



De nevenactiviteiten van agrariërs en natuur- en milieueducatie

Geertemarie de Gelder

**Universiteit Utrecht: Dieuwke Hovinga
Buro Kloeg: Erwin Groenberg**

De nevenactiviteiten van agrariërs en natuur- en milieueducatie

Juli 2007

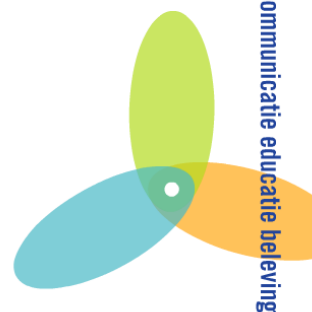
Geertemarie de Gelder

Stagebegeleider: Erwin Groenenberg, Buro Kloeg, Bunnik

Begeleider intern: Dieuwke Hovinga, Universiteit Utrecht, Freudenthal Instituut voor didactiek van wiskunde en natuurwetenschappen, groep NME



Universiteit Utrecht



BURO KLOEG communicatie educatie begeleiding

Voorwoord

In september 2005 begon ik aan de Masteropleiding Science Communication and Education van de Universiteit Utrecht, om daarmee mijn studie biologie af te ronden. Dit rapport is een verslag van mijn stageopdracht binnen de masteropleiding, waarin het gaat over nevenactiviteiten bij agrariërs in de Kromme Rijnstreek en natuur- en milieueducatie. De opdracht voor dit onderzoek kwam van Buro Kloeg te Bunnik. Dit bureau bood mij een mooie werkervaring inclusief enthousiaste collega's en medestagiares en heerlijke lunches.

Samenvatting

Aanleiding en vraagstelling

Agrariërs in Nederland bieden steeds vaker nevenactiviteiten aan, zoals sport- en spelactiviteiten of verblijfsrecreatie. Buro Kloeg vroeg zich af of deze agrariërs potentiële klanten zijn voor afname van communicatieve en/of educatieve producten. Naar aanleiding van deze vraag is een onderzoek gedaan naar de wensen en mogelijkheden van agrariërs in de Kromme Rijnstreek wat betreft nevenactiviteiten en materialen die zij gebruiken. Daarnaast werd gekeken welke wetenschappelijke visies op natuur- en milieueducatie passen bij de wensen en mogelijkheden van de agrarische sector en wat het plattelandsbeleid van de overheid is. De hoofdvraagstelling van het onderzoek luidde als volgt:

Aan welke kenmerken dienen NME-producten qua inhoud en vorm te voldoen, willen deze aansluiten bij wensen en mogelijkheden van agrariërs in de Kromme Rijn streek, aansluiten bij overheidsbeleid betreffende plattelandsontwikkeling en tevens theoretisch onderbouwd zijn vanuit een wetenschappelijke visie op NME?

Daarnaast werden nog drie onderzoeksvragen opgesteld, namelijk over de samenhang tussen NME in theorie en in de praktijk, tussen overheidsbeleid en de wensen van agrariërs en implicaties voor agrariërs in andere regio's en andere beroepspraktijken waarin NME als nevenactiviteit een rol zou kunnen spelen.

Werkwijze

Om deze onderzoeksvragen te beantwoorden is een literatuurstudie gedaan naar visies op NME, is het beleid van de overheid aangaande plattelandsontwikkeling geanalyseerd en is een kwalitatief onderzoek verricht in de vorm van open interviews bij agrariërs in de Kromme Rijnstreek.

Resultaten en conclusies

Een visie op NME die aansluit bij de agrarische beroepspraktijk is een visie die is gericht op de persoonlijke ontwikkeling van mensen. NME heeft dan als doel dat mensen zelf verantwoordelijkheid kunnen dragen voor en gemotiveerde keuzes kunnen maken betreffende natuur en milieu. Daarvoor is het nodig dat mensen basiskennis kunnen verwerven over natuur en milieu, inzicht ontwikkelen in de samenhang tussen menselijke handelen en natuur en milieu, en in perspectieven op handelingsmogelijkheden aangaande natuur en milieu (Hovinga, 2004). Voedselproductie is een zeer geschikt thema om mensen de mogelijkheid te geven inzicht te verwerven in de samenhang tussen menselijk handelen en natuur en milieu. Mensen werken hier met natuur samen tot een eindproduct. Daarnaast is voedselproductie een onderwerp dat dicht bij de leefwereld van zowel kinderen als volwassenen staat.

In rapporten over plattelandontwikkeling wordt expliciet dat de overheid streeft naar een 'leefbaar, vitaal en duurzaam' platteland (Ministerie. van landbouw, natuur en voedselkwaliteit (LNV), 2000). Ook wil de overheid het platteland recreatief aantrekkelijk maken. Daarvoor heeft de overheid een aantal subsidieprogramma's, onder andere voor het stimuleren van recreatieve activiteiten op het platteland. De doelen van de recreatiestimulatie zijn het versterken van de economie en het behouden en vergroten van het draagvlak voor landbouw in de samenleving (Ministerie Van LNV, 2000).

Agrariërs in de Kromme Rijnstreek hebben diverse nevenactiviteiten, die kunnen worden ingedeeld in de categorieën: recreatie, verwerking en verkoop en gericht informeren. Er is echter maar één agrariër die gericht informeren als activiteit realiseert. De overige agrariërs bieden allen recreatieve activiteiten aan. Vermaak bieden is het primaire doel van agrariërs met recreatieve activiteiten. De meerderheid van de agrariërs noemt daarnaast het wegnemen van onwetendheid en het verbeteren van het imago van de landbouw als doel. Agrariërs die dit doel nastreven, willen graag persoonlijk contact met hun bezoekers en geven aan dat spelmaterialen daarbij in de weg staan.

De agrariërs die het verbeteren van het imago van de landbouw niet als motivatie noemen, zijn agrariërs die zeer uitgebreide recreatieve nevenactiviteiten hebben. Deze nevenactiviteiten maken een groot deel van de inkomsten uit. Deze agrariërs zetten in op een hoge kwaliteit van hun activiteiten en materialen, en hechten belang aan een schone en nette bedrijfsomgeving. Zij zeggen in te willen spelen op de wensen van de consument en groeien mee met de markt. Het zijn deze agrariërs die mogelijk in de toekomst hun materialen voor hun recreatieve activiteiten door een professionele organisatie als Buro Kloeg laten maken.

In tegenstelling tot de groep agrariërs die een groot deel van hun inkomsten uit nevenactiviteiten halen, is er ook een groep agrariërs die voornamelijk is gericht op een agrarische bedrijfsvoering. Deze groep wil ook zoveel mogelijk agrarisch blijven, houdt het bij een beperkt aantal activiteiten, en is daarom niet bereid grote investeringen te doen in materialen voor die activiteiten.

De meeste agrariërs gebruiken materialen voor hun nevenactiviteiten, zoals informatiebordjes, een fototentoonstelling of spelmateriaal. Deze materialen zijn door hen zelfgemaakt en de agrariërs zien geen redenen om dit uit te besteden aan een professioneel bedrijf. Vier agrariërs overwegen om nieuwe materialen te maken of aan te schaffen, maar zij hebben nog geen specifieke eisen voor deze materialen. Opvallend is dat de spelmaterialen geen verband hebben met de informatie die de agrariër wil vertellen.

Hoewel agrariërs informatie aanbieden hebben zij daarmee geen educatief doel. Slechts één agrariër noemt dat het voor mensen zelf belangrijk is om te weten waar hun voedsel vandaan komt. De andere agrariërs hebben vooral het vergroten van draagvlak voor de agrarische sector als doel. Zij bieden geen kennis aan over samenhangen tussen mensen en natuur. Educatie is voor agrariërs een stap te ver. De nevenactiviteiten van agrariërs zijn dan ook niet op te vatten als NME-activiteiten, zoals deze in dit rapport worden beschreven.

De agrariërs zijn zich niet bewust van de rijke leeromgeving die zij mensen kunnen aanbieden. Buro Kloeg zou hier mogelijk een rol in kunnen spelen en agrariërs hiervan bewust maken.

Alle agrariërs geven aan dat zij hun nevenactiviteiten niet aan een speciale doelgroep aanbieden. Zij stellen het juist op prijs dat verschillende groepen mensen gebruik maken van hun nevenactiviteiten.

De agrariërs geven aan de regelgeving omtrent het ontvangen van mensen op hun bedrijf zeer belemmerend te vinden. Zij moeten soms jaren wachten op een vergunning of krijgen geen toestemming omdat formulieren niet juist zijn ingevuld. Ook maken de agrariërs geen gebruik van subsidieprogramma's, omdat zij zoveel mogelijk autonoom willen blijven en weinig vertrouwen hebben in de programma's.

Op grond van de resultaten van de interviews, het beleid van de overheid en de doelstellingen van NME zijn enkele inhoudelijke en praktische kenmerken voor materialen opgesteld:

Inhoudelijk

- Aansluiten bij de dagelijkse praktijk op het bedrijf (zoals voedselproductie).
- Het inzichtelijk maken van samenhangen tussen mensen en natuur.
- Prikkelende en contact stimulerende activiteiten.
- Ruimte laten/creëren voor specifieke kennis en vaardigheden van agrariërs.
- Eenvoudige en toegankelijke activiteiten

Praktisch

- Recreatieve vorm
- Goedkoop in aanschaf
- Aansluiten bij bestaande materialen

Mogelijke producten met deze kenmerken zijn onder andere:

- Benodigdheden voor het jam, brood of boter maken voorzien van teksten of afbeeldingen van de groei van de betreffende ingrediënten.
- Informatiepanelen waarop geen verklarende teksten staan, maar prikkelende vragen of afbeeldingen, zodat bezoekers aangezet worden tot een gesprek met de agrariër.
- Tijdens het boerengolf een extra opdracht geven, zoals: wie hoort de meeste verschillende geluiden, ziet de meeste dieren (loepotje mee), of ziet de meeste verschillende planten in het weiland?

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	4
Hoofdstuk 1 Inleiding	9
1.1 Opdrachtgever	9
1.2 Aanleiding en probleemstelling	9
1.3 Doelstellingen.....	10
1.4 Onderzoeksvraagstellingen.....	10
Hoofdstuk 2 Werkwijze en methodologische verantwoording.....	12
2.1 Inleiding.....	12
2.2 Literatuuronderzoek	12
2.3 De beleidsanalyse betreffende plattelandontwikkeling.....	12
2.4 Kwalitatief onderzoek	13
2.5 Reflectie op het onderzoek	15
2.6 Leeswijzer voor dit rapport.....	16
Hoofdstuk 3 Verbreding in de landbouw.....	17
3.1 Inleiding.....	17
3.2 Definiëring en onderverdeling verbrede landbouw.....	17
3.3 Verbrede landbouw in cijfers.....	17
3.4 Gebruik van terminologie in dit rapport	18
Hoofdstuk 4 Natuur- en milieueducatie.....	20
4.1 Inleiding.....	20
4.2 De algemene doelstelling van natuur- en milieueducatie.....	20
4.3 NME en de agrarische sector.....	21
Hoofdstuk 5 Het overheidsbeleid aangaande plattelandontwikkeling	22
5.1 Inleiding.....	22
5.2 Rapporten over het overheidsbeleid plattelandontwikkeling en landbouw.....	22
5.3 Overheidsbeleid in MJP2	22
5.4 Landbouwbeleid in ‘Kiezen voor Landbouw’	23
5.5 Het Plattelandontwikkelprogramma (POP)	23
5.5.1 As 3 van het POP.....	23
5.5.2 As 4 van het POP.....	24
5.6 Overheidsbeleid natuur- en milieueducatie (NME)	24
Hoofdstuk 6 De nevenactiviteiten van de respondenten	26
6.1 Inleiding.....	26
6.2 De type nevenactiviteiten van de respondenten	26
Hoofdstuk 7 ‘De meeste kinderen hebben nog nooit een koe gezien’	29
7.1 Inleiding.....	29
7.2 ‘Maak je melk dan niet van poeder en water?’ Onwetendheid en imago als motief	29

7.3 'Het levert ook wat op'. Een financieel motief	31
7.4 'Iedereen die hier komt gaat vrolijk weer weg.' Het 'contact' motief.....	33
7.5 'En toen was er land over' Het praktische motief	33
Hoofdstuk 8 'Iedereen is welkom'	34
8.1 Inleiding.....	34
8.2 De doelgroep.....	34
8.3 Perspectief van agrariërs op de motivaties van hun doelgroep	34
Hoofdstuk 9 'Je bent een visitekaartje van de agrarische sector'	36
9.1 Inleiding.....	36
9.2 'Het is maar net wat de consument wil'. Een marktgericht uitgangspunt	36
9.3 'Ik ben en blijf graag teler'. 'Agrarisch blijven' als uitgangspunt	38
9.4 Overige uitgangspunten en expertises.....	38
Hoofdstuk 10 Materialen.....	40
10.1 Inleiding.....	40
10.2 De materialen van de respondenten	40
10.3 Wensen van agrariërs ten aanzien van materialen.....	41
Hoofdstuk 11 'Eén groot knelpunt: de gemeente'	43
11.1 Inleiding.....	43
11.2 Regelgeving en vergunningen	43
11.3 Subsidies.....	45
Hoofdstuk 12 Conclusies en aanbevelingen.....	46
12.1 Inleiding.....	46
12.2 Agrariërs met nevenactiviteiten en het overheidsbeleid.....	46
12.3 Agrariërs met nevenactiviteiten en NME.....	46
12.4 Kenmerken voor communicatieve en/of educatieve materialen.....	47
12.4.1 Inleiding	47
12.4.2 Wensen agrariërs.....	47
12.4.3 Eisen overheid	48
12.4.4 Eisen vanuit NME.....	48
12.4.5 Inhoudelijke en praktische kenmerken van producten	49
12.4.6 Uitwerking van kenmerken voor producten	49
12.4.7 Aanbevelingen benaderen markt	50
12.5 Algemene richtlijnen voor andere regio's en andere beroepspraktijken	50
Hoofdstuk 13 Literatuur.....	52
Bijlage I Topicslijst open interviews	55
Bijlage II Samenvatting labels interviewprotocollen	56
Bijlage III Verenigingen van agrariërs met nevenactiviteiten	57
Bijlage IV Agrarische bedrijven in Nederland met een groot aanbod aan nevenactiviteiten ...	59

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Opdrachtgever

De opdrachtgever voor dit onderzoek is de heer E. Groenenberg, adjunct directeur van Buro Kloeg. Buro Kloeg is een *full service* bedrijf dat communicatie- en educatieproducten maakt over natuur, milieu en gezondheid. Er wordt projectmatig gewerkt aan de hand van opdrachten van opdrachtgevers. Het doel van de opdrachtgever staat daarbij centraal. Buro Kloeg heeft naast het tevreden stellen van de opdrachtgever geen eigen doel met de producten die zij maken. Buro Kloeg hanteert daarmee een marktperspectief. Wel heeft Buro Kloeg een visie op de aard van de producten die zij leveren. De vorm en inhoud van producten worden gekenmerkt door de kernbegrippen helderheid, verrassend, innovatief, toegankelijk, duurzaam, doelgericht en aandacht. Buro Kloeg ziet zichzelf als een bedrijf dat zakelijk, menselijk, creatief en zinvol bezig is en aandacht heeft voor vorm en inhoud.

1.2 Aanleiding en probleemstelling

De aanleiding voor dit onderzoek is dat Buro Kloeg op zoek is naar nieuwe opdrachtgevers. Buro Kloeg verwacht dat in de agrarische sector behoefte is aan communicatieve en/of educatieve producten, vanwege de steeds verdergaande verbreding van activiteiten binnen deze sector. Veel agrarische bedrijven hebben tegenwoordig nevenactiviteiten, zoals een minicamping, bezoek van schoolklassen en sport en spel voor groepen. Dit wordt ook wel verbrede landbouw genoemd. Daarbij informeert de agrariër spontaan of gericht over de agrarische activiteiten van het bedrijf. Buro Kloeg verwacht dat steeds meer agrariërs behoefte hebben aan communicatieve of educatieve materialen voor deze informatieoverdracht. Daarbij kan het gaan om een uitbreiding of verbetering van huidige communicatieve of educatieve producten, of om nieuwe middelen voor bedrijven die starten met nevenactiviteiten. De vraag is echter of deze verwachting klopt. Een aspect van de probleemstelling van dit onderzoek is dan ook als volgt te formuleren: wat zijn de wensen en behoeften van agrariërs ten aanzien van educatieve en communicatieve middelen voor gebruik op hun bedrijf?

Een tweede aspect betreft de mogelijkheid om de communicatieve en educatieve wensen van agrariërs op het gebied van natuur en milieu theoretisch, vanuit een wetenschappelijke visie op natuur- en milieueducatie (NME), en beleidsmatig te kunnen onderbouwen. De mogelijkheden hiertoe en eventuele knelpunten die hierbij spelen, bieden inzicht in aspecten die de samenhang tussen overheidsbeleid betreffende plattelandsontwikkeling, theorieën over en de praktijk van NME kunnen bevorderen of juist in de weg staan. Indien bijvoorbeeld de wensen van agrariërs aansluiten bij het overheidsbeleid kan voor de ontwikkeling van producten wellicht gebruik worden gemaakt van subsidieregelingen. Daardoor zouden agrariërs over financiële middelen kunnen beschikken om producten door een professioneel communicatiebureau, zoals bijvoorbeeld Buro Kloeg te laten maken. Het is dan ook in het

belang van zowel de agrariërs als Buro Kloeg dat de (richtlijnen voor) educatieve of communicatieve middelen die worden ontwikkeld passen binnen het overheidsbeleid betreffende plattelandontwikkeling.

1.3 Doelstellingen

De eerste doelstelling van dit onderzoek is het formuleren van richtlijnen voor Buro Kloeg om communicatieve of educatieve producten te ontwikkelen die aansluiten bij de wensen van agrariërs in de Kromme Rijnstreek, die theoretisch onderbouwd zijn en die passen binnen het overheidsbeleid betreffende plattelandontwikkeling.

