit van de producten.

Deze vraag doet een beroep op het rationele brein. Het is duidelijk dat mensen zich -zodra ze erover nadenken- realiseren dat het profiel dat zij geschetst hebben niet voor elke boer in dezelfde mate opgaat en dat niet iedere biologische boer uit overtuiging voor de biologische productiemethode kiest, hoewel dat intuïtief wel de verwachting is.

#### Interpretatie 3.1. – 3.4.

We hebben op laagdrempelige wijze getest of biologische boeren qua waarden en levensstijl verschillen met gewone boeren.

De eerdere bevindingen uit het rapport 'waarden in tweevoud' worden in dit onderzoek bevestigd. De biologische boer houdt meerdere belangen in het oog en is niet materialistisch ingesteld. Dat heeft onder andere tot gevolg dat hij aandacht heeft voor zijn omgeving en dat hij sociaal en respectvol is in de omgang met mensen, dieren en de natuur. Daardoor is ook zijn directe omgeving beter onderhouden en verzorgd dan die van de gewone boer. Hij vindt dat belangrijk en maakt er dus tijd voor vrij.

Opvallend is dat de biologische boer gezien wordt als moderner en hoger geschoold dan de gewone boer. De biologische boer is ook eerder aanhanger van new age en boeddhisme dan van een traditioneel christelijk geloof. Hij is niet autoritair; zijn levenspartner is aan hem gelijkwaardig en hij laat zijn kinderen vrij om zich te ontwikkelen.

Hij heeft plezier in zijn werk omdat hij dat uit overtuiging doet. Er is rust op zijn bedrijf omdat hij minder geforceerd bezig is met produceren. Ook lijkt hij verder vooruit te kijken dan de gewone boer. Hij maakt zich immers sterk voor milieu en klimaat.

De gewone boer is meer met alledaagse, pragmatische zaken bezig zoals met de reparatie van zijn machines. Hij wordt gekenschetst als iemand die vooral geïnteresseerd is in zijn eigen winst. Dat vertaalt zich in het minimaliseren van onderhoud waardoor hij kiest voor grote, massale, eenzijdige productie waarmee dan weer monotone bermen, tuinen en landschappen geassocieerd worden. Efficiency is het enige dat telt en waar alles voor moet wijken.

#### Specifiek voor het thema biologische boeren en natuur, landschap, biodiversiteit

De biologische boer heeft volgens de respondenten meer aandacht voor flora en fauna in zijn omgeving dan de gewone boer. Hij heeft een goed verzorgd erf, in zijn tuin staan meer soorten planten, zijn akkers zijn afwisselender en rond zijn sloten vind je veel wilde bloemen en bramenstruiken. Je kunt zien dat hij aandacht heeft voor de natuur. Dat wordt zelfs doorgetrokken naar de bermen in zijn omgeving. Die zijn afwisselend, begroeid en verzorgd.

*Noot: één respondent (non-user) wijkt consequent af. Hij associeert de biologische boer juist met een eerder rommelige, onverzorgde omgeving. De biologische boer heeft een oud woonhuis, draagt armoedige kleding en zou minder sociaal zijn dan de gewone.*



## **INTERESSANT**

Eenzelfde tegenstelling wordt in het onderzoek 'Kracht van Koeien' ook gesignaleerd, al is het daar niet in verband gebracht met biologische landbouw (veehouderij). In het betreffende onderzoek staat het 'ik' van de geliberaliseerde economie waarin efficiency en winstmaximalisatie centraal staan tegenover het 'wij' van de gemeenschapszin waarin balans en het harmonieus samenleven tussen mens en dier centraal staan.

Overigens moet vermeld worden dat deze tegenstelling geen eenduidig waarde-oordeel in zich draagt. Er zijn zowel positieve als negatieve waarderingen bij beide vormen van veehouderij. Sommigen vinden bijvoorbeeld lage prijzen voor voedsel positief terwijl anderen dat een probleem vinden. Sommigen vinden de aandacht voor dieren sterk overdreven terwijl anderen juist de gelijkwaardigheid tussen mens en dier benadrukken.

### 3.5. Zintuiglijke associaties

*Wat voor zintuiglijke associaties (geuren, kleuren, vormen) hebben mensen bij biologisch boeren versus regulier boeren?*

#### Resultaten

- Biologisch: overwegend groen
  - Gewone boer overwegend grijs, bruin en zwart (ook blauw bij non-users)
  - *Eén antwoord = wit (biologisch) versus zwart (gewoon)*
- Biologisch: overwegend rond en ovaal of veelhoekig
  - Gewone boeren eerder vierkant en rechthoekig of een eenzijdig vlak
    - Non-users: twee respondenten associëren gewone boeren én biologische boeren met rond. Twee respondenten geven rond juist aan voor gewone boeren en vierkant voor biologische boeren (toevallig de twee jongsten).
- Biologisch: zachte geluiden, geruis, gefluit van vogels
  - Gewone boeren hardere geluiden, mechanisch, hectisch, gillende varkens of helemaal stil
- Biologisch: harp, viool, piano
  - Gewone boer eerder trompet, drum, synthesizer, snerpande gitaar
    - Non-users antwoorden ook piano of gitaar bij gewone boer (dan is de tegenstelling ook minder groot; denk aan piano vs gitaar of viool)
- Biologisch: vaker hout, zijde, katoen, wol, fluweel (zachte stoffen)
  - Gewone boer: ijzer, metaal, beton (hard)
    - Non-users antwoorden ook katoen of hout bij gewone boer (in een minder grote tegenstelling zoals hout versus katoen, katoen vs linnen en wol, steen vs hout, staal vs ijzer)
- Biologisch: mondgevoel is vol, zacht, warm, zoet, kruidig, lichtpittig, friszoet
  - Gewone boeren: scherp, afgevlakt, hard, koud, zuur, dun, flauw, zurig, stoffig, korrelig
- Biologisch: geuren zijn fris, zoet, zacht, kruidig, bloemig
  - Gewone boeren: bitter, zwaar, mest, uitlaatgas, ammoniak, 'beren'lucht
- Biologisch: huidgevoel is warm, zacht, vol, lichte tinteling
  - Gewone boeren: gevoel is koud, een klap

#### Interpretatie zintuiglijke associaties

*“De meeste mensen voelen zich prettiger in een omgeving die gekenmerkt wordt door vloeiende lijnen dan waarin hoekige en spitse vormen de boventoon vormen. Hoekige en spitse vormen hebben iets agressiefs. Vloeiende lijnen in de omgeving geven daarentegen een gevoel van zachtheid en vriendelijkheid”. Principes van Feng Shui.*

Zintuiglijke associaties zijn de meest eerlijke antwoorden die je kunt krijgen. De meeste mensen hebben hier vantevoren nooit over nagedacht en zijn oprecht verbaasd over de overeenkomsten tussen de antwoorden van diverse respondenten. Vooraf wordt vaak gedacht dat de associaties strikt persoonlijk zijn, juist omdat ze zo intuïtief zijn.

In dit onderdeel blijkt een duidelijk verschil op te treden tussen de twee groepen. Daar waar de heavy users zonder uitzondering rond of ovaal noemen voor biologisch en vierkant of rechthoekig voor gewone boeren, zijn er bij de non-users twee respondenten die beide boeren de ronde vorm toekennen, en twee

respondenten die het net omgekeerd zien: de gewone boer wordt geassocieerd met rond en de biologische boer met vierkant.

Naast de associatieve verklaringen zoals rond voor vriendelijk en harmonieus of vierkant voor robuust drukt dit kenmerk ook in zijn algemeenheid de mate van waardering uit. Dat zou betekenen dat twee respondenten uit de groep non-users voorkeur geven aan de gewone boer en dat twee respondenten geen voorkeur hebben voor één van beiden. De anderen uit de groep non-users beoordelen biologisch als positief maar niet in die mate dat ze ook bereid zijn meer te betalen voor biologische producten of er meer moeite voor te doen.

De gewone boer wordt unaniem geassocieerd met hardere geluiden en hardere materialen, de biologische boer met zachtere. Dit kan voortvloeien uit een vermeend zachter karakter of harmonieuzer bestaan van de biologische boer. Ook spreekt er meer heftiek en drukte uit de opgegeven geluiden voor de gewone boer, meer rust en harmonie bij de biologische boer. De tegenstellingen tussen gewone en biologische boeren zijn onder de non-users minder scherp dan onder de heavy users, en soms zelfs afwezig.

De associaties in mondgevoel en geuren zijn bij alle respondenten positiever voor biologische boeren dan voor gewone boeren. Hieruit spreekt misschien onbewust toch de overtuiging dat biologische producten lekkerder zouden moeten zijn dan gewone, hoewel dat in de (rationele) einddiscussie beslist niet zo ervaren wordt.

Opmerking respondent achteraf:

*“Dit is erg. Mijn beeld is echt een stereotype. Dit doet eigenlijk geen recht aan de gewone boer” (heavy user).*

### 3.6. Geleide visualisatie

*“Je bevindt je in een voertuig. Het is mistig. Je hebt alle tijd. Het voertuig kan overal heen. Jij bepaalt hoe ver en waarheen. Dit is een droom.*

*Het begint op te klaren zodat je naar buiten kunt kijken. Je ziet een landschap. Hoe zouden mensen hier omgaan met elkaar, met dieren, met planten? Hoe zouden ze hier leven? Je ziet iets wat je interesse trekt en je laat het voertuig stoppen. Langzaam stap je uit en je kijkt nieuwsgierig om je heen.*

*Dit is een plaats waar landbouw bedreven wordt zoals jij het graag ziet. Hier worden producten zo gemaakt dat ze goed zijn voor jou en voor je gezin...” (= het ideaal)*

De beelden worden op papier gezet door een professionele schetser zodat deze beelden een sterkere communicatiekracht en een hogere realiteitswaarde krijgen.

