

# 8

## De boer als maatschappelijke ondernemer

8.1	Inleiding	217
8.2	Wie zijn de boeren van nu?	220
8.3	Motieven om te blijven boeren	224
8.4	Investeren in het maatschappelijk ondernemen	227
8.5	Implicaties van maatschappelijk ondernemen voor de boer (en het gezin)	236
8.6	Maatschappelijke betekenis voor de samenleving	240
8.7	Maatschappelijk ondernemen: is dat goed boeren?	244
	Bijlage B8: gepubliceerd op <a href="http://www.scp.nl/SCR2006">http://www.scp.nl/SCR2006</a>	
	Noten	249
	Literatuur	251

# Samenvatting

Boeren die maatschappelijk ondernemen, investeren in aanvulling op de traditionele agrarische activiteit van voedsel- en sierteeltproductie in een of meer maatschappelijke functies. Ten eerste kan het gaan om investeringen in 'verdiepende activiteiten', ofwel nieuwe activiteiten die gerelateerd zijn aan de landbouw. Een voorbeeld is het zelf produceren en vermarkten van kaas. Ten tweede kan het gaan om 'verbredende investeringen', die op zichzelf niet agrarisch zijn maar die wel zijn gerelateerd aan het agrarische bedrijf. Voorbeelden zijn weidevogelbescherming, energieproductie, rondleidingen en zorg en/of hulpverlening. Ten derde kan het gaan om 'interactieve investeringen': boeren ontplooiën specifieke initiatieven om een intensieve samenwerking met burgers tot stand te brengen. Het doel is burgers op een actieve manier te laten participeren in het boerenbedrijf.

Het maatschappelijk ondernemen heeft vooralsnog een geringe economische invloed. Wat voor implicaties heeft het echter voor de boer en het boerengezin? Naast fysieke aanpassingen op het bedrijf zelf, moet worden geïnvesteerd in extra tijd en menskracht. Vaak gaat het om circa 30 uur per week. Vooral in de startfase van de bedrijfsvernieuwing staat geen reële beloning tegenover de extra tijdsinvestering. Verbreding is daarom alleen op te brengen in een bedrijf waar nog enige ruimte is in het tijdsbudget, zodat eventueel de partner, de kinderen en/of vrijwilligers kunnen worden ingeschakeld. Een gedeeltelijke omschakeling naar een ander type werk vergt bovendien vaak andere competenties en heeft gevolgen voor de beroepsidentiteit.

Het maatschappelijk ondernemen van boeren heeft tevens betekenis voor de samenleving. Boeren die investeren in biologische teelt, investeren extra in ecologische duurzaamheid en diervriendelijkheid, wat de kwaliteit van voedsel ten goede komt. Het verblijf in een landelijke omgeving heeft een positieve invloed op de gezondheid; zorgboerderijen dragen hier aan bij. Het boerenbedrijf biedt educatieve mogelijkheden om elementaire kennis over de natuur en de voedselproductie over te brengen. Daarbij wordt voldaan aan de behoefte van veel burgers om meer in contact te komen met het buitenleven.

## 8 De boer als maatschappelijk ondernemer

Carola Simon en Anja Steenbekkers

### 8.1 Inleiding

Boeren in Nederland veranderen steeds meer van agrarische ondernemers in maatschappelijke ondernemers. In antwoord op het voortdurend dreigende probleem van inkomensachteruitgang binnen het bestaande agrarische bedrijf, dienen zich twee oplossingsrichtingen aan: schaalvergroting en/of multifunctionele bedrijfsontwikkeling. Daarmee staan boeren voor de fundamentele keuze of ze primair als voedselproducent blijven optreden, dan wel kiezen voor een ruimere taak op het platteland.

De boeren die kiezen voor het landbouwbedrijf als primaire inkomstenbron, blijven voor de markt produceren en zetten daarbij in op schaalvergroting van voedselproductie, of kostenbesparing en een verhoging van toegevoegde waarden. De bij bedrijfsbeëindiging vrijkomende agrarische gronden van anderen worden grotendeels door deze schaalvergroters overgenomen, en gaan daarmee niet verloren voor de landbouw. Het eigendom en de macht over de landbouwgronden concentreert zich dientengevolge wel in een steeds kleiner wordende groep ondernemers. Deze steeds maar verdergaande investering in voedselproductie resulteert in wat Van der Ploeg (2002: 90) en de Raad voor het Landelijk Gebied (2006) megabedrijven noemen.<sup>1</sup> In de melkveehouderij gaan deze megabedrijven vaak hand in hand met ontwikkelingen als het verdwijnen van de koeien uit de weilanden en een steeds verdergaande rationalisering van veevoerproductie, met een daarmee gepaard gaande toenemende landschappelijke dominantie van maïs. Kortom, schaalvergroting kan voor de beleving van het platteland negatieve ontwikkelingen met zich meebrengen.

De boeren die zoeken naar nevenactiviteiten om daar extra inkomsten uit te halen, zijn doorgaans degenen die niet de mogelijkheid hebben om te investeren in een schaalvergroting van het bedrijf, bijvoorbeeld door een gebrek aan kapitaal, grond of quotum.<sup>2</sup> Het gaat dan om nevenfuncties gericht op bijvoorbeeld recreatie, natuurbeheer of zorgverlening, waarbij afhankelijk van de eigen visie en vaardigheden gebruik wordt gemaakt van de mogelijkheden in het bedrijf en de kwaliteiten van de omgeving. De investering in het eigen bedrijf is daarmee tevens een investering in bepaalde maatschappelijke functies waaraan de hedendaagse samenleving in toenemende mate behoefte lijkt te hebben.

Het investeren in een of meer maatschappelijke functies, naast de traditionele investering in voedselproductie en sierteelt, noemen we het *maatschappelijk ondernemen* van boeren.<sup>3</sup> Deze investeringen hoeven niet per definitie een maatschappelijk doel te dienen, maar in de praktijk hebben ze veelal wel een maatschappelijke impact. Die

impact is af te lezen aan de waarde die dit type ondernemen heeft voor het platteland en voor de samenleving als geheel. Het kan dan gaan om investeringen in recreatieve functies (zoals de verkoop van ijs en overnachtingsmogelijkheden) en zorgverlening, maar ook om weidevogelbescherming en het opwekken van energie. Dit type investeringen vormt veelal een nieuwe nevenactiviteit op het agrarische bedrijf en wordt in zijn geheel omschreven als ‘verbredende of multifunctionele investeringen’ (Van der Ploeg 2002). Deze activiteiten vallen standaard onder de bedrijfsstrategieën gericht op verdieping en verbreding (zie § 8.4). Dat neemt niet weg dat ook bedrijven die zich op schaalvergroting richten maatschappelijk verantwoord kunnen ondernemen, maar deze schaalvergroeters worden in dit hoofdstuk niet als primaire groep meegenomen.

Het maatschappelijk ondernemen van boeren past bij de beleidslijn die is uitgezet met de *Agenda vitaal platteland*: het platteland niet alleen als ‘boerenland’, maar een platteland voor alle Nederlanders (LNV 2004). Huigen (1996) spreekt in deze zin van het *desagriseren* van de landbouw. Er vindt een vermaatschappelijking van de landbouw plaats, waarmee de integratie van de agrarische sector in de bredere economie wordt bedoeld. We kunnen in principe ook spreken van een flexibel inspelen op (toekomstige) ontwikkelingen. Grotendeels is dit voor boeren onderdeel van het genereren van extra inkomsten. Een inkomensachteruitgang is natuurlijk niet uniek voor boeren, want ook andere ondernemers hebben hier mee van doen. Indien we echter bedenken dat 69% van het oppervlak van Nederland landbouwgrond is (Simon 2006) en twee derde van het totale areaal landbouwgrond in bezit is van deze boeren en tuinders (Haartsen 2002), dan heeft een inkomensachteruitgang in potentie grote landschappelijke gevolgen. Ook heeft de nieuwe invulling van vrijkomende agrarische bedrijfsgebouwen zowel een sociaal-culturele als een sociaaleconomische impact.

Voor de volledigheid noemen we hier nog een derde tendens die zichtbaar is in de landbouwsector. Bij een flink aantal agrarische bedrijven wordt de reguliere agrarische productie afgebouwd en genereert de boer en/of de gezinsleden inkomen via een betaalde baan buitenshuis, via het verrichten van loonwerk voor derden of door kapitaal, grond en/of quota buiten het bedrijf te gelde te maken. Inkomsten uit arbeid buitenshuis droegen in de jaren 2002-2004 voor gemiddeld 12% bij aan het gezinsinkomen. Overigens moet gezegd worden dat deze strategieën om op andere manier geld te verdienen niet alleen bij kleine, marginale bedrijven voorkomen, maar ook bij de middelgrote en grote bedrijven (LEI 2006: 113).

De zoektocht naar inkomensverbetering via investeringen in het maatschappelijk ondernemen is aan wisselend beleid onderhevig geweest. Zeker na de Tweede Wereldoorlog was het agrarisch ondernemen een winstgevende zaak. Grootchalige ruilverkavelingen, mechanisering en de introductie van kunstmest droegen bij aan steeds modernere en specialistischer productiemethoden met maar één doel: zoveel mogelijk voedsel produceren. De agrarische sector kon zo sterk inzetten op schaal-

vergroting en een zo efficiënt mogelijke productie van voedsel. Na het instellen van het gemeenschappelijk landbouwbeleid in 1957 kwam vrije handel in landbouwproducten tussen lidstaten tot stand en werden miljarden aan subsidies verstrekt: hoe meer de boer produceerde, hoe meer subsidie hij ontving. In de jaren zeventig ontstond hierdoor, en door de toegenomen productiviteit per arbeidskracht, overproductie van voedsel. Naast de oneerlijke concurrentie op de wereldmarkt, leidde de overproductie ook tot mestoverschotten, grootschalig pesticidegebruik en dierziekteproblematiek. En ook kwam de voedselveiligheid in het geding. In reactie daarop volgde een hele serie beleidsmaatregelen, die maakten dat de boer rekening moest houden met het milieu en de natuur, voedselveiligheid, dierenwelzijn en kansen voor de derde wereld.

Deze maatregelen hebben onder andere gezorgd voor een sterke bureaucratisering, waardoor de bedrijfsvoering steeds lastiger is geworden. Ondanks subsidies konden steeds meer bedrijven, met name de kleinere bedrijven, het hoofd niet meer boven water houden en is de agrarische sector stevig uitgedund. Om in aantallen te spreken: waren er in 1980 nog bijna 150.000 bedrijven, in 2005 zijn dat er rond de 82.000 (Simon 2006).

Met de nota *Kiezen voor landbouw* opteert het kabinet voor een toekomst van ons land met een sterke landbouw: ‘Het is aan de ondernemers om keuzes te maken voor hun eigen toekomst; concurrentiekracht staat voorop’ (LNV 2005). Ook nu nog staan veel boeren voor de keuze om te stoppen, om juist te investeren in het bedrijf en verder uit te breiden, of om extra inkomen te zoeken in nevenactiviteiten of een bijbaan. Zoals gezegd, zorgt de investering in nevenactiviteiten ervoor dat de landbouw naast een agrarische betekenis steeds vaker een maatschappelijke betekenis heeft. De verwachting van veel boeren is dat deze investeringen de levensvatbaarheid van het bedrijf vergroten en dat ze grote potenties hebben voor de economische vitalisering van het platteland.

Dit hoofdstuk gaat in op de boer als maatschappelijk ondernemer. Het maatschappelijk ondernemen heeft vooralsnog een geringe economische invloed (LEI 2006), maar heeft daarentegen een grote maatschappelijke impact op het boerengezin en de samenleving als geheel. Allereerst beantwoorden we verschillende vragen die gaan over de boeren als totale beroepsgroep van land- en tuinbouwers. Wie zijn de boeren van nu? Wat zijn hun drijfveren en motivaties om hun bedrijf te blijven voeren? Vervolgens gaan we in op de boeren die initiatieven ontwikkelen voor het maatschappelijk ondernemen: hoe proberen ze de bredere maatschappelijke invalshoek in te passen in hun bedrijf? Wat voor gevolgen heeft dit voor de boer zelf en het gezin? En wat is de betekenis van het maatschappelijk ondernemen van boeren voor de samenleving als geheel? Ten slotte willen we in een korte discussie ingaan op de vraag of het investeren in maatschappelijk ondernemen wel een goede investering is voor de boeren zelf en voor de samenleving als geheel.

## 8.2 Wie zijn de boeren van nu?

Achter de ruime noemer ‘boer’ gaat een wereld aan verschillende ondernemers en bedrijfstypen schuil: van grondgebonden tot vrijwel grondloze bedrijven, van veeboeren tot akkerbouwers en tuinders, van rasondernemers op hypermoderne megabedrijven tot hobbyboeren. Volgens Van der Ploeg (2002) opereert slechts de helft van de boerenbedrijven als professionele onderneming – die dus de agrarische activiteit als hoofdactiviteit hebben. Deze ‘professionele’ boeren vertegenwoordigen echter wel 90% van het productievolume. De andere helft omvat een keur aan bedrijfstypen, van hobbyboeren tot parttime boeren (Van der Ploeg noemt dit de ‘vermaatschappelijkste’ bedrijven). Bij dit type bedrijven is de agrarische activiteit geworden tot nevenactiviteit; zij zouden circa 10% van de totale productie voor hun rekening nemen. Daarmee dragen ze nauwelijks bij aan de totale landbouwproductie. Bijlage B8.1 geeft de verschillende typen landbouwbedrijven naar hoofd- en nevenactiviteit.