Een tweede doelstelling is om implicaties te formuleren ten aanzien van samenhangen tussen theorieën over NME en NME in de praktijk. Het gaat tevens om implicaties ten aanzien van samenhangen tussen overheidsbeleid betreffende plattelandontwikkeling en de wensen van agrariërs betreffende educatieve nevenactiviteiten, met als doel aan te geven waar mogelijk gebruik gemaakt kan worden van bestaande subsidieregelingen. Ontwikkelaars van NME-producten kunnen op grond van de resultaten van dit onderzoek verder onderzoek doen naar of producten ontwikkelen voor agrariërs in andere regio's (bijvoorbeeld Veluwe, Alblasserwaard) en voor andere aan natuur en milieu gerelateerde beroepspraktijken (bijvoorbeeld visserij, natuurbeheer). Dit betekent dat dit onderzoek een praktische en een theoretische relevantie heeft. De praktische relevantie, voor Buro Kloeg en andere productontwikkelaars, betreft de mogelijkheid om nieuwe producten te ontwikkelen voor de agrarische of andere aan natuur en milieu gerelateerde sectoren. Daarnaast is er een theoretische relevantie voor theorievorming over NME, met name wat betreft de samenhang tussen theorie en praktijk.

1.4 Onderzoeksvraagstellingen

Op grond van bovenstaande doelstellingen zijn de volgende vraagstellingen te formuleren:

1. Aan welke kenmerken dienen NME-producten qua inhoud en vorm te voldoen, willen deze aansluiten bij wensen en mogelijkheden van agrariërs in de Kromme Rijn streek, aansluiten bij overheidsbeleid betreffende plattelandontwikkeling en tevens theoretisch onderbouwd zijn vanuit een wetenschappelijke visie op NME?
 - a. Wat willen agrariërs in de Kromme Rijnstreek aan communicatieve of educatieve activiteiten realiseren op hun bedrijf?
 - b. Voor wie willen ze communicatieve of educatieve activiteiten realiseren?
 - c. Welke motieven hanteren deze agrariërs om communicatieve en educatieve activiteiten te realiseren op hun bedrijf?
 - d. Welke mogelijkheden (qua expertise, ruimte, tijd en financiën) hebben deze agrariërs om deze activiteiten te realiseren?
 - e. Welke visies op inhoud en doelstellingen van NME passen bij educatieve activiteiten op agrarische bedrijven?

- f. Welk beleidskader dat momenteel in relatie tot plattelandsontwikkelingen wordt gehanteerd is inhoudelijk en financieel interessant voor agrariërs?
2. Welke implicaties zijn op basis van de onderzoeksresultaten te formuleren t.a.v. mogelijke samenhangen tussen overheidsbeleid betreffende plattelandsontwikkeling en de wensen van agrariërs betreffende educatieve nevenactiviteiten?
3. Welke algemene richtlijnen zijn uit de bevindingen van het onderzoek af te leiden voor agrariërs in andere regio's en voor andere beroepspraktijken die gerelateerd zijn aan natuur en milieu en eveneens NME-activiteiten (willen) aanbieden als nevenactiviteit?
4. Welke implicaties zijn op basis van de onderzoeksresultaten te formuleren t.a.v. huidige theorievorming op het gebied van NME en t.a.v. mogelijke samenhangen tussen NME in theorie en NME in de praktijk?

Hoofdstuk 2 Werkwijze en methodologische verantwoording

2.1 Inleiding

Om de vraagstellingen te beantwoorden is een literatuurstudie gedaan naar verbrede landbouw en naar visies op NME, is het overheidsbeleid betreffende plattelandontwikkeling geanalyseerd en is een kwalitatief onderzoek uitgevoerd in de vorm van open interviews onder agrariërs in de Kromme Rijnstreek. In dit hoofdstuk worden deze werkwijzen toegelicht en verantwoord. Ook wordt aangegeven hoe de betrouwbaarheid van het onderzoek is bewaakt. Tenslotte wordt in dit hoofdstuk aangegeven hoe het rapport is opgebouwd.

2.2 Literatuuronderzoek

2.2.1 Natuur- en milieueducatie

De literatuur over NME betreft artikelen die zijn verkregen via de vakgroep NME van de Universiteit Utrecht. Deze artikelen zijn van zeer diverse auteurs en geven verschillende visies op NME weer. De visies op NME zijn geanalyseerd en met elkaar vergeleken. Vervolgens is stelling genomen en is een visie op NME beschreven die aansluit bij de agrarische sector. In hoofdstuk 8 wordt deze stellingname verantwoord en in verband gebracht met de resultaten van het kwalitatieve onderzoek onder agrariërs.

2.2.2 Verbrede landbouw

Literatuur over verbrede landbouw is verkregen door met verschillende zoektermen te zoeken op internet, namelijk combinaties van één van de woorden 'verbreding, verdieping, nevenactiviteiten of diversificatie' enerzijds en 'landbouw, agrariërs of agrarisch' anderzijds. Op deze wijze werden een aantal artikelen gevonden. De referenties van deze artikelen leverde nog enkele andere artikelen op. Naast deze literatuur zijn cijfers van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS) en het Landbouw Economisch Instituut (LEI) gebruikt. In deze literatuur wordt beschreven wat onder nevenactiviteiten of verbrede landbouw wordt verstaan, hoe de nevenactiviteiten zijn te onderscheiden, welke motivaties en uitgangspunten agrariërs hebben en wat de knelpunten zijn. De resultaten van dit onderzoek worden steeds gebruikt om de resultaten van het kwalitatieve onderzoek mee te vergelijken.

2.3 De beleidsanalyse betreffende plattelandontwikkeling

Voor het overheidsbeleid betreffende plattelandontwikkeling zijn alle beleidsstukken gelezen die gaan over nevenactiviteiten van agrariërs. Deze zijn alle te vinden op de website van het Ministerie van Landbouw Natuur en Visserij (LNV). In hoofdstuk 5 is een samenvatting van deze beleidsnota's gegeven.

2.4 Kwalitatief onderzoek

2.4.1 Onderzoekspopulatie en –steekproef

Als onderzoekspopulatie voor het kwalitatieve onderzoek is gekozen voor agrariërs in de Kromme Rijnstreek. Buro Kloeg is in deze streek gevestigd. Dit heeft het praktische voordeel dat de agrariërs eenvoudig zijn te bereiken. Bovendien is Buro Kloeg meer bekend met de eigenschappen van deze streek dan van andere gebieden. Daarnaast heeft Buro Kloeg al goede contacten met de landschapsbeheerders van Landgoed Amelisweerd, dat onderdeel uitmaakt van de Kromme Rijnstreek.

De Kromme Rijnstreek is genoemd naar de rivier de Kromme Rijn en onderscheidt zich van de omliggende gebieden zoals de Utrechtse Heuvelrug door een eigen cultuurhistorie (Romeinse grensgebied, Hollands waterlinie) en geologie (onder ander rivierkleiafzettingen). De in totaal tachtig agrarische bedrijven in de Kromme Rijnstreek zijn (melk)veehouderijen en groente- of fruitteeltbedrijven. Een aantal van deze bedrijven is aangesloten bij de verenigingen Vrienden van het Platteland en Terecht Anders. Van deze bedrijven was bekend dat zij nevenactiviteiten aanbieden.

Dit onderzoek richtte zich op nevenactiviteiten met educatieve en/of communicatieve aspecten. In deze activiteiten is er contact tussen agrariërs en niet-agrariërs. Het gaat om nevenactiviteiten als verkoop- en agrotouristische activiteiten (in de hoofdstukken 3 en 6 wordt uitgebreider ingegaan op typen nevenactiviteiten). Alleen agrariërs met educatieve en/of communicatieve nevenactiviteiten waren dus geschikt als respondent voor dit onderzoek.

Er werd in dit onderzoek gestreefd naar een respons, dat wil zeggen toestemming voor een interview, van twintig agrariërs. Daarvoor waren een aantal argumenten. Ten eerste leek twintig de maximale respons gezien het aantal agrariërs met nevenactiviteiten in de Kromme Rijnstreek. Ten tweede was dit het maximaal haalbare aantal interviews dat kon worden uitgewerkt in de beschikbare tijd voor het onderzoek. Ten derde is bekend dat twintig open interviews over het algemeen voldoende zijn voor een verkennend kwalitatief onderzoek om de gewenste informatie te verzamelen en de vraagstellingen te beantwoorden (Baarda et al, 1997).

Er zijn uiteindelijk elf interviews afgenomen. De reden hiervoor is dat slechts veertien agrariërs gevonden zijn met (een wens tot) nevenactiviteiten, waarvan er drie geen gelegenheid hadden voor een interview. Ondanks dit geringe aantal kan er van worden uitgegaan dat de meeste argumenten en meningen van agrariërs betreffende nevenactiviteiten in dit onderzoek naar voren zijn gekomen. Dit blijkt uit het gegeven dat ondanks het feit dat de respondenten verschillende type agrarische bedrijven hebben en verschillende type nevenactiviteiten realiseren, zij toch dezelfde aspecten benoemen in antwoord op de gestelde vragen. Daarnaast zijn alle type landbouw die in de Kromme Rijnstreek voorkomen in dit onderzoek vertegenwoordigd en hebben de respondenten zeer uiteenlopende nevenactiviteiten. Uit de interviews blijkt dat op een gegeven moment een verzadigingspunt was bereikt voor de inbreng van nieuwe informatie. Er werden bijvoorbeeld zeer uiteenlopende motivaties

genoemd door de agrariërs, die ook nog eens overeen komen met motivaties die in eerdere onderzoeken zijn gevonden.

De adressen en telefoonnummers van de meeste agrariërs met nevenactiviteiten zijn verkregen via de verenigingen voor verbrede landbouw Vrienden van het Platteland (heel Nederland) en Terecht Anders (Kromme Rijnstreek en Langbroekerwetering). Daarnaast zijn de telefoonnummers van de agrariërs in de Kromme Rijnstreek gevonden via de website van de Kamer van Koophandel.

2.4.2 Onderzoeksmethode kwalitatief onderzoek

Er is gekozen voor open interviews omdat het een eerste kwalitatieve verkenning betreft. Open interviews leveren meer en genuanceerder informatie op en bieden daarmee een mogelijkheid tot een zo volledig mogelijke beschrijving (Baarda, 1996).

Voor het werven van respondenten is telefonisch contact opgenomen met alle tachtig agrariërs in de Kromme Rijnstreek. Daarbij is een beknopte uitleg gegeven over het onderzoek. Daarbij werd, net als tijdens de interviews, aangegeven dat het een onderzoek betrof van de Universiteit Utrecht en een externe opdrachtgever. Buro Kloeg werd dus niet genoemd, om te vermijden dat de respondenten het onderzoek als een puur marktonderzoek zouden zien. De agrariërs is gevraagd of zij nevenactiviteiten hadden of van plan waren die in de toekomst te gaan doen en als dat het geval was of zij bereid waren om mee te werken aan het onderzoek. Met deze agrariërs volgde een gesprek van een half uur tot een uur. Deze gesprekken werden gevoerd in de vorm van een open interview. Daarvoor is door de onderzoeker een topicslijst met startvragen opgesteld, volgens de methode van Baarda *et al.* (1996 en 1997, Bijlage I). Het doel van deze gesprekken was om kennis te maken met de mensen, hun bedrijf en de wensen en mogelijkheden die zij hebben ten aanzien van nevenactiviteiten op hun bedrijf. Daarbij is zo veel mogelijk doorgevraagd naar de motieven van agrariërs om nevenactiviteiten te doen.

De gesprekken zijn op band opgenomen en vervolgens getranscribeerd tot tekstprotocollen. De analyse is gedaan volgens de methode van Baarda *et al.* (1996 en 1997) door de protocollen in te delen in fragmenten en deze fragmenten te voorzien van labels. Deze labels zeggen in het kort waar het fragment in essentie over gaat. Dit labelen van de protocollen is op intersubjectiviteit gecontroleerd doordat de protocollen door zowel de onderzoeker als haar begeleider zijn gelabeld en de uitkomsten vergeleken. Al de labels van de protocollen zijn verzameld en ondergebracht onder kernlabels (een beknopte versie hiervan is opgenomen als Bijlage II). Daarna werden verbanden gelegd tussen de verschillende labels volgens de netwerkanalyse (Baarda, 1997). De kernlabels vormen de thema's waarover de respondenten gesproken hebben. Deze thema's vormen in dit rapport de hoofdstukken 7 tot en met 11. De conclusies die op basis van dit onderzoek worden geformuleerd zijn te vinden in hoofdstuk 12. Aan de conclusies zijn aanbevelingen en implicaties verbonden. Met de conclusies en aanbevelingen worden de onderzoeksvragen beantwoord.

2.4.3 Betrouwbaarheid en validiteit van het kwalitatief onderzoek

Tijdens het onderzoek zijn enkele maatregelen genomen om de betrouwbaarheid van het onderzoek zo hoog mogelijk te maken. Ten eerste zijn alle interviews opgenomen op band. Op deze manier zijn alle gegevens van de interviews bewaard en is de kans op het selectief gebruiken van gegevens van de respondenten door de onderzoeker geminimaliseerd. Een tweede aspect wat de betrouwbaarheid van het onderzoek zou kunnen verkleinen zijn de meningen en voorkeuren van de onderzoeker, die de interviews kunnen kleuren. Door vooraf de eigen mening te expliciteren wordt dit zoveel mogelijk beperkt. De onderzoeker had vooraf geen uitgesproken mening over agrariërs met nevenactiviteiten. Wel lag er, vanwege de aanleiding van het onderzoek, namelijk de vraag van Buro Kloeg om de markt voor hun producten te onderzoeken, een lichte druk op de onderzoeker om in de interviews het punt betreffende mogelijke producten te benadrukken. Dit is vooraf besproken met de opdrachtgever. Vervolgens is besloten om Buro Kloeg niet bij name te noemen en open vragen te stellen, ook wat betreft de behoefte van agrariërs aan communicatie- en andere materialen.

Het onderzoek streeft ernaar de werkelijkheid die is onderzocht zo goed mogelijk weer te geven, ofwel er wordt gestreefd naar een hoge interne validiteit. De werkelijkheid van dit onderzoek is de situatie van agrariërs met nevenactiviteiten en alles wat daar bij komt kijken. Om deze werkelijkheid zo goed mogelijk weer te geven is gekozen voor open interviews, die op het bedrijf van de agrariërs werden afgenomen en werden voorafgegaan door een informeel gesprek over bijvoorbeeld de historie van het bedrijf of de omgeving. Het lijkt erop dat deze voorwaarden de agrariërs de gelegenheid gaven om hun mening te geven en te vertellen wat hen werkelijk bezig hield. Alle respondenten waren tijdens de interviews namelijk zeer open. Ze vertelden allen graag waar ze mee bezig waren en deden dat vaak terwijl ze het één en ander van het bedrijf lieten zien. De onderzoeker heeft meer sturende en afkappende vragen gesteld dan stimulerende. Het is tijdens de interviews niet voorgekomen dat respondenten een vraag niet wilde beantwoorden.

De resultaten van dit onderzoek zijn naast resultaten van eerdere onderzoeken gelegd. Overeenstemming in de resultaten van dit en eerdere onderzoeken is een indicatie voor een hoge interne validiteit (Baarda *et al.*, 1997).

2.5 Reflectie op het onderzoek

Het was de bedoeling dat tijdens het kwalitatieve onderzoek ook agrariërs geïnterviewd zouden worden die nu geen of weinig nevenactiviteiten hadden, maar wel van plan zijn om daar mee te beginnen. Dergelijke respondenten zijn tijdens het onderzoek echter niet gevonden. Deze agrariërs zouden mogelijk andere motieven of een andere mening kunnen hebben ten aanzien van de materialen en het overheidsbeleid.

Er is in dit onderzoek geen tijd geweest om de nevenactiviteiten in andere sectoren, zoals de visserij of natuurbeheer te onderzoeken.

2.6 Leeswijzer voor dit rapport

De structuur van dit rapport is vooral gebaseerd op de resultaten van het kwalitatieve onderzoek onder agrariërs. De thema's waarover de agrariërs spraken vormen de hoofdstukken 7 tot en met 11. Maar eerst wordt ingegaan op de drie aspecten van de eerste onderzoeksvraag, namelijk verbrede landbouw (hoofdstuk 3), een visie op natuur- en milieueducatie (hoofdstuk 4) en het overheidsbeleid betreffende verbrede landbouw (hoofdstuk 5). In hoofdstuk 6 wordt meer informatie gegeven over de respondenten van het onderzoek. In hoofdstuk 12 worden conclusies en aanbevelingen geformuleerd en de onderzoeksvragen beantwoord.

De citaten van respondenten vormen een essentieel onderdeel van dit rapport en zijn cursief in de tekst opgenomen. Woorden tussen [haken] zijn door de onderzoeker toegevoegd om aan te geven waar het citaat over gaat.

De blauwe tekstvakken zijn anekdotes die de onderzoeker tegenkwam tijdens het kwalitatieve onderzoek en dienen als illustratie van het betreffende thema.

In dit rapport worden enkele resultaten van het kwalitatief onderzoek vergeleken met beschikbare vergelijkbare resultaten uit eerdere onderzoeken. Deze onderzoeken worden in het kader hieronder kort toegelicht.

Onderzoeken waarin motivaties, vaardigheden en knelpunten van agrariërs met nevenactiviteiten naar voren komen.

1. Van den Ham *et al.* (1999): onderzoek naar wat de rol van nevenactiviteiten zou kunnen zijn in de toekomst van varkensbedrijven in Nederweert, Limburg.
2. Van den Ham & van der Schans (1999): onderzoek naar stimulansen en knelpunten bij verbreding bij melkveehouders in Zuid Holland.
3. Van der Ploeg (2000): onderzoek naar de mogelijkheid van het openstellen van agrarische gronden voor wandelaars.
4. Marktplan Adviesgroep (2003): onderzoek naar agrotourisme in Noord Brabant.
5. LaMi (2005): onderzoek naar knelpunten bij biologische boeren in Utrecht die educatieve nevenactiviteiten aanbieden.
6. WUR (2005): een onderzoek naar hoe multifunctionele agrarische bedrijven opereren, met de werktitel 'Kennissenetwerk Multifunctionele Landbouw', Aan dit onderzoek deden achttien agrarische bedrijven mee, die zich later 'Netwerk Waardewerken' hebben genoemd.