#### **NOOT:**

We hebben in dit onderdeel gevraagd het ideale beeld van landbouw te beschrijven of te tekenen, niet perse de biologische landbouw.

Ook dient opgemerkt te worden dat we de respondenten in de visualisatie hebben meegenomen op een reis waarin we gaandeweg een aantal elementen hebben benoemd zoals ‘een’ boerderij, ‘een’ erf, mensen, dieren, natuur, bebouwing, weiland, akkerland, voertuig of machine (“beschrijf als je hem ziet”).

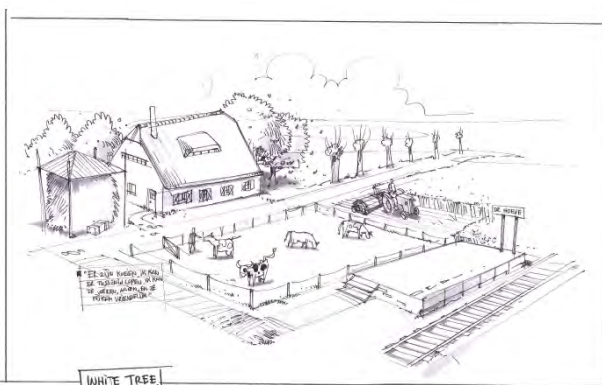
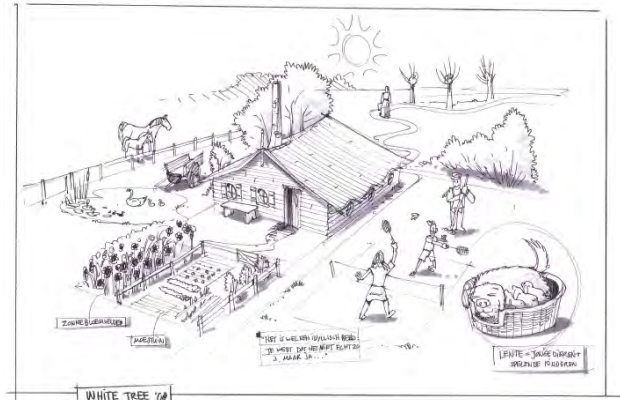
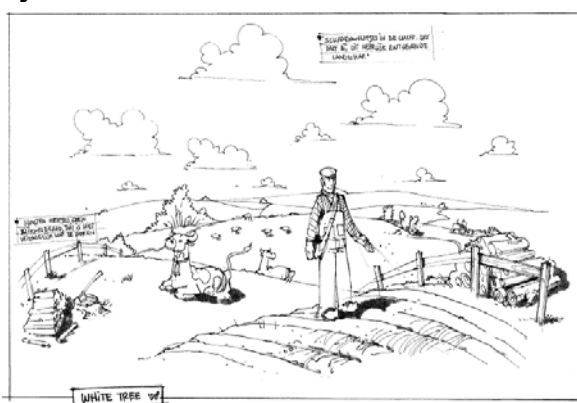
Voor de analyse hebben we gebruik gemaakt van de aantekeningen en de mondelinge briefings van de respondenten aan de schetser.

*“Een klein, kabouterachtig houten huis. Een veld met zonnebloemen. Veel vogelnestjes met jonge vogeltjes. Puppies. Jonge kinderen aan het spelen en een boer in overall met stropluim in de mond die alles tevreden aanschouwt. Een vijver met jonge eendjes, zwanen, waterlelies. Een scheve houten kar. Heel veel verschillende bloemen in diverse kleuren. Een kronkelig pad naar het huis met houtsnippers. Knotwilgen. Een moestuin. Een weiland met schapen en paarden. Een vrouw komt aanwandelen. Het is lente...”*

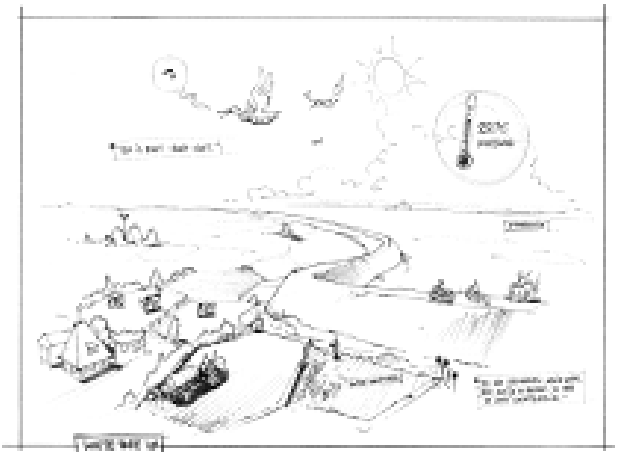
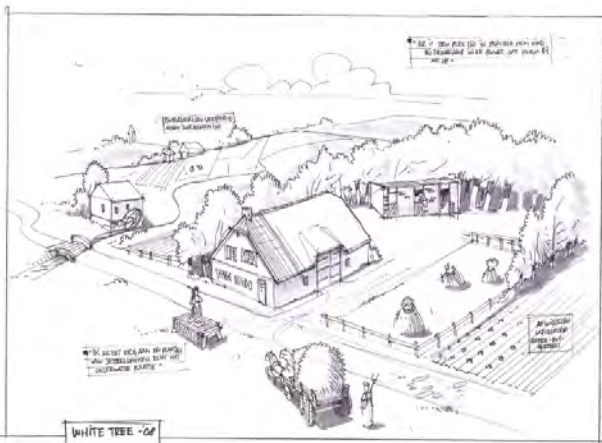
*“Het beeld dat ik aan de schetser heb gegeven is wel wat idyllisch. Je weet wel dat het niet echt zo is/gaat, maar ja.” (heavy user)*

## Schetsen groep 1

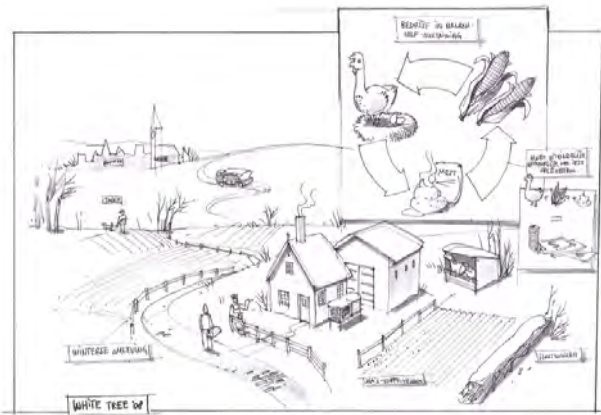
### Idyllisch



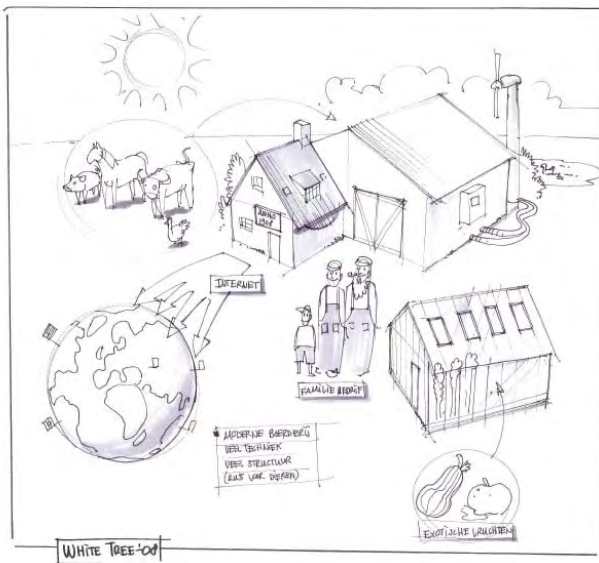
### Gebaseerd op Hollandse natuur en landschap



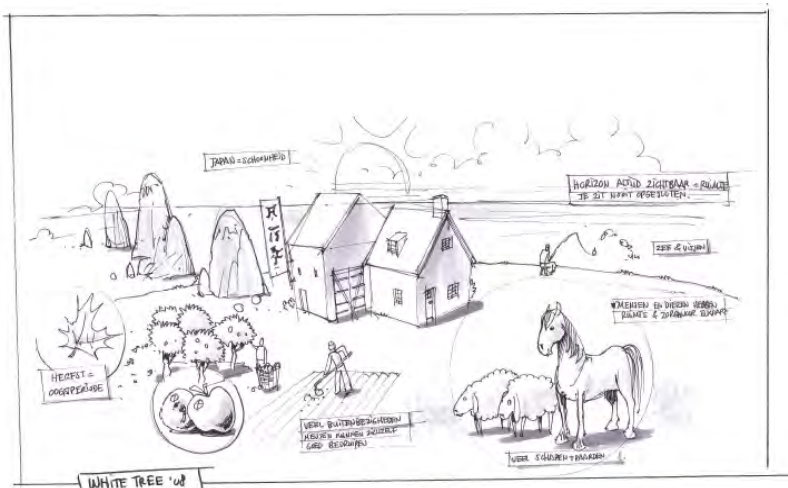
### Kenmerken van de biologische boerderij