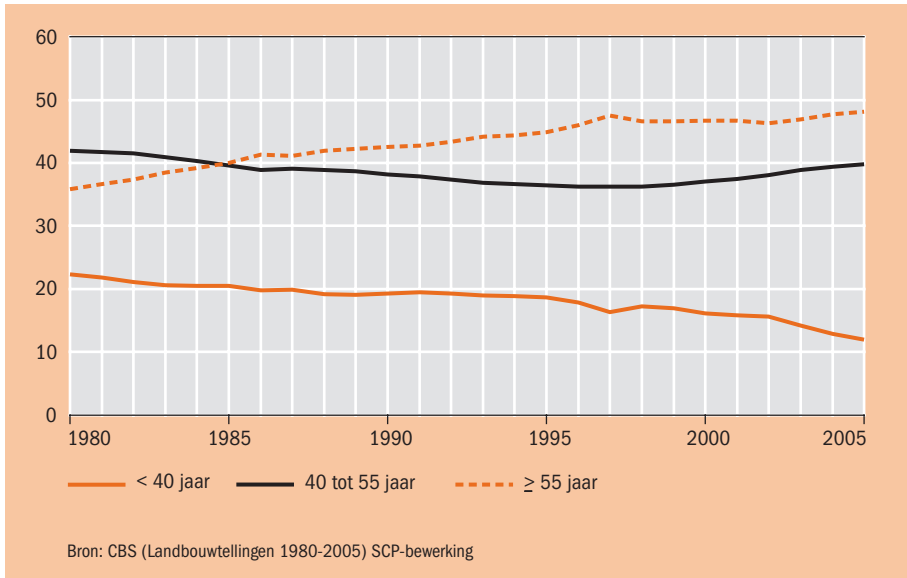
Via de Landbouwtellingen<sup>4</sup> van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) zijn gegevens beschikbaar over het type agrarische activiteiten en de bedrijfskenmerken. Er is daarin echter weinig bekend over wie deze boeren zijn en vrijwel geen informatie is beschikbaar over hoe zij hun sociale en culturele leven inrichten. Wel kunnen we aan de hand van deze cijfers iets vertellen over het aantal uren dat boeren werken, wat hun leeftijd en geslacht is; ook verschaffen de cijfers enkele gegevens over meewerkende gezinsleden. In deze paragraaf maken we geen onderscheid tussen de verschillende typen boeren,<sup>5</sup> de gegevens hebben betrekking op de totale groep van boeren en tuinders in de Landbouwtellingen.

### *Vergrijzende beroepsgroep*

De groep jongere boeren die er in het populaire televisieprogramma *Boer zoekt vrouw* wordt uitgelicht, maakt maar een klein onderdeel uit van de totale beroepsgroep. Sinds 1980 groeit namelijk het aandeel boeren in de hogere leeftijdsklassen, ofwel de agrarische beroepsgroep is aan het vergrijzen. Figuur 8.1 laat dit duidelijk zien: het aandeel boeren en tuinders in de leeftijd van 55 jaar of ouder neemt toe, terwijl het aandeel boeren dat jonger is dan 40 jaar juist afneemt. Het aandeel ouderen is in de agrarische beroepsgroep groter dan in de totale groep van zelfstandig ondernemers, maar de vergrijzing neemt in beide groepen even snel toe (zie bijlage B8.2). De vergrijzing in de agrarische beroepsgroep heeft onder meer te maken met het feit dat het voor een zoon of dochter financieel steeds moeilijker wordt om het boerenbedrijf over te nemen. Daardoor kiezen zij steeds vaker voor een ander beroepstype dan het boerenbestaan.<sup>6</sup>

Figuur 8.1

Aantal land- en tuinbouwbedrijven, naar leeftijd bedrijfshoofd, 1980-2005 (in procenten)



### Van oudsher een mannenberoep

Het zelfstandigondernemerschap is in de agrarische sector, meer nog dan in de overige sectoren, een mannelijke aangelegenheid: van de bedrijfshoofden van het boerenbedrijf is driekwart man (tabel 8.1), van het totaal aantal zelfstandigen is twee derde man (zie bijlage B8.2). De rol van de vrouw is daarentegen van oudsher onzichtbaar in het agrarische beroep. Pas sinds 1956 kunnen vrouwen zelfstandig bedrijfshoofd worden van een agrarisch bedrijf. Pas in dat jaar werd de arbeidswetgeving, die de arbeid van gehuwde vrouwen en kinderen aan banden legde, voor de agrarische sector gewijzigd (Bock en Van der Brug 1998). Sindsdien is de rol van vrouwen steeds prominenter geworden en zichtbaarder in statistische gegevens.

Rond de 30% van de agrarische bedrijven wordt tegenwoordig geleid door zowel een mannelijk als vrouwelijk bedrijfshoofd en hierin is in de afgelopen jaren een enorme toename zichtbaar geworden. De bedrijven die geleid worden door één mannelijk bedrijfshoofd tonen juist sinds 1992 een afname van 14%, hoewel verreweg de meeste bedrijven nog steeds één mannelijk bedrijfshoofd hebben. Op 4% van de agrarische bedrijven is een vrouw het enige bedrijfshoofd. Het zijn overigens vooral de bedrijven van grotere omvang die meerdere bedrijfshoofden hebben (alleen geleid door mannen of door zowel man als vrouw). Ook per bedrijfstype zijn er enige verschillen te zien: de akkerbouwbedrijven hebben veelal een enkelvoudige bedrijfsvoering; tuinbouw- en hokdierbedrijven kiezen eerder voor een meervoudige bedrijfsvoering (zie bijlage B8.3).

Tabel 8.1

Aantal land- en tuinbouwbedrijven (gezinsbedrijven) met bedrijfshoofden naar bedrijfsvoering en geslacht, 1993-2005

	1993 (n = 116.447)	1995 (n = 109.791)	1997 (n = 104.178)	1999 (n = 97.151)	2001 (n = 88.640)	2003 (n = 85.501)	2005 (n = 81.830)
enkelvoudig door man	71,3	67,1	64,8	60,4	58,9	56,5	56,8
enkelvoudig door vrouw	3,8	4	3,5	4,1	4	3,9	4,1
meervoudig alleen door mannen	15,7	15,2	13,4	13,2	12,3	11,1	10,2
meervoudig alleen door vrouwen	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
meervoudig door mannen en vrouwen	9,1	13,5	18,2	22	24,6	28,3	28,7

Bron: CBS (Landbouwtellingen 1992-2005) SCP-bewerking

Vrouwen worden steeds vaker medeondernemer van het agrarisch bedrijf en vaak wordt met de partner een maatschap opgericht. In het kader van het emancipatiebeleid van de overheid is dit een goede ontwikkeling. In de landbouw wordt veelal op huwelijkse voorwaarden getrouwd om de partner met de onderneming veilig te stellen (Overbeek et al. 1998). Slechts 38% van de vrouwen die op huwelijkse voorwaarden zijn getrouwd en een juridische positie als agrarisch ondernemer hebben, hebben ook de onroerende bezittingen op hun naam staan. Trouwen op basis van huwelijkse voorwaarden is wel van belang voor de risicoaansprakelijkheid bij (nieuwe) hypotheek en voor vermogensaanspraken bij een eventuele scheiding (Overbeek 2000). In Nederland is er, wanneer getrouwd onder huwelijkse voorwaarden, geen algemene wetgeving die partners zonder eigendom bescherming biedt tijdens de relatie of wanneer de relatie eindigt (Overbeek 2000). Nu steeds meer agrarische vrouwen werken in een maatschap, is hun rechtspositie ten dele beter geregeld, zeker wanneer onroerende zaken op naam van de vrouw of van de maatschap staan. De kanttekening die daarbij geplaatst moet worden, is dat het om meer dan alleen de maatschap gaat. Relevant zijn ook de tenaamstelling van onroerende goederen, of er getekend is voor aansprakelijkheid voor bedrijfsschulden en of via het verblijvingsbeding vermogen overblijft na een scheiding. Uit onderzoek van Overbeek (2000) blijkt verder dat slechts 6% van de vrouwen de kans heeft om bij een beëindiging van de relatie het agrarisch bedrijf voort te zetten. Een vijfde deel van de vrouwen die geen onderpand heeft in de bedrijfsgebouwen, is echter wel aansprakelijk voor schulden, wat voor deze vrouwen een zeer onwenselijke situatie is.

Vanzelfsprekend neemt ook het aantal uren toe dat vrouwen werken als zij agrarisch bedrijfshoofd in plaats van meewerkend echtgenote zijn. Splitsen we het aantal uren



dat wordt gewerkt uit naar het aantal mannelijke en vrouwelijke bedrijfshoofden, dan blijkt dat het merendeel van de mannelijke bedrijfshoofden 38 uur of meer per week werkt. Dit aandeel vertoont fluctuaties over de jaren, maar er lijkt een lichte daling zichtbaar van 68% in 1993 naar 63% in 2005. Het aandeel vrouwelijke bedrijfshoofden dat 38 uur of meer per week werkt, ligt in vergelijking met de mannen veel lager. Wel is bij vrouwelijke bedrijfshoofden dezelfde afnemende tendens te zien: van 34% in 1993 naar 27% in 2005. Zoals blijkt uit de *Sociale staat van Nederland 2005* (SCP 2005) werken vrouwen vaker parttime; ook vrouwelijke agrarische bedrijfshoofden doen dat, zoals te lezen is in tabel 8.2.

Tabel 8.2

Aantal uren dat een mannelijk of vrouwelijk bedrijfshoofd werkt op het bedrijf, 1993-2005 (in procenten)

	38 uur		30 tot 38 uur		20 tot 30 uur		10 tot 20 uur		1 tot 10 uur	
	mannen	vrouwen	mannen	vrouwen	mannen	vrouwen	mannen	vrouwen	mannen	vrouwen
1993 (n = 116.447 bedrijven)	68,3	33,5	5,3	11,6	10,0	23,7	9,0	14,8	10,0	23,7
1995 (n = 109.791)	65,1	25,4	6,4	13,4	11,2	29,4	8,7	15,5	11,2	29,4
1997 (n = 104.178)	66,0	32,3	5,8	12,3	9,9	25,8	9,7	17,2	9,9	25,8
1999 (n = 97.151)	64,2	26,9	7,7	15,9	9,7	26,7	9,0	16,5	9,7	26,7
2001 (n = 88.640)	66,2	32,6	6,0	13,8	8,7	25,7	9,1	15,1	8,7	25,7
2003 (n = 85.501)	64,8	27,3	8,1	15,8	9,3	28,8	9,0	16,4	9,3	28,8
2005 (n = 81.830)	63,3	26,6	7,6	14,9	9,8	28,3	9,2	15,8	9,8	28,3

Bron: CBS (Landbouwtellingen 1993-2005) SCP-bewerking

Veel boerenbedrijven in ons land zijn van oudsher familie- en/of gezinsbedrijven. Dat betekent dat de echtgenoten van de bedrijfshoofden, de kinderen en ook overige familieleden meewerken op het bedrijf. Het zijn vooral vrouwen die als meewerkend gezinslid arbeid verrichten op het bedrijf (tabel 8.3). Het aantal uren dat ze dit doen, neemt door de jaren heen af: steeds minder vrouwen werken meer dan 20 uur per week in het bedrijf. Dit zal grotendeels te maken hebben met de toegenomen arbeidsparticipatie buitenshuis (Gesthuizen 2006) en met de rol die in het bijzonder vrouwen spelen bij het initiëren van nieuwe economische activiteiten (Bock 2002, 2006). Het zijn vooral de zonen, wel of niet thuiswonend, die gemiddeld de meeste uren per week meewerken op het bedrijf. Wel blijkt duidelijk dat ook het aantal uren dat zonen meewerken door de jaren heen daalt. Sinds 2003 is hierin weer enige toename te zien.

Tabel 8.3

Meewerkende gezinsleden, naar sekse en aantal uren meewerkend op het bedrijf, 1991-2005  
(in procenten)

	1991	1993	1995	1997	1999	2002	2003	2005
meewerkende echtgenoten								
≥ 20 uur per week, mannen	0,8	0,9	1,4	3,5	2,2	3,3	3,6	1,8
≥ 20 uur per week, vrouwen	52,7	51,5	47,5	49,0	46,3	43,9	36,1	33,7
< 20 uur per week, mannen	0,9	1,2	1,8	2,5	2,2	3,0	2,7	2,9
< 20 uur per week, vrouwen	45,6	46,4	49,3	44,9	49,3	49,7	57,7	61,5
meewerkende kinderen								
≥ 20 uur per week, mannen	43,5	43,4	42,5	32,8	30,5	22,5	19,9	24,1
≥ 20 uur per week, vrouwen	4,4	4,1	4,1	5,1	4,4	4,2	3,4	4,0
< 20 uur per week, mannen	38,7	39,8	40,2	43,0	45,5	51,9	54,1	51,3
< 20 uur per week, vrouwen	13,4	12,7	13,2	19,1	19,6	21,4	22,6	20,6

Bron: CBS (Landbouwtellingen 1991-2005) SCP-bewerking

### 8.3 Motieven om te blijven boeren

‘Stilstand is achteruitgang’ luidt het aloude adagium in de wereld van de ondernemers. Ondanks het gegeven dat er al veel boeren zijn gestopt met hun bedrijf en de toekomst er voor bepaalde groepen blijvers niet al te rooskleurig uitziet, moeten boeren blijven investeren en innoveren. Voorheen betekende investeren vrijwel automatisch schaalvergroten, maar dat is voor lang niet alle boeren weggelegd. Schaalvergroting is nog steeds een belangrijke tendens in de landbouw, maar er speelt een tweede tendens: de investering in het maatschappelijk ondernemen. Daarbij investeren agrarische ondernemers niet alleen in de *core business* voedselproductie of sierteelt, maar ook (of uitsluitend) in nieuwe producten of functies, zoals overnachtingsmogelijkheden voor toeristen, een landwinkel waarin eigen producten aan huis worden verkocht of de verkoop van boerenijs (zie ook § 8.4).

Wat zijn volgens de boeren zelf de redenen om te (blijven) boeren? Om het perspectief van de boeren te schetsen is gebruikgemaakt van de uitspraken die boeren hebben gedaan in focusgroeps gesprekken.<sup>7</sup> In deze gesprekken is ingegaan op hoe boeren tegen het leven op het platteland aankijken. Ook is gevraagd naar hun motieven om boer te zijn en te blijven. Deze motieven komen in deze paragraaf in een willekeurige volgorde aan de orde. Vaak gelden zij ook voor boeren die investeren in het maatschappelijk ondernemen. Deze zijn zoveel mogelijk onderling verweven. Motieven die specifiek betrekking hebben op de ‘maatschappelijke boeren’ komen aan bod in paragraaf 8.4.

Boeren noemen het inkomen als de belangrijkste reden om te blijven investeren in hun bedrijf en de agrarische activiteit. Het is een manier om de kost te verdienen, zoals ze dat zelf verwoorden in de groepsgesprekken. Sommige boeren benadrukken dat het moeilijk is om als agrariër voldoende te verdienen. Oplossingen worden dan gezocht in bijbaantjes en nevenactiviteiten, zoals agrarisch natuurbeheer en toeristische activiteiten.

Ook de boeren die investeren in nevenactiviteiten, doen dit hoofdzakelijk voor het verkrijgen van extra inkomen. De boeren waarbij de economische doelstelling prominent is, worden ook rationele verbreders genoemd (Van den Ham en Ypma 2000), of 'rationele maatschappelijke ondernemers'. Het kan zelfs zover gaan dat ze dergelijke nevenactiviteiten zien als dé manier om het bedrijf te behouden. Er spelen natuurlijk ook andere redenen om in deze nieuwe activiteiten te investeren, zoals de uitdaging om iets nieuws te beginnen en niet-plattelanders te laten zien hoe het eraan toegaat op een boerderij, maar de hoofdreden blijft het voorzien in extra inkomen. Een aantal boeren ziet het zelfs als iets waartoe ze worden gedwongen:

'Ik denk wel dat je steeds meer gedwongen wordt die kant op te gaan denken. Want als het [akkerrandbeheer] niet nodig was voor het inkomen, dan had ik het daar niet in gezocht.'