Hoofdstuk 3 Verbreding in de landbouw

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt besproken wat in de literatuur verstaan wordt onder verbrede landbouw (3.2) en in welke mate hiervan sprake is onder agrariërs in Nederland (paragraaf 3.3). Ook wordt aangegeven welke terminologie in dit rapport wordt gebruikt (3.4).

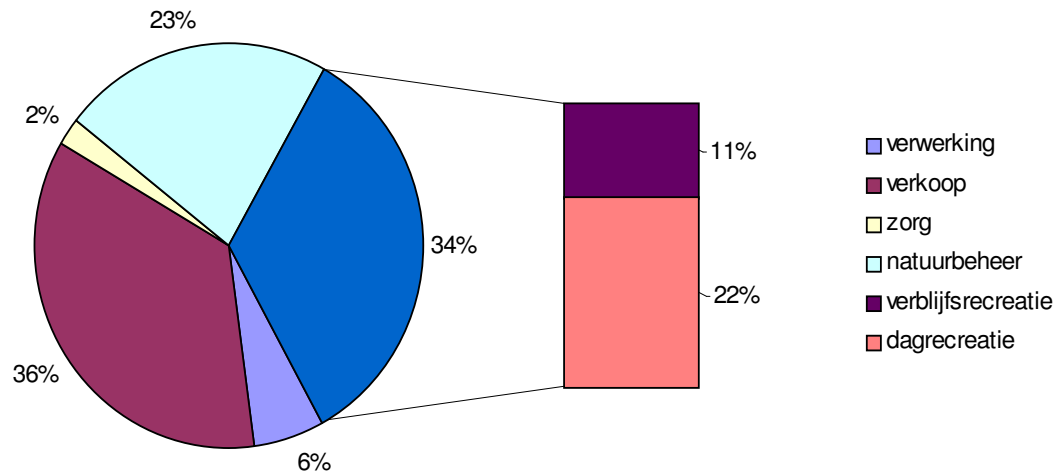
3.2 Definiëring en onderverdeling verbrede landbouw

Een eenduidige definitie van het begrip 'verbrede landbouw' ontbreekt. In de literatuur zijn twee verschillende benaderingen te vinden. De eerste is van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS) en het Landbouw Economisch Instituut (LEI) als weergegeven in de Land- en tuinbouwcijfers 2002 (CBS/ LEI, 2002). Een tweede benadering presenteert Van der Ploeg in het rapport 'Kleurrijk platteland' (2002). Het CBS/LEI verstaat onder verbrede landbouw bedrijven die zich bezighouden met agrotourisme, huisverkoop van land- en tuinbouwproducten, zorgtaken, beheerslandbouw en overige vormen van natuurbeheer en/of natuurproductie. Van der Ploeg (2002) maakt onderscheid tussen verbreding en verdieping van de landbouw. Verdieping is gericht op de uitbouw van de gangbare agrarische productie op het bedrijf. Daaronder vallen onder andere de verwerking van producten tot kwaliteits- en/of streekproducten en het zelf verkopen van deze producten. Verbreding is volgens Van der Ploeg gericht op het uitbouwen van het gewone landbouwbedrijf in een niet-agrarische richting. De hulpbronnen waarover het bedrijf beschikt worden benut om naast de gewone voedselproductie nieuwe activiteiten te ontwikkelen, zoals beheer van natuur en landschap, agrotourisme, zorglandbouw, maneges, opslagfaciliteiten, energieproductie enzovoorts. Verwerking en verkoop vallen voor het CBS/LEI dus onder verbreding, terwijl Van der Ploeg dat verdieping noemt. De overheid gebruikt in haar rapporten de definiëring van het CBS/LEI. In paragraaf 3.4 wordt aangegeven welke terminologie in dit rapport gebruikt wordt.

3.3 Verbrede landbouw in cijfers

Volgens Van der Ploeg (2002) is ongeveer 40% van de agrarische sector bezig met verbreding (in zijn woorden: met verbreding en verdieping). Het CBS komt in 2003 uit op een veel lager getal (23%), wat waarschijnlijk te maken heeft met de definiëring en afbakening van het begrip nevenactiviteiten en, volgens Van der Ploeg (2002), met de wijze van registratie van agrariërs. Van der Ploeg heeft een schatting gedaan naar agrariërs die niet met hun nevenactiviteiten geregistreerd staan, terwijl CBS alleen de geregistreerde agrariërs meeneemt. Het CBS zegt echter dat in 2003 het voor agrariërs verplicht was om zich te registreren en zij dus veruit de meeste agrariërs wel hebben meegenomen in hun cijfers. In Figuur 1 is de verdeling van typen nevenactiviteiten volgens CBS/LEI in weergegeven.

Verkoop en recreatie, de typen waar dit onderzoek zich op richt, zijn volgens CBS/LEI de meest voorkomende typen activiteiten binnen de verbrede landbouw.



Figuur 1 De verdeling van verschillende typen nevenactiviteiten volgens het CBS en LEI in 2003

3.4 Gebruik van terminologie in dit rapport

In dit onderzoek worden de termen verbreding en nevenactiviteiten gebruikt zoals het CBS en het LEI dit doen. Echter het onderzoek dat dit rapport beschrijft is alleen gericht op bepaalde typen nevenactiviteiten, namelijk activiteiten met een educatief en/of communicatief aspect. Ofwel activiteiten waarbij het contact tussen agrariërs en niet-agrariërs een essentiële rol speelt, zoals verkoop en recreatieve activiteiten. Als in dit rapport over nevenactiviteiten of verbreding wordt gesproken, wordt dus bedoeld verbreding of nevenactiviteiten waarbij het contact tussen agrariërs en niet-agrariër een essentiële rol speelt. Gemakshalve wordt deze achtervoeging steeds weggelaten. Wanneer het in dit rapport om andere type nevenactiviteiten gaat wordt dit expliciet vermeldt. Een onderscheidt tussen nevenactiviteiten waarbij contact tussen agrariërs en niet-agrariërs wel of geen essentiële rol speelt is in de literatuur nog niet gemaakt. Deze onderverdeling is een logisch gevolg van de aanleiding van dit onderzoek, namelijk de vraag of er een markt is voor communicatieve en/of educatieve producten onder agrariërs die niet-agrariërs op hun bedrijf laten komen. In Tabel 1 is deze onderverdeling samen met die van het CBS/Lei en Van der Ploeg weergegeven.

Tabel 1 De verschillende onderverdelingen van verbrede landbouw

Type activiteit	Indeling CBS/LEI (2003)	Van der Ploeg (2002)	Indeling in dit onderzoek
Verwerking	Verbreding	Verdieping	Verbreding zonder contact agrariërs en niet-agrariërs
Verkoop			Verbreding
Recreatie			
Zorg			
Natuurbeheer		Verbreding zonder contact agrariërs en niet-agrariërs	

Hoofdstuk 4 Natuur- en milieueducatie

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het literatuuronderzoek naar natuur-en milieueducatie (NME) beschreven. In de volgende paragraaf wordt stelling genomen wat betreft de doelstelling van NME. In paragraaf 4.3 wordt toegelicht waarom de gekozen visie aansluit bij de agrarische sector.

4.2 De algemene doelstelling van natuur- en milieueducatie

Er zijn verschillende visies op de doelstelling van NME. Eén van deze visies is dat NME regels en waardepatronen dient aan te reiken die horen bij een 'ecologisch aangepaste' en 'niet-milieubelastende vorm van consumptie en productie' (Vermeersch, 1995, p.151; Spaargaren, 1995, p.34). Spaargaren redeneert vanuit de milieuproblematiek en de uitputting van grondstoffen. Het oplossen van deze problemen wil hij doen door mensen ander gedrag aan te leren; zijn doel is dus een gedragsdoel en geen educatief doel. Tussen deze twee bestaat een groot verschil. Het doel van educatie in het algemeen wordt door onder andere de didactici Alblas & Wals (1995, p. 44) Meijer (1995, p.25 en 31) en Van Oers (1995, p.111) geformuleerd als het ontwikkelen van betrokkenheid, persoonlijke verantwoordelijkheid en zelfstandigheid in denken en doen van (toekomstige) volwassenen.

Educatie is gericht op de persoonvorming van mensen. Een gedragsdoel, waarbij bepaald gedrag, gedragsregels of selectieve waarden worden aangegeven of gepromoot, past niet bij NME of welke vorm van educatie dan ook. Ten eerste gaat een dergelijke doelstelling voorbij aan het gegeven dat mensen 'zelf kunnen denken, oordelen, kiezen en hun handelen bepalen' (Meijer, 1995, p. 23). Ten tweede is deze doelstelling praktisch onhoudbaar. (Sociaal-)psychologische inzichten tonen aan dat mensen aangeboden gedragsregels niet zomaar gebruiken. Daarbij is geconstateerd dat er geen consistentie is tussen menselijk denken en doen, overtuiging en handelen. In conflictsituaties bijvoorbeeld zijn mensen, geneigd te kiezen voor individuele (en korte termijn) in plaats van collectieve (en lange termijn) voordelen (Meijer, 1995, p. 24-25), ook al geven zij op een ander moment aan een overtuiging te hebben die haaks op hun handelen staat. Ten derde zijn gedragsregels en waardepatronen gebonden aan de actuele, voorlopige kennis en dus veranderlijk. Het is daarom functioneler de kennis en het historische en voorlopige karakter ervan als leerinhoud aan te bieden, samen met verschillende handelingsperspectieven, op grond waarvan een individu of praktijk nu en in de toekomst zelfstandig handelingskeuzes kan maken. Met andere woorden: een visie op NME die doelen nastreeft die buiten educatie liggen is niet houdbaar en ook niet zinvol.

Een visie op NME die is gericht op de persoonsvorming van mensen beoogt het ontwikkelen van betrokkenheid, persoonlijke verantwoordelijkheid en zelfstandigheid in denken en doen met betrekking tot natuur en milieu. Natuur en milieu maken in het dagelijkse leven deel uit van de leefomgeving van mensen. Hovinga (2004, p. 40) formuleert het doel van NME als 'het

toerusten van mensen om de verantwoordelijkheid voor de kwaliteit van het leven en de leefomgeving te nemen voor hier en nu en voor elders en later'.

Mensen beïnvloeden door hun doen en laten de kwaliteit van de leefomgeving. Andersom hebben natuur en milieu betekenis voor mensen, in die zin dat natuur bijvoorbeeld voedsel voortbrengt, en ontspanning en inspiratie geeft. Om mensen in hun verantwoordelijkheid voor hun leefomgeving toe te rusten is kennis over en inzicht nodig in de verwevenheid van enerzijds natuur en milieu en anderzijds het doen en laten van mensen. In leerinhouden beoogt NME ook deze te verhelderen (Hovinga, 2007). Voor inzicht in deze verwevenheid en om zelf handelingsalternatieven te kunnen beoordelen is een zekere basiskennis van de natuur nodig, de zogenaamde 'ecologische basiskennis' (Hovinga, 2004, p.42; Margadant-van Arcken, 1995, p. 85). Dit betekent echter niet dat enkel met een uitgebreide kennis van de natuur overgegaan kan worden tot het leren over relaties van mensen met natuur (Margadant-van Arcken, 1995. p. 85).

Kinderen gaan dagelijks om met de natuur als zij bijvoorbeeld buiten spelen, beroepen als boer of groenteman naspelen en eten of drinken. Aan de hand van deze dagelijkse omgang kan de verwevenheid van mensen met natuur worden toegelicht.

Samengevat biedt NME de mogelijkheid om kennis over natuur en milieu, inzicht in de verwevenheid tussen mensen en natuur en in handelingsperspectieven te verwerven. Op deze manier worden mensen in staat gesteld om zelfstandig verantwoordelijkheid te nemen voor de kwaliteit van het leven en de leefomgeving voor hier en nu en voor elders en later.

4.3 NME en de agrarische sector

De agrarische sector is een waardevolle leeromgeving voor NME met een toerustende taak, zoals beschreven in de vorige paragraaf. Het thema voedselproductie biedt mogelijkheden om alle genoemde bouwstenen te verwerven, te weten: kennis over de natuur (bijvoorbeeld aan de hand van de groei van plant en dier), inzicht in betekenissen van natuur in het leven van mensen (eten, ontspanning enz) en in hoe mensen de natuur beïnvloeden (aan de hand van telen, besproeien, bestrijdingsmiddelen, mest enz). De verwevenheid tussen mensen en natuur kan aan de hand van voedselproductie nadrukkelijk worden ervaren. Bijvoorbeeld in het gebruik van de aardappel die door mensen wordt gepoot, via een natuurlijke weg uitgroeit tot een nieuwe plant met nieuwe aardappels, door mensen wordt geoogst en verwerkt tot chips en vele zetmeelproducten.

De agrarische sector is een rijke leeromgeving die past binnen een visie op NME met een toerustende taak.

Hoofdstuk 5 Het overheidsbeleid aangaande plattelandsontwikkeling

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste punten uit het beleid van de landelijke overheid aangaande plattelandsontwikkeling beschreven. Dit beleid is verspreid over verschillende beleidsnota's en -rapporten, welke in paragraaf 5.2 kort worden toegelicht.

5.2 Rapporten over het overheidsbeleid plattelandsontwikkeling en landbouw

Het overheidsbeleid ten aanzien van landbouw en plattelandontwikkeling wordt in een aantal verschillende beleidsnota's en -rapporten beschreven. Het algemene overheidsbeleid betreffende het platteland is beschreven in de 'Agenda voor een Vitaal Platteland' (AVP, Ministerie Van LNV, 2004a). In het rapport 'Kiezen voor Landbouw' (KVL, Ministerie van LNV, 2005), staat het beleid betreffende het totale agrokluuster, de primaire land- en tuinbouw en de toeleverende en verwerkende industrie centraal. De rapporten KVL en AVP zijn samen met de nota 'Natuur voor mensen, mensen voor natuur' (Ministerie van LNV, 2000a) de hoofddocumenten van het ministerie van LNV ten aanzien van landbouw, platteland en natuur.

Het AVP wordt voor het tijdsvak 2007-2013 concreet uitgewerkt in het 'Meerjarenplan Vitaal Platteland 2007-2013' (MJP2,). Daarnaast is er het 'Plattelandsontwikkelprogramma' (POP). In het POP worden de onderdelen van het landbouw- en plattelandsbeleid opgenomen waarmee Nederland uitvoering geeft aan de doelen en prioriteiten van het EU-plattelandsbeleid en waarvoor EU-cofinanciering kan worden aangewend. In paragraaf 5.3 tot en met 5.5 worden samenvattingen gegeven van beleidsdoelstellingen en maatregelen uit bovengenoemde rapporten die betrekking hebben op verbreding van de landbouw in Nederland.

5.3 Overheidsbeleid platteland in MJP2

De Nederlandse overheid streeft naar een 'leefbaar, vitaal en duurzaam platteland' (Ministerie van LNV, 2006a, p. 5). In het MJP is dat uitgewerkt in veelzijdige natuur, vitale landbouw, recreatief aantrekkelijk Nederland, landschap met kwaliteit, waterbeheer op orde, impuls aan aandachtsgebieden en sociaal-economische vitaliteit.

De overheid wil 'recreatief aantrekkelijk Nederland ontwikkelen en behouden' door (p. 36)

- Een gezond en wervend woon- en werkklimaat.
- Behoud en versterking van de ruimtelijke variatie tussen stad en land.
- Versterken van de verbinding tussen stad en land.
- Opheffing van de nog bestaande tekorten aan dagrecreatiemogelijkheden en het voorkomen van nieuwe tekorten.

- Ontwikkelen en versterken van toegankelijkheid groene ruimte voor recreatief gebruik in natuurgebieden, nationale landschappen en op landbouwgronden.
- Ruimte voor recreatief ondernemerschap.

5.4 Landbouwbeleid in 'Kiezen voor Landbouw'

In het rapport 'Kiezen voor Landbouw' (Ministerie van LNV, 2005) stelt de overheid dat verbredingsactiviteiten zorgen voor een goed contact tussen landbouw en samenleving en ook de leefbaarheid van het platteland vergroten (p. 57). De rol van de overheid wordt opnieuw vastgesteld en is te typeren als 'zorgen dat' in plaats van het vroegere 'zorgen voor'. Hiermee wordt bedoeld dat LNV voor het nastreven van hun doelen een groter beroep doet op de eigen verantwoordelijkheid van agrarische ondernemers en burgers. De overheid schept condities en randvoorwaarden en de bedrijven en burgers moeten daarbinnen naar eigen inzicht antwoorden vinden op (maatschappelijke) problemen en uitdagingen. Het POP is één van de condities waarmee de overheid de agrarische sector wil stimuleren in haar rol als economische motor, vernieuwer en beheerder van het landelijk gebied.

5.5 Het Plattelantontwikkelprogramma (POP)

De Europese regeringsleiders hebben in 1999 in Berlijn besloten om aanzienlijke bedragen uit te trekken voor de versterking van het platteland van Europa. Nederland heeft in 2000 bij de Europese Commissie een plan ingediend, te weten het Plattelantontwikkelprogramma 2000-2006 (POP 1, Ministerie van LNV, 2000b), waarin alle doelen en instrumenten zijn verwoord voor de genoemde periode. In april 2006 is een conceptversie van POP2 (voor de periode 2007-2013) gepubliceerd. Boeren zullen in het nieuwe Nederlandse POP de belangrijkste begunstigen zijn van de maatregelen. De ontwikkeling van het ondernemerschap staat in het POP2 centraal. Dit geldt voor de maatregelen bedoeld voor het versterken van de concurrentiekracht, maar evenzogoed voor de maatregelen gericht op het beheer van natuur en landschap en diversificatie van de regionale economie. (Ministerie van. LNV, 2006b, p.24). POP 2 bestaat uit vier assen zal bestaan, waarvan as 3 en 4 betrekking hebben op diversificatie van het platteland.