### Veel techniek



### Esthetiek en harmonie

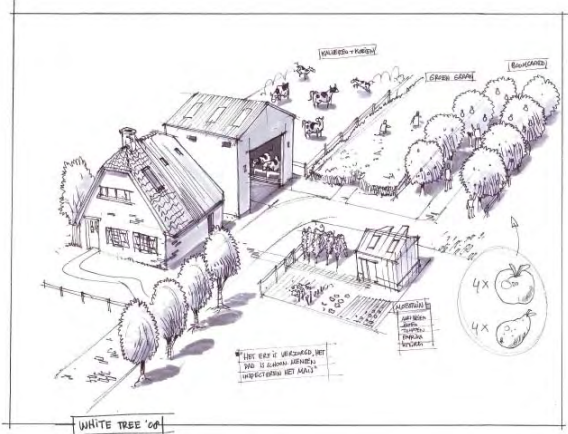
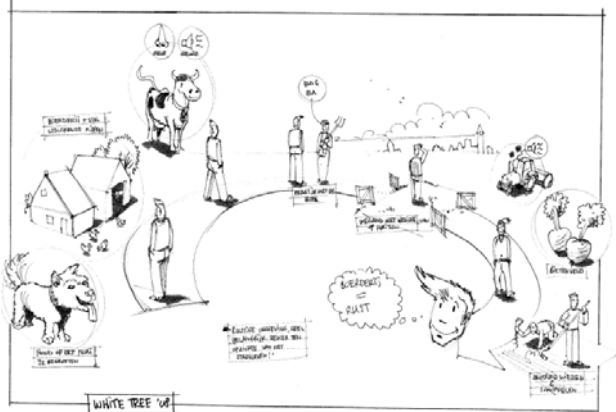
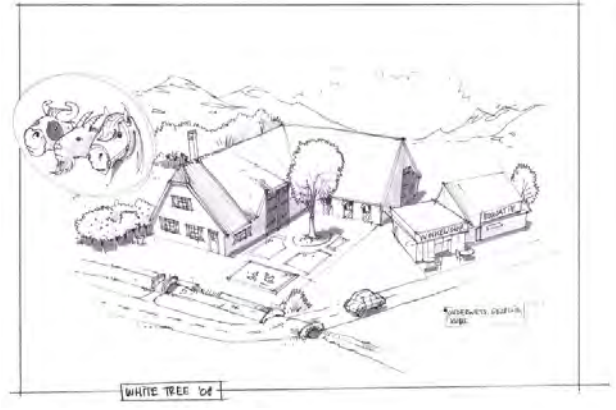
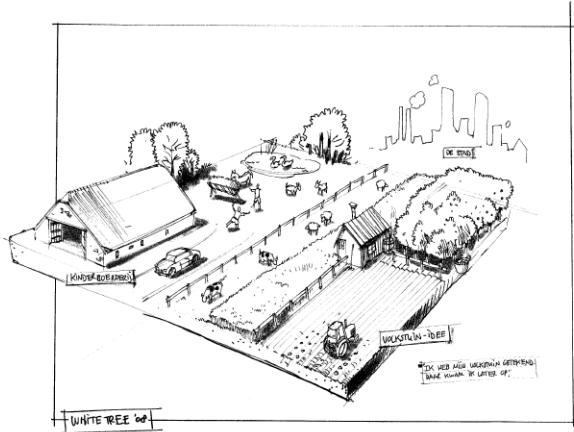




**Schetsen groep 2**

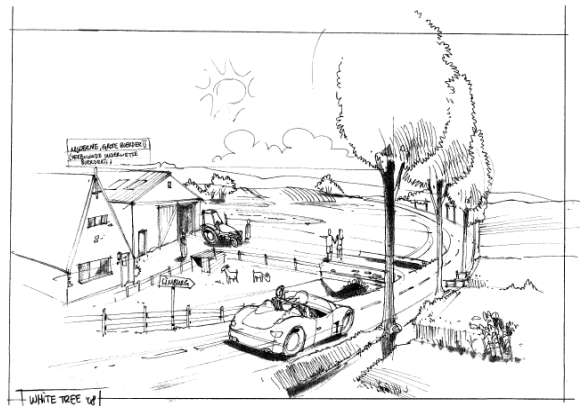
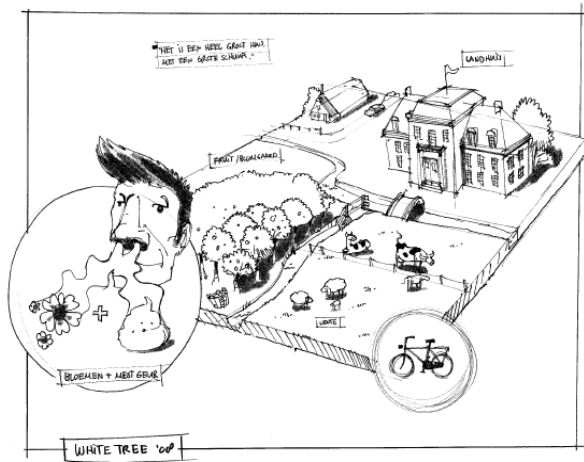
**Nevenactiviteiten/een stads beeld van de boerderij**

*“Een volkstuin en een kinderboerderij, een winkel en educatieruimte, een zijte met parasol en openstaande hekken, mensen op bezoek die fruit komen plukken, mensen die rust komen zoeken, enz”.*

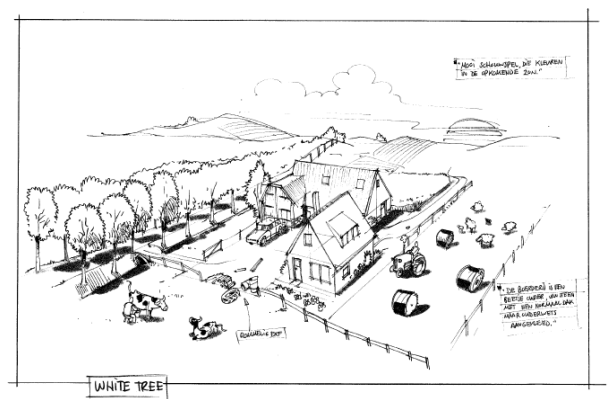
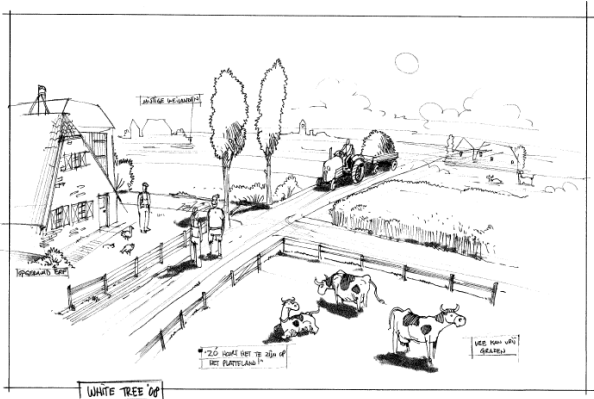




### Toeristisch beeld



### Algemeen beeld van het boerenbestaan



## Beschrijving geleide visualisatie

### Overeenkomsten

Een mix van ouderwetse beelden (“de oude schoolplaten van Jetses”) met een modern tintje (vermelding van modern verbouwde boerderijen of moderne inrichting).

Veeteelt, landbouw en groentegewassen. Hooibalen en hooibergen. Groene weilanden en koeien. Graan, tarwe en maïs op de akkers. Bijna altijd een waterpartij (vijvers, sloten). Duidelijke voorkeur voor glooiend of heuvelig landschap. Niet veel mensen in beeld. Weinig machines. Er wordt gewerkt maar vaak met de hand (hooien, schoffelen, onkruid wieden, koeien melken, kippen voeren, fruit plukken).

### Verschillen

De non-users brengen minder landschap in beeld dan de heavy users. De non-users zijn meer geconcentreerd op het boerenbedrijf zelf. Zij noemen meer multifunctionele aspecten dan de heavy users (winkel, educatieruimte, zijte met parasol, hekken die gastvrij openstaan, volkstuintuin, kinderboerderij) en zien vaker een stad op de achtergrond of een –verharde- autoweg langs de boerderij en weilanden.

Zij noemden ook vaker een moestuintuin, bloementuin, kruidentuin, groententuin of volkstuintuin - allemaal afgescheiden tuinen met een duidelijke functie, waar de heavy users vaker spreken over bloemenvelden en boomgaarden.

De heavy users zijn specifiek over

- o bomen (treurwilgen, knotwilgen, loofbomen, kastanje)
- o dieren (weidevogels, grutto, lakenvelder, roodbont)
- o voertuigen (landbouwmachine, dorsmachine vs de tractor)
- o landschap (houtwallen, hakhout, rietkraag) enzovoort.

Zaken als ingekuuld gras, compost, mest en koeienflatsen worden alleen door de heavy users genoemd. Ook het gemengde bedrijf en het self-sustaining karakter ervan wordt alleen door de heavy users genoemd. De heavy users noemen ook meer verschillende dieren op. Waar de meeste non-users stoppen bij koeien, paarden, schapen, kippen en een enkele geit of varken (en een hond) noemen de heavy users bijna allemaal meer dieren (varkens, paarden, schapen, geiten, koeien, kippen, maar ook ezels, pauwen en insecten).

Zoals eerder vermeld krijgt het landschap bij de heavy users meer aandacht. Zij spreken over glooiend landschap, laagbouw, dorpjes, stallen tegen de bosrand en zijn specifiek over de plaats waar de boerderij zich bevindt (in het grensgebied Nederland-Duitsland, bij Denekamp, Deventer).

### Interpretatie geleide visualisatie

Deze schetsen geven de visuele beelden weer die bij mensen opkomen wanneer ze denken aan “de plaats waar landbouw bedreven wordt zoals jij het graag ziet”. Opgemerkt moet worden dat een geleide visualisatie mensen in een soort droomtoestand brengt waardoor een geïdealiseerd beeld ontstaat dat overigens wel gebaseerd is op echte ervaringen (beelden uit het echte leven, van foto of TV).