Overigens blijven dergelijke nevenactiviteiten bijzaak voor de meeste boeren, de agrarische activiteit is de hoofdzaak en zal dat, indien mogelijk, ook blijven.

Een tweede reden om te blijven boeren is het eigen ondernemerschap. Hiermee wordt het hebben van een eigen bedrijf bedoeld, ofwel het eigen baas zijn en daarmee de autonomie hebben om zelf keuzes te maken (weliswaar binnen de kaders die de bank, de markt en de overheid stelt). Ook wordt hiermee bedoeld op de veelzijdigheid van het werk. Het boer zijn beslaat een diversiteit aan functies zoals management, technisch onderhoud, dierenarts, voedselproducent enzovoort:

'Je bent én dierenarts én financieel manager en al die functies allemaal tegelijk. Dat vind ik prachtig, om al die dingen allemaal mee te maken.'

Ten derde brengt het agrarisch ondernemerschap een sterk streven naar continuïteit met zich mee. De boer streeft zowel continuïteit van het bedrijf als duurzaamheid van de bedrijfsvoering na. Dit continuïteitsstreven van boeren is volgens Berger (1993) wezenlijk anders dan bij ondernemers in een meer stedelijke omgeving. In zijn ogen streven boeren naar continuïteit, waar stedelingen vooruitgang c.q. modernisering nastreven. Dit continueren van het bedrijf is van oudsher een belangrijke drijfveer voor boeren, met het ene oog gericht op inkomen en het andere oog op het in stand houden van tradities. Boeren zouden in sterke mate hun leefstijl willen doorgeven aan hun kinderen. In de groepsgesprekken bleken boeren hier verschillend in te staan: de ene boer betreft zijn kinderen zo veel mogelijk bij het

bedrijf, een andere boer stimuleert juist zijn kinderen om ook de buitenwereld te leren kennen en de blik vooral naar buiten te richten.

Vaak is voor de boeren die naast de agrarische bedrijfsvoering ook voor verbredende activiteiten kiezen, de ecologische duurzaamheid een belangrijke drijfveer, zeker voor boeren die investeren in agrarisch natuurbeheer en biologische teelt. Zij zien dit als een basisvoorwaarde voor het continueren van het bedrijf. De boeren ervaren de wetgeving op het gebied van bijvoorbeeld mineralenhuishouding als knellend en opgelegd, terwijl zij de grondstoffenkringloop altijd al via wisselteelt in de praktijk brachten (Van der Ploeg 1999). Boeren hebben dan ook moeite met een beleidsmaatregel als verschraling van de grond voor natuurontwikkeling, omdat dit indruist tegen het continueren van de mineralenkringloop:

‘De overheid zegt: ‘Het moet duurzaam.’ Dat doen wij altijd al. (...) Grond is een belangrijk iets, is een belangrijk goed. Je kan grond ook heel snel vernielen als het ware. Je moet grond ook op een juiste manier bemesten. Ik zie nu om me heen dat ontzettend veel mensen de grond aan het verarmen, aan het verschrallen zijn. Dat is toch eigenlijk weer een te ver doorgeschoten mestwetgeving.’

Een vierde drijfveer om te blijven boeren is voor veel boeren de omgang met natuur en landschap. Dan wordt bedoeld op de schoonheid van het platteland, flora en fauna, het werken met dieren, het ritme van de seizoenen en het simpelweg genieten van het buiten zijn. Wel wordt door enkele boeren opgemerkt dat dit vaak als een vanzelfsprekend iets wordt gezien, iets waar niet bij stil wordt gestaan omdat het ‘normaal’ is. Juist wanneer er wordt geïnvesteerd in recreatieve nevenactiviteiten, zorgen de contacten met toeristen ervoor dat boeren met andere ogen naar hun omgeving kijken. Ze worden er als het ware opnieuw op gewezen dat het landschap waarin ze wonen bijzonder en mooi is. Ook zal dit per type boer verschillen: bij biologische boeren zouden we dit eerder kunnen verwachten dan bij intensieve vleesveebedrijven.

‘Ik vind wel dat sinds wij een toeristisch bedrijf zijn, we met andere ogen kijken naar onze eigen omgeving. Je ziet zelf de schoonheid van het platteland, van de natuur, juist door er met mensen over te praten.’

Het vijfde motief dat wordt genoemd door de boeren is dat het boer zijn ‘hun’ manier van leven is: ze zijn ermee opgegroeid en ermee opgevoed. In de publicatie *Boer in hart en ziel* geven Mertens en Blommestijn (2004) ook al aan dat de levensstijl van boeren een belangrijke beweegreden is om in de agrarische sector te werken en te blijven werken. Of zoals de boeren zelf zeggen:

‘Boer word je niet. Dat ben je gewoon.’

‘Het zit je in het bloed.’

‘Boer ben je en dat gevoel blijft, soms ook wel tegen beter weten in.’

Het laatste citaat geeft tevens aan dat emotionele motieven van belang zijn in de keuze om door te gaan met het bedrijf, om te stoppen of om de bedrijfsvoering ingrijpend te veranderen. De lange traditie om te boeren, veelal al vele generaties lang, maakt deze keuze extra beladen en emotioneel. Zoals de boeren zelf aangeven, is het vergelijkbaar met een clubgevoel: 'Als het slecht gaat met je club, dan blijf je even goed bij je club.' Ook Schnabel (2001) geeft in het essay *Waarom blijven boeren* aan dat vaak financiële argumenten de doorslag geven om het bedrijf te verkopen, maar dat juist andere motieven, meestal van meer persoonlijke en zelfs emotionele aard, tegenwicht bieden aan het besluit om te verkopen. De boer wil het liefst boer blijven. Waar hij het zelf niet meer kan, wil hij het liefst de continuering van het bedrijf verzekerd zien.

De boeren geven zelf aan dat er wel duidelijk een gevoelsverschil is wanneer het gaat om een familiebedrijf of een aangekocht bedrijf. Vooral in het eerste geval is de emotionele waarde groot, zelfs als er een uitbreiding of verbouwing doorgevoerd wordt. De binding met een bepaalde traditie zit diep geworteld en daar kan niet van de een op de andere dag afstand van worden gedaan. 'Bij een niet-familiebedrijf is de waarde iets minder emotioneel en iets zakelijker', aldus de boeren in de focusgesprekken.

Het boeren als manier van leven heeft enkele praktische voordelen, die specifiek worden genoemd. Het thuis werken heeft als voordeel dat er geen reistijd verloren gaat en dat de boer veel bij het gezin is, er veel voor de kinderen is en ze kan zien opgroeien. Dat er ook nadelen aan zitten, zal niet verwonderen, want zodra er zich werk aandient, is er geen ontkomen aan. En het wonen in het buitengebied heeft als nadeel dat afstanden naar voorzieningen groter zijn.

Samenvattend zijn het vooral economische motieven die belangrijke drijfveren zijn voor boeren om te blijven investeren. Naast het genereren van een inkomen hangt er aan het boer zijn ook een aantal dieper gewortelde drijfveren. Zo spelen emotionele motieven een belangrijke rol, die in het bijzonder voortkomen uit een al lang bestaande (familie)traditie en een manier van leven met dieren en planten, de vrijheid en het eigen baas zijn.

#### 8.4 Investeren in het maatschappelijk ondernemen

Het maatschappelijk ondernemen van boeren heeft betrekking op het bedienen en stimuleren van maatschappelijke behoeften. Zoals vermeld in de inleiding, hoeven deze functies niet altijd op een zichtbare manier de maatschappij te dienen. Het voorzien van groene stroom door windenergie of de bescherming van weidevogels zijn voorbeelden van een indirect maatschappelijk nut.

In theorie kunnen we stellen dat alle boeren inspelen op de behoeften van de maatschappij – ze zorgen immers voor de productie van voedsel en voor cultuurlandschappen die door Nederlanders ervaren worden als typisch Nederlandse plattelandslandschappen (Haartsen 2002; Heins 2002; Simon 2005). Met dit perspectief

voor ogen zijn alle boeren te beschouwen als maatschappelijk ondernemers. Ook de hobbyboeren, of die groep boeren die het investeren niet zozeer op het continueren of het innoveren richt, maar waarbij het agrarische bedrijf tot hobby is geworden, vervullen hun rol om te voorzien in maatschappelijke behoeften. Ze zorgen er bijvoorbeeld voor dat er een aantal koeien in de weide blijven, waardoor het typische plattelandsbeeld van rust, ruimte en groen in stand blijft. In de volgende paragrafen richten we ons echter op die boeren die de weloverwogen beslissing hebben genomen om zich specifiek te richten op het beheren, ontwikkelen en uitbaten van maatschappelijk gerelateerde nevenfuncties van het bedrijf. De pure productieboeren enerzijds en de hobbyboeren anderzijds laten we dan ook verder buiten beschouwing. Tevens laten we die boeren buiten beschouwing die de agrarische tak hebben afgestoten, om zich volledig te richten op de verbredende functie. We onderscheiden drie typen boeren die bezig zijn met maatschappelijk ondernemen: verdiepende, verbredende en interactieve boeren.

#### *Wie en waarom?*

Een belangrijke reden voor de 'rationele maatschappelijke ondernemers' om te investeren in maatschappelijke functies, is het genereren van een aanvullend inkomen (zie § 8.3). Niet alle boeren hebben financieel-economische motieven voor ogen bij de keuze voor het maatschappelijk ondernemen; het gaat hun niet alleen om het uitbaten. Deze groep wordt ook 'geïnspireerde verbeterders' genoemd, of die boeren die kiezen voor het maatschappelijke ondernemen vanuit een eigen ambitie en creativiteit en vanuit communicatieve en sociale vaardigheden (Van den Ham en Ypma 2000). Ook in de groeps gesprekken met boeren komt naar voren dat sociale motieven belangrijke beweegredenen zijn. Dit betreft zowel het eigen sociale contact met de buitenwacht als het verbeteren van het imago van de landbouwsector in zijn geheel. Doordat de landbouwgemeenschap steeds kleiner wordt, is het sociale isolement van boeren groter geworden. Voor een aantal boeren is het directe contact met klanten of toeristen een wijze om dit te doorbreken. Daarnaast is het investeren in maatschappelijke functies voor een aantal boeren ook een manier om erkenning voor hun werk te krijgen bij de rest van de bevolking. Veel landbouwers willen maar al te graag tonen dat ze geen vervuilers of knoeiers zijn, zoals ze enkele jaren geleden nog werden afgeschilderd, maar dat ze een goed en gezond kwaliteitsproduct afleveren en dierenwelzijn hoog in het vaandel dragen. Vanuit deze individuele motieven ontwikkelen boeren hun agrarische bedrijf met de blik op de samenleving, en voegen ze een sterkere maatschappelijke betekenis toe.

Voor de agrarische vrouwen spelen een belangrijke, initiërende rol bij de ontwikkeling van de nieuwe economische activiteiten (Bock 2002). Het belangrijkste doel dat de agrarische vrouwen hiermee voor ogen hebben, is het verdienen van een extra inkomen om het gezin en het agrarische bedrijf te ondersteunen. Ook willen veel vrouwen een eigen beroep en een eigen carrière opbouwen en meer sociale contacten en een persoonlijke ontwikkeling realiseren. Hiermee wijken de Nederlandse agrari-

sche vrouwen nauwelijks af van de niet-agrarische startende ondernemers (Bock 2006: 44).

De keuze voor maatschappelijk gerichte activiteiten wordt gestimuleerd door overheidssubsidies, bijvoorbeeld in het kader van Leader+-projecten<sup>8</sup> of de Subsidieregeling agrarisch natuurbeheer.<sup>9</sup> Ook kunnen bepaalde initiatieven tot stand komen zonder financiële vergoeding en al dan niet in samenwerking met anderen. Deze vrijwillige initiatieven worden niet tot de verbredende investeringen gerekend, omdat ze geen beroepsmatige of bedrijfsmatige neveneffecten hebben. Het gaat dan om het cultiveren van bijzondere gebiedskwaliteiten en niet om het uitbaten ervan, aldus Van der Ploeg (2001). Desondanks spelen deze vrijwillige initiatieven wel een rol in het investeren in maatschappelijke behoeften.

### *Verdiepende boeren*

Verdiepende boeren investeren in nieuwe activiteiten die zijn gerelateerd aan de landbouw. Voorbeelden zijn het telen van andere voedselgewassen, het houden van exoten (zoals struisvogels) en het integreren van activiteiten die hoger in de productiekolom staan, zoals het zelf verwerken en/of vermarkten van producten (zoals kaas en boter). Dit wordt ook wel agrarische diversificatie genoemd (Driessen et al. 1995). Ook zoeken steeds meer agrariërs aansluiting bij de kwaliteitsvraag van de consument. Door ontwikkelingen als de gekkekoeienziekte, MKZ en de genetische manipulatie van voedsel zijn veel mensen zich bewuster geworden van het feit dat de kwaliteit van het voedsel belangrijk is voor een gezond leven. Het productieproces zelf, maar ook kennis op dat gebied, leidt tot meer aandacht voor de kwaliteit van het geleverde en te consumeren product. Een steeds grotere groep boeren maakt hierdoor de overstap naar een meer extensieve vorm van landbouwbeoefening en zelfs naar een volledig biologische vorm. Het gaat dan om het anders investeren in de kwaliteit van producten c.q. de efficiency van het agrarische proces (Van der Ploeg et al. 2002). Waarden als voedselkwaliteit, voedselveiligheid, gezondheid, milieu en natuur staan daarbij meer centraal.

Er zijn geen specifieke cijfers bekend over het aantal verdiepende boeren; die cijfers zijn er wel over biologische land- en tuinbouwbedrijven. Er is een steeds grotere groep boeren die de overstap maakt naar biologische landbouw. In 1991 deden 439 bedrijven die stap, in 1999 786 en in 2004 waren dit er 1200. Naar verhouding is dit niet veel, want het aantal biologische landbouwbedrijven neemt nog geen 1,5% in van het totale aantal agrarische bedrijven en nog geen 2% van het totale oppervlak cultuurgrond. Tabel 8.4 geeft aan dat vooral boeren in de leeftijd van 40 tot 55 jaar kiezen voor biologische landbouw.