5.5.1 As 3 van het POP

As 3 gaat over de leefkwaliteit op het platteland en diversificatie van de plattelandseconomie en bestaat uit:

- Maatregelen om de plattelandseconomie te diversifiëren.
- Maatregelen ter verbetering van de leefkwaliteit op het platteland.
- Maatregelen ter bevordering van toeristische activiteiten.

Het stimuleren van diversificatie op het platteland naar niet-agrarische activiteiten heeft als doel om het economische draagvlak te verbreden en de multifunctionaliteit van het landelijk gebied te bevorderen. Het omvat zowel de diversificatie van landbouwbedrijven naar niet-agrarische activiteiten, als de oprichting en ontwikkeling van micro-ondernemingen (in Nederland vallend onder het begrip MKB, midden- en kleinbedrijf) en de bevordering van

toeristische activiteiten (Ministerie van LNV 2006b). Diversificatie kan een oplossing zijn voor het afnemende economische draagvlak van de landbouw, omdat het extra inkomsten en meer bestaanszekerheid kan genereren. Diversificatie kan nieuwe perspectieven bieden voor bedrijfsopvolging door de jonge generatie. Ook dient samenwerking van landbouw met andere economische activiteiten op het platteland, zoals micro-ondernemingen, zorgcombinaties of regionale ketenafzet te worden gestimuleerd. Diversificatie draagt bij aan de toegankelijkheid en multifunctionaliteit van het landelijk gebied en versterkt de cohesie tussen platteland en stad. Vooral waar het gaat om dienstverlenende vormen van diversificatie (zoals kinderopvang, zorg en educatie) biedt het bij uitstek kansen voor vrouwen en jongeren op de arbeidsmarkt.

Economische versterking van vooral de toeristische sector op het platteland is kansrijk om de economische basis op het platteland te versterken. Het doel van de activiteiten is, om - eventueel via een gebiedsgerichte aanpak - de kwaliteit van het recreatief product in het landelijk gebied te bevorderen en routenetwerken voor plattelandstoerisme te realiseren (natuur, water, cultuurhistorie). Het toerisme vormt een groeiende economische drager voor het platteland, hetgeen belangrijk is nu de landbouw een steeds kleinere bijdrage levert aan de werkgelegenheid.

5.5.2 As 4 van het POP

As 4 bestaat uit het 'LEADER+ programma', LEADER staat voor *Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale*, en is een Europees experimenteel programma waarmee sociaal-economische impulsen op gebiedsniveau (lokaal) worden gegeven. De Leader-aanpak draagt bij aan de inhoudelijke doelstellingen van de assen 1, 2 en vooral as 3. Dit gebeurt door middel van financiering van lokale en regionale initiatieven. Initiatiefnemers van LEADER+projecten kunnen private partijen, plaatselijke verenigingen, provincies en gemeenten zijn. Dit programma is gestart in 2000 en wordt in een aantal gebieden in Nederland gebruikt, onder andere in de Kromme Rijnstreek. Van de totale subsidiegelden van POP 2 gaat 30% naar as 3 en 10% naar as 4.

In Nederland ligt de verantwoordelijkheid voor een sociaal en economisch vitaal platteland voornamelijk bij de regionale en lokale overheden en het particulier initiatief. In het licht van de bestuurlijke afspraken tussen de verschillende overheidslagen in Nederland worden de doelstellingen onder as 3 in Nederland via regionale beleidsopgaven uitgewerkt (regionaal maatwerk).

5.6 Overheidsbeleid natuur- en milieueducatie (NME)

In deze paragraaf wordt het overheidsbeleid samengevat waar het gaat over NME in combinatie met platteland en landbouw, zoals verwoord in de nota's 'Natuur voor mensen, mensen voor natuur' (Ministerie van LNV, 2000a) en 'Vitaal en Samen' (Ministerie van LNV, 2004b).

Het hoofddoel van het natuurbeleid zoals beschreven in de eerstgenoemde nota, is het realiseren van een ontwikkeling naar een duurzame samenleving. Dit houdt ondermeer in het

creëren van een draagvlak voor natuur en natuurbeleid. Hiervoor zijn doelstellingen geformuleerd zoals 'het vergroten van het natuurbewustzijn in de samenleving', 'de samenleving aanspreken op eigen verantwoordelijkheid voor natuur en landschap' en 'inspelen op mensenwensen: belevings- en gebruikswaarden natuur' (p 16 en 17).

In de nota wordt gesteld dat het draagvlak voor natuurbeleid in de samenleving wordt bevorderd door 'kennis over natuur en bewustzijn van het belang van natuur te vergroten' (p.18). NME blijft een speerpunt om kennis, houding, vaardigheden en waardenvorming over natuur beschikbaar en toegankelijk te maken (p.92). Natuur moet 'naar het hart van de samenleving' en 'verankerd in harten van mensen en in beslissingen van burgers, ondernemers, maatschappelijke organisaties en overheden' (p. 28). Voor het aanspreken van de maatschappij op de eigen verantwoordelijkheid zal onder meer het bedrijfsleven worden aangesproken op de verantwoordelijkheid voor de inrichting van duurzame productieprocessen. Daarbij speelt ook het informeren van de consumenten over natuuraspecten een rol, met name in de visserij en de landbouwsector. Ook van agrariërs wordt gevraagd dat zij meer duurzaam gaan produceren, onder andere door afspraken te maken en door overdracht van kennis op het gebied van natuur en milieu (p.44).

In de nota Vitaal en Samen, het LNV-beleidsprogramma voor 2004-2007, stelt het ministerie van LNV dat het contact tussen mens en natuur [moet] verbeteren. Via het te ontwikkelen systeem van Groene Diensten wordt tot stand gebracht dat onder andere agrarische ondernemers die bijdragen aan de kwaliteit van natuur en landschap, recreatieve toegankelijkheid en waterbeheer worden beloond (p. 32).

In Leren voor Duurzame Ontwikkeling, het programma dat een vervolg is op beleidsprogramma's over NME, wordt de landbouw niet genoemd, behalve in een voorbeeld van 'Duinboeren'. Daar wordt gesteld dat het doel van de activiteiten van de Duinboeren is om het contact tussen producent en consument te herstellen (Ministerie van LNV, 2004, p.37).

Hoofdstuk 6 De nevenactiviteiten van de respondenten

6.1 Inleiding

De elf agrariërs die aan dit onderzoek hebben deelgenomen verschillen in type landbouwbedrijf en in de nevenactiviteiten die zij aanbieden. In dit hoofdstuk worden de agrariërs aan het woord gelaten over hun nevenactiviteiten, wat ze doen en wanneer. In het volgende hoofdstuk wordt in gegaan op de motivatie van de agrariërs.

Tabel 2 De nevenactiviteiten en type landbouwbedrijf van de respondenten van het kwalitatieve onderzoek.

Resp	Type bedrijf	Nevenactiviteiten		
		Verkoop	Recreatief	Gericht informeren
1	Melkvee (koeien)	Kaas	Kinderfeestjes Feesten/catering	Rondleidingen
2	Fruit (kersen, appels en peren)	Kersen	Jaarlijks Kersenfestival Feesten/catering Tentoonstelling	Rondleidingen
3	Fruit (appels en peren)	-	Sport en spel: fruitspelen Feesten/catering	-
4	Melkvee (koeien)	Kaas en andere zuivelproducten	-	Open stellen bedrijf Schoolklassen
5	Melkvee (koeien)	-	Sport en spel (o.a. boerengolf) Bed & breakfast	Rondleidingen
6	Melkvee (geiten)	Geitenkaas IJs Aardbeien zonnebloemen	Kinderspelletjes	Open stellen bedrijf Schoolklassen
7	Vleesvee (koeien) en akkerbouw	-	Camping Knutselpakketjes	Open stellen bedrijf
8	Melkvee (koeien) en akkerbouw	Kaas en andere zuivelproducten	Landbouwmuseum	Open stellen bedrijf
9	Fruit (bessen, bramen en frambozen)	-	-	Open stellen bedrijf
10	Wol (schapen)	Wolproducten	Jaarlijkse open dag	Open stellen bedrijf Schoolklassen
11	Melkvee (koeien)	-	Camping Sport en spel (o.a. boerengolf) Kinderfeestjes Feesten/catering	Open stellen bedrijf

6.2 De type nevenactiviteiten van de respondenten

Tabel 2 geeft een overzicht van de typen landbouw en de nevenactiviteiten van de respondenten. Alle landbouwtypen die in de Kromme Rijnstreek voorkomen, zijn vertegenwoordigd onder de respondenten. De nevenactiviteiten van de respondenten zijn te verdelen in drie categorieën: verwerking en verkoop, recreatie en gericht informeren. Verwerking en verkoop van producten zijn in dit onderzoek samengenomen, omdat alle

bedrijven die hun grondstoffen verwerken tot producten, deze ook zelf verkopen. Daarbij verkopen zij naast hun eigen verwerkingsproducten ook nog andere spreekproducten.

In dit onderzoek realiseren zes respondenten verwerkings- en verkoopactiviteiten. Gericht informeren wordt in de literatuur niet als type nevenactiviteit onderscheiden. In dit onderzoek is dit wel gedaan omdat één respondent nadrukkelijk aangeeft dat hij geen georganiseerde recreatieve activiteiten wil aanbieden, maar wel het bedrijf openstelt voor iedereen die iets willen weten. Ook andere agrariërs geven rondleidingen op hun bedrijf, waarbij zij vertellen over de dagelijkse praktijk van hun agrarische bedrijfsvoering.

Het tegenovergestelde van gericht informeren is spontaan informeren. Dit wordt echter niet als aparte activiteit onderscheiden, omdat de respondenten aangeven dat dit altijd tijdens andere activiteiten plaatsvindt. In de woorden van één van de respondenten: *'Ja, informatie geven over het bedrijf dat gaat vanzelf, er komen vanzelf vragen.[...] Sommige mensen komen natuurlijk gewoon om iets te doen, een vrijgezellenfeestje bijvoorbeeld. Die willen gewoon lol, [...] maar dan noch krijg je wel vragen hoor, en dan vertel je iets over het melken of zo.'*

Zeven van de elf agrariërs stellen hun bedrijf open voor iedereen die een kijkje wil nemen. Zo zegt een respondent met een boerderijwinkel : *Het is hier altijd open, de mensen mogen in principe overal rondkijken. Als ze kaas komen kopen kijken ze ook rond en als ze wat willen weten vertel ik ze wel wat ja, over het kaasmaken enzo.'*

Ook andere respondenten geven aan dat mensen altijd welkom zijn: *'Ja, in principe mogen ze overal komen, dat vinden ze ook leuk. En als ze wat willen weten vertel ik ze wel wat ja, als ze er naar vragen'. 'De mensen die mogen overal kijken. Maar bij de lammerenopfokstal, dan ben ik wat voorzichtiger, vanwege infecties. Maar verder mogen ze alles zien, ik heb niks te verbergen. Ik werk naar eer en geweten, dus dat ik het netjes doe.'*

Boerengolf®, de snelst groeiende buitensport van Nederland en België. Boerengolf® is een variatie op het reguliere Golfspel waarbij een boerengolfbaan met 10 holes in zo min mogelijk slagen moet worden afgelegd. Boerengolfen is uitgedacht in de Achterhoek bij Kaasboerderij Weenink in Lievelede en is voor het eerst gespeeld op de weilanden van deze Kaasboerderij. Het aantal boerengolfbanen groeit gestaag. Van een paar boerengolfbanen begin 2004 tot meer dan 100 boerengolfadressen eind 2006.

Boerengolfen is lekker lopen in de natuur en door weilanden met vrienden, familie of collega's. Voor Boerengolf® is geen diploma vereist. Iedereen kan het spelen ongeacht leeftijd of sportieve aanleg.

Bron: www.boerengolf.nl



Tien van de elf respondenten bieden een vorm van recreatie aan. Deze activiteiten lopen uiteen van sport en spel (zoals boerengolf), tot verblijfsrecreatie (zoals een camping of een Bed&Breakfast). In Tabel 2 wordt voor elke respondent weergegeven welke vorm van recreatie zij aanbieden. De sport en spelactiviteiten zijn door de agrariërs zelf bedacht en ook de materialen zijn zelf gemaakt. Een uitzondering hierop is het boerengolf, dat inmiddels een eigen stichting heeft (Stichting Boerengolf) met het geregistreerde handelsmerk 'Boerengolf®' en een Vereniging van Boerengolfbaaneigenaren (zie kader).

6.3 De tijdsinvestering in nevenactiviteiten

Er zijn grote verschillen in de hoeveelheid tijd die respondenten aan hun nevenactiviteiten besteden. Sommige agrariërs verwelkomen het hele jaar mensen op hun bedrijf voor een rondleiding, bedrijfs- en familie-uitjes of kinderfeestjes. Andere respondenten geven aan dat zij alleen in een bepaalde periode hun nevenactiviteiten aanbieden (bijvoorbeeld tijdens de kersen oogst of in het voorjaar als de lammetjes worden geboren). Hiervoor wordt ondermeer de volgende reden gegeven: *'Wij zijn er ook niet zo de mensen naar om altijd maar groepen te ontvangen, we houden daar eigenlijk niet zo van. In die ene periode wel, dan zit je helemaal in het ritme, en dan is ook leuk [nadruk], dan heb je echt wat te laten zien, die continue bedrijvigheid van kersenpluk, sorteren en verkopen, vogels verjagen en de mensen vinden dat prachtig en dat motiveert ook wel. Maar om bijvoorbeeld in deze tijd van het jaar [april] groepen te ontvangen, nee daar hebben we niet zo'n zin in. Maar met de kersenperiode vinden we het heel leuk hoor, dan zijn de mensen ook heel enthousiast.'*

Deze agrariër wil graag zijn eigen interesses, namelijk de traditie van de kersen oogst, delen met andere mensen en daarom realiseert hij tijdens de kersen oogst activiteiten. In hoofdstuk 7 wordt verder ingegaan op motivaties van agrariërs om nevenactiviteiten aan te bieden.

De hoeveelheid tijd die de respondenten besteden aan hun nevenactiviteiten hangt samen met de mate waarin zij financieel afhankelijk zijn (geworden) van hun nevenactiviteiten. Eén respondent geeft aan dat zijn recreatieve nevenactiviteiten een groot deel van zijn inkomsten vormen, terwijl andere responderen geen vergoeding vragen voor hun recreatieve activiteiten. Wel kunnen bij deze agrariërs de recreatieve nevenactiviteiten de verkoop van hun producten stimuleren en zo van invloed zijn op de inkomsten van de agrariër.

Samenvattend is er een grote verscheidenheid in nevenactiviteiten, zowel qua aard als vorm. Dit maakt expliciet dat agrariërs zelfstandig te werk gaan en volop gebruik maken van de voordelen van het eigen ondernemerschap. In hoofdstuk 9 wordt nader ingegaan op de uitgangspunten die agrariërs hebben bij de uitvoering van hun nevenactiviteiten.

Hoofdstuk 7 'De meeste kinderen hebben nog nooit een koe gezien'

De doelen van agrariërs met hun nevenactiviteiten en de motivaties die zij daarbij hebben.

7.1 Inleiding

Agrariërs hebben verschillende doelen voor ogen met hun nevenactiviteiten. Bij deze doelen horen motivaties. In dit hoofdstuk worden de verschillende motivaties en doelen van de agrariërs besproken.

7.2 'Maak je melk dan niet van poeder en water?' Onwetendheid en imago als motief

Acht van de elf respondenten geven aan dat het opvalt hoe weinig mensen weten over de voedselproductie in de agrarische sector en alles wat daar mee te maken heeft. Een respondent die veel kinderen ontvangt zegt: *'Ja, de meeste kinderen hebben nog nooit een koe gezien. Ze weten niet waar de melk vandaan komt. En dat kunnen ze hier allemaal zien.'* Over schoolklassen die naar het kaasmaken komen kijken vertelt een respondent: *'Oh ja, er komen ook scholen. Dat is ook heel leuk. Kinderen zien dan dat melk uit koe komt. Maak je melk niet met poeder en water, vragen ze dan. Zelfs in Nederland weten kinderen dat niet meer. Ik vind dat een slechte zaak dat kinderen dat niet meer weten. Ja, een kwalijke zaak vind ik dat. Vooral in Nederland. En hier in deze streek ook nog.'*

Het valt de agrariërs tevens op dat mensen niet begrijpen hoe de natuur werkt. Een respondent met een schapenbedrijf vertelt: *'Dan krijg je kinderen op je erf, die hebben geen benul hoe het met dieren gaat. Dan denk ik, dat zou toch niet moeten. We hadden een keer een kindje die had een ei van de kippen, dan komt 'ie vragen wanneer er een lammetje uitkomt.'* In het kader is een andere anekdote van deze respondent beschreven.

Een andere respondent ziet ook een gebrek aan algemene natuurkennis bij zijn bezoekers: *'Ik heb hier [in de winkel] kruiden uit het weiland opgehangen, wat ze onkruid noemen hè. De mensen weten niet dat dat zo mooi is, al die bloeiende planten. Dat zien ze niet. En ik zeg dan maar dat dat in de kaas zit. Nou ja ze groeien allemaal in het weiland, dus de koeien eten het. Haha, dus het zit erin. Ze weten helemaal niet dat dat er groeit en hoe mooi dat er uit ziet.'*

Mensen kennis bijbrengen over hoe de natuur werkt is voor deze agrariërs één van de doelen van hun nevenactiviteiten. Eén respondent verwoordt zijn motief: *'Ja, de onwetendheid, dat brengt weer vooroordelen met zich mee, dat merk je wel, dus je imago enzo, dat wordt bepaald door onwetendheid. Ja, ik vind het daarom belangrijk dat kinderen weten hoe het gaat bij de boer.'*

Ook een andere respondent legt het verband tussen een gebrek aan kennis en het imago van de landbouw: *'Mensen hebben vaak vooroordelen over agrariërs, en vaak negatief. Dan heb je een slecht imago.'* Volgens een andere respondent is het niet alleen de onwetendheid van

de mensen die het imago van de landbouwsector bepaalt: *'Er is zoveel onwetendheid, en wat ze weten horen ze via de media. Nou, als je weet wat die je wijs maken.'*

Voor de jaarlijkse Open Dag van zijn schapenbedrijf plaatst een respondent het programma in de plaatselijke krant. Bij sommige onderdelen, zoals het scheren van de schapen worden ook de tijden vermeld. In de bewuste advertentie staat ook dat er die dag lammetjes geboren zullen worden, simpelweg omdat er in die tijd van het jaar elke dag schapen lammeren. De dag voor de Open Dag wordt de respondent gebeld door een belangstellende met de vraag: 'Maar hoe láát worden de lammetjes geboren?'