Het wordt duidelijk dat iedereen een ideaalbeeld heeft waarin het traditionele stereotype van het boerenlandschap en boer met tractor de boventoon voert. Naast weidse, uitgestrekte weilanden en akkers worden ook boomgaarden, moestuintuinen en waterpartijen (vijver, sloot, een enkele rivier) vaak genoemd. Ook bomen en bloemen komen vaak voor. Er zijn dieren, er wordt contact gemaakt met dieren (spelend, nieuwsgierig) en men is lovend over de natuur en het landschap (“dauw op het blad, prachtig landschap, mooi schouwspel met die opkomende zon”).

Het element van rust en ruimte is een zeer belangrijk aspect in het –ideale- boerenbestaan. In de stad is het al druk genoeg. Ook harmonie, tevredenheid en gezelligheid voeren de boventoon. Het is allemaal relatief kleinschalig en persoonlijk.

De heavy users weten duidelijk meer van landbouw en biologische landbouw. Dat viel te verwachten, ook omdat ze regelmatig in contact komen met biologische boeren, en de non-users nooit (op één uitzondering na). Dit valt af te leiden van de mate van detail van de beschrijvingen. Daarin benoemen de heavy users

overigens ook vaak concrete biologische karakteristieken zoals houtwallen, hakhout, het gemengde bedrijf of meer abstracte associaties rondom biologische landbouw zoals “het self-sustaining bedrijf” of “de plek waar mensen en dieren voor elkaar zorgen”.

De non-users lijken dan ook uit een meer toeristisch perspectief te kijken naar de boerderij en de omgeving daarvan. Zij zien vaker een weg of stad in de buurt, of rijden in de auto langs een boerderij of weiland. Zij beschrijven elementen die in de stedelijke omgeving voorkomen (kinderboerderij, tuinen, een aangelegd park). Ook noemen ze vaker activiteiten die je als bezoeker op een boerderij kunt uitvoeren (producten kopen, fruit plukken, tot rust komen).

Al met al kunnen we concluderen dat mensen de ideale landbouw verbinden aan het platteland en aan de rust, ruimte en harmonie die daar heerst. Het buitenleven staat centraal. Er wordt wel gewerkt maar er is geen stress; mensen hebben tijd voor een praatje. Dit is een ideaalbeeld waar productie niet centraal staat. Een beeld dat geassocieerd wordt met vrije tijd en ontspanning. Een beeld waar geen compromissen gesloten hoeven te worden vanwege praktische behoeften. Bruikbaar dus voor visuele communicatie over (biologische) boeren en landschap maar niet voor strikt informatieve doeleinden.

### 3.7 Emotionele waardering van deelaspecten

*Wat vinden mensen van de verschillende aspecten waarmee een (biologische) boer te maken krijgt? Welke aspecten worden meer en minder gewaardeerd, ten opzichte van elkaar?*



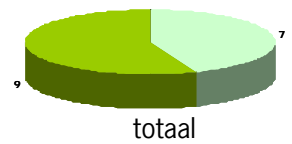
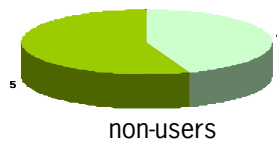
*In totaal zijn 140 aspecten beoordeeld. Wij geven in deze rapportage de meest veelzeggende scores weer.*

Thema's die de revue zijn gepasseerd  
(in deze rapportage gerangschikt van hoogste naar laagste scores)

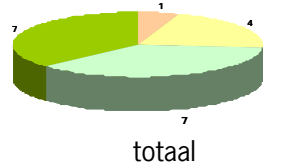
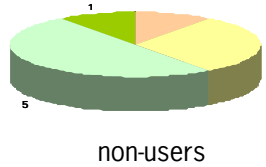
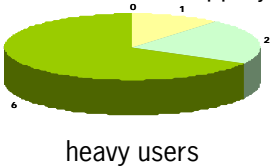
- Milieu
- Maatschappelijke betrokkenheid
- Energiebeheer
- Dierenwelzijn
- Natuurbeheer
- Behoud van landschap
- Educatie
- Zorgtaak
- Recreatie

#### Resultaten; Wat vindt u ervan als...?

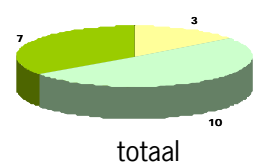
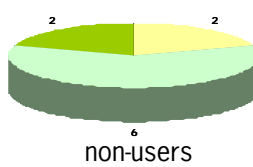
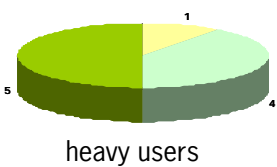
Als boeren het milieu sparen



Als boeren maatschappelijk betrokken zijn



Als boeren extra investeren in energiebeheer





afschuwelijk



verontrustend



niet zo belangrijk



daar ga ik van uit

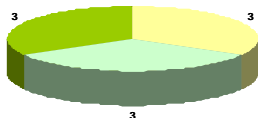


goeie zaak

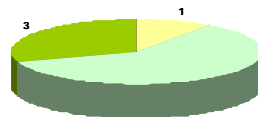


geweldig!

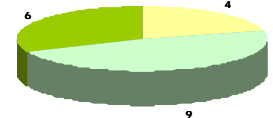
Als dierenwelzijn is gegarandeerd



heavy users

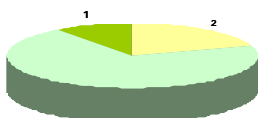


non-users



totaal

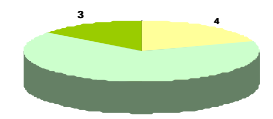
Als boeren extra investeren in natuurbeheer



heavy users

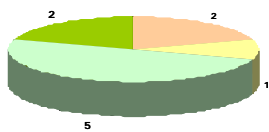


non-users

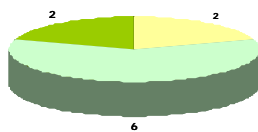


totaal

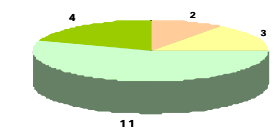
Als boeren extra investeren in behoud van landschap



heavy users

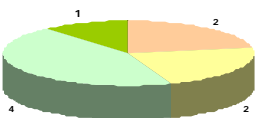


non-users

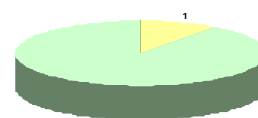


totaal

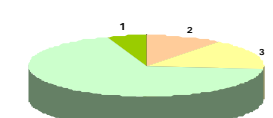
Als boeren een educatietraak over natuur en voedselproductie vervullen



heavy users

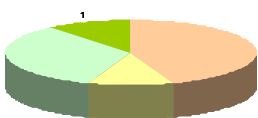


non-users



totaal

Als boeren een zorgtaak op zich nemen (zorgboerderij)



heavy users

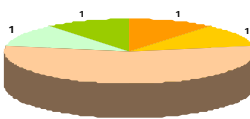


non-users



totaal

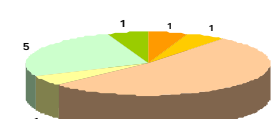
Als boeren recreatiemogelijkheden aanbieden



heavy users



non-users



totaal

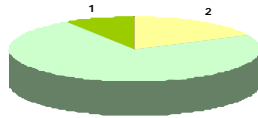


**PRODUCTIEWIJZE**

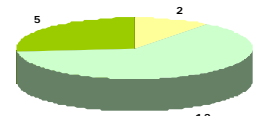
Als boeren op natuurlijke wijze werken



heavy users

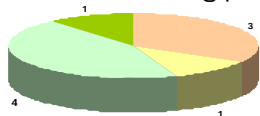


non-users

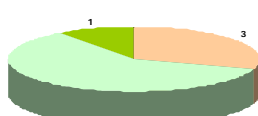


totaal

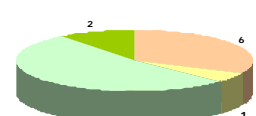
Als boeren kleinschalig produceren



heavy users



non-users



totaal

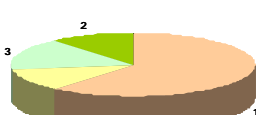
Als boeren een hooiberg en een moestuin op hun erf hebben



heavy users

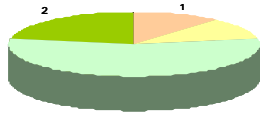


non-users

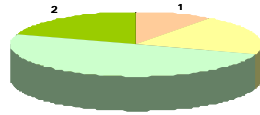


totaal

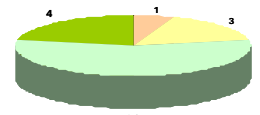
Als boeren op hun erf streekeigen planten, bomen en heggen planten



heavy users



non-users

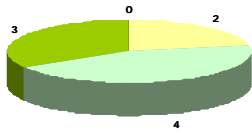


totaal



**MILIEUVERVUILING**

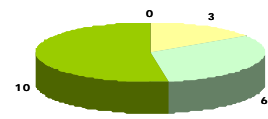
Als boeren overtollig mest laten afvoeren en recycleren



heavy users



non-users



totaal

Als boeren geen vervuild water lozen



heavy users



non-users



totaal

Als boeren groene energie produceren



heavy users



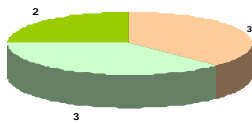
non-users



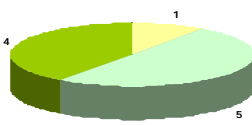
totaal

**NATUURBEHOUD**

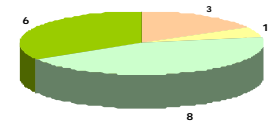
Als boeren zeldzame planten en vlinders in stand houden



heavy users

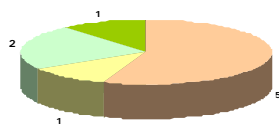


non-users

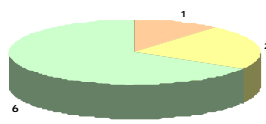


totaal

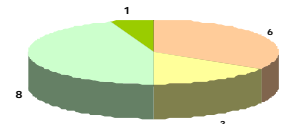
Als boeren extra natuurelementen aanleggen op hun land