Tabel 8.4

Aantal biologische land- en tuinbouwbedrijven, naar leeftijd bedrijfs hoofd, 1999 en 2004 (in absolute aantallen en procenten)

		< 40 jaar		40 tot 55 jaar		≥ 55 jaar		totaal (=aantal persoonlijke ondernemingen) <sup>a</sup>	
		absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%
totaal landbouw	1999	16.385	16,9	35.472	36,5	45.294	46,6	97.151	100
	2004	10.292	12,9	31.468	39,4	38.129	47,7	79.889	100
biologisch	1999	162	22,8	382	53,9	165	23,3	709	100
	2004	151	13,9	638	58,6	299	27,5	1.088	100
in omschakeling	1999	44	21,4	107	51,9	55	26,7	206	100
	2004	6	9,1	34	51,5	26	39,5	66	100

a De persoonlijke ondernemingen binnen de land- en tuinbouw, naar de leeftijd van het (oudste) bedrijfs hoofd. De bedrijven met rechtspersoonlijkheid zijn in deze tabel niet opgenomen. Daardoor is hier het totaal aantal bedrijven lager dan bij andere indelingen.

Bron: CBS (Landbouwtellingen 1991-2005) SCP-bewerking

### Verbredende boeren

Verbredende boeren investeren in nieuwe inkomstenbronnen die op zichzelf niet agrarisch zijn, maar wel zijn gerelateerd aan het agrarische bedrijf. Deze nieuwe (economische) activiteiten vervullen veelal een maatschappelijke rol: weidevogelbescherming, energieproductie, wateropslag, luxe boerenkamers, rondleidingen op het boerenerf, het ontvangen van stedelingen die lijden aan burn-out en kamperen bij de boer. Van der Ploeg (2001) onderscheidt ecologische, sociale en plattelandsvreemde verbreding. Boeren die investeren in ecologische verbreding zijn die boeren die betaald werk maken van het beheren van natuur en landschap, zoals agrarisch natuurbeheer. Sociale verbreders zijn die boeren die tegen betaling diensten verlenen aan bezoekers, waarbij de entourage van het platteland een bindende factor is. Agrotourisme (als kamperen bij de boer) en zorgboerderijen zijn hiervan bekende voorbeelden. Plattelandsvreemd verbredende boeren zijn die boeren die kiezen voor een tweede bedrijfsactiviteit die niet specifiek is voor het platteland, zoals stalling van caravans en energieopwekking door windmolens.

Al deze nevenactiviteiten kunnen worden beschouwd als investeringen in maatschappelijke behoeften met het doel toegevoegde waarde te realiseren en uit te baten. De nevenactiviteiten zijn dan instrumenten om inkomen mee te verdienen. Agrarische verbreding betekent dan ook dat boeren producten 'economiseren' die voorheen publiek goed waren, of functies naar zich toetrekken die eerst buiten de economie stonden of door gespecialiseerde bedrijven of instellingen werden vervuld (Van der Ploeg 2001).



Tabel 8.5

Aantal agrarische bedrijven met verbreding, 2003 (in absolute aantallen en procenten)

	absoluut	% van aantal agrarische bedrijven met verbreding
met nestbescherming van weidevogels	18.540	21,7
met beheersovereenkomst <sup>a</sup>	9.903	11,6
aangesloten bij agrarische natuurvereniging <sup>b</sup>	9.162	10,7
met verkoop aan huis	5.380	6,3
met loonwerk voor derden <sup>c</sup>	4.981	5,8
met stallingmogelijkheden	3.835	4,5
met verblijfsaccommodatie	2.463	2,9
met duurzame energieproductie	2.249	2,6
met verwerking eigen producten <sup>d</sup>	1.106	1,3
met zorgtaken	372	0,4
met aquacultuur <sup>e</sup>	154	0,2
verbrede landbouw, totaal	21.568	25,2
alle agrarische bedrijven, totaal	85.501	100

a Beheersovereenkomst is een overeenkomst voor agrarisch natuur- en/of landschapsbeheer (NLB).

b Een agrarische natuurvereniging is een organisatie voor agrariërs en niet-agrariërs die zich gezamenlijk inzetten voor natuur- en landschapsbehoud in het agrarisch gebied, waarbij agrarische, stedelijke en ecologische belangen worden samengebracht.

c Hier worden, over het algemeen gebruikmakend van machines van het eigen bedrijf, werkzaamheden buiten het bedrijf uitgevoerd als loonwerk.

d Het gaat hier om de bewerking van een ruw landbouwproduct (bv. melk) tot een ander, nieuw product (bv. kaas). Deze activiteit valt veelal onder 'verdiepende activiteiten'.

e Met aquacultuur wordt bedoeld het kweken van vissen en kreeften (bv. voor consumptiedoeleinden of sierviskwekerij).

Bron: CBS (Landbouwtellingen 2003) SCP-bewerking

De vernieuwingsslag van agrarische bedrijven heeft zich bijna onopgemerkt voltrokken, en de werkelijke omvang van de omslag blijft aanvankelijk verborgen. Uit een vergelijkend Europees onderzoek blijkt echter dat de meerderheid van de agrarische bedrijven voor deze strategieën kiest (Kolkman et al. 2003). Voor Nederland wordt geschat dat 80% van de grondgebonden bedrijven kansen heeft om te verbreden (Van den Ham en Hennen 2001). Van de 85.000 agrarische bedrijven in 2003 was bij 25% sprake van enige vorm van verbrede landbouw (tabel 8.5). Dit percentage heeft betrekking op de definitie van verbreding zoals gehanteerd door het CBS. Afhankelijk van welke activiteiten onder verbreding vallen, lopen de schattingen van het aandeel bedrijven dat aan verbreding/verdieping doet uiteen van 17% (LEI 2006: 78) tot 40% (Van der Ploeg 2002: 91) en 55% (Kolkman et al. 2003: 113). Vaak kiezen boeren voor meer dan een nieuwe activiteit en op dergelijke bedrijven is het label van multifunctionaliteit goed toepasbaar.

Agrarisch natuurbeheer, en dan vooral in het kader van nestbescherming en -beheer, is in omvang het belangrijkste. Op 140.000 hectare landbouwgrond liepen in 2005 contracten voor een of andere vorm van agrarisch natuurbeheer. Bijlage B8.4 beschrijft het aantal land- en tuinbouwbedrijven met verbrede landbouw naar bedrijfstype. Vooral de grondgebonden bedrijven zijn het actiefst, zoals akkerbouwbedrijven en graasdierbedrijven. Verbrede landbouw is een activiteit voor bedrijven met ruimte, in de vorm van grond, gebouwen en arbeid (LEI 2006).

Het agrarisch bedrijf met een recreatieve component is een wat oudere variant. Dit betreft het zogeheten agrotourisme (Geschiere et al. 1994). Tabel 8.6 toont het aantal bedrijven dat investeert in recreatieve nevenactiviteiten. Het totaal aantal land- en tuinbouwbedrijven met verblijfsaccommodatie ligt in 2003 rond de 2500 bedrijven, wat 3% is van het aantal bedrijven dat aan verbrede landbouw doet. In de Landbouwtellingen worden verder verschillende recreatieve activiteiten onderscheiden als verblijfsrecreatie, ontvangst van bezoekers op het bedrijf en de verhuur van recreatiegoederen en dieren.

Tabel 8.6

Aantal agrarische bedrijven met recreatieve component, 2003<sup>a</sup>

verblijfsrecreatie (bv. minicamping, kampeerboerderij, hotelkamers)	1548
aangesloten bij de Stichting Vrije Recreatie, grondlegger van kamperen bij de boer	417
ontvangstmogelijkheden op het bedrijf (bv. rondleidingen, museumboerderij)	848
verhuur van recreatiegoederen (bv. verhuur van kano's, roeiboten, fietsen, paarden, huifkarren)	496
verblijfsaccommodatie totaal (aantal land- en tuinbouwbedrijven met toeristische of recreatieve activiteiten)	2463

a Agrarische bedrijven kunnen verschillende recreatieve activiteiten aanbieden, waardoor de optelling van de verschillende componenten niet gelijk is aan het totaal.

Bron: CBS (Landbouwtellingen 2003)

Een andere verbredende activiteit met grote maatschappelijke impact zijn de zorgboerderijen, ook vaak landbouw-zorgcombinaties genoemd. Zorgboerderijen zijn in principe geen nieuw fenomeen. Mensen die niet mee konden komen in de maatschappij werden in het verleden al opgevangen op de boerderij, aldus Hassink (2005). Het Landelijk Steunpunt Landbouw & Zorg presenteert de meest recente gegevens over het aantal zorgboerderijen (tabel 8.7). De afgelopen jaren is het aantal zorgboerderijen fors gestegen. Hiermee wordt enerzijds tegemoetgekomen aan de behoefte in de sector aan zorg op maat en 'vermaatschappelijking' van zorg, waarbij zorg

op zo'n manier wordt aangeboden dat mensen zoveel mogelijk een volwaardig deel kunnen blijven uitmaken van de samenleving (Schoorlemmer et al. 2006). Anderzijds wordt voldaan aan de behoefte van de boer om nieuwe mogelijkheden te exploreren. Ook past het populairder worden van de zorgboerderijen bij het idee dat een groene omgeving goed is voor de gezondheid. Voordelen van een zorgboerderij volgens de cliënten en de boeren zelf zijn: de noodzakelijke en aansprekende werkzaamheden, het werken met planten en dieren (een levende omgeving), de structuur die de boerderij biedt, de ruimte en de variatie in werkzaamheden. Kortom, de boerderij is het gewone leven, je bent onderdeel van een sociale werk- en leefgemeenschap (Hassink 2005). Verder is het opmerkelijk dat op vrij veel zorgboerderijen de boerin een opleiding in de zorg heeft, hoewel specifieke gegevens hierover ontbreken (Hassink 2005: 68).

**Tabel 8.7**

Aantal agrarische bedrijven met zorgtaken, 1998-2005

	1998	2000	2001	2004	2005
bestaande zorgboerderijen	75	214	323	432	591
boerderijen met projectplan	13	49	55	28	28
serieuze oriënteerders	-	114	110	119	37 <sup>a</sup>

a Het lage aantal oriënteerders komt door een verandering in het opnamepatroon. Vanaf 2005 worden alleen oriënteerders meegenomen met vergevorderde plannen; voorheen was dat iedereen met enige interesse.

Bron: Landelijk Steunpunt Landbouw & Zorg (1998 t/m 2005, [www.landbouwzorg.nl](http://www.landbouwzorg.nl))

Dagbesteding is een populaire vorm van zorgverlening bij zorgboeren (tabel 8.8). Mensen met een zorg- of hulpvraag besteden dan de dag op het bedrijf, maar wonen elders. In de afgelopen jaren laat deze vorm van zorgverlening ook de meeste toename zien. Ook het aantal plekken waar arbeidstoeleiding wordt aangeboden, is gestegen. Het bedrijf biedt daarbij hulp aan personen met het doel deze personen

**Tabel 8.8**

Aantal zorgboerderijen naar vorm van zorgverlening,<sup>a</sup> 2001-2005

	2001	2003	2004	2005
dagbesteding	284	332	368	532
wonen/werken	61	69	73	80
arbeidstoeleiding	127	134	142	183

a Veel zorgboerderijen bieden meerdere vormen van zorg aan, waardoor de totaaloptelling niet gelijk is aan de aantallen zoals genoemd in tabel 8.7.

Bron: Landelijk Steunpunt Landbouw & Zorg (2001 t/m 2005, [www.landbouwzorg.nl](http://www.landbouwzorg.nl))

voor te bereiden op arbeidsparticipatie. Het aantal zorgboerderijen waar de mensen zowel werken als wonen stijgt naar verhouding weinig. De werkzaamheden die gedaan worden, zijn heel gevarieerd, van dieren voeren en stallen uitmesten tot zaaïen en planten, onkruid wieden, landschap onderhouden, producten verkopen in de boerderijwinkel en kantine werkzaamheden.

Mensen uit verschillende doelgroepen kunnen op de zorgboerderijen terecht voor zorg en/of hulpverlening. De meeste zorgboeren richten zich op mensen met een verstandelijke beperking en mensen met een psychische hulpvraag (tabel 8.9). De laatste jaren is er een forse toename in het aanbod van plekken voor mensen die lijden aan autisme of burn-out, voor langdurig werklozen, jongeren uit het speciaal onderwijs, mensen met niet-aangeboren hersenletsel, mensen met lichamelijke beperkingen, en gezinnen die kinderopvang of jeugdzorg nodig hebben. Voor deze doelgroepen is het aanbod meer dan verdubbeld.

Tabel 8.9

Aantal bestaande zorgboerderijen naar doelgroep, <sup>a, b</sup> 2001-2005

	2001	2003	2004	2005
verstandelijke beperking	238	271	301	395
psychische hulpvraag	103	118	156	232
autisme	-	11	61	157
jeugdzorg	42	42	62	131
speciaal onderwijs	-	-	42	118
lichamelijke beperking	43	55	75	116
langdurig werklozen	28	32	63	116
burn-out	27	35	68	110
(ex-)verslaafden	43	40	48	65
ouderen	-	-	32	65
niet-aangeboren hersenletsel	-	-	21	59
dementerende ouderen	31	39	42	51
kinderopvang	12	13	18	38
(ex-)gedetineerden	33	30	28	31

a De gegevens geven aan welke doelgroepen welkom zijn op de zorgboerderijen.

b Veel zorgboerderijen bedienen meerdere doelgroepen, waardoor de totaaloptelling niet gelijk is aan de aantallen zoals genoemd in tabel 8.7.

Bron: Landelijk Steunpunt Landbouw & Zorg (2001 t/m 2005, [www.landbouwzorg.nl](http://www.landbouwzorg.nl))

### Interactieve boeren

Boeren en burgers kunnen niet zonder elkaar. De niet-agrarische burgers vormen de afzetmarkt voor landbouwproducten, naast natuurlijk de internationale markt. Tevens zijn burgers de klanten voor groene diensten, zoals recreatie en zorg. Een deel van de boeren is zodanig doordrongen van het belang van de consument, dat

ze de burgers actief betrekken bij hun onderneming. Ze spelen in op de wensen, behoeften en verwachtingen van burgers, en gebruiken de betrokkenheid van burgers voor de instandhouding van het boerenbedrijf. Omgekeerd geeft de participatie in het agrarisch bedrijf aan burgers het gevoel enige controle te hebben op de ontwikkelingen in de landbouw en die op het platteland in het algemeen. Enerzijds heeft de boer de burger nodig, anderzijds de burger de boer.

De boeren die specifieke initiatieven ontplooiën om een intensieve samenwerking met burgers tot stand te brengen, beschrijven we als interactieve boeren. Veelal geven boeren de burgers bewust een plek in de strategie van het bedrijf, door stevige samenwerkingsverbanden aan te gaan met (niet-agrarische) burgers of andere particulieren, zoals het bedrijfsleven. Deze samenwerking gaat verder dan alleen het consumeren van boerenactiviteiten door de burgers, dus de vaste consument-producentrelatie. Het idee is dat burgers op een actieve manier participeren in het boerenbedrijf, bijvoorbeeld met input van kennis en ervaringen, als medefinancier of exploitant.

