

Hoe bereik je 'moeilijk bereik bare' veehouders?

Het Uier Gezondheids Centrum Nederland (UGCN) constateert dat zij een groep veehouders moeilijk bereikt met haar informatie over het verbeteren van de uiergezondheid. De dierenartsen weten deze groep slecht te motiveren. Chantal Steuten, onderzoeker bij Wageningen UR, onderzocht in opdracht van het UGCN waarom sommige veehouders moeilijk bereikbaar zijn en hoe deze groep toch gemotiveerd kan worden.

ir. Chantal Steuten en
ir. Jolanda Janssen
(Social Sciences Group van Wageningen Universiteit &
Research Centrum, Wageningen)

Nu, enkele jaren na de start van het Meerjarenplan Uiergezondheid, blijkt dat het UGCN met ruim drieduizend melkveehouders een grote deelname kent aan de door dierenartsen georganiseerde studiegroepen over uiergezondheid. Desalniettemin wordt ook een substantieel deel van de melkveehouders niet of nauwelijks bereikt met de uiergezondheidsinformatie. Het was reden voor het UGCN om nader onderzoek te laten doen naar de wegen waarlangs deze 'moeilijk bereikbare' veehouders gemotiveerd kunnen worden. Het UGCN verspreidt haar kennis voor een groot deel via de dierenartsen. Uit onderzoek bleek namelijk dat veehouders de dierenarts zien als eerste adviseur voor de uiergezondheid.

Doelgroep nader bekeken

Chantal Steuten onderzocht waarom dierenartsen sommige melkveehouders niet weten te bereiken met informatie over uiergezondheid. Dierenartsen typeerden deze veehouders als 'te druk', 'zij hebben geen zin in studiegroepen', 'er is weinig contact tussen dierenarts en veehouder' of 'de veehouder is wel bereikbaar maar moeilijk te motiveren'. Uit het onderzoek blijkt dat deze groep niet afwijkt in bedrijfsgrootte, leeftijd en opleidingsniveau van de 'goed bereikbare' veehouders. 'Moeilijk bereikbaar' bleek beslist niet synoniem aan 'slecht geïnformeerd' of 'problemen met de uiergezondheid'. Deze groep veehouders doet het op het gebied van uiergezondheid niet slechter dan gemiddeld.

De boodschap overgebracht

Welke aanbevelingen voor adviseurs volgen er uit deze resultaten?

1. Mensenkennis

De groep 'moeilijk bereikbare' veehouders is geen homogene groep, maar een zeer diverse groep die om verschillende redenen moeilijk te bereiken is met advies over uiergezondheid. Het leren herkennen van het type veehouder en zijn beweegredenen om bepaalde keuzes te maken op het gebied van uiergezondheid, is een eerste stap in het 'op maat' adviseren.

2. Informatie vertalen naar actie

Uit het onderzoek bleek dat de beschikbaarheid van informatie eigenlijk geen probleem is. Veehouders ontvangen eerder te veel dan te weinig informatie. Of ze iets met die informatie doen, hangt bijvoorbeeld af van de mate waarin zij het probleem zien als een bedreiging op het bedrijf en of ze geloven in de effectiviteit van voorgestelde maatregelen en de inpasbaarheid daarvan in hun bedrijfsvoering. De argumentatie van een advies moet daarop inspelen.

3. Informatie blijven verstrekken

Vrijwel alle veehouders willen op de hoogte gehouden worden van nieuwe informatie op het gebied van uiergezondheid, mits in een aantrekkelijke vorm gepresenteerd. Vooral vakbladen worden

door alle groepen veehouders goed gelezen en gewaardeerd.

Andere wegen zijn via nieuwsbrief, post of internet. Deze informatie biedt vaak een aanknopingspunt tijdens een adviesgesprek.

4. Voor elk wat wils

Een gedeelte van de 'moeilijk bereikbare' veehouders is aangesloten bij een studieclub, gaat naar lokale activiteiten en bezoekt graag een voorbeeldbedrijf. Dit zijn prima wegen om deze veehouders toch te bereiken.