heavy users



non-users

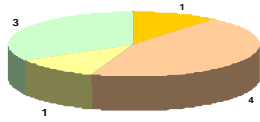


totaal

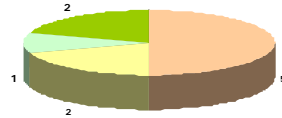


**LANDSCHAP**

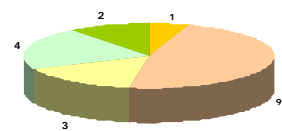
Als boeren karakteristieke bomenrijen zo aanleggen dat er lanen ontstaan



heavy users

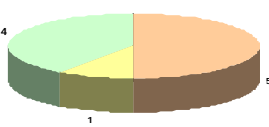


non-users

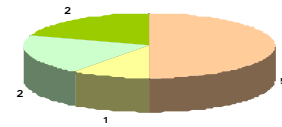


totaal

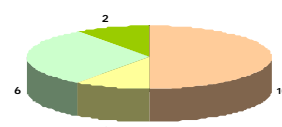
Als boeren rietkragen langs sloten planten zodat je ook in de winter de karakteristieke lijnen in het landschap ziet



heavy users

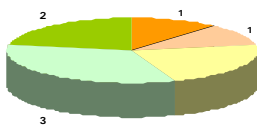


non-users

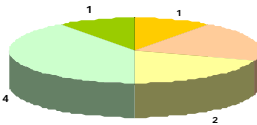


totaal

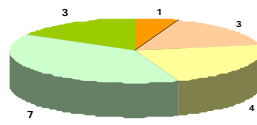
Als boeren hun dieren in de wei laten lopen omdat dat beeld bij ons landschap hoort



heavy users



non-users



totaal

**DIERENWELZIJN**

Als boeren het vee de ruimte geven om hun soortigen gedrag te uiten



heavy users

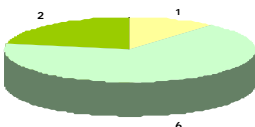


non-users

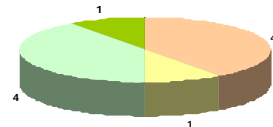


totaal

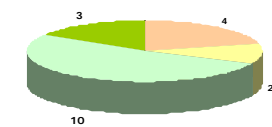
Als boeren hun vee geen krachtvoer geven ook al betaalt u dan meer per kg product



heavy users



non-users



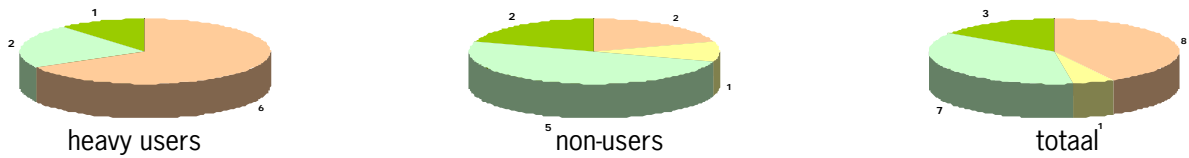
totaal



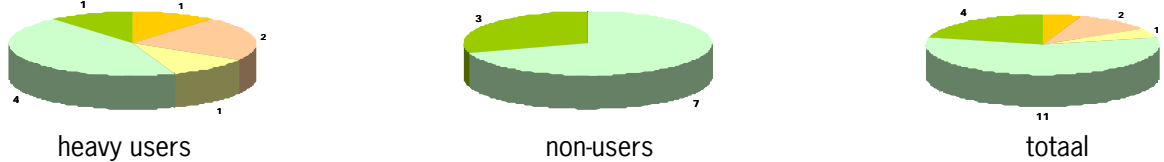


**ZORGTAAK**

Als boeren een nuttige dagbesteding bieden aan verstandelijk gehandicapten of psychiatrische patiënten

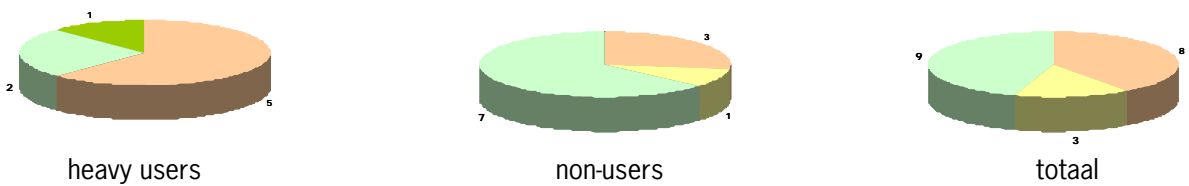


Als boeren jongeren helpen een gevoel van verantwoordelijkheid ontwikkelen

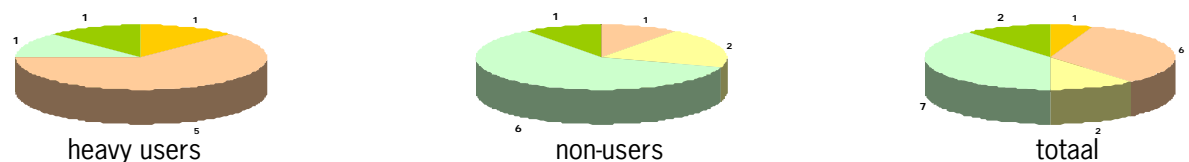


**RECREATIE**

Als boeren ruimte aanbieden als ontmoetingsplaats

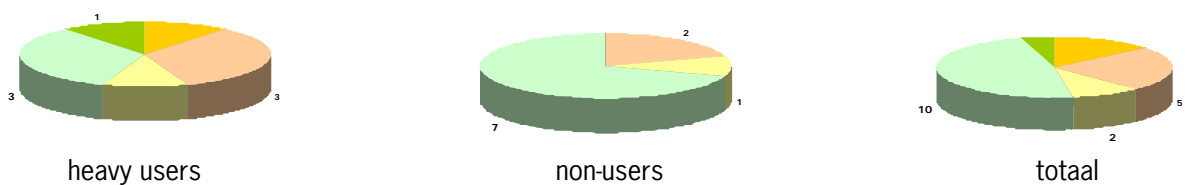


Als boeren een gezellige en gezonde omgeving bieden aan vakantiegangers

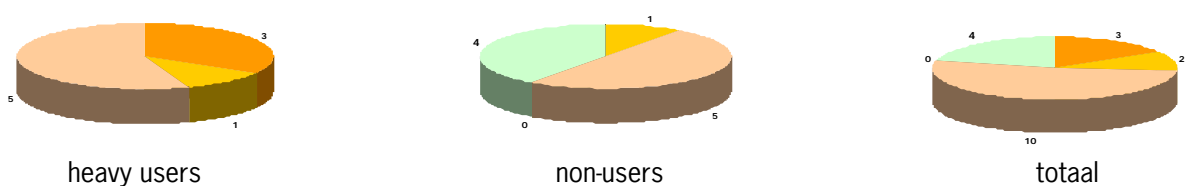


**EDUCATIE**

Als boeren rondleidingen verzorgen op hun bedrijf



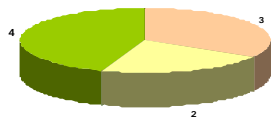
Als boeren een museum inrichten op hun bedrijf



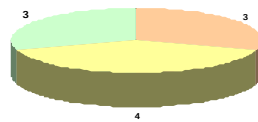


**BIOLOGISCHE PRODUCTEN**

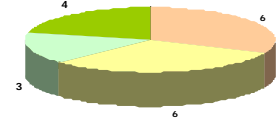
Als biologische boeren melden dat hun producten beter zijn



heavy users

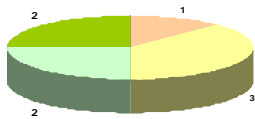


non-users



totaal

Als biologische boeren melden dat hun producten verser zijn (gezonder, lekkerder)



heavy users

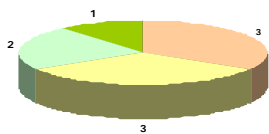


non-users



totaal

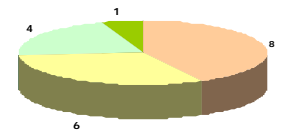
Als biologische boeren melden dat hun producten authentieker zijn



heavy users

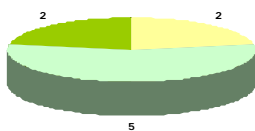


non-users

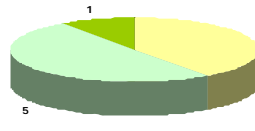


totaal

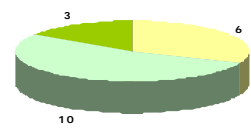
Als biologische boeren melden dat hun producten bijdragen aan behoud van het landschap



heavy users



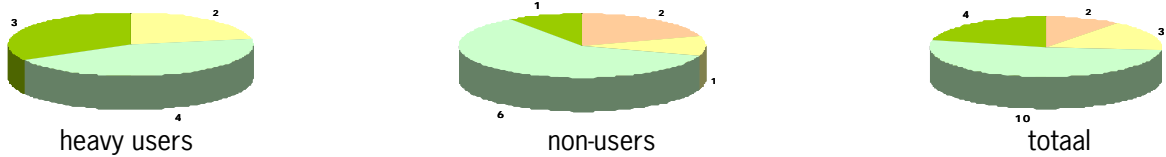
non-users



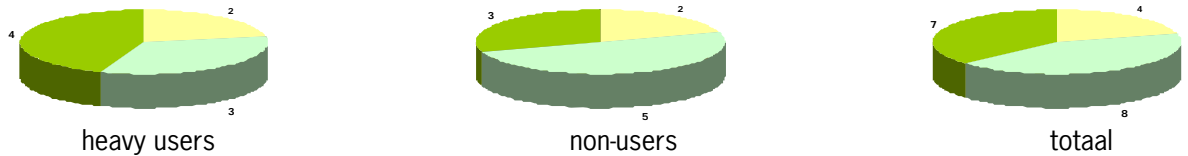
totaal



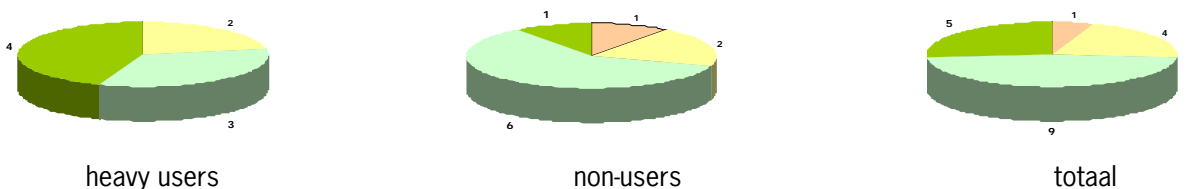
Als biologische boeren melden dat hun producten bijdragen aan meer variatie in het landschap