Het verbeteren van het imago van de landbouw in de samenleving is voor deze agrariërs een belangrijk motief voor hun nevenactiviteiten. Deze agrariërs vinden een persoonlijk contact met de doelgroep belangrijk. Zij willen onder andere door een persoonlijke communicatie zoveel mogelijk onwetendheid bij hun bezoekers weg nemen en hopen zo de vooroordelen en het slechte imago uit de weg te ruimen.

De drie agrariërs die het verminderen van onwetendheid niet noemen als doel van hun nevenactiviteiten, zijn sterker gericht op vermaak. Het hebben van 'contact met mensen' wordt door deze groep als motivatie voor hun nevenactiviteiten genoemd. Opvallend is dat in vijf van de zes onderzoeken het verbeteren van imago niet als motivatie naar voren komt (zie 2.6). Alleen in het onderzoek van Ploeg *et al.* (2000) naar de openstelling van agrarische gronden voor wandelaars, noemt het verhogen van draagvlak als motivatie voor nevenactiviteiten. In 'Buitengewoon' (Dubbeldam, 2001), een uitgave met een verzameling van lokale initiatieven van verbrede landbouw, noemt slechts één agrariër als doel 'goodwill kweken bij burgers voor het werk van de agrariër' (p.8). Een verklaring voor de verschillen in resultaten tussen het huidige onderzoek en de literatuur kan een verschil in werkwijze zijn. Omdat in sommige onderzoeken motieven niet een belangrijk onderdeel uitmaakte is het mogelijk dat er niet op doorgevraagd is bij de respondenten. Daarnaast zijn enkele onderzoeken van enige jaren geleden en kan er een verandering hebben plaatsgevonden in de motieven van agrariërs.

Samenvattend willen de agrariërs met hun nevenactiviteiten de mensen zodanig beïnvloeden dat zij hun denkbeelden over agrariërs veranderen. Dit willen zij doen door te vertellen over de

dieren of planten op het bedrijf en de dagelijkse praktijk van de bedrijfsvoering. De sfeer en uitstraling van het bedrijf wordt daarbij als middel ingezet. Opvallend is dat de respondenten van mening verschillen over wélke sfeer en wélke uitstraling het imago van de landbouw zou kunnen verbeteren. Zo wil één van de respondenten de omgeving van het bedrijf schoon en netjes houden om te laten zien dat niet alle boeren 'stinkboeren' zijn, waar het altijd een 'zooitje is op het erf'. In haar woorden: *'Bij een boer hoeft het niet altijd een puinhoop te zijn, daar kan het [het erf] ook verhard zijn en netjes zijn.'*

Blijkbaar gaat deze respondent ervan uit dat het imago van agrariërs is dat ze stinken en dat het er een rommel is. Deze respondent wil door het tonen van een schoon en netjes bedrijf aan de mensen het imago verbeteren. Ze zegt dat boeren die mensen ontvangen terwijl het een rommel op het erf is 'het ene gat met het andere dicht gooien'. Ze bedoelt daarmee dat agrariërs die mensen uitnodigen om hun beeld van de agrarische sector te verbeteren, het slechte imago alleen maar overeind houden door die mensen op een vies en rommelig bedrijf te ontvangen.

Andere respondenten geven aan dat wat rommeligheid juist de typische gezellige boerensfeer geeft waar de mensen voor komen: *'Het is niet allemaal schoon, maar dat hoeft ook niet. De mensen vinden het juist relaxed als het niet zo opgedirkt is.'* Op het erf van zijn bedrijf is het ook veel rommeliger dan bij respondent 5. Toch wil ook deze respondent het imago van agrariërs verbeteren. Hij wil graag iets over een milieubewuste fruitteelt aan de mensen vertellen, om te laten zien dat er lang niet meer zoveel pesticiden worden gebruikt als mensen soms denken. Het verschil in perspectief op hoe de sfeer van het bedrijf moet zijn om de denkbelden van bezoekers te veranderen, lijkt met andere woorden te maken te hebben met het verschil in imago van verschillende type landbouwbedrijven (in dit geval veeteelt en fruitteelt).

Uit de hierboven beschreven reacties van respondenten blijkt dat agrarische ondernemers het gevoel heeft dat de sector een negatief imago heeft bij burgers. Opvallend is dat uit een grootschalig onderzoek onder de Nederlandse bevolking (Ministerie van LNV, 2005a) blijkt dat het imago van de agrariër ronduit positief is. Nagenoeg alle Nederlanders (90%) 'dragen hem een warm hart toe', omdat hij eerlijk is, hard werkt, voedsel produceert en zo een zinvolle bijdrage levert aan de samenleving (p 7). Ook hier wordt geconstateerd dat de agrarische sector een negatiever beeld van de eigen sector heeft dan burgers. (p. 8).

7.3 'Het levert ook wat op'. Een financieel motief

Alle respondenten met een verkoopactiviteit zeggen hun overige nevenactiviteiten (zoals het ontvangen van groepen voor dagrecreatie) of vooral te doen als promotie voor hun verkoopproducten: *'Ja, en je doet het ook voor de naamsbekendheid van de boerderijwinkel.'* *'De mensen moeten wel graag bij je komen, ze komen toch van een aantal kilometer en lekkere kaas maken kunnen er wel meer.'* *'Ze zien deze nevenactiviteiten als een investering: 'Ik zie het ook als PR, voor nu, maar ook voor de toekomst, die kinderen zijn over 10 jaar onze consument.'*

In de literatuur noemen alleen de Brabantse agrariërs in het onderzoek naar agrotourisme (Marktplanadviesgroep, 2003, p. 31) het 'promoten van eigen producten' (door excursies/rondleidingen en horeca) als één van de doelen voor hun nevenactiviteiten.

Het motief achter dit promotiedoel is een financieel motief. Ook enkele respondenten met andere activiteiten dan productverkoop noemen dit financiële motief. Zo geeft een respondent aan dat hij voor zijn inkomen voor een groot deel afhankelijk is van de sport- en spelactiviteiten. Toch geeft geen enkele respondent een financiële overweging als eerste of belangrijkste motief, maar altijd in combinatie met andere motieven: *'Ja het is toch een stukje inkomsten voor het bedrijf. En je vind het leuk om met mensen om te gaan'. 'Het is gewoon leuk om te doen en het geeft een heel stuk voldoening en het levert heus wel wat op.' 'Het is echt een combinatie hè, financieel en het leuke van het contact met mensen'.*

Enkele respondenten noemen geen financiële motief. Dit zijn dan vooral agrariërs die geen uitgebreide vorm van recreatie hebben, maar hun bedrijf alleen openstellen voor bezoekers en schoolklassen en daar geen vergoeding voor vragen.

In eerdere onderzoeken naar nevenactiviteiten komt geld altijd als motivatie naar voren (Lami, 2005; Lei, 2003; Van den Ham *et al.*, 1999; Van den Ham & Van der Schans, 1999; Van der Ploeg, 2000; WUR, 2005) en in één onderzoek ook als belangrijkste motivatie (Marktplan Adviesgroep, 2003). Terwijl de agrariërs uit het onderzoek van Van den Ham *et al.* (1999) menen dat het realiseren van recreatieve nevenactiviteiten niet lukt als geld de belangrijkste of enige motivatie is. In het hier beschreven onderzoek wordt dit door enkele respondenten bevestigd.

In hoeverre geld als hoofdmotief wordt gehanteerd heeft vaak te maken met de aanleiding om nevenactiviteiten op te zetten. Voor sommigen is geen concrete aanleiding aan te wijzen. De nevenactiviteiten zijn dan een 'uit de hand gelopen hobby', of het bedrijf is er langzaam ingerold omdat er steeds meer vraag was naar bepaalde activiteiten of producten (zie ook paragraaf 7.5). Bij een dergelijke aanleiding spelen financiële overwegingen geen of een ondergeschikte rol. Een andere aanleiding om te verbreden kan een crisis zijn, zoals de wolcrisis. Doordat, in dit geval, de wol niet veel meer waard was, werden verwerkingsproducten (zoals wollen dekbedden) verkocht. Hierdoor kwamen er mensen over de vloer die het bedrijf verder wilden bekijken. In de woorden van een respondent: *'We konden er niet meer van leven, van achttien koeien, en toen zijn we er wat extra's bij gaan doen.'* Zijn keuze voor recreatieve activiteiten motiveert hij als volgt: *'We wilden wel thuis op de boerderij blijven. Ja en iets met mensen, dat vonden we ook leuk.'*

De respondenten noemen in verband met financiën dat het hen opvalt dat tegenwoordig de consument graag de prijs voor de activiteiten betaald: *'En die consumenten betalen daar gewoon een prijs voor. Vroeger was het zo van: boeren, daar beknibbel je op, maar dat gaat nu toch iets makkelijker schijnbaar. Ze hebben er echt wel geld voor over.'* *'Gelukkig willen de mensen tegenwoordig wel ervoor betalen, de prijs maakt niet zoveel uit. Het is niet meer zo dat ze denken dat bij de boer alles wel voor niks kan. Vroeger kreeg je een bloemetje als je een schoolklas liet komen. De prijs is niet meer [een bezwaar], het gaat erom wat ze ervoor krijgen.'*

7.4 'Iedereen die hier komt gaat vrolijk weer weg.' Het 'contact' motief

De meeste respondenten geven aan het enthousiasme van hun bezoekers motiverend te vinden: *'De mensen vinden het leuk, en dat motiveert ons ook'*. De agrariërs beleven zelf plezier aan het feit dat anderen kunnen genieten van rust en ruimte en dat zij dat op een creatieve manier in staat stellen. Ook het contact hebben met niet-agrariërs is voor de respondenten een belangrijk motief: *'En je krijgt zo wat mee van buitenaf.'*

Eén respondent maakt het explicieter en zegt: *Het is ook gewoon leuk om met mensen om te gaan en dat de mensen het zelf leuk vinden. Wat ik ook heel mooi vind is de wisselwerking tussen mensen uit de stad en plattelanders. Je weet zoveel niet van elkaar, je begrijpt elkaar niet, maar als je het dan uitlegt, begrijp je het beter.'*

Drie respondenten noemen bij hun motieven niet het contact met mensen. Deze agrariërs hebben allen een beperkt aanbod aan nevenactiviteiten, zoals een jaarlijks kersfestival of een open dag. Deze respondenten willen hun bedrijf zoveel mogelijk agrarisch houden. Hierover wordt meer gezegd in hoofdstuk 9.

7.5 'En toen was er land over' Het praktische motief

Alle respondenten met verblijfsrecreatie geven aan praktische motieven te hebben voor de start van hun nevenactiviteiten. Bij de invoering van de melkquotering bijvoorbeeld hadden sommige melkveehouders land over, wat bijvoorbeeld een reden is om een boerencamping te beginnen. Ook een andere respondent had ruimte over, maar dan binnenshuis, wat de aanleiding was voor de start van een Bed & Breakfast. Hij vertelt hierover: *'Het huis is heel groot, er is heel veel ruimte over, je moet toch de vertrekken schoon houden, dan kunnen we ook mensen laten komen, dan benut je het ook nog en het levert ook nog wat op.'*

De praktische aanleiding voor nevenactiviteiten is ook gevonden in het onderzoek van het LEI (2003) en van Van den Ham *et al.* (1999). Bestaande faciliteiten als een oude boomgaard of een leegstaande stal vormen veelal een aanleiding om nevenactiviteiten, zoals een picknickmogelijkheid, een camping of evenementen te starten. Meestal begint het klein en groeit het in de loop der jaren uit omdat er steeds meer vraag naar is. Hoe langzaam de groei van nevenactiviteiten kan gaan blijkt uit het volgende verhaal: *'Nou, we zijn langzaam gegroeid. Kijk, het is altijd traditie geweest dat mensen tijdens de kersenoogst kersen komen eten. En voor ouderen was het in de boomgaard wel eens te koud, toen hebben we de sorteerruimte ingericht met kersentakken enzo. En zo ga je van het een in het ander. Toen later hebben de sorteerschuur helemaal ingericht als ontvangstruimte voor groepen, alleen in de kersentijd dan. Ik zet er wat bomen in, ik heb een kersenhutje nagemaakt en verder wat oude werktuigen en gebruiksvoorwerpen. En een fotowand. Ja en dan boeken de mensen, en het gebeurt wel eens dat het hele dag regent, en de mensen kunnen zich dan toch wel vermaken.'* Niet alle respondenten groeien mee met de vraag die er is. Hierover wordt meer gezegd in hoofdstuk 9.

Hoofdstuk 8 'Iedereen is welkom'

De doelgroep die de agrariërs voor ogen hebben voor hun nevenactiviteiten.

8.1 Inleiding

In hoofdstuk 6 is beschreven welke nevenactiviteiten agrariërs aanbieden. In het vorige hoofdstuk zijn de verschillende doelen die agrariërs voor ogen hebben met hun nevenactiviteiten beschreven. Dit hoofdstuk gaat over voor wie de nevenactiviteiten van agrariërs bedoeld zijn en welke perspectieven de agrariërs op hun doelgroep hebben.

8.2 De doelgroep

Bijna alle respondenten, tien van de elf, hebben geen duidelijke positionering ten aanzien van de doelgroep van hun nevenactiviteiten. Eén van de respondenten verwoordt het als volgt:

'Nou, er komt niet echt een bepaalde doelgroep. [...] Ja, heel gevarieerde mensen, geen specifieke doelgroep, dat vind ik juist leuk. [...] Allerlei soorten mensen, ook de cultuurverschillen hè, dat vind ik heel leuk. Iedereen is welkom hoor, al ben je bij sommige blij als ze weer gaan [lacht].' Voor hun recreatieve activiteiten is iedereen welkom. Enkele respondenten benadrukken dat ze het juist leuk vinden om allerlei soorten mensen tegen te komen: *'Het is toch wel leuk al die soorten mensen, ook al is het niet in jou straatje, dan is het nog heel leuk om dat te zien.'*

De doelgroep van deze agrariërs is, zo zou je kunnen stellen, de consument. Geen van de agrariërs noemt een specifieke groep mensen waarvoor zijn hun activiteiten organiseren. De agrariër die alleen het gericht informeren als nevenactiviteit heeft spreekt door het specifieke karakter van zijn nevenactiviteit, vanzelf een smallere doelgroep aan dan 'de consument', namelijk mensen die informatie willen over de teelt van zacht fruit. Een andere respondent noemt impliciet wel een specifiekere doelgroep voor zijn recreatieve en informatieve activiteiten, namelijk jonge kinderen (kleuters): *'Maar het voordeel van geiten voor kleine kinderen is, dat een geit niet zo groot is. Een koe, nou dat is groot hoor als je zo klein bent, een geit is betrouwbaarder. Die aaien ze. Het is een leuk beest voor kinderen wat dat betreft.'* Wel zegt hij erbij dat kinderen vanzelf hun ouders meenemen. En die ouders zijn dan weer de consument voor zijn verkoopproducten.

8.3 Perspectief van agrariërs op de motivaties van hun doelgroep

Volgens de respondenten komen mensen op hun bedrijf voor vermaak en voor de rust en de ruimte. Een respondent die vooral spelactiviteiten aanbiedt zegt: *'Ja, ze komen toch voor de rust en de ruimte veel hè. En om weer eens iets anders te beleven hè, mensen willen wel eens wat anders dan bowling ofzo.'* Slechts één respondent geeft aan dat mensen komen om zich te laten informeren. Deze respondent is de agrariër die zijn bedrijf alleen openstelt voor mensen die iets willen weten en geen recreatieve activiteiten aanbiedt. Ook andere respondenten hebben gericht informeren door middel van rondleidingen en het openstellen van hun bedrijf als activiteit. Toch denken zij dat mensen komen voor vermaak of rust en

ruimte, en niet om meer te weten te komen over de agrarische sector. Tegelijkertijd geven de respondenten aan dat het overdragen van informatie juist plaatsvindt naar aanleiding van vragen van de bezoekers en daarmee niet alleen vanuit de agrariër komt: *'Ja, informatie geven over het bedrijf dat gaat vanzelf, er komen vanzelf vragen.[...] Sommige mensen komen natuurlijk gewoon om iets te doen, een vrijgezellenfeestje bijvoorbeeld. Die willen gewoon lol, [...] maar dan noch krijg je wel vragen hoor, en dan vertel je iets over het melken of zo. Hoewel de mensen niet voor informatie naar een bedrijf toekomen, willen ze toch/wel graag informatie hebben.*

De respondent die het informeren van mensen als enige activiteit heeft, verwoordt waarom hij denkt dat mensen weer geïnformeerd willen worden over agrarische bedrijvigheid: *'Maar er is dus wel een nieuwe ontwikkeling, dat je dingen moet uitleggen. Vroeger waren er hier heel veel grote gezinnen, die allemaal een hoekje met bessen hadden. En er werd aan de straat verkocht. Sowieso zat zestig, zeventig procent hier in de agrarische sector. En zo iedereen wist hoe het ging enzo. Er nu zijn nog maar een paar grote over en weten veel niet meer hoe het er aan toe gaat. En je kreeg toen die tijd van de kunstmest en de gewasbeschermingsmiddelen. Toen kwam het slechte imago. En dat is nu weer aan het zakken. En nu willen de mensen weer weten hoe het zit.'*

Hoofdstuk 9 ‘Je bent een visitekaartje van de agrarische sector’

De uitgangspunten van agrariërs bij hun nevenactiviteiten

9.1 Inleiding

Het aan bieden van nevenactiviteiten beïnvloedt de agrarische bedrijfsvoering. De mate van invloed houden de agrariërs nauwlettend in de gaten. De respondenten zijn wat betreft hun houding ten opzichte van de verhouding tussen nevenactiviteiten en de agrarische bedrijfsvoering in twee groepen te verdelen. Eén groep respondenten wil zoveel mogelijk agrarisch blijven (paragraaf 9.3), terwijl een andere groep wil inspelen op en meegroeit met de markt (paragraaf 9.2). De agrariërs noemen een aantal uitgangspunten voor de uitvoering van hun nevenactiviteiten die samenhangt met één van deze twee houdingen. Tevens komt in dit hoofdstuk aan bod welke expertise en vaardigheden de respondenten zeggen nodig te hebben voor hun nevenactiviteiten (paragraaf 9.4).