5. Wees consequent

Veehouders ontvangen van verschillende adviseurs tegenstrijdige adviezen. De kans is dan groot dat er niks gebeurt. Het is belangrijk dat de verschillende adviseurs dezelfde boodschap geven. Dit vraagt om samenwerking tussen bijvoorbeeld dierenarts en (veevoer)adviseur.

6. Moeilijk bereikbaar, bestaat dat wel?

In dit onderzoek werden moeilijk bereikbare boeren geselecteerd via de dierenarts. Toch zegt het overgrote deel van de veehouders goed contact te hebben met de dierenarts. De geïnterviewde veehouders vonden zichzelf goed geïnformeerd. Als informatie niet goed overkomt, moeten we ons altijd afvragen: ligt het aan de zender of aan de ontvanger?

Vier moeilijk bereikbare groepen

Op basis van interviews met 24 melkveehouders onderscheidt Steuten de groep die door dierenartsen ervaren wordt als 'moeilijk bereikbaar' in vier categorieën. De categorieën worden ingedeeld op basis van de mate van vertrouwen in externe informatiebronnen en de mate van focus op zichzelf/anderen. Daarnaast zocht Steuten naar kanalen om deze groepen alsnog te bereiken.

1. Doe-het-zelver

"Het gaat om de kostprijs per liter melk, ik zie niet dat de dierenarts die omlaag kan brengen."

Deze veehouder is actief en goed geïnformeerd, maar kritisch op advies van anderen. De doe-het-zelver aarzelt niet de dierenarts of andere adviseurs in te schakelen, mits hij daarvan het voordeel inziet. De relatie met de adviseur is zakelijk en de kosten zijn een belangrijk argument om de dierenarts zoveel mogelijk van het bedrijf te houden.

Advies: Goede argumenten en cijfers zijn nodig om deze veehouder te overtuigen van het nut van investeren in uiergezondheid. Deze veehouder leest de vakbladen, is vaak aangesloten bij studieclubs en bezoekt regionale activiteiten. Deze wegen lijken dan ook het meest voor de hand te liggen om deze groep veehouders te bereiken.

2. Informatiezoeker

"Ik vind het niet erg als mensen meedenken, en dan moet je ook gegevens geven, anders kunnen ze niet meedenken."

Deze veehouder is erg naar buiten gericht, goed geïnformeerd en geïnteresseerd in nieuwe ontwikkelingen. Hij gebruikt zijn grote netwerk, waaronder studiegroepen en de dierenarts, om zelf oplossingen voor problemen te zoeken. Advies: De dierenarts is voor hem niet per se de adviseur voor mastitis, hij maakt (ook) gebruik van een grote variatie aan andere informatiebronnen, zoals internet. Deze moeten gemakkelijk beschikbaar gemaakt worden.

3. Afwachter

"Het is er niet van gekomen. Dan kun je zeggen daar moet je tijd voor maken. Maar dat heb ik niet gedaan."

Deze veehouder wil wel werken aan uiergezond-



heid, maar het komt er niet van. De afwachter is positief over zijn dierenarts, maar vindt het moeilijk de adviezen te vertalen naar actie.

Advies: Intensieve begeleiding kan deze veehouder wellicht over de streep trekken. Daarnaast leest deze veehouder de vakbladen, en soms bekijkt hij de post, surft op internet en bezoekt lokale activiteiten. Dit zijn andere wegen om hem te bereiken.

4. Individualist

"Ik ben daar niet zo'n fanatiekeling in, dat andere mensen bij mij op het bedrijf gaan kijken. Ik ben heel erg op mijzelf."

Deze naar binnen gerichte veehouder houdt niet van bemoeienis van buitenaf. Hij wil ook de dierenarts zo weinig mogelijk op het erf. De relatie met de dierenarts is meestal matig. Advies: Dit is de meest lastig te bereiken groep. Wel zeggen deze veehouders dat ze artikelen over uiergezondheid in de vakbladen lezen. Waarschijnlijk is dit de beste manier om deze veehouders te bereiken.

DE BOODSCHAP OVERBRENGEN

Dierenartsen krijgen de UGCN-boodschap niet bij elke veehouder over het voetlicht. Om ook deze groep te motiveren voor de uiergezondheid, moeten andere communicatiekanalen worden gekozen.

Foto: Twan Wiermans