Als biologische boeren melden dat hun producten bijdragen aan het behoud van vele verschillende plant- en diersoorten in de bodem en op het land



Als biologische boeren melden dat hun producten bijdragen aan het behoud van vele vogelsoorten in Nederland (weidevogels, boerenzwaluwen)



Interpretatie emotionele waardering van deelaspecten

Uit de scores is af te lezen dat het sparen van het milieu het hoogst scoort, zowel bij de heavy users als de non-users.

Maatschappelijke betrokkenheid scoort ook hoog, vooral bij de heavy users. De non-users gaan daar vaker vanuit; ze zouden ervan opkijken als het niet zo was.

Opvallend hoog scoort energiebeheer (kans!), zelfs hoger dan dierenwelzijn bij de heavy users. Overigens komt dat waarschijnlijk omdat energiebeheer als minder voordehandliggend aandachtspunt opgevat wordt dan dierenwelzijn. In die zin is dierenwelzijn een 'satisfier' en energiebeheer een 'exciter' (volgens de Kano-analyse\*).

*Een kano-analyse wijst uit hoe prestaties beoordeeld worden.*

- *Sommige zaken zijn voor de consument/ontvanger randvoorwaarde: daar kun je je niet op onderscheiden, behalve in negatieve zin: als je er niet aan voldoet is de burger/consument teleurgesteld (dissatisfier).*
- *Sommige zaken zijn voor de consument/ontvanger een extraatje. Ze liggen in de lijn der verwachting maar niet elke aanbieder doet er iets mee (satisfier).*
- *Sommige zaken zijn voor de consument/ontvanger doorslaggevend in hun keuzeproces. Deze zaken zijn nog geen gemeengoed maar worden wel zeer hoog gewaardeerd (exciter). Dit zijn de zaken waar je als aanbieder mee kunt onderscheiden.*

Natuurbeheer scoort bij de heavy users hoger dan landschap (zelfs twee scores als onbelangrijk). Bij de non-users is er geen verschil tussen deze twee. Relatief gezien scoren natuurbeheer en behoud van landschap hoger dan nevenactiviteiten zoals educatie, zorg en recreatie (in deze context vaker aangeduid als onbelangrijk).

De non-users zijn in dit onderzoek over het algemeen positiever in hun scores dan de heavy users, zeker waar het nevenactiviteiten betreft. De heavy users zijn, zoals te verwachten valt, positiever in de thema's die met biologisch te maken hebben.

#### Nadere details

De deelaspecten onder de hoofdthema's bevestigen in grote lijnen de uitspraken.

Het valt op dat naast energiebeheer ook het produceren van groene energie bijzonder hoog gewaardeerd wordt.

Verder valt op dat waar mensen positief reageerden op extra investeringen in 'natuurbeheer' dat niet zozeer 'het instandhouden van zeldzame planten of vlinders' of 'het aanleggen van extra natuurelementen' betreft. Wat wel weer hoog scoort is 'het behoud van vele verschillende plant- en diersoorten in ons land'.

Hetzelfde geldt voor het behoud van landschap. Waar mensen positief reageerden op de algemene terminologie 'behoud van landschap' zijn ze minder positief over concrete zaken als 'het aanleggen van karakteristieke bomenrijen' of 'rietkragen langs sloten'.

Blijkbaar verliest de algemene term dan toch een deel van haar charme. Wellicht spreekt de algemene term meer tot de verbeelding omdat de gegeven realisaties zich teveel op detailniveau afspelen. Wij vermoeden dat grotere dieren en grotere oppervlaktes/gebieden zoals bossen, weilanden en glooiende heuvels meer aanspreken. Daarover kunnen wij echter op basis van dit onderzoek geen uitspraken doen.

Tot slot valt op dat de respondenten de zorgboerderij voor gehandicapten in deze context als relatief onbelangrijk beschouwen (10 respondenten zijn positief), en dat ze zelfs positiever reageren op het helpen van jongeren (15 respondenten zijn positief). Blijkbaar zijn gevoel van verantwoordelijkheid en discipline nauw gerelateerd aan het boerenbestaan.

### 3.8. Einddiscussie

Er zitten niet veel verschillen tussen de twee groepen respondenten met betrekking tot aandacht voor het milieu en de natuur. Een boer heeft nou eenmaal een zekere verantwoordelijkheid voor een goeie natuurlijke omgeving. Dat was vroeger al zo, nu is hij zich er hooguit meer bewust van. Dat komt omdat dat soort nevenaspecten van het boerenbestaan door de massaproductie in het gedrang gekomen zijn.

*“Waar mijn ideale boer zich op richt? Vooral op het gemengde bedrijf. Dus het combineren van veeteelt en landbouw. Volgens mij is dat gewoon een heel belangrijk onderdeel van het biologisch boeren. Een heel vrij leven en goed voedsel en natuurlijk mogelijk niet al die ellende erin, dus antibiotica en weet ik veel wat. Ik denk ook wel, inderdaad, variatie van gewassen. En ik vind wat hier naar voren komt dat een boer een zekere verantwoordelijkheid voelt voor bijdrage aan een goeie natuurlijke omgeving. Ik vind dat wel, volgens mij past dat ook bij de trouwe traditionele boer, de echt oude boer, vóór de massaproductie. Toen was dat volgens mij heel normaal dat een boer ook veel beter wist van inderdaad hoeveel vogels er broedden enzovoorts.”*

Citaat uit de groep heavy users

*“Ik denk niet dat dat zo is, dat ze toen er nog traditioneel geboerd werd vóór de massaproductie, dat men ‘meer oog had’ voor vogels etc. Ik denk dat dat gewoon een gevolg was van het traditioneel boeren en dat dat weg is gegaan door die massaproductie”.*

Citaat uit de groep heavy users

*“Natuurlijk als biologische boeren meer goed doen voor de natuur, zouden ze ook meer geld moeten krijgen. Maar ik vind uit principe, elke boer zou het gewoon goed moeten doen. En anders moet je dat gewoon niet zijn. Dan moet je maar op kantoor werken net als de rest. Als je boer bent dan moet je daar gewoon heel veel rekening mee houden en alles doe je uit liefde.”*

Citaat uit de groep non-users

Als er al een probleem ontstaat dan is dat alleen omdat de boer in een hoek gedrongen wordt omdat hij meer moet produceren. Als hij echt moet kiezen dan is het logisch dat hij kiest voor brood op de plank. Als het erop aankomt gaan de belangen van de boer voor. Dat betekent ook dat in beide groepen zorg voor de natuur en het landschap secundair is en zeker niet de primaire taak van de boer. Als hij al iets moet doen dan blijft dat beperkt tot:

*“Zorgen dat dat landschap zo natuurlijk en milieuvriendelijk zichzelf kan blijven”.*

*“Geen roofbouw plegen zou ik zeggen”.*

*“Bewust met hun omgeving omgaan”.*

*“En niet maaien als er weidevogels zijn.”*

Citaten uit de groep heavy users

De non-users gaan er vaker vanuit dat biologische boeren kleinschaliger werken dan de gewone, traditionele boeren en dat er dus logischerwijs ook wel meer aandacht zal zijn voor de natuur.

Biologische boeren worden verder in beide groepen gekenschetst als de jongere en vooral modernere boeren opzichte van de traditionele boer die productie centraal stelt.

*"Ik denk dat gewoon boeren toch meer gericht is op productie, minder denken aan dieren. Ook al denken ze wel aan hun dieren, toch makkelijker dieren die niet zo goed meer produceren afschuift dan biologische boeren. Toch meer economisch denken en de biologische boer, heb ik het idee, dat die toch wat idealistischer is."*

*"Het verschil zit in ouderwets of modern". "Ja, dat denk ik ook. De biologische boer zal eerder nieuwe technieken gebruiken en is bereid meer geld uit te geven aan nieuwe technieken dan een ouderwetse boer. Want die denkt ik heb het al zoveel jaar zo gedaan en ik vind het wel goed."*

*"Ja ik denk inderdaad dat het modern en traditioneel is en dat de biologische boer inderdaad veel meer tijd en geld investeert in ontwikkelingen en wetenschappelijke theorieën en dat soort dingen. Maar je product wordt toch wel duurder dus je gaat er ook niet heel veel van produceren. Dus dan kan de biologische boer wat kleiner zijn. En bij zo'n traditionele boer heb ik toch wel vaak het gevoel dat hij dan wat minder opgeleid is en dat het vaak een familiebedrijf is. Dus het gaat meer echt om het produceren".*

*Citaten uit de groep non-users*

*"Hoe wij de biologische boer zouden noemen?" "De duurzame boer". "Ach, alles is duurzaam". "Hij werkt in harmonie." "Duurzaam produceren omvat alles. Het belang van de mens, milieu en de dieren." "Bewust dan." "Dat is een term die iedereen kan gebruiken." "Ja. Ook de traditionele boer vind zichzelf heel bewust." "De moderne boer. De boer die nu nog traditioneel produceert maar die met zijn tijd meegaat. Uiteindelijk is het de bedoeling dat alle boeren biologisch gaan produceren." "Ja, dus gewoon de oude boer en de nieuwe boer ofzo." "Of de toekomstboer." "... moderne ideeën etc." "Postmodern."*

*Citaat uit de groep heavy users*

De visuele beelden zijn in beide groepen even 'idyllisch'. Opvallend is wel dat de mensen zich er heel goed van bewust zijn dat dit niet strookt met de realiteit.