9.2 ‘Het is maar net wat de consument wil’. Een marktgericht uitgangspunt

Sommige respondenten geven aan bewust te kiezen voor een nieuwe vorm van agrariër-zijn en de combinatie van agrarische werk en nevenactiviteiten juist aantrekkelijk te vinden. Zij hebben daar verschillende redenen voor, die genoemd zijn in hoofdstuk 7. Deze agrariërs noemen het kunnen inspelen op de markt als één van de uitgangspunten van hun nevenactiviteiten. Of zoals een respondent het samenvat: *‘Ja, het is maar net wat de consument wil.’*

De respondenten hebben elk hun eigen verhaal bij deze werkwijze. Over hun camping vertelt een respondent: *‘We zijn toen klein begonnen [met een camping], met een stuk of vijf plaatsen, maar dat is al snel uitgelopen tot stuk of twintig.’ ‘Het [organiseren van spellen] was leuk en er kwam zoveel vraag naar dat we dachten daar moeten we echt een iets [betere/bredere] vorm aan geven.’*

De agrariër die van al de respondenten het grootste aanbod aan recreatieve activiteiten heeft vertelt: *‘Ja, dat het [boerengolf] zo groot is geworden hadden we niet verwacht, dat wisten we twee jaar geleden nog niet. Dat er zoveel vraag was hadden we echt niet verwacht. We dachten twee jaar geleden dat het wel verzadigd zou zijn, er kwamen zoveel bedrijven met boerengolf. Maar het wordt alleen nog maar meer. Dus deze schuur hebben we vorig jaar gebouwd, met een professionele keuken en alles erin en er komt nog een nieuwe schuur in plaats van de oude waar de koeien staan, die is dan speciaal voor de kinderveestjes.’* Deze agrariër heeft ook veruit de meeste aanpassingen gedaan aan zijn agrarisch bedrijf, zoals de installatie van een professionele keuken en een overdekt speelparadijs voor jonge kinderen (Figuur 2).

Deze agrariërs willen mensen blijven trekken, door steeds nieuwe recreatieve activiteiten aan te bieden. *‘Nou, wat we willen is variatie, we willen niet ieder jaar precies hetzelfde. Boerengolf blijft dan voorlopig wel, maar je moet bij de spellen toch dingen erbij bedenken en*

er vallen weer dingen af. Het moet wel aantrekkelijk blijven. Als mensen hier na een jaar weer terug komen moet het ook weer leuk zijn. Ja, je moet iets nieuws te bieden hebben. Sinds kort hebben we bijvoorbeeld ook in het hooi slapen, voor de huwelijksnacht, met champagne erbij [lacht].'

De agrariërs spelen niet alleen in op de vraag naar recreatieve activiteiten, ook de respondent die geitenkaas verkoopt is daarmee begonnen omdat hij merkte dat daar steeds meer vraag naar was. Al deze respondenten gaan dus mee met de vraag naar recreatieve activiteiten of verkoopproducten, met als gevolg dat hun bedrijf verandert.

De respondenten geven aan dat er verschillende vaardigheden nodig zijn om op deze manier te verbreden. Om in te spelen op de markt is het nodig dat je creatief en flexibel bent, vinden de respondenten: *'Je moet flexibel zijn en creatief, dat is misschien wel het allerbelangrijkste, anders kom je er echt niet.'* Andere uitgangspunten van agrariërs met een marktgerichte instelling zijn inzetten op kwaliteit en autonoom zijn. Met kwaliteit bedoelen de respondenten dat je iets goed moet doen of anders niet. Als je mensen op je bedrijf laat komen voor een recreatieve activiteit, moet je bijvoorbeeld



Figuur 2 Sommige agrariërs breiden hun activiteiten met de toenemende vraag steeds verder uit, zoals de respondent die in een grote schuur een compleet speelparadijs voor kinderen heeft gerealiseerd.

ook een goede catering hebben. En enkele respondenten hebben hun visitekaartjes en folders laten maken door een daarin gespecialiseerd bedrijf. Want, zo zegt een respondent *'we willen wel professioneel overkomen. Je bent een visitekaartje van de agrarische sector'*. Hier komt het motief van imagoverbetering weer naar voren, zoals dat beschreven is in paragraaf 7.2.

Met autonoom zijn bedoelen de agrariërs dat zij hun activiteiten zelf en op hun eigen manier willen bedenken en uitvoeren, zonder daarbij te worden gedictieerd door overheidsregels (zie hoofdstuk 11).

Ook in eerdere onderzoeken (Lami, 2005; Lei, 2003; Marktplan Adviesgroep, 2003; Van den Ham *et al.*, 1999; Van den Ham & Van der Schans, 1999; Van der Ploeg, 2000; WUR, 2005) worden uitgangspunten voor het realiseren van nevenactiviteiten genoemd. In de eerste plaats geven zij, net als de geïnterviewde agrariërs, marktgericht denken en creativiteit aan als benodigde vaardigheden, (LEI, 2003; WUR, 2005). De agrariërs uit het onderzoek van het LaMi (2002) noemen dit de 'pioniersgeest' die nodig is om nevenactiviteiten op te zetten. Daarnaast worden het bieden van kwaliteit, persoonlijke aandacht voor de bezoekers, en autonoom zijn als uitgangspunten genoemd. Ook de agrariërs in deze onderzoeken geven aan het liefst zo weinig mogelijk overheidsbemoediging te willen (zie hoofdstuk 11).

9.3 'Ik ben en blijf graag teler'. 'Agrarisch blijven' als uitgangspunt

Drie respondenten geven aan hun bedrijf zoveel mogelijk agrarisch te willen houden. Ze willen geen personeel aannemen voor het agrarische werk en willen de omvang van hun agrarisch bedrijf niet verkleinen: *'De mensen mogen overal kijken en als ze vragen hebben kan dat. Maar ik ben ook wel aan het werk, dat laat ik niet liggen, dus ik ben er niet altijd. Dus we vragen er niets voor en echt toeristisch kunnen we daarom niet worden. Je hebt het druk met je eigen werk. Of dan moet je er weer mensen voor aannemen, maar dan wordt je dus een ander bedrijf. En als er mensen komen moet je ze ook goed ontvangen, met koffie of een drankje. Je moet het dan ook goed doen. Het is misschien wel heel leuk, het kan wel, maar dan wordt het een ander soort bedrijf en dat willen we niet.'*

Ook al is er vraag naar meer activiteiten op hun bedrijf, deze respondenten weten het zeker: *'Het is dus niet de bedoeling dat wij een recreatieboerderij worden. Ja, er zijn mogelijkheden zat. Een camping, je kan een film of diavoorstelling over het bedrijf laten zien, noem maar op. Maar je wordt dan een heel ander bedrijf'. 'Nee, dan wordt je een heel ander bedrijf en dat moet je maar net willen, daar zijn wij de mensen niet voor, daar houden we eigenlijk niet van. Ik ben en blijf graag agrariër.'*

Ook de respondent die geen activiteiten heeft behalve het openstellen van zijn bedrijf wil dit echt zo houden: *Ja, ik wil graag uitleg geven, dus daarom zijn de mensen welkom, maar niet dat ik er dus echt zit te springen om van alles te ondernemen. Ik heb geen aspiraties voor banketbakker ofzo. Of een Bed&Breakfast. Er zijn erbij die dat heel graag doen. De ene ziet z'n eigen graag in de horeca ofzo er iets bij doen of een camping. Maar dat trekt mij dus niet. Daar moet je ook het type voor zijn. Dat zijn geen dingen die bij mij passen. Dat moet je echt willen. Laat mij maar gewoon m'n werk als teler doen. Nogmaals, dat er mensen komen kijken, dat is prima, maar verwacht niet van mij dat ik ze ga vermaken met het een of ander.'*

Deze agrariërs noemen andere vaardigheden dan de marktgerichte respondenten. Zij zien het met enthousiasme kunnen overbrengen van het verhaal van het bedrijf als belangrijkste vaardigheid: *'Ik denk wel dat degene die betrokken is bij het bedrijf, dat die het verhaal altijd moet houden. Daar moet je niet een student voor zetten, ook al heeft ie wel kennis, die draagt het toch anders uit. De manier waarop je het vertelt, waarom je boer bent, waarom je er schik in hebt, dat bepaalt hoe je overkomt'.*

Agrarisch blijven betekent voor deze respondenten dus dat zij zelf de agrarische bedrijfsvoering kunnen blijven doen zoals zij dat altijd al deden. Ook agrariërs uit het onderzoek van Van den Ham *et al.* (1999) hebben als voornaamste reden om hun nevenactiviteiten niet uit te breiden het feit dat ze dan personeel voor hun agrarische werk zouden moeten aannemen.

9.4 Overige uitgangspunten en expertises

Alle agrariërs geven aan dat zij bij het beantwoorden van vragen en het vertellen over het bedrijf uit te gaan van hun eigen dagelijkse praktijk: *'We vertellen vooral waar we mee bezig zijn.'* Ze laten hun bezoekers zien wat er daadwerkelijk plaatsvindt op een agrarisch bedrijf: *'Hier zien ze hoe het echt gaat.'* *'Dan laten we zien hoe we het doen',*

Dit dagelijks handelen van de agrariërs omvat aan deze praktijk gerelateerde kennis. Deze specifieke kennis behoort ook tot één van de expertises van de agrariërs. Voorbeelden van deze specifieke kennis zijn: het stuk voor stuk herkennen van de koeien; inzicht in factoren die de hoeveelheid melk die een koe geeft bepalen; het bepalen van de smaak van de kaas; het kunnen inschatten van de hoeveelheid schadelijke insecten in de boomgaard en de hoeveel roofinsecten die nodig zijn, of de kennis over de invloed van het weer op de groei van het fruit.

Hoofdstuk 10 Materialen

De materialen die agrariërs bij hun nevenactiviteiten gebruiken

10.1 Inleiding

Agrariërs met nevenactiviteiten gebruiken verschillende informatieve en recreatieve materialen. Deze materialen worden beschreven in paragraaf 10.2 In paragraaf 10.3 worden de meningen van de respondenten gegeven over hoe zij tegen het gebruik van materialen die door een professioneel bedrijf zijn gemaakt aankijken.

10.2 De materialen van de respondenten

Behalve de respondent die zijn bedrijf alleen openstelt voor geïnteresseerden, maken alle respondenten gebruik van materialen. Het gaat ondermeer om: informatiebordjes om bezoekers te informeren over de koeien en de flora rond het bedrijf; recreatieve materialen, zoals een houten appelboom om 'appels' door te gooien (figuur 3a), een houten koe om te melken en een 'fruitautomaat'; een fototentoonstelling over bijvoorbeeld kaasmaken (figuur 3b), schapen en wol of over de kersenteelt (figuur 3c); knutsel- en tekenactiviteiten voor kinderen op de camping.

De meeste agrariërs maken hun materialen zelf omdat dit goedkoop is. Ze geven daarbij aan dat zij het ook leuk te vinden om alles zelf te maken. De agrariërs zijn tevreden over hun huidige materialen, onder anderen omdat hun klanten zeer tevreden en enthousiast zijn.

Uit het onderzoek blijkt echter dat de recreatieve materialen geen enkel informatieve waarde hebben en daarmee ook niet aansluiten bij de informatie die de agrariër wil vertellen. Er is bijvoorbeeld geen verband tussen de spellen als het kersenpit spugen en appelkistjes stapelen, en het geven van informatie over het productieproces van appels en peren en het bestrijden van insecten op een milieubewuste manier.



Figuur 3 Enkele door de agrariërs zelfgemaakte communicatieve en recreatieve materialen. A: Appelgooien als onderdeel van de Fruitspelen. B: fototentoonstelling over het kaas maken. C: fototentoonstelling over de kersenteelt en –pluk.

10.3 Wensen van agrariërs ten aanzien van materialen

Zoals in de vorige paragraaf is gezegd, zijn de agrariërs zeer tevreden over hun materialen. Voor de meeste agrariërs is er dan ook geen enkele noodzaak of aanleiding om een professioneel bedrijf in te schakelen voor het maken van materialen. Eén respondent overweegt om zijn nevenactiviteiten uit te breiden, subsidie aan te vragen en een professioneel bedrijf in te schakelen voor de benodigde materialen. Naast deze respondent zijn er nog drie andere agrariërs die plannen hebben voor het uitbreiden van hun nevenactiviteiten en het ontwikkelen van nieuwe materialen. Het gaat dan bijvoorbeeld om informatiebordjes bij een wandelroute in een kersenhoogstamboomgaard. Deze agrariër heeft geen tijd om de mensen persoonlijk rond te leiden, hij vertelt: *‘De mensen die komen bij de kraam om te kopen, staan dan de boomgaard in te kijken, maar wij hebben het dan te druk om te zeggen, kom maar even mee. Want die rondleidingen nu zijn echt op afspraak. Nu willen we dus wat meer uitleg geven op borden en willen we een soort kersenpad maken, met pijlen. Wat vertellen over het verjagen van de vogels, over nieuwe ontwikkelingen van de kersenteelt en dat soort dingen.’*

Een campinghouder denkt over nieuwe knutselpakketjes voor de kinderen op de camping. Een vierde agrariër geeft aan in de toekomst, 'als de kinderen wat ouder zijn', zijn nevenactiviteiten uit te willen breiden en daarbij ook materialen wil gaan gebruiken. Al deze agrariërs hebben geen specifieke eisen voor mogelijke materialen, omdat zij nog geen concrete ideeën hebben of weinig eisen stellen aan producten en materialen.

Zeven agrariërs geven aan geen extra materialen te willen voor hun nevenactiviteiten. Als belangrijkste reden daarvoor geven zij aan dat materialen het contact met mensen in de weg zouden staan. Als de onderzoeker vraagt of zij gebruik zouden willen gaan maken van extra materialen antwoorden zij bijvoorbeeld: *'Nee hoor, je hebt dan niet direct contact met de mensen, als je met hen praat krijg je gelijk feedback, dat is juist het leuke van mensen op je bedrijf'* *'Nou het is maar net wat je wil, maar het heeft wel wat, er zo over vertellen, dan heb je echt contact met de mensen, terwijl als je het met sheets of film gaat doen, wordt het weer zo professioneel'*. Deze agrariërs lijken bij materialen vooral te denken aan informatiepanelen waarin alles uit de doeken wordt gedaan over hun bedrijf. De agrariër die wel informatief materiaal in de vorm van borden wil, is ook de agrariër die zelf niet veel informeert.

Hoofdstuk 11 ‘Eén groot knelpunt: de gemeente’

De mening van agrariërs over de overheid en het overheidsbeleid.

11.1 Inleiding

Agrariërs noemen uit zichzelf ‘de gemeente’ als aan hen gevraagd wordt naar knelpunten bij hun nevenactiviteiten. In dit hoofdstuk wordt de mening van de agrariërs gegeven over de regelgeving (paragraaf 11.2) en over subsidieprogramma’s (paragraaf 11.3).

