

GASTVRIJHEID BEPAALT SUCCES BOER

Mensen die een multifunctionele boerderij bezoeken, zijn op zoek naar een 'authentieke' ervaring en een goed gevoel. Ze hebben het beeld van een stugge boer, en zijn al blij als ze gastvrij ontvangen worden.

Dat stelt ir. Daniël de Jong van de Animal Sciences Group (ASG), die met het LEI en PPO onderzoekt hoe de consument een multifunctionele boerderij beleeft en waarom hij ernaartoe gaat. De onderzoekers wilden daarvoor onder meer helder krijgen welk beeld mensen van de multifunctionele boerderij hebben, een boerderij waar bijvoorbeeld producten worden verkocht of waar recreatievoorzieningen zijn. 'Consumenten hebben doorgaans het beeld dat een boer een stug karakter heeft', aldus De Jong. 'Daarom zijn ze blij als ze hartelijk worden verwelkomd op een boerderij. In hun beleving is het heel bijzonder dat een ondernemer zijn bedrijf toegankelijk maakt. Dit is een kritische succesfactor voor een boerderij. Ook is het positief als ze geen entree hoeven te betalen. Wel zijn ze bereid als tegenprestatie producten te kopen.'

Consumenten verwachten ook een authentieke uitstraling. 'Wanneer het er te gelijk en commercieel uitziet, twijfelen ze of het wel 'echt' is', zegt De Jong. Of de bezoekers de boerderij als 'echt' beleven hangt vooral af van het gevoel dat ze krijgen. De Jong: 'We vroegen aan de mensen of het bedrijf dat ze bezochten biologisch was. Ze denken vaak van wel. Er blijkt een verschil te zijn tussen wat zij als biologisch ervaren en wat een wetenschapper of boer biologisch noemt. Boeren houden zich vooral bezig met kunstmest en vierkante meters. Consumenten kijken naar de beleving op het bedrijf. Is de boerderij vrij toegankelijk? Kunnen ze



Eén motief voor boerderijbezoek is dat ouders hun kinderen met dieren willen laten knuffelen. / foto BdG

de stal inlopen zonder toestemming te vragen, om te zien hoe het met de dieren gesteld is? Biologisch geeft een goed gevoel bij consumenten. Boeren moeten zich daarvan bewust zijn.'

Consumenten hebben nostalgische beelden bij de boer. De Jong: 'Het is een beeld van een boer op klompen in een overal. Maar consumenten hebben wel degelijk interesse in een 'echte' boerderij. Bij een

bezoek aan een modern bedrijf vinden ze het bijvoorbeeld geweldig om in de moderne melkput te kijken, ook al hadden ze daar vooraf geen verwachtingen over.' Mensen komen ook naar de boerderij om specifieke behoeftes te vervullen. De Jong: 'Een belangrijk motief is dat zij hun kinderen iets willen leren over waar eten vandaan komt. Ook willen ze de kinderen met de dieren laten knuffelen.' / NM