Er is nauwelijks een overzicht te creëren van de vele en diverse initiatiefgroepen op het platteland die samenwerking tussen boer en burger proberen te bevorderen. Floor en Salverda (2006) publiceerden onlangs een bloemlezing van initiatieven die zijn voortgekomen uit zelforganisatie op het platteland. Deze zelforganisatie wordt gekenmerkt door een interactie tussen boeren en burgers, die tot stand komt vanuit vrijwilligersinitiatief, kleinschaligheid en samenwerking ten behoeve van een gedeeld belang waarmee een economische en/of maatschappelijke winst wordt beoogd. Verschuur et al. (2004) spreken dan over *Community Supported Agriculture* (CSA), naar Amerikaans voorbeeld van burgerparticipatie bij circa duizend biologische bedrijven. In Nederland staat dit bekend als Pergola-landbouw, waar momenteel enkele bedrijven aan meewerken. Het is een concept dat de verbinding tussen stad en platteland, producent en consument bij uitstek vormgeeft. De producent-consumentinteractie kent verschillende verschijningsvormen met wisselende accenten, zoals meedenken, meewerken en meebetalen van consumenten. Consumenten gaan een directe relatie aan met het boerenbedrijf door bij te dragen in de exploitatiekosten. Ze krijgen daarvoor wekelijks een deel van de oogst. Ze delen mee in het risico en in de opbrengst. In goede tijden zijn er meer producten te verdelen, in slechte tijden minder.

Om het CSA-concept ook op andere functies dan voedselproductie van toepassing te laten zijn, ontwikkelt men momenteel lokale boer-consumentverbanden. In deze boer-burgerassociaties kunnen afspraken worden gemaakt over bijvoorbeeld het productassortiment, de productiewijze, de arbeid en andersoortige betrokkenheid bij de bedrijfsvoering, de prijs die de participanten betalen voor het oogstaandeel en die de boer ontvangt voor zijn arbeid, en de distributie van producten. Ook kunnen vormen van voorfinanciering worden afgesproken, zodat rentedragende leningen overbodig worden en risico's van misoogsten gezamenlijk worden gedragen. Naast dergelijke initiatieven, die voortkomen uit eigen behoeften van boeren of burgers, zijn er ook initiatieven die worden ondersteund door instanties, bijvoorbeeld het Steunpunt Burgerinitiatief, dat via [www.initiatiefzoektnemer.nl](http://www.initiatiefzoektnemer.nl) beide partijen

bij elkaar kan brengen. Vrienden van het Platteland biedt eveneens een podium voor ‘vrienden’ en boeren. Ook het Innovatienetwerk Agrocultuur en Groene Ruimte heeft oog voor samenwerking tussen boeren en burgers; ze proberen in de vorm van stadlandarrangementen een stap te zetten richting een duurzamere landbouw. Een van de concepten waaraan gewerkt wordt en dat model staat voor de omslag die nodig is om de traditionele landbouw uit de neerwaartse spiraal te halen, is de transformatie ‘van boerderij naar buurderij’ (Wagemans 2004). Een buurderij kan worden omschreven als een plattelandsonderneming die zich bezighoudt met diverse functies, zoals natuur en landschap, zorg en welzijn, waarbij economische, ecologische en sociaal-culturele aspecten van het agrarisch bedrijf zijn geïntegreerd, en de verantwoordelijkheden van het bezitten, beheren en benutten in transparante relaties tot uitdrukking komen. Men acht hiervoor een aantal institutionele vernieuwingen nodig, die in dit concept een plek krijgen: de integratie van verantwoordelijkheden, de verhouding tussen publiek en privaat, de koppeling tussen productie en consumptie en een nieuw sturingsmodel. In elk geval wordt de burger sterk betrokken en kunnen zowel de boer als de burger er financieel gewin bij hebben.

### 8.5 Implicaties van maatschappelijk ondernemen voor de boer (en het gezin)

De overgang naar maatschappelijk ondernemen brengt voor boeren en hun gezinnen nogal wat veranderingen met zich mee: er komen een of meer nieuwe takken van bedrijvigheid bij. Afhankelijk van het type bedrijfsverbreding zullen er aanpassingen in fysieke zin moeten plaatsvinden, voor bijvoorbeeld het faciliteren van logies, vergaderruimte of thuisverkoop. Ook zal een grotere tijdsinvestering nodig zijn voor bijvoorbeeld bezoekerscommunicatie of extensief natuurbeheer en/of zal het nodig zijn te professionaliseren in een nieuw vakgebied (vakkennis en vaardigheden). Kortom, het organiseren van tijd en ruimte, middelen en menskracht moet worden bijgesteld om oude en nieuwe doelen te kunnen realiseren. Wat voor implicaties heeft dit voor de boer en het gezin? Wat is er voor nodig en wat komt er zoal bij kijken? Welke kwaliteiten en eigenschappen worden aangesproken? Voordat we dieper ingaan op deze vragen, beschrijven we eerst de gevolgen voor de omzet en het inkomen.

#### Omzet en inkomsten

De vernieuwingen in het agrarische bedrijf hebben voor de meeste ondernemers als hoofddoel om extra inkomsten te genereren. Dat betekent dat de investering die de verbreding van het bedrijf vergt (op termijn) lonend zal moeten zijn. We bespreken de opbrengsten van verbrede/verdiepende agrarische bedrijven aan de hand van kerncijfers over omzet en inkomen.

Tabel 8.10 toont dat de steekproef van multifunctionele bedrijven die de agrarische functie hebben verbreed met natuurbeheer, recreatie en zorg, stalling of windenergie, een geraamde jaaromzet van 154 miljoen euro oplevert. Naar schatting droegen in 2005 alle extra activiteiten samen voor 1,5% bij aan de gemiddelde bedrijfsomzet. De geraamde omzet komt voor een derde uit natuurbeheer, een kwart

uit zorg, een vijfde deel uit recreatie en het overige resulteert uit energie en stalling. Binnen deze takken lopen de ontvangsten uit verbreding sterk uiteen. De zorg en windenergie zijn de meest verdienstelijke bronnen voor een bedrijf, met een gemiddelde jaaromzet van circa 80.000 respectievelijk 45.000 euro. De inkomsten uit natuurbeheer, stalling en recreatie blijven daar ver bij achter, terwijl ruim 90% van de verbrede bedrijven zich hierop toeleegen. Ook de verschillen tussen bedrijven zijn aanzienlijk. Zo blijft bijvoorbeeld de omzet uit de recreatieve tak voor twee derde van de verbrede bedrijven onder 10.000 euro; de rest behaalt een gemiddelde omzet van 35.000 euro (LEI 2006).

Voor de raming van zorglandbouw is uitgegaan van 54 dagdelen zorg per week, een vergoeding van 27 euro per dagdeel en 48 weken zorg op jaarbasis. Per bedrijf per jaar komt dat neer op een omzet van circa 70.000 euro. Dit is een globale inschatting op basis van de uitkomsten van de enquête onder zorgboeren (Zwartbol 2005 in LEI 2006). Op 42% van de bedrijven zijn inmiddels de inkomsten uit de zorgtak groter dan die uit de agrarische tak, waardoor de nadruk steeds meer op de zorgtaak komt te liggen. Kortom, dit is een voorbeeld van een tak die steeds verder geprofessionaliseerd is.

Tabel 8.10

Aantal verbrede bedrijven en geraamde omzet, 2003 en 2005

	aantal bedrijven 2003	aantal bedrijven 2005	jaaromzet (x mln. euro) 2002-2004
natuur	9.580	9.311	49
recreatie	2.463	2.857	33
zorg	372	542	38
stalling	3.835	2.933	11
energie	483	464	23
<b>totaal</b>	<b>14.520</b>	<b>13.702</b>	<b>154</b>

Bron: LEI Bedrijven Informatie Net (gebaseerd op schattingen in Zwartbol 2005)

De inkomsten uit verbreding (excl. de zorglandbouw) en verdieping bedroegen in de periode 2002-2004 gemiddeld 2200 respectievelijk 1600 euro. Op de grote bedrijven (>150 nge<sup>10</sup>) waren de inkomsten absoluut gezien substantieel hoger, maar relatief gezien maken ze maar een klein onderdeel uit van de totale opbrengsten: 4%, tegenover 19% bij de kleine bedrijven (< 70 nge). Gemiddeld draagt de niet-landbouwproductie voor 8% bij aan de opbrengsten van agrarische bedrijven.

Het gemiddelde gezinsinkomen bedroeg in 2005 bijna 60.000 euro per bedrijf, maar er bestaan grote verschillen tussen individuele bedrijven en tussen bedrijfstypen. Ook fluctueren de inkomsten sterk over de jaren; in het magere jaar 2004 bleef circa 12% van de opbrengsten als inkomen over. Naar schatting 14% van de gezinnen

had een negatief inkomen, en een even grote groep verdiende meer dan 100.000 euro (LEI 2006).

### *Arbeid en tijd*

Bij het aanpassen van de reguliere bedrijfsvoering en het eventueel opzetten van een nieuwe bedrijfstak, investeert de boer (en vaak ook de gezinsleden) extra tijd en arbeid. Vaak gaat het om aanzienlijke extra tijdsinvesteringen: het Landbouw Economisch Instituut (LEI) schat deze op circa 30 uur per week (Van den Ham 2000). Deze komen bovenop de al veelal relatief lange werkdagen die het reguliere bedrijf vergt. Vooral in de startfase van de bedrijfsvernieuwing staat tegenover een dergelijke extra tijdsinvestering geen reële beloning. Daarom is verbreding alleen op te brengen in een gezinsbedrijf waar nog enige ruimte is in het tijdsbudget, zodat eventueel de partner, kinderen en/of vrijwilligers kunnen worden ingeschakeld. Deze extra arbeid blijft veelal onbezoldigd, maar zorgt wel voor enige flexibiliteit in het bedrijf.

Waar het gaat om de te leveren arbeidskracht, is een sterk gestel een groot goed voor de agrariër. De gemiddelde boer maakt immers lange werkdagen (in bepaalde takken zeven dagen per week, 52 weken per jaar) en verricht fysiek zwaar werk in zware arbeidsomstandigheden (geur, stof, geluid, onveiligheid). Desondanks ligt het ziekteverzuim in de agrarische beroepsgroep relatief laag vergeleken met andere particuliere bedrijven (2,7% verzuim op jaarbasis versus 5,1%). De agrarische arbeid scoort daarentegen relatief slecht op het vlak van arbeidsrisico's en arbeidsongevallen. Er komen relatief veel ernstige ongevallen voor in de agrarische beroepsgroep, waarvan een relatief groot aantal met dodelijke afloop (6,4 dodelijke ongevallen per 100.000 werkenden in 2002 versus 1,2 voor alle sectoren). Een flink aantal ernstige ongevallen mondt uit in spoedeisende behandeling en ziekenhuisopname (160 op 100.000 werkenden in de landbouw versus 45 voor alle bedrijven). Ook zijn de risico's van machineonveiligheid en gevaarlijke stoffen groter. Naast acute gezondheidsrisico's zijn er ook veel chronische klachten aan rug en ledematen door tillen en dragen, en repeterend werk (SZW 2004).

Alhoewel specifieke informatie ontbreekt, lijken de meeste verbredingsinvesteringen een verlichting van de arbeid op te leveren, in de zin van minder zwaar werk, betere arbeidsomstandigheden en een afname van gezondheidsrisico's. Onduidelijk is echter of deze verlichting teniet wordt gedaan door de extra werklast en tijdsinvestering die de verbreding met zich meebrengt, en wellicht een daarmee gepaard gaande toename van arbeids- en gezondheidsrisico's.

### *Ondernemerschap en vakmanschap*

Ondernemerschap en vakmanschap zijn twee kernkwaliteiten die in het bedrijfsmatig handelen besloten liggen. Ondernemerschap staat voor het vermogen strategisch te handelen, visie te ontwikkelen, behoeften te herkennen, kansen te benutten, keuzes te maken en risico's te nemen. Vakmanschap wordt gedefinieerd als het vermogen operationeel te handelen. Het agrarisch werk vereist zowel ambachtelijke arbeid (vakmanschap) als management (ondernemerschap). De kwaliteiten daarvoor



komen veelal samen bij het bedrijfshoofd, waarop zowel het leveren van lichamelijke arbeid als het bestieren van het bedrijf neerkomt. Agrariërs beschouwen vakmanschap als essentieel onderdeel van het boerenwerk (Volker 1999: 101). De meerderheid (58%) verstaat daaronder uitsluitend het optimaliseren van de productie. Veertien procent van de agrariërs schaaft er naast productie ook bestuursvaardigheden onder. Beide zijn kwaliteiten die tot op zekere hoogte voor elke ondernemer essentieel zijn. Volgens 11% van de agrariërs zou vakmanschap zich vooral uiten in pluri-activiteit, dus de verbreding van vakmanschap naar niet-agrarische activiteiten. Aangezien veel meer dan 11% van de boeren de weg van verbreding en/of verdieping inslaat (§ 8.4), betekent dit dat een deel van deze agrariërs zich onvoldoende realiseert dat andersoortige bekwaamheden nodig zijn voor het succesvol opzetten van een nieuwe bedrijfstak. In het stimuleringsbeleid voor verbreding is onder andere aanbevolen om ondersteuning te bieden op het gebied van kennisvermeerdering, vaardigheidstraining en visie- en strategievorming (Van den Ham en Hennen 2001).

Uit een verkenning van het LEI naar de vaardigheden die nodig zijn om ‘twee dingen tegelijk te doen’ – een nieuw vak combineren met het boer zijn – blijkt dat het soort vakmanschap waarin de boer in de praktijk is getraind, beter bruikbaar is in agrarisch natuurbeheer dan in agrotourisme (Van der Ploeg en Spierings 1999). Vooral het laatste vergt een grote omslag voor de (mannelijke) boer, van de omgang met de natuur naar een beroepsmatige omgang met mensen.

### *Aanpassingsvermogen en beroepsidentiteit*

Het investeren door de boer in maatschappelijk ondernemen kan men zien als een uiting van de kracht en vitaliteit van de beroepsgroep in de drang het agrarisch bedrijf te continueren. Het boer zijn is over het algemeen diep emotioneel geworteld en veel boeren ervaren het als een roeping en een manier van leven (zie ook § 8.3). Sociaal-cultureel gezien zijn de volgende kernbegrippen relevant: het aanpassingsvermogen, vernieuwingsgedrag, traditionaliteit en beroepsidentiteit.

