

Come-back van 'vergeten' groep

Waardering voor boeren groeit, uitlegg en productiewijze aan burger blijft nodig

De melkveehouderij heeft een beter imago dan boeren zelf vermoeden. Hoewel imago gevoelig voedsel is voor schandalen en crises, moet de ernst hiervan niet worden overschat: 'Gaan er na een vlieg-ramp minder mensen vliegen?', zegt plattelandsvriend Peter Smeets.

Vraag een willekeurige consument in de supermarkt wat een veehouder typeert en je krijgt stevast het antwoord: hard werken. Uit de mini-interviews in deze special blijkt dat veel consumenten waardering hebben voor de melkveehouderij. Onderzoek van TNS Nipo dit voorjaar in opdracht van het ministerie van Landbouw bevestigt dit beeld. In Nederland vindt 83 procent dat de landbouw een belangrijke bijdrage levert aan de samenleving en 77 procent draagt de boeren een warm hart toe (figuren 1 en 2).

Een goed imago dus? In het woordenboek staat het woord uitgelegd als beeldvorming, of reputatie. Een imago is per definitie niet objectief, omdat het behalve door kennis, ook door beelden wordt bepaald. Boeren hebben zelf het gevoel dat de samenleving een sceptisch beeld heeft van hun sector, blijkt uit hetzelfde

onderzoek. Dat beeld zou gebaseerd zijn op verouderde ideeën die een 'Ot en Sien-gevoel' oproepen. Een ontorechte opvatting, vindt Mona van Spijk. De beleidsadviseur van LTO Noord meent dat de burger niet verlangt naar een traditionele landbouw, maar wel naar een landbouw die zo min mogelijk 'kunstmatig ingrijpt'. 'Dan kun je denken aan onthoornen, koudmerken, een melkrobot of sperma seksen. Het is belangrijk om na te denken over de mogelijke alternatieven, want we leven in een andere samenleving dan vijftig jaar terug.' Peter Smeets, directeur van de Stichting Vrienden van het Platteland, sluit zich bij Van Spijk aan. 'Voeding is niks bijzonders meer, het is er gewoon. Dat is een andere werkelijkheid dan vlak na de Tweede Wereldoorlog. De burger van vandaag is minder onverschillig over de manier van voedselproductie. In de bele-



De band tussen boer en consument kan steviger, stellen VLAM en Stichting Vrienden van het Platteland

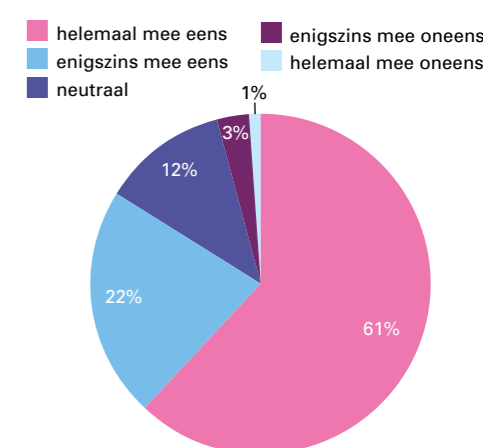
ving van burgers is de koe bijna een huisdier.' Wat Smeets betreft zijn alternatieven voor moderne technieken als sperma seksen of de melkrobot niet per se noodzakelijk. Het gaat hem er meer om goed aan burgers uit te leggen hoe en waarom een modern bedrijf produceert zoals het produceert. Dat dit met een 'onwetende' burger soms weerbarstige situaties oplevert, wil Smeets niet ontkennen. 'Dan kun je als veehouder in een spagaat terecht komen: enerzijds wil je inzicht geven in moderne productiewijzen, maar tegelijkertijd moet je uitleggen waarom er geen koeien in de wei lopen. Daarom is het belangrijk om het begrip welzijn voor burgers te herdefiniëren. Je moet ze duidelijk maken dat welzijn in de stal ook prima kan zijn.'