11.2 Regelgeving en vergunningen

Als er gevraagd wordt naar knelpunten bij de uitvoering van hun nevenactiviteiten noemen zeven agrariërs als eerste ‘de gemeente’: *Ja, nou eigenlijk één groot probleem, de gemeente, de vergunningen hè.* Deze vergunningen staan meestal in verband met het bestemmingsplan, wat agrarisch is en niet recreatief. Agrariërs mogen vanwege dit bestemmingsplan maximaal vijftig vierkante meter besteden aan recreatieve activiteiten. Dit is voor de agrariërs zeer frustrerend. Een respondent vertelt over hun situatie: *‘Maar ik heb ze [plaatselijke ambtenaren] wel een keer uitgenodigd. Wij vonden het zo belangrijk dat zij wisten waar ze over praatten. Toen kwamen ze dus een keer. Nou dan hoor je ‘zo, die authentieke balken, oud dit en dat, mooi dit en dat, u hebt gelijk, jaja’ enzo. En dan op de raadsvergadering zegt diezelfde, ja maar het bestemmingsplan zegt dit en dat, maximaal vijftig vierkante meter voor niet-agrarische activiteiten. Ik keek nog een keer, ja het is toch echt dezelfde vent die bij mij over de vloer is geweest. Ja, daar moet je dan maar tegen kunnen, dat is bureaucratie hebben ze mij verteld. Maar daar kan ik dus niet tegen. Recht is recht en krom is krom.* Een kersenteler ontvangt bijvoorbeeld groepen uit verzorgingshuizen en vertelt: *‘Ja, ik mag vijftig meter gebruiken om de mensen te ontvangen, maar daar heb ik niks aan, die mensen komen juist voor de ruimte naar het platteland en dan moet je ze in een hoekje stoppen, terwijl ik een hele schuur leeg heb staat.’*

En een andere agrariër die onder andere feesten organiseert zegt: *‘Ze [de gemeente] wilden ons op vijftig vierkante meter zetten. Maar ja, als er een groep mensen is dan gaat de één dat doen en de ander dat, tafeltennis, voetbal, in de boomgaard kijken, noem maar op, hoe hou ik nou zestig man op vijftig meter als er zoveel ruimte is. Ze weten echt niet waar ze over praten daar.’*

De procedure voor de aanvraag van een vergunning om meer ruimte voor recreatieve activiteiten te gebruiken duurt voor de agrariërs onbegrijpelijk lang. Een respondent meldt dat ze al meer dan een jaar bezig zijn om een vergunning te krijgen: *We zijn nu al anderhalf jaar bezig. We moeten er steeds weer achteraan en dan krijgen we te horen: ja we moeten daar nog een beleid over maken. Dan vraag je of je in de tussentijd dan mag doorgaan. Ja dat weten ze niet, dan moeten ze weer overleggen. Ik had er ook gewoon aan kunnen beginnen, maar ja ik wil het gewoon eerlijk vergund hebben, ik wil alles gewoon voor elkaar hebben, voldoen aan de regels enzo, maar op één of andere manier krijgen we dat niet voor elkaar.*

Een andere agrariër krijgt al een jaar mondeling toezeggingen, hij zegt: *'De vergunningen van de gemeente zijn nog steeds niet rond. Ze beloven wel dat het goed komt, maar we moeten het nog zien.'*

Sommige agrariërs hebben van anderen gehoord hoeveel problemen het oplevert als je een vergunning aan wil vragen. Zij beginnen er dan maar helemaal niet aan: *'Nou van vergunningen enzo, daar trek ik me niet zoveel van aan. Ik heb een toezegging gekregen voor de verkoop. En ik ga nu ook gewoon door. Maar hoe meer je vraagt, hoe meer die ambtenaren gaan lopen nadenken. Dat moet je dus absoluut niet hebben. Je moet gewoon doen wat je leuk vind. En als ze komen dan zien we het wel.'*

Naast de vergunning om grote groepen mensen op het bedrijf te ontvangen zijn er bepaalde regels, bijvoorbeeld over het gebruik van bebording langs de weg. Ook aan dergelijke regels ergeren de respondenten zich: *'Ja al die regels, daar wordt je wel moedeloos van'. 'Nederland is een regelland, echt vervelend, dat betuttel'.*

De respondenten hebben elk hun eigen manier om met deze regels om te gaan: *'Ja, er is wel eens een ambtenaar geweest en die zegt, dat bord mag daar niet. [Groot bord op muur van schuur met daarop dat dekbedden enz te koop zijn] En ik zei, nou probeer hem er maar af te halen dan. Nou, nooit meer wat van gehoord. Nee, we kondigen niets meer aan, want en dan moet je van alles regelen en is het voor ons geen leuke dag meer.' Maar het kan ook zoals een melkveehouder het doet: 'Ja met zo'n bord in je tuin. Dat mag ook weer niet. Nou ik zet m op een karretje en zet je m iedere avond terug, dan mag het weer wel'.*

Andere agrariërs proberen zich zo weinig mogelijk aan te trekken van regels: *'Ik heb gewoon nooit wat gevraagd. Ik snap ook niet hoe het allemaal zit. Het schijnt dat er nogal wat regels zijn en dat ze daar ook maar wat mee rommelen op het gemeentehuis. Het ligt volgens mij gewoon aan een of andere ambtenaar. Je moet de juiste mensen zien te vinden. Ik vind het maar raar. Ze vinden het leuk als je wat onderneemt, maar dan opeens kan het weer niet. Dan zijn er weer regels.'*

Naast ergernis is er veel onbegrip over het beleid van overheden. Aan de ene kant krijgen agrariërs te horen dat de overheid in plattelandontwikkeling wil stimuleren, maar in de praktijk voelen zij zich tegengewerkt door diezelfde overheid bij de uitvoering van hun nevenactiviteiten. De agrariërs zeggen hierover: *Aan de ene kant willen ze dat je het (verbreding) doet, maar aan de andere kant leggen ze allemaal beperkingen op en mag je niks. 'Er wordt vooral gezwaaid met regels, nou dat is niet echt motiverend. Je kan mensen beter tips geven om ze op gang te helpen. Met die regels maken ze het bijna dat je het niet meer wilt doen Het is zo raar, ik begrijp het niet, het zou juist gestimuleerd moeten worden'. 'Ze willen bij de gemeente wel plattelandstoerisme, maar owee als het te groot gaat worden. Dan werkt de overheid tegen met al die regels en dat vind ik zonde'. 'Ze zouden het moeten stimuleren dat je het leuk ging vinden om allerlei mensen te ontvangen, in principe vind ik het ook leuk. Maar als je gaat benadrukken wat er allemaal fout kan lopen, dan is het niet leuk meer'. 'Kijk, ik snap dat niet. Het platteland blijft alleen behouden als wij als agrariërs het onderhouden, anders kost het de overheid veel te veel geld. Dat zeggen ze zelf. Maar ze moeten ons dan ook meer vrijheid geven. Zo gaan de boeren buiten de deur werken of stoppen ermee.'*

Ook de agrariërs in het onderzoek van Van den Ham *et al.* (1999) en LEI (1999) noemen het bestemmingsplan en de verdere regelgeving als grootste knelpunt bij hun nevenactiviteiten.

11.3 Subsidies

Autonomie vinden agrariërs belangrijk. Het beroep is, zoals de respondenten noemen, een vrij beroep, je bent eigen baas. Dit willen de meeste agrariërs koste wat het kost vasthouden, ook in hun nevenactiviteiten. Dit betekent voor hen dat ze geen gebruik maken van subsidieprogramma's van de overheid. Een respondent antwoordt op de vraag of ze gebruikt maakt van subsidies met: *'Oh nee [stellig], geen subsidieaanvraag of iets dergelijks, nee, want ik ben niet graag afhankelijk van derden. Al die regels, wat jij moet hebben kan dan weer net niet enzo. Nee hoor laat ons maar onze eigen gang gaan'*.

Een andere reden om geen subsidie aan te vragen is het vele werk wat daaraan vast zit:

'Nou als je subsidie aan wil vragen, daar zit best een hoop werk aan, en wij zijn van huis uit al toch niet zo schrijverig, dat is echt een heel gedoe'. 'Al die formulieren, gewoon als boer is daar haast niet door te komen en dan haak je gewoon af'. 'Als boer alleen zijn papieren van de overheid niet te doen'.

Het invullen allerlei formulieren is voor de agrariërs dus een te grote drempel. Daarnaast vragen ze zich af of ze het geld uiteindelijk wel echt krijgen. *'Die subsidies, dat is echt frustrerend, je moet er van alles voor doen en dan is het maar de vraag of je het echt krijgt.'* Enkele respondenten weten dat je een subsidie ook via een instantie kunt aanvragen. Echter, zij hebben tegelijk het idee dat je uiteindelijk maar weinig geld krijgt, omdat het meeste geld naar allerlei instanties gaat die het bij de EU voor jou hebben aangevraagd. *'En subsidieaanvragen met een vereniging ofzo, oké hoor dat dat kan, maar waar gaat dat geld precies heen. Dat vraagt niemand zich af. Ook bij de gemeente. Er wordt niemand op afgerekend. Als er maar subsidie binnengehaald wordt, waar het dan terecht komt doet er niet meer toe lijkt het wel'. 'Leuk als er een subsidie is, maar het gaat op aan die mensen die daar zitten te werken. En niemand die eens controleert waar het geld gebleven is.'*

Het is dus duidelijk dat de agrariërs geen gebruik willen maken van subsidieprogramma's. Slechts één respondent overweegt om in de toekomst gebruik te maken van een subsidieregeling. *Maar subsidies, als er subsidie gegeven wordt, in bepaalde dingen waar ik wel iets mee kan, ja dan zeg ik geen nee. En ik heb iemand die me altijd helpt met de papieren enzo'*.

Hoofdstuk 12 Conclusies en aanbevelingen

12.1 Inleiding

Voor dit onderzoek zijn verschillende onderzoeksvragen geformuleerd (zie paragraaf 1.4). Deze vragen worden in dit hoofdstuk beantwoord.

In paragraaf 12.2 wordt antwoord gegeven op de onderzoeksvraag betreffende samenhangen tussen agrariërs met nevenactiviteiten enerzijds en het overheidsbeleid anderzijds. De (eventuele) samenhang tussen theorieën over NME en de praktijk van agrariërs met nevenactiviteiten wordt in paragraaf 12.3 behandeld. In paragraaf 12.4 komt de eerste onderzoeksvraag aan bod en worden aanbevelingen gedaan voor kenmerken van educatieve materialen voor agrariërs, gebaseerd op zowel de wensen en mogelijkheden van agrariërs, het overheidsbeleid en een wetenschappelijke visie op NME. Tenslotte worden implicaties geformuleerd ten aanzien van agrariërs in andere regio's en andere beroepspraktijken waar educatieve en/of communicatieve activiteiten deel zouden kunnen uit maken van nevenactiviteiten (paragraaf 12.5).

12.2 Agrariërs met nevenactiviteiten en het overheidsbeleid

In hoofdstuk 5 is het overheidsbeleid betreffende plattelandontwikkeling beschreven. Daarin komt duidelijk naar voren dat de overheid verbreding van de landbouw wil bevorderen. Er is geld beschikbaar middels subsidieprogramma's, zoals het POP en Leader+.

In hoofdstuk 11 komt naar voren dat de respondenten geen gebruik maken van deze subsidieprogramma's en dat bij hen veel onbegrip, frustratie en wantrouwen is over het landelijke en plaatselijke overheidsbeleid. De agrariërs hebben het gevoel dat de overheid de ontwikkeling van nevenactiviteiten tegenwerkt in plaats van stimuleert.

Op grond van dit onderzoek kan worden gesteld dat zowel de overheid als agrariërs de landbouw willen verbreden, maar dat de samenwerking in het uitvoeren van verbrede landbouw slecht verloopt. Om deze samenwerking te verbeteren zouden voor de agrariërs eenvoudigere procedures en formulieren nodig zijn.

De enige agrariër uit het onderzoek die een subsidieaanvraag overweegt heeft hulp bij het invullen van formulieren. Wellicht kan Buro Kloeg agrariërs die vanwege de formulieren nu geen subsidie aanvragen helpen met deze aanvraag.

12.3 Agrariërs met nevenactiviteiten en NME

In hoofdstuk 4 is uiteengezet dat NME is gericht op de persoonlijke ontwikkeling van mensen, zodat zij zelfstandig keuzes kunnen maken en hun verantwoordelijkheid kunnen nemen voor natuur en milieu. Daarbij is gesteld dat kennis nodig is over hoe de natuur werkt en hoe mensen en natuur elkaar wederzijds beïnvloeden.

In hoofdstuk 7 komt naar voren dat het promoten van hun product en het contact met mensen motivaties vormen voor agrariërs om nevenactiviteiten te ontwikkelen. Ook bij kennisoverdracht over bijvoorbeeld de dieren op het bedrijf of de natuur in de omgeving is het doel het imago van de landbouw te verbeteren om in de toekomst klandizie te behouden en te

vergroten. Slechts één agrariër noemt dat het voor mensen zelf van belang is dat zij weten waar hun voedsel vandaan komt.

Uit de interviews blijkt niet dat gesprekken met bezoekers gaan over hoe natuur en mensen elkaar wederzijds beïnvloeden. Tien van de elf agrariërs geven op geen enkele wijze aan een educatief doel te hebben. Een educatief doel is voor deze agrariërs een stap te ver. De nevenactiviteiten van agrariërs zijn dan ook niet op te vatten als NME-activiteiten zoals in dit rapport omschreven.

In hoofdstuk 4 is beschreven dat een agrarisch bedrijf een rijke leeromgeving kan zijn voor NME. De agrariërs uit dit onderzoek zijn zich hiervan niet bewust en maken er dan ook geen gebruik van. Wellicht dat Buro Kloeg een rol kan spelen in het bewust maken van agrariërs van de rijke leeromgeving waarin zij zich bevinden en welke rol zij zouden kunnen spelen voor de toekomst van mensen en natuur.

12.4 Kenmerken voor communicatieve en/of educatieve materialen

12.4.1 Inleiding

In deze paragraaf wordt de eerste onderzoeksvraag beantwoord. Er worden aanbevelingen gedaan voor materialen en activiteiten op agrarische bedrijven die aansluiten bij de visie op NME zoals beschreven in hoofdstuk 4, bij de wensen en mogelijkheden van agrariërs zoals deze in de hoofdstukken 7 tot en met 11 naar voren zijn gekomen en bij het overheidsbeleid beschreven in hoofdstuk 5. In de volgende subparagrafen worden apart de eisen en wensen van agrariërs (12.4.2), NME (12.4.4) en de overheid (12.4.3) samengevat. Deze eisen worden genummerd en vervolgens worden van deze eisen inhoudelijke en praktische kenmerken voor producten afgeleid (12.4.5). In paragraaf 12.4.6 worden deze kenmerken in korte voorbeelden uitgewerkt. In paragraaf 12.4.7 worden aanbevelingen gedaan over het benaderen van agrariërs.

12.4.2 Wensen agrariërs

In hoofdstuk 10 komt naar voren dat de meeste agrariërs geen materialen willen gebruiken of alleen zelfgemaakte materialen. De vier agrariërs die in de toekomst hun activiteiten en producten willen uitbreiden hebben slechts vage wensen en geen concrete eisen voor materialen

Toch kunnen uit de resultaten van het kwalitatieve onderzoek een aantal voorwaarden worden afgeleid waaraan materialen voor deze agrariërs aan zouden moeten voldoen. Ten eerste geven veel agrariërs aan geen materialen te willen omdat deze het contact met mensen in de weg zouden staan. De agrariërs gaan er blijkbaar vanuit dat materialen per definitie hun verhaal vertellen. Materialen kunnen echter het contact tussen agrariër en bezoeker ook stimuleren. De aandacht van mensen kan bijvoorbeeld door bordjes worden gericht op bijzondere of juist onopvallende zaken, waardoor nieuwe vragen worden opgeroepen en waardoor het contact juist wordt gestimuleerd (1). Dit betekent dat materialen prikkelend en stimulerend moeten zijn.

Deze eis sluit aan bij het doel van veel agrariërs om zoveel mogelijk onwetendheid over landbouwpraktijken bij mensen weg te nemen. Dit betekent tevens dat de inhoud van materialen zou moeten gaan over de dagelijkse praktijk van de agrarische bedrijfsvoering (2). De meeste agrariërs geven aan geen gebruikt te willen en/of kunnen maken van subsidies. Dat betekent dat materialen voor agrariërs goedkoop en dus eenvoudig zouden moeten zijn (3). Een alternatief is dat Buro Kloeg de agrariërs helpt met het aanvragen van subsidies, zodat een ruimer budget beschikbaar is.

Agrariërs geven aan geen specifieke doelgroep voor hun nevenactiviteiten te hebben (paragraaf 8.2). Zij laten iedereen op hun bedrijf komen voor hun recreatieve of informatieve activiteiten. Er vanuit gaande dat de agrariërs dit zo willen houden, zouden materialen voor een zo breed mogelijk publiek moeten zijn (4). Veel agrariërs hebben al materialen voor hun nevenactiviteiten. Zij zijn daar zelf tevreden over en ook de bezoekers zijn enthousiast en er is dus geen noodzaak om die materialen te vervangen. Het ligt voor hand om in nieuwe materialen zoveel mogelijk aanvullend te zijn op deze bestaande materialen (5). Agrariërs beschikken over zeer specifieke kennis (paragraaf 9.4), zoals het onderscheiden van hun koeien of het kunnen in schatten van het verloop van de groei van het fruit of de het evenwicht tussen insecten en hun roofdieren in de boomgaard. Inhouden van materialen dienen ruimte te laten of te creëren voor deze specifieke kennis van agrariërs (6). Want dat is ook waar zij graag en enthousiast over vertellen en wat mensen boeit.

De agrariërs die aangeven in de toekomst meer materialen te gaan gebruiken, zijn agrariërs die sterkt gericht zijn op recreatie. Ook geven agrariërs aan dat de meeste mensen voor het recreatieve aanbod naar de boerderij komen en vervolgens ook meer willen weten van het agrarische bedrijf. De materialen zouden dan ook recreatief moeten zijn (7). Voorwaarde bij het recreatieve aspect is wel dat er een verband is tussen het recreatieve materiaal en de informatie die de agrariër wil geven.

12.4.3 Eisen overheid

De overheid wil de economische vitaliteit vergroten, door onder andere het recreatieaanbod op het platteland te vergroten. Recreatieve materialen zouden dus wenselijk zijn vanuit dit oogpunt (1). Daarnaast wil de overheid het draagvlak van de landbouw versterken. Daarvoor is het nodig dat mensen meer weten over de dagelijkse praktijk op de boerderij. De inhoud van producten zou daarmee moeten samenhangen (2) en mensen uitnodigen tot het stellen van meer vragen (3).

12.4.4 Eisen vanuit NME

Zoals in hoofdstuk 4 is aangegeven is het doel van NME om mensen mogelijkheden te bieden om inzicht te verwerven in samenhangen tussen menselijk handelen en natuur(1). Voedselproductie is een thema waarmee deze samenhang inzichtelijk kan worden gemaakt, en waarbij tegelijk basiskennis over natuur en milieu aan bod komt. Voedselproductie is ook een thema dat aansluit bij de leefwereld van zowel kinderen als volwassenen. Voedselproductie is met andere woorden een goed onderwerp voor producten (2). Vanuit een

educatief perspectief kan een tweede eis worden gesteld. Bekend is dat motivatie een drijvende kracht achter leren is (onder andere Hovinga, 2004, p. 24 Van Oers, 1995, p. 116). Mensen zouden dus, bijvoorbeeld door verrassende en prikkelende elementen, gemotiveerd moeten worden om meer kennis te verwerven (3).

12.4.5 Inhoudelijke en praktische kenmerken van producten

In tabel 4 zijn de in de vorige paragrafen genoemde eisen samengevat tot inhoudelijke en praktische kenmerken. In paragraaf 12.4.6 worden de verschillende kenmerken concreet uitgewerkt en voorbeelden van producten gegeven.