De vernieuwingen en veranderingen die zich bij maatschappelijk ondernemen voordoen, kunnen voor de boer (en het gezin) emotioneel problematisch zijn. Niet alleen staat hun broodwinning op het spel, maar hun hele beroepsidentiteit is in het geding. Naarmate de aanpassingen aan het bedrijf ingrijpender zijn, ervaren de boeren grotere problemen; boeren die met weinig aanpassingen het oorspronkelijke bedrijf in grote lijnen kunnen continueren, hebben minder aanpassingsproblemen dan boeren die structurele veranderingen doorvoeren en daarmee een totaal ‘nieuwe’ beroepsidentiteit krijgen. Met de omschakeling van bijvoorbeeld een veehouderij naar een voornamelijk toeristisch bedrijf zal de boer zich niet direct horecaondernemer voelen. Wel lijkt het zo te zijn dat de agrariërs die structurele veranderingen doorvoeren, minder gehecht zijn aan traditionele kenmerken van het boerenbestaan, zoals kleinschaligheid en het familiebedrijf, dan boeren die hier niet voor kiezen (Gorgievsky en Giessen 1999). Verwacht kan dus worden dat de boeren die de omschakeling van een productiebedrijf naar een consumptiebedrijf maken én minder hechting hebben met het traditionele bedrijf, openstaan voor de vernieuwde

bedrijfsvoering die dit met zich meebrengt. Daardoor zal deze groep minder moeite hebben met een nieuwe identiteit.

Gorgievsky en Giessen (1999) waarschuwen dat er grenzen zijn aan het aanpassingsvermogen van ondernemers, zeker ook van agrarisch ondernemers. Met een versnelling van het vernieuwingsproces ontstaat ook een groeiende onzekerheid over de toekomst, die contraproductief kan werken. Speciaal wordt gerefereerd aan de bureaucrativering van overheidsregelgeving en de wispelturigheid daarin.

Waarvan tot op heden in onderzoek geen aandacht lijkt te zijn besteed, is het feit dat in de trend naar verbreding en de algemene trend naar vermaatschappelijking van het agrarisch bedrijf, de boerderij verandert van een privaat in een publiek domein. Wanneer de boerderij een gezinsbedrijf is waar wonen en werken nog op dezelfde locatie plaatsvinden, kunnen bezoekersstromen een verlies van privacy voor het gezin betekenen. Denkbaar is dat een ernstige mate van privacyverlies gepaard gaat met een aantasting van het woongenot van het boerengezin.

## 8.6 *Maatschappelijke betekenis voor de samenleving*

De investering van het boerenbedrijf in maatschappelijke behoeften heeft niet alleen een impact op de boer en het boerenbedrijf, maar ook heeft zij een bredere maatschappelijke betekenis dan die van het traditionele agrarische bedrijf. De verbrede en de verdiepte landbouw vertegenwoordigen een aantal waarden, anders dan dat de traditionele bedrijven hebben, die van belang zijn voor de gehele Nederlandse samenleving. Dit gaat verder dan een economische betekenis, die verbonden is aan de voedselproductie en sierteelt. De bedrijfsmatige keuzes die boeren maken wanneer ze kiezen voor nieuwe activiteiten, hebben niet alleen een weerslag op het (economisch) welzijn van het eigen boerengezin en op de lokale economie. Ze hebben ook een ecologische, landschappelijke en sociaal-culturele betekenis voor de samenleving in zijn geheel (Van der Ziel 2006). Deze paragraaf gaat daarop in, met specifieke aandacht voor de sociaal-culturele betekenissen.

### *Voedselkwaliteit en voedseltraceerbaarheid*

Als we denken aan de maatschappelijke functies die boeren voor de samenleving hebben, dan denken we al snel aan voedselvoorziening. De productie van voedsel kan dan ook worden beschouwd als de basiswaarde waar elke boer zorg voor draagt, hoewel dat zeker bij veel (jongere) stedelingen minder vanzelfsprekend is: 'Je eten koop je tenslotte in de supermarkt en niet bij de boer'. Ook zijn onze eetgewoonten steeds meer op het buitenland georiënteerd en in die zin gevarieerder. In de meeste huishoudens bestaat het avondeten al lang niet meer uit aardappelen, groente en een lapje vlees. De voedselmarkt is verregaand geïnternationaliseerd en een aanzienlijk deel van de voedselvoorraad wordt vanuit alle uithoeken van de wereld geïmporteerd.

Niet alleen het voedsel zelf, maar ook de waarde van voedsel verandert door de tijd. Ging het vroeger vooral om het vullen van magen, tegenwoordig moet ons voedsel aan bepaalde verwachtingen en kwaliteiten voldoen. De vraag naar een kwali-

teitsveilig product hangt samen met de steeds grotere behoefte van consumenten om de herkomst van producten te kennen. Ontwikkelingen als de gekkekoeienziekte, dioxinekippen en genetische manipulatie hebben hier nog eens een extra stimulans aan gegeven. Voedselkwaliteit en voedselveiligheid zijn belangrijker dan de kwantiteit van het voedsel. Dat leidt in toenemende mate tot een vraag naar producten waarvan de geografische locatie bekend is. Het concept van traceerbaarheid gaat samen met dat van kwaliteit van voedsel, en geeft daardoor de consument de zekerheid van een gezond en goed product (Ilbery en Kneafsey 2000). Met het toenemende inzicht in het belang van voedsel, groeit ook de Slow Food-beweging in Nederland. Slow Food is een internationale beweging ter verdediging van het recht op genieten van goed eten en drinken, en is daarmee het tegenovergestelde van *fast food*.

De gemiddelde boer doet in principe alles wat in zijn macht ligt om de kwaliteit van de productie te optimaliseren. Boeren die investeren in biologische teelt, investeren daarbij extra in ecologische duurzaamheid en diervriendelijkheid. Draagt een product het EKO-keurmerk dan voldoet het aan de Nederlandse nationale regelgeving, en daarmee aan de EU-verordening voor biologische productie. De producten hebben daardoor een speciale status en worden beschouwd als extra betrouwbaar. Wat betreft de natuur- en milieuwaarden kan in algemene zin gezegd worden dat een kleinschaliger en biologische bedrijfsvoering zal bijdragen aan een verminderde problematiek van overbemesting en pesticidengebruik.

#### *Positieve ervaring voor de gezondheid*

De beleving van rust, ruimte en natuur in een groene omgeving is voor vrijwel ieder individu belangrijk. 'Natuur' en 'groen' moeten breed worden opgevat. Het gaat om plekken en gebieden buitenshuis waar natuurlijke elementen dominant aanwezig zijn: in de bossen, het agrarisch gebied, het stadspark en de achtertuin (Van den Berg 2004). Vaak gaat het verder dan een positieve beleving van groen. Er is aangetoond dat groen de gezondheid op allerlei manieren bevordert. Hassink (2006) noemt de volgende effecten: planten zuiveren de lucht, uitzicht op groen vermindert stress, recreëren in het groen draagt bij aan ziektepreventie, en het verzorgen van planten en dieren in een groene omgeving verhoogt de kwaliteit van leven van diverse kwetsbare groepen in de samenleving en draagt bij aan hun eigenwaarde en integratie. Van den Berg en Van den Berg (2001: 41) geven daarnaast aan dat groen een bron van persoonlijke groei en betekenisverlening is: 'Spannende jeugdervaringen in de natuur en eenzame confrontaties met de wildernis tijdens survivaltochten lijken de persoonlijke groei te bevorderen en het zelfvertrouwen te versterken'.

Groen draagt verder positief bij aan hoe mensen hun gezondheid ervaren (Maas et al. 2006). De Gezondheidsraad (2004) heeft aanwijzingen gevonden voor een zwak positief direct verband tussen natuur en gezondheid. Langs indirecte weg draagt natuur op verschillende manieren bij aan de gezondheid. De natuur zorgt voor herstel van stress en aandachtsmoeheid. Uitzicht op de natuur en het verblijf in de natuur blijken een positieve uitwerking te hebben op stemming, concentratie, zelfdiscipline en fysiologische stress. Een groene omgeving lijkt uit te nodigen tot

langduriger en intensiever bewegen, wat eveneens de gezondheid ten goede komt. Verder zijn er indicaties dat de natuur ook bijdraagt aan het vergemakkelijken van sociale contacten en dat regelmatig contact met de natuur de ontwikkeling van kinderen bevordert.

Het verblijf in een landelijke omgeving zal op basis van deze aspecten van positieve invloed zijn op de gezondheid. De veronderstelling is ook dat zorgboerderijen bijdragen aan de gezondheid van cliënten. De invloed van zorgboerderijen op de individuele gezondheid is echter nauwelijks systematisch onderzocht (Gezondheidsraad 2004). Wel zijn er aanwijzingen voor gezondmakende aspecten van boerderijen, zoals de natuurlijke levensprocessen, de gezonde en niet-medische omgeving, en tevens de aansprekende en diverse werkzaamheden (Ketelaars et al. 2002).

Wat niet vergeten moet worden, is dat er vaak ook een zekere angst voor de natuur bestaat, waardoor negatieve gevoelens ontstaan. Van den Berg (2004) laat zien dat deze angst veroorzaakt wordt door de aanwezigheid van dieren (van insecten en amfibieën tot de grote grazers) en natuurlijke verschijnselen zoals onweer, storm en duisternis. Ook bestaan er reële gezondheidsrisico's van ziekten die van dieren op mensen (kunnen) worden overgedragen, zoals hondsdolheid, vogelgriep en de ziekte van Lyme, die door een tekenbeet wordt overgebracht.

### *Educatie, interesse en herkenbaarheid*

Ooit was kennis over het boerenbedrijf heel gewoon. Tegenwoordig is dit echter steeds minder het geval. Kinderen en jongeren weten vaak weinig van wat een boer doet en vooral ook waarom hij dat doet. Ook veel volwassenen lijken geen idee te hebben van de natuurlijke cycli in de planten- en dierenwereld. Dit komt grotendeels doordat leerlingen weinig praktijkervaring meekrijgen in het huidige onderwijsstelsel en hun kennis over natuur, landschap en flora en fauna vrijwel alleen opdoen uit boeken, aldus hoogleraar Boersma van de Universiteit Utrecht in het tijdschrift *Platteland* (Vrienden van het platteland 2006). Enkele boeren laten in de groeps gesprekken weten dat dit hun eveneens opvalt wanneer ze schoolklassen op bezoek krijgen:

‘Dat vind ik eigenlijk tegenwoordig vanuit scholen... daar wordt veel te weinig aandacht besteed aan de eerste levensbehoeften van de mens. Ze vinden het gewoon, maar ze weten totaal niet hoe het tot stand komt.’

‘Als ze [kinderen in groep 7/8] op het bedrijf komen, dan is het al: het stinkt. Ze zijn nog niet achter het huis of: het stinkt. En op een gegeven moment, nadat ik een uur alles uitleg, dan hebben ze hele andere gedachten. Ze vinden het dan toch heel interessant.’

In 2003 biedt circa 3% van de agrarische bedrijven een of meerdere toeristische en recreatieve activiteiten aan, waaronder ook rondleidingen op het bedrijf. Ook worden in toenemende mate schoolklassen ontvangen op de boerderij, waarbij uitleg gegeven wordt over bijvoorbeeld het boerenberoep, de verzorging van dieren en de landbouwmachines. De ervaring die de boeren in de groepsgesprekken noemen, is dat de

bezoekers veelal oprecht geïnteresseerd zijn in het boerenbedrijf en de natuurlijke processen waarop de agrarische productie is gestoeld. Door de rondleidingen komen leerlingen en ook volwassenen in contact met het boerenbedrijf: ze kunnen een koe aanraken en krijgen een riek in hun hand om het gemaaid gras van het land te halen; het lopen door de weilanden en de stallen zelf is al een ervaring op zich. Door deze contacten met plant en dier zal een zeker gevoel van verantwoordelijkheid ontwikkeld worden.

Ook vanuit professionele organisaties wordt getracht basisschoolkinderen in contact te brengen met het platteland. Projecten als *Adopteer een biologische koe*, *Adopteer een appelboom*, en *Adopteer een kip*<sup>11</sup> zijn ludieke acties die contact met het platteland bewerkstelligen en de afstand tussen boer en burger verkleinen. Leerlingen doen kennis op over biologische landbouw met behulp van educatief lesmateriaal, waarbij wordt getracht kennisvorming en bewustwording te verbreden.

De behoefte aan zogenaamde educatieboerderijen is groot bij scholen, vvv's en andere toeristische organisaties. Het probleem is echter om deze boerderijen rendabel te maken. Scholen hebben vaak niet voldoende financiering voor aanvullende onderwijsprogramma's (Schoorlemmer et al. 2006).

### *Producent van het buitenleven*

De gehele landbouw vervult een belangrijke rol voor het aanzien van het landschap van Nederland. Enkele sprekende voorbeelden zijn de groene weidegronden met grazende koeien, regionaal karakteristieke boerderijen en de kleurige bloembolenvelden in het voorjaar. De lange traditie van landbewerking heeft geresulteerd in het huidige cultuurlandschap. Er is feitelijk geen ongerepte natuur meer te vinden in ons land. Nederlanders zijn echter zozeer gewend aan de akkers en weidegronden, dat in de beoordeling van allerlei typen natuur ook het cultuurlandschap hoge ogen gooit (Van den Berg 2003). Op deze manier draagt de landbouw bij aan de identiteit van Nederland. De boer wordt daarom ook wel beschouwd als de beheerder van het Nederlandse landschap, want als de boer stopt met boeren, dan zal het landschap zoals we dat kennen, veranderen.

De rol van de boer als producent en beheerder van het huidige cultuurlandschap, wordt steeds vaker als een belangrijke functie gezien. Ook roept de boerenactiviteit bij mensen een bepaald beeld van vroeger op (Kolkman et al. 2003: 111). De boer laat zijn medemens als het ware meegenieten van een 'idyllisch' buitenleven. De rust, de ruimte, de geur van het versgemaaid gras, de gemoedelijkheid en vertrouwdheid, de beleving en nabijheid van natuurlijke elementen zijn sociaal-culturele waarden van het platteland die tegen de rurale idylle aanschuren en waar agrariërs een belangrijk aandeel in hebben (Steenbekkers en Simon 2006). Natuurlijk zijn er ook de minder idyllische kanten van de boerenactiviteit, zoals het versperren van uitzichten door maïsvelden en kassencomplexen, het bemodderen van de wegen door tractoren en natuurlijk de onfrisse geuren van varkensstallen en bemesting van het land, maar over het algemeen wordt incidentele hinder hierdoor snel vergeten.

De boer die investeert in het maatschappelijk ondernemen speelt in op de behoeften van burgers, in die zin dat ze in toenemende mate de mogelijkheid hebben om in contact te komen met het buitenleven. Door het aanbod van recreatieve activiteiten op en rondom de boerderij bestaan er gevarieerde mogelijkheden om te vertoeven op het platteland. Door weidevogelbescherming en akkerrandbeheer is de plantendiversiteit gevarieerder en zijn er meer weidevogels. De boer kan dan daadwerkelijk worden beschouwd als een producent van het buitenleven.