Schaf kwantumtoeslag af

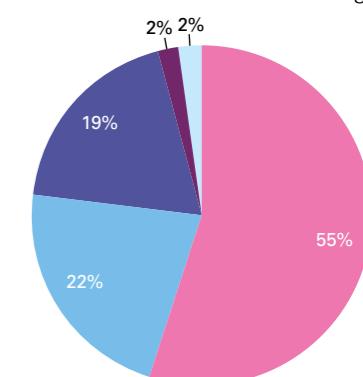
Wouter van Eck, campagneleider Landbouw en Voedsel bij Milieudefensie, neemt met 'goed uitleggen' aan de burger geen genoegen. 'Onze zorg richt zich op de toenemende schaalvergroting en de daarmee samenhangende trend naar opstallen. Die verspelen het draagvlak onder de bevolking. Wij denken dat melkveehouders meer betaald moeten worden voor weidegang, landschapsbe-

heer, dierenwelzijn en het terugdringen van emissies naar het milieu. Zuivelondernemingen zouden geen kwantumtoeslag moeten betalen, maar een kwaliteitstoeslag. Uiteindelijk is het een taak van de overheid om dat te realiseren.' In de op Prinsjesdag gepresenteerde miljoenennota is daar volgens Van Eck nog te weinig op ingezet. 'Wij spreken van een lippendienst, het blijft bij mooie woorden.'

Landbouwminister Verburg gaf op Prinsjesdag aan de Europese inkomstensteun meer te willen koppelen aan maatschappelijke doelen op het gebied van voedselveiligheid, welzijn voor dieren en natuurbeheer. In haar begroting maakt ze geld vrij om boeren meer dan nu de kans te bieden in te spelen op 'wensen uit de stad'. Er gaat bijvoorbeeld twee miljoen euro naar een kenniscentrum voor een veelzijdig platteland. Een veelgehoorde noot van kritiek bij alle inspanning om boer en burger dicht bij elkaar te brengen, is dat de burger in de winkel veelal kiest voor de goedkopere producten. 'De burger vindt, de consument koopt', stelt Van Spijk. Zij vindt dat Stichting Vrienden van het Platteland een belangrijke rol vervult om de consument te laten kopen wat de



Figuur 1 – Reactie op de stelling: 'Ik vind dat de agrarische sector een belangrijke bijdrage levert aan de Nederlandse samenleving'



Figuur 2 – Reactie op de stelling: 'Ik draag de Nederlandse boeren een warm hart toe'

Wat typeert melkveehouders?



Voor deze special zijn mensen geïnterviewd in supermarkten in Rotterdam en Antwerpen. In algemene zin was er waardering voor de landbouw. Erg bekend met de landbouw waren de meesten niet.

'Boeren zijn af en toe een beetje moppe-raars. Ze hebben veel liefde voor de beesten, kennen hen bij naam. Maar Britney of Klara zit op enig moment wel in de biefstuk. Ik zou daar moeite mee hebben, maar er moet natuurlijk wel brood op de plank komen. Boeren hebben ook een zakelijke instelling.'



Wouter Over-sluizen (49), projectleider kunst en cultuur

'Ik denk dat het hardwerkende mensen zijn, een beetje oubollig, dat wel. Geen televisie, niks van het moderne leventje. Dat conservatieve een beetje. Melkveehouders brengen gezonde producten voort. Alhoewel, tegenwoordig wordt niet alles meer zo natuurlijk gekweekt. Het moet, zeg maar, wel gewoon blijven.'



Milushca Granger (30), studente maatschappelijke dienstverlening

Welke bijdrage levert de agrarische sector aan de samenleving?

'Ik vind een belangrijke bijdrage. Dankzij de agrarische sector wordt niet alle ruimte met appartementen bebouwd. Ik denk dat België overbevolkt is. Verder brengt de landbouw verse en gezonde voeding voort. Voor mij is bovendien van belang dat de producten kosjer zijn. Dat betekent dat er een jood aanwezig moet zijn bij het melkproces.'



Gershon Hochhauser (42), leraar joodse studies

'De Nederlandse landbouw is een gigantische netto-exporteur en levert daarmee een belangrijke bijdrage aan de economie. Qua kennis, techniek en resultaten behoort hij tot de beste van de wereld. Daarnaast onderhoudt de melkveehouderij het landschap. Ik vind het wel jammer dat het nostalgische karakter verdwijnt.'



Joost Goderie (40), directeur van een telecom-bedrijf

'De landbouw produceert allerlei zuivelproducten tegen een gunstige prijs. Dat is heel belangrijk voor de consument. De producten zijn bovendien gezond. Ik heb nog nooit een boer ontmoet, maar zou dat best eens willen. Want hoewel het vak me niets zegt, heb ik er wel waardering voor. Hard werken-de mensen, die lange dagen maken.'