Tabel 4 Inhoudelijke en praktische kenmerken van educatieve producten voor agrariërs met nevenactiviteiten.

Inhoudelijke kenmerken	Eisen/wensen		
	Agrariërs	NME	Overheid
1. Aansluiten bij de dagelijkse praktijk op het bedrijf (zoals voedselproductie).	1	2	2
2. Het inzichtelijk maken van samenhangen tussen mensen en natuur.		1	
3. Prikkelende en contact stimulerende activiteiten.	2	3	3
4 Ruimte laten/creëren voor specifieke kennis en vaardigheden van agrariërs.	6		
5. Eenvoudige en toegankelijke activiteiten	4		
Praktische kenmerken			
6. Recreatieve vorm	7		1
7. Goedkoop	3		
8. Aansluiten bij bestaande materialen	5		

12.4.6 Uitwerking van kenmerken voor producten

In deze paragraaf worden enkele suggesties gedaan voor producten die aan de kenmerken die in de vorige paragraaf geformuleerd zijn voldoen.

Materialen hoeven het contact met de agrariër niet in de weg te staan. Juist door beknopt te informeren, te confronteren met nieuwe beelden of een korte opdracht te geven, bijvoorbeeld in de vorm van een speurtocht kunnen mensen aan het denken worden gezet en komen wellicht nieuwe vragen naar voren die met de agrariër besproken kunnen worden. In plaats van informatiebordjes met veel uitleg kunnen ook informatiepanelen in een aansprekende vorm (zoals een prikkelende foto, afbeelding, strip of vraag) worden neergezet.

In plaats van te beginnen met het vertellen over het agrarisch bedrijf of de natuur beginnen met ervaringen en belevingen rond het bedrijf. Bijvoorbeeld door mensen aan de hand van een 'beleefpad' uit te dagen om te zien, horen, ruiken, voelen en proeven. En daarna na te denken wat daarin van mensen en wat van de natuur afkomstig is en hoe beide aspecten op het bedrijf verweven zijn.

Bij de recreatieve activiteiten is er nauwelijks een verband tussen de activiteiten en de agrarische bedrijfsvoering, de flora en fauna van het bedrijf en de specifieke kennis van de agrariër. Suggesties voor aanvullende elementen bij bestaande recreatieve activiteiten, waarbij de relatie gelegd kan worden met het productieproces, de samenhang tussen mensen en natuur en de specifieke kennis van de agrariërs:

- De houten geit of koe die gemolken wordt vragen te laten stellen (tekst, beeld of geluid) als: 'waaraan herkent mijn boer mij?'
- Bij spellen met een competitie-element ook punten geven voor het goed beantwoorden van een vraag, bijvoorbeeld op de boomstammen: hoe komt het dat je bij het ene stuk hout een groter stuk moet afzagen? Of bij de zeskamp door de boomgaard: welke beestjes kom je tegen? Wat doen zij daar? Waarom?
- Tijdens het boerengolf een extra opdracht geven, zoals: wie hoort de meeste verschillende geluiden, ziet de meeste dieren (loepotje mee), of ziet de meeste verschillende planten in het weiland?
- Bij het bereiden van bijvoorbeeld boter, jam of brood de benodigde gereedschappen (kommen, lepels, werktafel) voorzien van korte en prikkelende teksten en afbeeldingen over de groei van de natuurlijke producten en de verwerking en wat er aan het verwerken vooraf gingen. Hetzelfde geldt voor picknick- of barbecuebenodigdheden als borden, placemats, tafelkleden.

12.4.7 Aanbevelingen benaderen markt

Het benaderen van particuliere agrariërs is te kostbaar. Het meest praktisch is om voorbeeldproducten aan te bieden aan regionale verenigingen van agrariërs met nevenactiviteiten. In Bijlage III is een lijst met regionale verenigingen van agrariërs met nevenactiviteiten opgenomen. Agrariërs willen graag autonoom blijven, zij willen zelf bepalen wat en hoe ze iets doen. Agrariërs(verenigingen) zouden daarom sterk betrokken moeten worden in het ontwerp van materialen.

Hoewel de agrariërs in dit onderzoek terughoudend zijn in het uitbesteden van de productie van materialen, zijn er kansen. Het aantal agrarische bedrijven met nevenactiviteiten groeit en steeds meer bedrijven met nevenactiviteiten zijn zo uitgebreid dat ze arrangementenboerderij of activiteitenboerderij heten. Deze bedrijven groeien met de vraag mee en gaan wellicht steeds meer investeren in professionele materialen. In Bijlage IV zijn enkele adressen van websites opgenomen van dergelijke bedrijven.

12.5 Algemene richtlijnen voor andere regio's en andere beroepspraktijken

De resultaten in de literatuur, waarin onderzoeken uit andere regio's zijn opgenomen, komen in grote mate overeen met de resultaten van dit kwalitatieve onderzoek onder agrariërs in de Kromme-Rijnstreek. Zo komt in eerdere onderzoeken naar voren dat agrariërs in heel Nederland het imago van de landbouw bij burgers als slecht inschatten en dat willen verbeteren (Ministerie van LNV, 2005a) en noemen agrariërs in andere regio's de overheid als grootste knelpunt bij het realiseren van nevenactiviteiten (Van den Ham *et al.*, 1999; LEI, 1999). Er zijn geen redenen aan te nemen dat onderzoek naar agrariërs in andere regio's heel

andere resultaten zal opleveren. Er kan worden vanuit gegaan dat agrariërs in andere regio's meestal geen educatief doel hebben met hun nevenactiviteiten, bij hun nevenactiviteiten spontaan informeren over de gang van zaken op het eigen bedrijf (met onder andere als doel onwetendheid bij hun bezoekers weg te nemen) en recreatieve activiteiten gebruiken ter promotie van eventuele verkoopproducten. De in paragraaf 12.4 geformuleerde kenmerken voor producten zullen daarmee ook van toepassing zijn voor agrariërs in andere regio's. De behoefte aan materialen is in de literatuur niet onderzocht.

Een mogelijk verschil in andere regio's is de afname van professionele materialen. In sommige regio's (bijvoorbeeld Noord-Brabant) zijn meer en grotere bedrijven met nevenactiviteiten (zie 12.4.7), die mogelijk meer gebruik maken van professionele materialen.

Het is moeilijk om de agrarische beroepspraktijk te vergelijken met andere beroepspraktijken, zoals de visserij en natuurbeheer, waarvan eveneens denkbaar is dat zij communicatieve en/of educatieve nevenactiviteiten aanbieden. Mensen die in deze beroepspraktijken werken zijn geen zelfstandige ondernemers met een stuk eigen grond. Daardoor zullen motivaties van aanbieders van nevenactiviteiten in deze praktijken verschillen van die van de agrariërs uit het kwalitatieve onderzoek. In de praktijk van natuurbeheer hoeven betrokkenen bijvoorbeeld niet direct te denken aan klandizie voor eigen verkoopproducten, of het voortbestaan van een familiebedrijf. Wat betreft kenmerken voor materialen zal wel overeind blijven dat inhouden moeten bestaan uit wat de dagelijkse praktijk biedt, omdat de betrokkenen zo hun persoonlijke verhaal en kennis kunnen aanbieden. De verhoudingen met de overheid zijn in deze beroepspraktijken anders dan met agrarische ondernemers, waardoor ook de meningen over het overheidsbeleid wellicht niet hetzelfde zijn.

Hoofdstuk 13 Literatuur

Alblas, A.H. & A.E.J. Wals, 1995, *Naar een didactiek voor natuur- en milieu-educatie*. In: J. Van Bergeijk *et al.*, *Natuur- en milieu-educatie didactisch beschouwd*. Wageningen: Wageningen Pers, pp. 43-74.

Baarda, D.B. *et al.*, 1996, *Basisboek Kwalitatief onderzoek*. Houten: Educatieve Partners Nederland BV.

Baarda, D.B. *et al.*, 1997, *Basisboek Open interviewen*. Houten: Educatieve Partners Nederland BV.

Dubbeldam, R. *et al.*, 2001, *Buitengewoon, emancipatie en diversiteit op het platteland*. Den Haag: Ministerie van LNV

Ham, A van den & J.W. van der Schans, 1999, *Verbreding, wat vinden boeren er van?* Den Haag: LEI.

Ham, A van den, C.H.G. Daatselaar, M.E. Ypma, J.H. Wisman & G.B.C. Backus, 1999, *Mogelijkheden voor ontwikkeling en verbreding op bedrijven met varkens in Nederweert*, Den Haag: LEI.

Hovinga, D., 2004, *Zonder bomen geen bos*. Utrecht: Universiteit Utrecht

Hovinga, D., 2007, *Ont-dekken en toe-dekken, Leren over de veelvormige relatie van mensen met natuur in NME-leertrajecten duurzame ontwikkeling*. Utrecht: Universiteit Utrecht

LaMi, 2005, *Wensen en knelpunten bij afzet van producten en educatie onder biologische boeren in de provincie Utrecht*, Houten: LaMi.

Margadant- van Arcken, M.J.A., 1995, *Het belang en de plaats van natuurbeleving in NME*. In: J. Van Bergeijk *et al.*, *Natuur- en milieu-educatie didactisch beschouwd*. Wageningen: Wageningen Pers, pp. 75-87.

Marktplan Adviesgroep, 2003, *Agrotoerisme, z'n investering waar? Een studie naar agrotoeristisch ondernemen in Noord-Brabant*, Bussum: Marktplan Adviesgroep BV.

Meijer, W.A.J., 1995, *Hoe educatief is natuur- en milieu-educatie?* In: J. Van Bergeijk *et al.*, *Natuur- en milieueducatie didactisch beschouwd*. Wageningen: Wageningen Pers, pp 23-32.

Ministerie van LNV, 2000a, *Natuur voor Mensen, Mensen voor Natuur, nota voor natuur, bos en landschap in de 21^e eeuw*, Den Haag: Ministerie van LNV.

Ministerie van LNV, 2000b, *Plattelandontwikkelprogramma Nederland 2000-2006*, Den Haag: Ministerie van LNV.

Ministerie van LNV, 2004a, *Agenda voor een Vitaal Platteland*, Den Haag: Ministerie van LNV.

Ministerie van LNV, 2004b, *Vitaal en Samen, LNV-Beleidsprogramma 2004-2007*, Den Haag: Ministerie van LNV.

Ministerie van LNV, 2005a, *Het imago van de agrarische ondernemer*, Consumentenonderzoek, Den Haag: LNV Consumentenplatform.

Ministerie van LNV, 2005b, *Kiezen voor landbouw, Een visie op de toekomst van de Nederlandse agrarische sector*, Den Haag: Ministerie van LNV.

Ministerie van LNV, 2005c, *8 vooroordelen over de Nederlandse landbouw*, Den Haag: Ministerie van LNV.

Ministerie van LNV, 2006a, *Meerjarenprogramma Vitaal Platteland 2007-2013*, Den Haag: Ministerie van LNV.

Ministerie van LNV, 2006b, *Programmadocument Plattelandontwikkelprogramma 2007-2013*, Den Haag: Ministerie van LNV.

Oers, B. van, 1995, Natuur-en milieu-educatie: enkele psychologisch-didactische aspecten. In: J. Van Bergeijk *et al.*, *Natuur- en milieu-educatie didactisch beschouwd*. Wageningen: Wageningen Pers, p. 111-128.

Ploeg, B. van der, H.C. Hofsink & C. Teeuwen, 2000, *Te voet door de velden; Draagvlak openstelling agrarische gronden voor recreatie*, Den Haag: LEI.

Ploeg, J. D. van der, 2002, *Kleurrijk platteland, zicht op een nieuwe land- en tuinbouw*, Assen: Van Gorcum BV.

Spaargaren, G., 1995, *Met natuur- en milieu-educatie naar een beschaafder samenleving?* In: J. Van Bergeijk *et al.*, *Natuur- en milieu-educatie didactisch beschouwd*. Wageningen: Wageningen Pers, pp 33-42.

Vermeersch, E., 1995, *Educatieve implicaties van een globale visie op milieuproblematiek* In: J. Van Bergeijk *et al.*, Natuur- en milieu-educatie didactisch beschouwd. Wageningen: Wageningen Pers, pp. 145-153.

Websites

www.cbs.nl

www.waardewerken.nl

www.vvhp.nl, website van Vrienden van het Platteland

Bijlage I Topicslijst open interviews

TOPICS EN SUBTOPICS	STARTVRAAG	BIJVOORBEELD
1. Huidige activiteiten	Kunt u iets vertellen over activiteiten op uw bedrijf naast de agrarische bedrijfsvoering?	Camping, poldersport, rondleiding
1.1 Frequentie		
1.2 Tevredenheid		(Aanbieders van) Materialen
1.3 Motieven		
1.4 Expertise		
1.5 Financiering/Subsidiering		
1.6 Problemen		Regelgeving, vergunningen
2. Wensen	Wat zou u in de toekomst willen doen aan nevenactiviteiten op uw bedrijf?	Sport, spel, speurtocht, verkoop, excursie/rondleiding
2.1 Motieven		Financieel, boodschap (natuur, historie, omgeving), morele taak/plicht, uitdaging, afwisseling, plezier
3. Doelgroep	Voor wie zou u activiteiten willen organiseren?	Jongeren, ouderen, families bedrijven, schoolklassen, mensen uit omgeving, mensen uit stad
3.1 Motieven		
4. Mogelijkheden	Wat zijn de mogelijkheden op uw bedrijf?	
4.1 Ruimte	Welke aanknopingspunten?	Ontvangstruimte, overkapping, plek voor activiteiten (boomgaard, oude stal)
4.2 Tijd	Hoeveel tijd heeft u voor nevenactiviteiten?	
4.3 Expertise	Wat zal het van u vragen? Hulp nodig? In welke vorm (personeel, advies, scholing)?	In omgaan met bepaalde doelgroepen, natuurkennis, kennis over producten, creativiteit
4.4 Financiën	Hoeveel te investeren, gebruik maken van subsidies? Bekend met subsidies?	
5. Kromme Rijngebied	Wat is uw binding met KR-gebied?	
5.1 Historie		Romeinen
5.2 Agrarische Cultuur		Kersen
6. Afronding	Nog iets toe te voegen? Nog vragen? Bedankt voor medewerking	

Bijlage II Samenvatting labels interviewprotocollen

kernlabel	label	respondent										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Type bedrijf	fruit											
	melkvee											
	vleesvee											
	schapen											
	akkerbouw											
Type nevenactiviteit	verwerking en verkoop											
	dagrecreatie											
	verblijfsrecreatie											
	gericht informeren											
Motivatie	financieel											
	contact met mensen ('buitenwereld')											
	tevreden klanten											
	praktisch: ruimte over											
	praktisch: overig											
Doel	imago verbeteren											
	pr verkoopproducten											
	onwetendheid wegnemen											
	vermaak											
Doelgroep	consumenten											
	kinderen											
	informatiezoekers											
Perspectief op motivatie doelgroep	rust, ruimte, beleving, vermaak											
	informatie											
Uitgangspunt	zoveel mogelijk agrarisch blijven											
	boerensfeer boven kwaliteit producten											
	vraaggericht											
	inzetten op kwaliteit producten											
	informeren vanuit praktijk boerenbedrijf											
	autonoom zijn											
	altijd open											
Benodigde vaardigheden	persoonlijk contact doelgroep											
	nieuwe ontwikkelingen in markt zien											
	creativiteit											
	flexibiliteit											
	enthousiame in communicatie doelgroep											
Materialen	gastvrijheid											
	informatiemateriaal, zelfgemaakt											
	recreatieve producten, zelfgemaakt											
Uitbreiding/vernieuwing	geen											
	geen, vanwege leeftijd											
	als vergunning rond is											
	als inrichting bedrijf geschikt is											
	informatiebordjes											
Subsidies	geen, niet (genoeg) bekend											
	geen, niet in aanmerking											
	geen, negatieve ervaring, frustratie											
	geen, autonoom blijven											
	mogelijk wel in de toekomst											
Gemeente	frustratie vergunningen/bestemmingsplan											
	geen problemen											
	positief											
Educatief doel	herkomst voedsel											
	niet											

Bijlage III Verenigingen van agrariërs met nevenactiviteiten

Landelijk

Vereniging Kamperen bij de Boer: <http://www.vekabo.nl>

<http://www.boerenkaas.nl>

<http://www.zuivelonline.nl>

Stichting Vrije Recreatie: www.svr.nl

Vrienden van het Platteland: www.vvhpl.nl

<http://www.plattelandspromotie.nl>

Utrecht

<http://www.terechtanders.nl>

<http://www.vallei-boerderij.nl>

Zuid-Holland

<http://www.indebenendoordevenen.nl>

<http://www.weidehofkrimpenerwaard.nl>

<http://www.vockestaert.nl>

<http://www.natuurlijkvoorneputten.nl>

<http://www.groenehartlogies.nl>

<http://www.struinenenvorsen.nl>

<http://www.hotel-boerenkamer.nl>

Noord-Holland

<http://www.boerenbuiten.nl>

Friesland

<http://www.boerehiem.nl>

<http://www.debuorkerij.nl>

Overijssel

<http://www.tuinpad.nl>

Gelderland

<http://www.toerdeboerop.nl>

<http://www.boerenrecreatie.nl>

<http://www.terra-vita.com/pages/home.html>

Brabant

<http://www.duinboeren.nl>

<http://www.mortelenboeren.nl>

<http://www.platteland-van-cuijk.nl>

<http://www.maashorstboeren.nl>

<http://www.landvandeilver.nl>

<http://www.boerlevaer.nl>

<http://www.welkomopdeboerderij.nl>

Bijlage IV Agrarische bedrijven in Nederland met een groot aanbod aan nevenactiviteiten

<http://www.consumentenboerderij.nl>

<http://www.uitopdeboerderij.nl>

<http://boerderijpolderzicht.nl>

<http://www.bezoekboerderij.nl/>

<http://www.eemlandhoeve.nl/>

<http://home.hetnet.nl/~qadevette/>

<http://www.agriexperience.nl/>

<http://home.hetnet.nl/~mtsvdzee/>