### 8.7 *Maatschappelijk ondernemen: is dat goed boeren?*

Het platteland herbergt een groep zeer gemotiveerde en wilskrachtige agrarische ondernemers die hun blik op de toekomst hebben gericht en zich met hart en ziel inzetten voor hun agrarische bedrijf. In de kern van het bedrijf staan de productie van voedsel (en sierteeltgewassen) en het beheer van het agrarische cultuurlandschap. Beide zijn sterk bepalend voor aanzien van het platteland en vertegenwoordigen belangrijke maatschappelijke betekenissen en collectieve waarden. Duurzaamheid en kwaliteit worden steeds meer geïntegreerd in het productieproces: de boer streeft naar continuering van het agrarische bedrijf dankzij een goede voedselkwaliteit en voedselveiligheid, een duurzaam beheer van de bodem, gewassen en veestapel met inachtneming van de tegenwoordig stringente milieuvoorschriften. Daarnaast investeert ten minste een derde van de agrarische ondernemers bewust in andere maatschappelijke doelen, waardoor het agrarische bedrijf wordt verbreed of verdiept met andersoortige activiteiten, gericht op zorg, gezondheid en welzijn, educatie, natuur- en waterbeheer, recreatie en toerisme, sport, duurzame energie, enzovoort. Ook wordt participatie met burgers gestimuleerd. Deze laatste boeren beschrijven we als die boeren die maatschappelijk ondernemen.

#### *De lusten en lasten voor de maatschappelijke boer*

Een deel van de maatschappelijke boeren is sterk gemotiveerd voor vernieuwing van het bedrijf, met het oog op individuele of collectieve waarden. Deze 'geïnspireerde' maatschappelijke boeren hebben niet zozeer een economisch doel voor ogen, maar maken keuzes op grond van eigen motivaties, creativiteit en sociale en communicatieve vaardigheden. Voor andere maatschappelijke boeren is de uitwijk naar andersoortige diensten binnen het agrarische bedrijf vooral van economisch belang. Deze 'rationele' maatschappelijke boeren investeren in maatschappelijke behoeften met het doel er voldoende inkomen uit te halen (Van den Ham en Ypma 2000).

De economische resultaten lijken mede bepaald te worden door de motieven van de maatschappelijke boeren. De gemiddelde omzet van geïnspireerde maatschappelijke boeren is fors hoger dan die van de gemiddelde Nederlandse verbredende landbouwer (Schoorlemmer et al. 2006: 27). De rationele maatschappelijke boeren kiezen eerder voor nevenfuncties als agrarisch natuurbeheer. Zij hebben veelal niet de ambitie, mogelijkheden of creativiteit om de nieuwe tak even succesvol te laten groeien en te integreren in de reguliere agrarische productietak. De geïnspireerde

maatschappelijke boer ziet het maatschappelijk verantwoord ondernemen juist als onderdeel van de gehele uitstraling van het bedrijf en zal er alles aan doen om de verbredende activiteit zo succesvol mogelijk te maken.

Overigens vormen de multifunctionele investeringen weliswaar een aanvulling op het inkomen, maar dat is slechts een geringe (LEI 2006), en op basis van resultaten uit het verleden hoeft hierin geen grote omslag verwacht te worden (Schoorlemmer et al. 2006). Dit geeft een relativering van het economisch nut van maatschappelijk ondernemen. Vooral in de takken van verbreding die vanwege regelgeving op een professionele manier moeten worden ingezet worden flinke aanloopkosten gemaakt, die terugverdiend moeten worden. Naarmate het maatschappelijk ondernemen professioneler wordt ingezet, bestaat de mogelijkheid dat er dusdanig veel winst wordt gemaakt dat het maatschappelijk boeren een economische drager van betekenis is. Dan bestaat de kans dat definitief de omslag gemaakt wordt van boer naar plattelandsondernemer zonder agrarische activiteit. Tenzij dat natuurlijk niet mogelijk is, omdat de nieuwe activiteit samenhangt met c.q. voortvloeit uit de agrarische tak, wat in veel gevallen juist de meerwaarde is.

Het gebiedsgericht beleid bepaalt in sterke mate welke subsidies voor vernieuwing van het bedrijf beschikbaar zijn in de verschillende landelijke gebieden. Vooral in zogenaamde handicapgebieden, die geen potentieel voor agrarische groei hebben, zijn er stimulansen om op verbreding in te zetten (LNV 2005). Of er voldoende winsten en groeimogelijkheden zijn voor maatschappelijke boeren, hangt derhalve sterk af van de locatie van het bedrijf. Zo is in de subsidieregeling agrarisch natuurbeheer van het Programma Beheer (LNV 1999) vastgelegd dat voor weidevogelbescherming ten minste 80% van het land grasland moet zijn. Voor boeren in Waterland (laagveengebied met veel weidegebied) is dit gunstig, voor boeren in de Noordoostpolder (voornamelijk akkerland) juist niet. In de Noordoostpolder moeten agrariërs bijvoorbeeld gezamenlijke initiatieven nemen om te voldoen aan deze eisen en vaak weegt dit niet op tegen de financiële consequenties van de aanpassingen in de bedrijfsvoering. Ook landschappelijke kwaliteiten bepalen of een gebied voldoende 'aaibaar' is voor bezoekers (Simon 2005: 115). Vooral winst- en groeimogelijkheden van recreatieve nevenactiviteiten zullen hiermee samenhangen. Is een gebied in landschappelijk opzicht aantrekkelijk genoeg om voldoende bezoekers te trekken, zodat agrotourisme een lucratieve onderneming wordt? Vanuit de sector zelf bezien zijn er genoeg groeimogelijkheden (Schoorlemmer et al. 2006), maar ook de motieven van de boer en de locatie van de boerderij zullen hierin een rol spelen, net als de vraag vanuit de markt (zie volgende subparagraaf).

Het wordt een probleem als de boeren die maatschappelijk ondernemen in hetzelfde gebied gelijke diensten aanbieden. Deze concurrentie wordt wel gestimuleerd door het gebiedsgerichte beleid. Concurrentie kan alleen vermeden worden wanneer boeren onderling het aanbod op elkaar afstemmen.

Voor de boer zelf en het gezin heeft de investering in maatschappelijke functies ook gevolgen. Verwacht wordt dat de boer en het gezin het maatschappelijk ondernemen kunnen inpassen in de agrarische werkzaamheden. Voor de reguliere werkzaamheden zijn al diverse kwaliteiten en vaardigheden vereist, voor de nieuwe bedrijfstak komen daar nog weer andere competenties bij. Om het maatschappelijk ondernemen succesvol te laten zijn, moet de boer dus feitelijk een schaap met vijf poten zijn. Dit geldt ook voor de meer persoonlijke eigenschappen. Een boer die kiest voor agrotoeristische activiteiten of zorgactiviteiten, zal over andere communicatieve eigenschappen dienen te beschikken dan een boer die kiest voor beheersactiviteiten. Hoewel specifieke gegevens ontbreken, kan de extra investering van tijd en arbeid wellicht een toename van arbeids- en gezondheidsrisico's met zich meebrengen. Ook bij agrarische ondernemers zijn er grenzen aan hun aanpassingsvermogen. Een groeiende onzekerheid over de toekomst en concurrentie met bedrijven in de buurt die inzetten op eenzelfde verbredende tak, zorgen voor onrust.

Met name de regelgeving wordt vaak als een grote belemmering ervaren. In de bestemmingsplannen is bijvoorbeeld vaak alleen de landbouwfunctie opgenomen. Wanneer een boer wil investeren in maatschappelijk ondernemen, zal het gehele traject van regelgeving en vergunningaanvragen doorlopen moeten worden, met de daarmee gepaard gaande belemmeringen, vertragingen en onbegrip.

Waarvan tot op heden in onderzoek geen aandacht lijkt te zijn besteed, is het feit dat in de trend naar vermaatschappelijking van het agrarisch bedrijf, de boerderij verandert van een privaat in een publiek domein. Is de boerderij een gezinsbedrijf met wonen en werken op dezelfde locatie, dan kunnen bezoekersstromen een verlies van privacy voor het gezin betekenen. Denkbaar is dat een ernstige mate van privacy-verlies gepaard gaat met een aantasting van het woongenot van het boerengezin.

### *De lusten en lasten voor de samenleving*

In de nota *Kiezen voor landbouw* wordt gesteld dat voor de landbouw goede relaties met de samenleving, transparantie en een open dialoog belangrijk zijn, om draagvlak voor de agrarische sector te behouden. Door bewust te kiezen voor meer omgang met mensen op het bedrijf, streven maatschappelijke boeren een goed contact met burgers na. Deze transparantie draagt wellicht bij aan een positieve publieke opinie over de sector. Ook kan die ervoor zorgen dat in het maatschappelijke en politieke debat rekening wordt gehouden met concurrerende belangen (bv. ruimteclaims). Een open houding kan bovendien zicht geven op nieuwe wensen van de omgeving, waardoor men een voorsprong heeft op concurrenten.

Met het veranderen van de samenleving wordt het denken steeds meer gedomineerd door een typische stedelijke cultuur, wat de agrarische sector dwingt om blijvend werk te maken van 'goed nabuurschap' met de rest van de samenleving. Steeds meer mensen tonen zich gevoelig voor de kwaliteit van het platteland. De natuur, het landschap, oude gebruiken, boerenmarkten en open dagen op agrarische bedrijven trekken een steeds ruimer publiek. Dit biedt kansen voor ondernemers die willen inspelen op deze nieuwe wensen.



Worden met multifunctionele bedrijven stedelijke behoeften vervuld, ofwel is er een markt voor maatschappelijke boerenbedrijven? De trend naar gezonder eten biedt boeren de kans meer biologische producten en streekproducten te vermarkten. Of de vraag vanuit individuele consumenten zal groeien valt te betwijfelen, gezien de minimale groei die de consumptie van biologische producten heeft doorgemaakt. Wel zal de vraag via de betere restaurants toenemen, omdat deze met (biologische) streekproducten een exclusief product kunnen bieden. De behoefte om gezonder te leven biedt ook mogelijkheden om dagrecreanten te bedienen die al fietsend en wandelend het platteland bezoeken. De toekomstige vraag blijkt enorm te zijn, vooral in de Randstedelijke plattelandsgebieden (LNV consumentenplatform 2005).

Het boerenbedrijf biedt educatieve mogelijkheden om elementaire kennis over de natuur en de voedselproductie over te brengen. Maar is er wel een stedelijke behoefte aan deze kennis? Naarmate mensen meer vervreemden van de natuur en van het agrarische bedrijf, zal wellicht de behoefte om er iets over te leren verdwijnen. Door stedelingen de praktijk van het agrarische bedrijf te laten ervaren, zal de natuurlijke kennisbehoefte worden gestimuleerd. In de huidige beleveniscultuur wordt de stedeling vooral aangetrokken door activiteiten die hen laat voelen, proeven en ruiken wat de boer doet en ervaart. De maatschappelijke boer die de educatieve kant van het bedrijf weet te combineren met het beleven van de natuur, zal hier zeker een markt voor vinden

Algemeen wordt gesteld dat er een grote behoefte aan recreatiemogelijkheden op het platteland is. Toch blijkt de gemiddelde stedeling de vrije tijd vooral te besteden in stedelijke omgeving of in stedelijke groenvoorzieningen. Van de bijna 1 miljard dagtochten die Nederlanders op jaarbasis maken, hebben er 'slechts' ongeveer 26 miljoen het platteland als bestemming. Maar ook kortere uitstapjes van stedelingen hebben slechts in 9% van de gevallen het platteland als reisdoel (Van den Broek et al 2006: 308). Dat stedelingen sterk op hun eigen stedelijke habitat zijn gericht, komt ondermeer omdat stedelingen veelal niet weten wat er op het platteland te doen is en bij voorkeur het platteland in het buitenland bezoeken (LNV consumentenplatform 2005). De stedelijke markt voor agrotourisme zou wel eens minder groot kunnen zijn dan alom wordt gedacht.

Het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit ziet de multifunctionele activiteit van boeren door verbreding en verdieping van landbouwactiviteiten als een belangrijke motor voor een vitaal platteland (zie LNV 2004). In hoeverre draagt het maatschappelijk ondernemen in het algemeen bij aan de doelstelling van vitalisering van het platteland? De boerderij was vroeger een ontmoetingsplaats en had een belangrijke plek in de sociale infrastructuur van het platteland (Giessen 1999). Voor steeds meer boeren is de betrokkenheid van burgers bij het bedrijf gewenst. Sommigen hebben deze zelfs geformaliseerd in boer-consumentverbanden. Voor consumptieve of recreatieve doelen komen ook steeds meer burgers bij de maatschappelijke boer over de vloer. Zowel sociaal als cultureel lijkt de landbouw zijn vroegere plaats weer deels te herwinnen, maar dan nu via boerenijs, boerengolf, landwinkels en

zorgboerderijen. In hoeverre deze maatschappelijke landbouw als economische drager zal volgroeien en daarmee een nieuwe pijler voor het platteland zal kunnen worden, is lastig te voorspellen. Zolang het maatschappelijk boeren op niveau van het individuele bedrijf geen volwaardig inkomen kan genereren, lijkt de economische betekenis voor vitalisering van het platteland gering.