*"Biologische boeren, het romance beeld wat er naar mijn idee bestaat rond biologisch boeren, is in wezen een soort van illusie. We hebben daar een heel romantisch beeld bij. Maar je moet eigenlijk meer denken, als je aan biologisch boeren denkt en als je dat goed wilt doen, aan een groot bedrijf, massaal opgezet maar met minimale impact op z'n omgeving. En je moet niet denken, we hebben een koetje en een lammetje. Je bent net zo goed ondernemer." Citaat uit de groep heavy users*

Verder dichtten de non-users de biologische boer zelfs meer positieve kenmerken toe dan de heavy users doen en zijn ze zonder meer vóór een systeem waarin 'biologisch' de standaard zou worden, mits het betaalbaar blijft en er voldoende geproduceerd kan worden.

*"Of biologisch zal 'uitsterven'? Ik zou dat wel jammer vinden. Ik vind juist dat het laagdrempeliger zou moeten zijn en met name in het kostenaspect waardoor meer mensen het aanschaffen waardoor het assortiment ook steeds groter wordt. En dat inderdaad de argwaan, van ja het is inderdaad beter, gezonder of wat dan ook en dat het geloof van ja nee ik geloof er niks van, dat dat wordt weggenomen".*

*Citaat uit de groep non-users*

*"Het is eigenlijk ook gewoon een keuze die de politiek maakt. Want door te zeggen van nou, we houden ze alle twee, zolang je een keuze hebt zal het grootste gedeelte van de mensen altijd zeggen: 'we nemen het goedkoopste'. En dat is vaak politiek gezien misschien helemaal niet verstandig. Vaak moet je gewoon zeggen van nou, wij vinden biologisch heel belangrijk. En als je dat zegt moet je je daar ook veel meer op richten en zeggen van nou, zorg dan dat het biologisch meer overwicht krijgt in het geheel. Door het goedkoper te maken en dan valt vanzelf dat niet-biologische weg".*

*Citaat uit de groep non-users*

Verder blijkt dat de non-users niet zozeer negatief staan tegenover biologisch maar dat er vooral veel argwaan is. Daarnaast is het grootste probleem dat er voor hen geen zichtbaar of proefbaar verschil is tussen gewone en biologische producten, die ze eigenlijk wel verwachten (en vinden in verse –biologisch geteelde- producten uit de eigen tuin).

*“Ik zou er niet extra voor gaan betalen.” “Nee, want je proeft het uiteindelijk niet. Je denkt meer een beetje egoïstisch van, nou ik vind het toch wel lekker smaken van een gewone boer en het is goedkoper, dat je daar helemaal geen aandacht aan besteed.”*

*“Ik geloof het ook niet zo.” “Nee. Als je kijkt in de schappen, en je kijkt heel goed, en je kijkt naar het gewone vlees of het biologische vlees, je ziet daar dus niet echt specifiek verschil. Het is niet roder of het is niet minder of niet droger. Allebei ongeveer hetzelfde.”*

*“En ze zeggen: ‘je moet het proeven’, maar ik proef het ook niet. Ik koop wel eens het verkeerde bij Albert Heijn - het ligt bij elkaar –... en dan kom ik thuis met een paprika en dan denk ik: ‘jeetje, was wel een dure’, en dan zit er zo’n stickertje op van biologisch. Maar ik proef het niet.”*

*“Ik ben een leerkracht en ik heb zo af en toe klassen gehad waarmee ik ook de tuin in moet gaan. Die kinderen planten dan allemaal – hoop ik – biologisch, niet dat de tuinman dan achteraf.. maar je merkt toch het verschil met maïs, vind ik heerlijk van de schooltuinen. Het is misschien ook wel zo dat... In Suriname hebben we ook veel moestuinen. Daar kan je zelf tuinen. En daar merk je wel het verschil. Wat je zelf gemaakt hebt of wat je op de markt hebt gekocht. Bonen bijvoorbeeld, je ruikt het wanneer het kookt. Je ruikt het.”*

*Citaten uit de groep non-users*

## Landschap als criterium voor biologisch

*“De techniek gaat gewoon veel verder. Daarom pakken biologische boeren veel meer aan. En de gewone boer inderdaad veel minder. Bijvoorbeeld mest gebruiken, het liefst willen ze dat weer hergebruiken en de andere boer zegt: gooi allemaal maar in een put en het komt allemaal wel goed. En ook de verschijnselen eromheen, zoals de natuur, daar zijn ze ook veel meer mee bezig. Het zijn niet alleen maar koeien, maar ook planten, alles.”*

*Citaat uit de groep non-users*

“Mensen mogen de naam biologisch voeren wanneer ze aan een aantal criteria hebben voldaan. Moet daar het element landschap in? Of gaat dat wat te ver?”

*“Nee, landschap moet daar eigenlijk wel deel van uitmaken.” “Soms maakt het al deel uit want je koopt melk van koeien die buiten lopen of niet en dat heeft te maken met het landschap en dat vind ik één van de zeer belangrijke zaken. Ik denk dat  $\frac{3}{4}$ , misschien meer al, van de koeien niet eens meer buiten komen.” “Maar ook bomen om te schuilen vind ik ook heel belangrijk. Dat is ook landschap.”*

*“Maar als je alles erop zet dan krijg je de scharrelkip, en de vrije uitloop kip en dat moet allemaal op een doos met eieren staan? Dat is niet meer te volgen. Nee precies. Er moet gewoon ECO op staan. Eén aanduiding, en dan weet je dan koop je biologische producten”. (“En dan kijk je naar Radar en dan blijkt dat dat toch weer niet zo is”).*

*Citaat uit de groep heavy users*

## Nevenactiviteiten

*“Ik vind op zich het feit dat ze biologisch zijn gaan werken en dat ze dat als boeren nou eenmaal moeten uitbreiden, ook uit economisch oogpunt, daarvoor zijn heel veel positieve dingen te noemen. Maar ik zie het ook één grote kermis worden. En ik vind dat afschuwelijk! Van paasmarkten tot kerstmarkten met advocatenkantoren en oude aardappelschuren, vreselijk! Die man moet gewoon boer blijven”.*

*Citaat uit de groep heavy users*

*“Zorgboerderij? Ik zou neigen naar biologisch omdat daar vaak het ritme wat ligt. Het moeten, het produceren zit daar denk ik minder dan bij een gewone boer. De tijd die je aan iets kunt besteden, de rust die er heerst, ik denk dat dat wel heel erg kan werken”.*

*Citaat uit de groep non-users.*

*Maar in hoeverre ben je nog een zorgboerderij als je dat ook weer te ver overdrijft. Die man of die vrouw is niet iemand die in de zorg werkt maar is juist iemand die niet in de zorg werkt maar gewoon een menselijk zorggevoel heeft en iets kan bieden waar mensen structuur krijgen en buitenlucht en enzovoorts. Dat is wat je wilt.”*

*Citaat uit de groep heavy users*





## 4. Conclusies en aanbevelingen

### 4.1. Biologische landbouw en landschap

De heersende overtuiging in de branche is dat geïnspireerde biologische boeren van nature (waardenpatroon) meer voor natuur en landschap betekenen dan de rationele omschakelaars en de niet biologische boeren. Mede daarom wordt onder andere bekeken of een extra vergoeding voor deze groep ondernemers op zijn plaats is. Tegelijkertijd zijn biologische ondernemers op zoek om hun inspanningen op dit gebied ook door consumenten beloond te krijgen, bijvoorbeeld via een toeslag/extra marge op hun producten en/of diensten.

#### De (biologische) boer is verbonden met de natuur

Op basis van het huidige onderzoek constateren wij als volgt: De heersende overtuiging bij biologische consumenten is dat biologische boeren beter omgaan met dieren, milieu en natuur dan de niet biologische boeren. Tegelijkertijd moet aangetekend worden dat het sparen van het milieu als beduidend belangrijker ervaren wordt dan de natuur en/of het landschap.

De overtuiging bij de non-users is rationeel gesproken dat er geen verschil zou moeten zijn tussen niet biologische boeren en biologische boeren. Volgens hen heeft geen enkele boer de bedoeling dingen te doen die slecht zijn voor dieren, milieu of natuur “want anders waren ze geen boer geworden”.

Toch geven ook zij in de intuïtieve gedeeltes van het onderzoek telkens weer verschillen aan tussen de niet biologische en biologische boer. Naast functionele associaties zoals kleinere percelen en stallen worden biologische boeren ook door de non-users gezien als moderner. Biologische boeren zijn vriendelijker en hulpvaardiger, hoger geschoold en bewuster van hun omgeving. Er is meer begroeiing en de omgeving is beter verzorgd dan bij een niet biologische boer. Biologische boeren lopen voorop waar het aankomt op dierenwelzijn, natuur en milieu en niet biologische boeren zijn vooral gericht op productie.