## Noten

- 1 Een megabedrijf is een bedrijf groter dan 500 nge (Nederlandse grootte eenheid), wat overeenkomt met ongeveer 320 melkkoeien, 12.500 vleesvarkens, 160.000 legkippen, 340 ha akkerbouw of 3,5 ha glastuinbouw (LEI 2006: 100).
- 2 In 1984 is in de Europese Unie het quotumsysteem in werking gesteld om de productie van onder andere melk aan banden te leggen. Er werd bijvoorbeeld meer melk geproduceerd dan geconsumeerd. Iedere individuele melkveehouder heeft een melkquotum en dit melkquotum geeft hem het recht een bepaalde hoeveelheid melk te produceren. Produceert een boerenbedrijf meer melk dan het melkquotum, dan moeten hoge boetes worden betaald. In Nederland mogen boeren melkquota kopen en verkopen, huren en verhuren. Dit geldt niet voor alle landen in de EU. In Frankrijk is dergelijke handel niet toegestaan en krijgen boeren de melkquota van de overheid; deze moeten ze teruggeven als ze stoppen met het bedrijf. Het Nederlandse systeem heeft tot gevolg dat de quota, net als grond, verhandelbare producten zijn geworden en een grote kostenpost vormen bij eventuele overnames van bedrijven.
- 3 Ook 'gewone' boeren (dus degenen die niet speciaal verbreden of verdiepen) dienen maatschappelijke waarden, in de zin dat ze producent zijn van voedsel- en sierteelproducten, dat ze een goede voedselkwaliteit en duurzame productiemethoden nastreven, dat ze beheerder zijn van het agrarische cultuurland en bijdragen aan het agrarisch cultureel erfgoed.
- 4 De Landbouwtelling is een jaarlijks terugkerende registratie van agrarische bedrijven in Nederland (met een economische omvang groter dan 3 nge, wat overeenkomt met bijvoorbeeld een areaal van 3 ha of een veestapel van een x hoeveelheid koeien) voor administratieve en statistische doeleinden. Agrarisch ondernemers zijn wettelijk verplicht de gevraagde informatie aan te leveren. Een Nederlandse grootte-eenheid (nge) is een economische maatstaf waarmee de omvang van een agrarisch bedrijf en de afzonderlijke productierichtingen binnen een bedrijf worden uitgedrukt. In deze registratie zijn zeer kleine agrarische bedrijven (veelal 'hobbybedrijven') ondervertegenwoordigd.
- 5 Wanneer we praten over boeren, hebben we het hier feitelijk over akkerbouwbedrijven, tuinbouw- en blijvendeteeltbedrijven, graasdierbedrijven, hokdierbedrijven en combinaties van deze verschillende typen (zie ook bijlage B8.1).
- 6 De landbouwtellingen gaan uit van de leeftijd van het oudste bedrijfshoofd. Er zijn steeds meer maatschappen tussen ouders en kinderen en daarvan worden de jongere bedrijfshoofden in de maatschappen niet meegenomen in de tellingen. Dit kan enige vertekening geven.
- 7 In het kader van het onderzoeksprogramma Sociale staat van het platteland, is het SCP bezig met een kwalitatieve studie naar het leven van plattelandsbewoners. Via focus-groepgesprekken met verschillende sociale groepen van plattelandsbewoners (boeren, vrouwen, jongeren, senioren, nieuwe bewoners, ondernemers) wordt onderzocht hoe zijzelf tegen het leven op het platteland aankijken. Welke opvattingen en percepties hebben ze ten aanzien van het plattelandsleven? Hoe ervaren ze zelf de ontwikkelingen die spelen op het platteland? In juli 2006 zijn op twee plaatsen focusgroepen georganiseerd met boeren: in het perifere gelegen platteland van de Kop van Noord-Holland en het nabij steden gelegen platteland van Zuidoost-Brabant. Deze boeren vormen een doorsnee van de beroepsgroep: jong en oud, man en vrouw, akkerbouwers, veetelers, tuinbouwers en agrotouristische bedrijven. In totaal hebben twintig deelnemers verteld over hun leven als boer op het platteland. In het voorjaar van 2007 zal er over dit focus-groepenonderzoek een publicatie verschijnen.

- 8 Leader staat voor *Liaison entre actions de développement de l'économie rurale*. Leader+ is het tweede Europese programma voor plattelandsvernieuwing. Het is een experimenteel programma waarmee op gebiedsniveau sociaaleconomische impulsen worden gegeven door middel van financiering van lokale en regionale initiatieven in het landelijk gebied.
- 9 Het doel van de Subsidieregeling agrarisch natuurbeheer (SAN) is het ontwikkelen dan wel in stand houden van natuur op landbouwgronden door met name agrarische ondernemers. Er zijn drie soorten subsidie mogelijk: beheerssubsidie voor een beheerspakket (combinatie van verschillende planten- of diersoorten, beheersvoorschriften of gebiedskenmerken die in een gebied voorkomen), landschapssubsidie (voor de instandhouding van een landschapselement) en inrichtingssubsidie (voor het treffen van eenmalige maatregelen die de fysieke conditie of de kenmerken van een terrein wijzigen).
- 10 De nge (Nederlandse grootte-eenheid) is een economische maatstaf waarmee het bedrijfstype en de bedrijfsomvang van agrarische bedrijven worden aangegeven.
- 11 Initiatiefnemer van Adopteer een biologische koe is de stichting LaMi, die streeft naar een versnelde invoering van een milieuvriendelijke bedrijfsvoering in de land- en tuinbouw, met oog voor de economische en sociale draagkracht van agrariërs. Initiatiefnemer van Adopteer een kip en Adopteer een appelboom is het Platform Biologica, de ketenorganisatie voor biologische landbouw en voeding. Gezamenlijk werken biologische boeren, handelaren, verwerkers en detaillisten aan het vergroten van de bekendheid van het biologische product, de groei van de markt en de kwaliteit van de biologische productiemethode.

## Literatuur

- Berg, A.E. van den (2003). 'Personal Need for Structure and Environmental Preference'. In: L. Hendrickx, W. Jager en L. Steg (red.), *Human Decision Making and Environmental Perception. Understanding and Assisting Human Decision Making in Real-Life Settings. Liber Amoricum for Charles Vlek* (p. 129-148). Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- Berg, A.E. van den (2004). *De verborgen angst voor natuur*. Den Haag: Innovatienetwerk Groene Ruimte en Agrocluster.
- Berg, A.E. van den en M.M.H.E. van den Berg (2001). *Van buiten word je beter. Een essay over de relatie tussen natuur en gezondheid*. Wageningen: Alterra.
- Berger J. (1993). *Het varken aarde*. Amsterdam: De Bezige Bij (oorspr. titel Pig Earth).
- Bock, B. (2002). *Tegelijkertijd en tussendoor. Gender, plattelandsonwikkeling en interactief beleid* (proefschrift). Wageningen: Wageningen Universiteit.
- Bock, B. (2006). 'Van boerin tot plattelandsondernemer'. In: L. den Dulk, T. van der Lippe en J. Schippers (red.), *Emancipatie als kwestie. Liber amicorum voor Anneke van Doorne-Huiskes* (p. 39-58). Utrecht: Rozenberg Publishers.
- Bock, B. en M. van der Burg (1998). 'Vrouwenarbeid in de agrarische sector'. In: H. Pott-Buter en K. Tijdens (red.), *Vrouwen. Leven en werken in de twintigste eeuw* (p. 219-240). Amsterdam: University Press.
- Broek, A. van den et al. (2006). 'Tijd en vrije tijd'. In: A. Steenbekkers, C. Simon en V. Veldheer (red.), *Thuis op het platteland. De leefsituatie van platteland en stad vergeleken*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Driessen, P.P.J. et al. (1995). *Vernieuwing van het landelijk gebied. Een verkenning van strategieën voor een gebiedsgerichte aanpak*. Den Haag: VUGA.
- Floor, L. en I. Salverda (2006). *Zelforganisatie in het landelijk gebied. Signalen uit de praktijk*. Wageningen: Wageningen Universiteit en Research Centrum.
- Geschiere, K., J. van der Straaten en T. Beckers (1994). *Het toeristisch-recreatief medegebruik van het landelijk gebied. Een vooronderzoek in opdracht van de Koninklijke Nederlandse Heidemaatschappij*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant.
- Gesthuizen, M. (2006). 'Arbeidsdeelname'. In: A. Steenbekkers, C. Simon en V. Veldheer (red.), *Thuis op het platteland. De leefsituatie van platteland en stad vergeleken*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Gezondheidsraad (2004). *Natuur en gezondheid. Invloed van de natuur op sociaal, psychisch en lichamelijk welbevinden. Adviesdocument*. Den Haag: Gezondheidsraad.
- Giessen, C. (1999). *Crisis op de boerderij. De boer: géén slachtoffer maar realist*. Utrecht: A.W. Bruna Uitgevers.
- Gorgievsky J. en C. Giessen (1999). *Veranderende beroepspectieven in de agrarische sector. Een verkennende sociaal-psychologische studie onder echtparen in de melkvee sector*. Utrecht: Universiteit van Utrecht.
- Haartsen, T. (2002). *Platteland: boerenland, natuurterrein of beleidsveld? Een onderzoek naar veranderingen in functies, eigendom en representaties van het Nederlandse platteland*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen (NGS 309).
- Ham, A. van den en M.E. Ypma (2000). *Verbreiding van landbouwbedrijven. Met visie en creatieve vasthoudendheid naar succes*. Den Haag: Landbouw Economisch Instituut (rapport 700.02).
- Ham, A. van den en W.H.G.J. Hennen (2001). *Kansen voor tachtig procent verbreiding. Een studie naar de verbreiding van landbouw in de Alblasserwaard/Vijfheerenlanden*. Den Haag: Landbouw Economisch Instituut.

- Hassink, J. (2005). 'Zorgboerderijen als gezond alternatief'. In: *Maandblad Geestelijke Volksgezondheid* (60) 1, p. 68-73.
- Hassink J. (2006). *Gezond door landbouw en groen. De betekenis van landbouw en groen voor de gezondheid van de verstedelijkte samenleving*. Wageningen: WUR Plant Research International.
- Heins, S. (2002). *Rurale woonmilieus in stad en land. Plattelandsbeelden, vraag naar en aanbod van rurale woonmilieus*. Delft: Eburon.
- Huigen, P.P.P. (1996). 'Rurale geografie gaat op in rurale studies. Plattelandsonderzoek is multidisciplinair geworden'. In: *Geografie* 5, p. 27-31.
- Ilbery, B. en M. Kneafsey (2000). 'Producer Constructions of Quality in Regional Specialty Food Production. A Case Study from South-West England'. In: *Journal of Rural Studies* 16, p. 217-230.
- Ketelaars D., N. van Erp en J. Hassink (2002). *Landbouw en zorg in beeld. Blik op heden en toekomst*. Utrecht/Wageningen: Trimbos-instituut/WUR Plant Research Institute.
- Kolkman, G. et al. (2003). 'Stad en land verdienen (aan) elkaar'. In: M. Woestenburger, A. Buijs en W. Timmermans (red.), *Wie is er bang voor de stad?* (p. 108-115). Wageningen: Uitgeverij Blauwdruk.
- LEI (2006). *Landbouw-economisch bericht 2006*. Den Haag: Landbouw Economisch Instituut.
- LNV (1999). *Programma Beheer. Subsidieregeling agrarisch natuurbeheer*. Den Haag: ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.
- LNV (2004). *Agenda voor een vitaal platteland. Inspelen op veranderingen*. Den Haag: ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.
- LNV (2005). *Kiezen voor landbouw. Een visie op de toekomst van de Nederlandse agrarische sector*. Den Haag: ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.
- LNV Consumentenplatform (2005). *Platteland, ook voor uw vrije tijd?*. Den Haag: ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.
- Maas, J. et al. (2006). 'Green Space, Urbanity, and Health. How Strong is the Relation?' In: *Journal of Epidemiology and Community Health* 7, p. 587-592.
- Mertens, F. en H. Blommestijn (2004). *Boer in hart en ziel. Zoektocht naar de diepere drijfveren van agrariërs*. Wageningen: Stichting Vrienden van het Platteland.
- Overbeek, M.M.M. (2000). *Verzilveren of besparen. Arbeids- en vermogenssituatie van vrouwelijke zelfstandigen in de landbouw en verblijfsrecreatie*. Den Haag: Landbouw Economisch Instituut (rapport 1.00.07).
- Overbeek, G. et al. (1998). *Labour Situation and Strategies of Farm Women in Diversified Rural Areas of Europe*. Luxembourg: Commission of the European Communities, Directorate General of Agriculture.
- Ploeg, J.D. van der (1999). *De virtuele boer*. Assen: Van Gorcum.
- Ploeg, B. van der (2001). *Het weigever in het Groene Hart van de Randstad. Een studie onder melkveehouders in het Westelijk Veenweidegebied naar hun bereidheid en mogelijkheden zich te ontwikkelen van productieboer tot plattelandsondernemer (proefschrift)*. Wageningen: Wageningen Universiteit.
- Ploeg, J.D. van der (2002). 'Landelijk gebied: kapitaal of kruitvat?'. In: *Academische reflecties. De wetenschap aan het woord over de vijfde nota* (p. 89-99). Den Haag: ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer.
- Ploeg, B. van der en C. Spierings (1999). *Is het mogelijk om twee dingen goed te doen? Verkenning van sociale factoren in verbrede bedrijfsontwikkeling*. Den Haag: Landbouw Economisch Instituut.
- Ploeg, J.D. van der, A. Long en J. Banks (2002). 'Rural Development. The State of the Art'. In: J.D. van der Ploeg, A. Long en J. Banks (red.), *Living Countryside. Rural Development Processes in Europe: The State of the Art*. Doetinchem: Elsevier Bedrijfsinformatie.

- RLG (2006). *Buitenbeentjes en boegbeelden. Advies over megabedrijven in de Nederlandse land- en tuinbouw*. Amersfoort: Raad voor het Landelijk Gebied.
- Schnabel, P. (2001). *Waarom blijven boeren? Over voortgang en beëindiging van het boerenbedrijf*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Schoorlemmer, H.B., F.J. Munneke en M.J.E. Braker (2006). *Verbreding onder de loep. Potenties van multifunctionele landbouw*. Wageningen: Praktijkonderzoek Plant en Omgeving bv.
- SCP (2005). *De sociale staat van Nederland 2005*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Simon, C.J.M. (2005). *Ruimte voor identiteit. De productie en reproductie van streekidentiteiten in Nederland* (proefschrift). Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- Simon, C. (2006). 'Demografie en ruimtegebruik'. In: A. Steenbekkers, C. Simon en V. Veldheer (red.), *Thuis op het platteland. De leefsituatie van platteland en stad vergeleken*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Steenbekkers, A. en C. Simon (2006). 'Naschrift'. In: T. van der Ziel, *Leven zonder drukte. Wat stedelingen waarderen in het platteland*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- szw (2004). *Arbobaalans 2004. Arbeidsrisico's, effecten en maatregelen in Nederland*. Den Haag ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.
- Verschuur G., A. Stijkel en S. Tideman (2004). *Cocreatie van een levende landcultuur*. Utrecht: CLM.
- Volker, K. (1999). *Boeren in betwist landschap. Strategische keuzes van boeren in een waardevol agrarisch landschap*. Wageningen: Wageningen Universiteit.
- Vrienden van het Platteland (2006). 'Biologieles op de boerderij'. In: *Platteland* (3) 4, p. 20-22.
- Wagemans M.C.H. (2004). *Van boerderij naar buurderij. Op zoek naar een nieuwe organisatievorm op het platteland*. Utrecht: Innovatienetwerk Agrocluster en Groene Ruimte.
- Ziel, T. van der (2006). *Leven zonder drukte. Wat stedelingen waarderen in het platteland*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Zwartbol, C. (2005). 'Zeg eens zorgboer, wat vind je van je...?'. *Enquête onder zorgboeren in Nederland anno 2005*. Barneveld: Landelijk Steunpunt Landbouw.