Dat betekent dat een extra vergoeding voor biologische ondernemers uit het oogpunt van behoud en onderhoud van natuur en landschap, vanuit overheid of consumenten, als logisch ervaren zal worden. Dit is wel op voorwaarde dat de ondernemers voldoen aan de hooggespannen verwachtingen rondom waarden en levensstijl.

### 4.2. Marketing & communicatie biologische landbouw en landschap

Biologische boeren zijn in de perceptie van de respondenten voorlopers, gericht op de lange termijn. Ze produceren voldoende maar zijn ook bewust bezig met dierenwelzijn, milieu en natuur.

Het gaat wel meer om echte aandacht voor milieu, dierenwelzijn en gezonde voeding dan om het simpelweg beperken van kunstmatige meststoffen en bestrijdingsmiddelen. Het is dan ook verstandig om die beredenering los te laten en zich op waardenniveau tot de consument te richten.

De crux is dat biologische landbouwondernemers niet geforceerd -ten koste van alles- produceren. ‘Biologisch’ staat in die zin voor het tegenovergestelde van een te eenzijdige focus op economische productie met als gevolg gestandaardiseerd, industrieel voedsel. Het gaat biologische ondernemers primair om gezondheid en zingeving.

In deze context kan aandacht voor natuur en landschap heel goed dienen als brede onderbouwing voor de belofte van bewust omgaan met milieu en dieren. Je toont daarmee nogmaals aan dat biologisch ondernemen veel verder gaat dan het niet gebruiken van kunstmatige hulpstoffen en het voorkomt het stoffige imago van de biologische boer.

Biologische boeren zijn intelligente, sociale mensen die hun werk met overtuiging en plezier doen. Ze hebben oprechte interesse in natuur, milieu en alles wat leeft. Natuurlijk moet ook de biologische boer produceren, maar hij trekt een grens. Dat vertrouwen is de basis waarop je verder kunt bouwen.

Biologische landbouwondernemers houden ons land groen, sociaal en in balans.

Deze belofte geeft het signaal af dat wat er in de toekomst ook gebeurt, de biologische boer eerst nadenkt over wat hij doet en wat dat betekent voor mensen, dieren, milieu en natuur. Hij zal niet zomaar iets doen alleen om zijn productie te verhogen. Dat is immers niet zijn primaire drijfveer. En dat is bijzonder goed voor het consumentenvertrouwen. Deze belofte heeft inhoud, diepgang en overtuigingskracht en biedt vele aanknopingspunten voor inspirerende concepten.

#### **4.3. Marketing & communicatie biologische landbouw**

Uit de onderzoeksresultaten zijn nog een aantal zaken naar voren gekomen die voor biologische ondernemers van belang kunnen zijn.

Zo liggen er met name voor biologische boeren kansen op het gebied van energie-beheer. Energiebesparing wordt nog niet spontaan met biologisch geassocieerd maar ligt wel dicht bij de biologische propositie waarin milieuvriendelijk produceren een hot issue is. Het aspect scoort daarenboven hoog in de kano-analyse dus de respondenten vinden het wel zeer relevant.

Een ander interessant punt is het versaspect dat als belangrijkste factor genoemd werd voor smaakverschil (dat bij biologisch op dit moment volgens de respondenten niet ervaren wordt). Producten uit eigen moes- of volkstuin smaken en ruiken echt anders dan uit de winkel en dat wordt toegeschreven aan de versheid ervan.

Tegelijkertijd zijn deze eigen producten ook biologisch geteeld omdat het per definitie op kleinschalige en ambachtelijke wijze gebeurt. Deze logische associatie kan in de marketing en communicatie benut worden. Indien ook een snellere doorlooptijd gerealiseerd kan worden vormt dit juist voor biologisch een zeer krachtige propositie.

Tot slot: "Als je alles voor iedereen wilt zijn ben je niets voor niemand". Biologisch ondernemen heeft een breed pallet aan kenmerken en associaties om zich heen. Daar kan veel meer en beter gebruik van gemaakt worden dan nu het geval is indien het gestroomlijnd wordt. Wij adviseren biologische ondernemers om uit een aantal thema's één enkel speerpunt te kiezen en daar dan al hun producten, diensten en communicatie op te baseren. Dat verrijkt het 'merk' biologisch en zorgt voor meer kleur en duidelijkheid in de markt van biologische producten en diensten. Dat zal meer doelgroepen en meer mensen beter aanspreken waardoor groei gerealiseerd wordt.

#### **4.4. Marketing & communicatie landbouw en landschap in het algemeen**

Achter de wens van de biologische boeren (hoe krijgen wij onze inspanningen op het gebied van landschap beter beloond) zit een wens van de overheid (hoe motiveren wij boeren om ook/nog beter zorg te dragen voor het landschap). Dat is de reden dat zij een vergoeding beschikbaar stelt voor agrarisch natuurbeheer.

In de aanloop naar dit project is ook dit ter sprake gekomen. Concreet werd aangegeven dat LNV ook aanknopingspunten zoekt voor strategiebepalers en beslissers met gelden voor de ontwikkeling van het platteland (ambtenaren, provincies, besturen waterschap, GOB). Daarom hebben we het vraagstuk ook breder bekeken.

##### Natuur en Landschap en het imago van de primaire sector

In de context van vandaag waarin veel agrariërs hun best doen om aan wensen van consumenten tegemoet te komen, en waarin de overheid op grote schaal subsidies beschikbaar stelt om energie te besparen en

milieuvervuiling tegen te gaan in het kader van duurzaamheid, is het raadzaam om de resultaten van dit onderzoek ook door te vertalen naar niet biologische boeren en naar de gehele landbouwsector.

Ook daartoe bieden de resultaten kansen, zeker op het gebied van communicatie. Respondenten geven immers meerdere malen aan dat zij zich realiseren dat hun intuïtieve beelden eigenlijk geen recht doen aan de niet biologische boer.

Zij benoemen vele positieve kenmerken rondom de biologische boer en schrijven dat consequent toe aan het feit dat hij moderner zou zijn dan de gewone, traditionele boer die uit routine handelt en die conservatiever is.

Deze tegenstelling kan heel goed gebruikt worden om te communiceren over de ontwikkeling en vooruitgang in de primaire sector. Het maakt het mogelijk en zinvol om in woord en beeld te communiceren over “de moderne boer” die met duurzaamheid geassocieerd moet gaan worden. De moderne boer produceert schoon, zuinig en slim.

Hiermee kan het imago van de hele primaire sector verbeterd worden. Dat draagt bij aan de maatschappelijke acceptatie van de sector én heeft als effect dat agrariërs willen gaan voldoen aan het positieve beeld dat van hen geschetst wordt in de media, waardoor ze meer aandacht zullen gaan besteden aan o.a. landschap.

#### Onderscheid naar type landbouw

Niet alle sectoren zijn te relateren aan natuur en landschap. Toch werken in alle sectoren ondernemers aan verbetering van het productieproces (schoner, zuiniger, vriendelijker voor dieren of milieu, op biologische wijze of anderszins).

De boodschap per sector, binnen de belofte dat de moderne boer schoon, zuinig en slim produceert, kan bijvoorbeeld zijn:

Akkerbouw, rundveehouderij, fruitteelt (de meeste invloed op natuur en landschap)

- Wij zorgen voor uw voedsel en streek
- Wij zorgen voor uw landschap
- Wij zorgen voor uw rustmomenten (nadruk op het effect dat met genieten van landschap gepaard gaat)

Sierteelt (geconcentreerd op een kleine oppervlakte)

- Wij zorgen voor een sterk en gezond binnen- en buitenklimaat (schone grond en lucht buiten, natuurlijke kracht in huis of tuin)

Kassen en intensieve veehouderij (negatieve invloed op landschap)

- Wij zorgen voor genoeg voedsel voor ons allemaal, nu en in de toekomst, door met minder ruimte, energie en water meer/beter/gezonder te produceren.

#### Vervolgonderzoek

Dit onderzoek heeft een aantal zaken opgeleverd die nader onderzocht zouden moeten worden.

- We vermoeden dat de beelden en verwachtingen van jongeren en ouderen verschillen. Dat is belangrijk om nader te bepalen.
- Ook denken we verschillende visies en dus communicatiedoelgroepen te kunnen onderscheiden. Op basis van het aantal respondenten in dit onderzoek is dat nu te voorbarig.
- We zouden geconstateerde kansen voor biologisch rondom energiebeheer en verskarakter willen bevestigen.
- En we zouden willen bevestigen wat nu precies de aantrekkelijkheid bepaalt van de termen natuurbeheer en behoud van landschap. Is nadere specificatie positief of juist niet?

## Literatuur

M.J.G. Meeusen, V. Beekman, R.P.M. de Graaff, S.M.A. van der Kroon, *Biologische waarden in tweevoud*, LEI, Den Haag, Rapport 5.03.05, December 2003.

Carola Simon en Anja Steenbekkers, *De boer als maatschappelijk ondernemer*, uit Sociaal en Cultureel Rapport 2006, SCP, december 2006.

Anton Stortelder, Annelies Bruinsma, Karina Hendriks, Hein Korevaar, Frans Smeding, Sjors Willems, *Biologische bedrijven als ark van Noach*, Alterra, Wageningen, Rapport 1711, Juni 2008.

Greet Overbeek en Janneke Vader, *Genieten van landschap en ervoor zorgen*. LEI, Den Haag, Rapport 7.08.01, Februari 2008.

Prof. Dr. Ing. M. van Boekel, *Eten van waarde - voedselkwaliteit in Nederland*, Publicatie van Wageningen Universiteit en Research Centrum (9 auteurs), augustus 2008.

Bram Bos, *Rozigheid en Realisme*, concept programma van eisen burger obv **next**expertizer® onderzoek, Project Kracht van Koeien, ASG – Wageningen UR, december 2008.