Gerrie Maduro (60), gepensioneerde

burger vindt. Peter Smeets, directeur van de stichting – zegt daar al flink aan te werken: 'Uit onderzoek blijkt dat onze projecten met de boerderijwinkels het aantal bezoekers op boerenbedrijven flink heeft verhoogd. Dat verstevigt de band tussen consument en boer. Ook streekproducten en de groei van het aantal zorgboerderijen verstevigen deze band.'

Onbekend maakt onbemind

Ook in Vlaanderen zijn diverse initiatieven om de spreekwoordelijke kloof tussen boer en consument te dichten. Johan Michiels, productmanager rundvlees bij VLAM, noemt drie actuele ontwikkelingen: 'Plattelandstoerisme is hier echt in opkomst. Steeds meer boeren gaan een leegstaand gebouw inrichten als hotelkamer. Daarnaast zijn er steeds vaker opendeurdagen en jaarmarkten, zoals onlangs tijdens de Dag van de landbouw. Een derde trend is de aanleg van fietspaden die over of langs een aantal boerderijen gaan. Op elk bedrijf is een leermoment, denk bijvoorbeeld aan het maken van kaas, het melken, of het bereiden van hoeve-ijs.'

Dergelijke initiatieven zijn volgens Michiels belangrijk om het imago van de melkveehouderij op te vijzelen. Maar is dat wel zo noodzakelijk als uit onderzoek blijkt dat het imago helemaal niet zo slecht is? Michiels: 'Onbekend maakt onbemind. Stel dat je niet zou stilstaan bij het imago van je sector, hoe groot zouden de klappen dan zijn? Dertig jaar geleden was het minder relevant omdat iedereen wel een familielid had in de landbouw. Dat komt nu veel minder vaak voor.' Van Spijk vult hem aan: 'In tijden van voedselschaarste is imago

veel minder relevant, maar als het economisch gezien goed gaat wordt de burger steeds kritischer en speelt imago een belangrijkere rol.'

Incidenten blijven er altijd

Nog even terug naar het woord beeldvorming, wat imago in feite is. Hoe fragiel is imago als een bericht in de media over dierziekten of voedselschandalen de opinie van burgers zo gemakkelijk beïnvloedt? 'Die berichten zijn inderdaad telkens een kaakslag voor het imago. Eén beeld zegt meer dan duizend woorden', reageert Michiels. 'Maar de initiatieven die ik noemde zijn er juist om dat tegen te werken. Helaas berichten de media veel sneller over negatieve gebeurtenissen. Ik besef dat het verbeteren of in stand houden van een imago een kwestie van lange adem is.'

Peter Smeets denkt dat dit wel meevalt. 'Incidenten blijven er altijd. Gaan er na een vliegcrash minder mensen vliegen? De wereld is nu eenmaal snel.' Michiels erkent dat de consument een kortetermijngeheugen heeft. 'Morgen is er weer een ander topic in het nieuws, dan is de consument een negatief bericht doorgaans weer vergeten. Bij producenten blijft het meestal langer hangen.'

Gelukkig zijn er ook beelden die via de media een positieve bijdrage leveren aan het imago. Het beste voorbeeld is het televisieprogramma Boer zoekt vrouw, dat in hoogtijdagen ruim drie miljoen kijkers trok. Uit het opinie-onderzoek van TNS Nipo blijkt dat twee op de vijf mensen die het programma zagen, nu veel meer weten over het boerenleven. Men is boeren meer gaan zien als professionele ondernemers en heeft een positiever beeld gekregen van de sector. 'Een

neveneffect', moet Stephan Warnik, hoofd amusement bij de KRO, bekennen. 'De opzet was een programma te maken waarin niet hebzucht, maar liefde de boventoon voerde.' Maar waarom waren boeren zo geschikt? 'Om de doo-eenvoudige reden dat boeren vaker dan in andere beroepen alleenstaand zijn en weinig contact hebben met vrouwen en hun omgeving. Het feit dat steeds minder mensen weten hoe het er op een boerderij aan toe gaat, gaf een extra dimensie aan het programma. Boeren wa-



Wim van Rijn: 'Mensen staan steeds verder van de landbouw af'

'Wij zijn groot in kleinschaligheid', vat Wim van Rijn zijn bedrijfsopzet bondig samen. De veehouder uit Zoeterwoude runt met zijn vrouw Ada en zoon Rick een bedrijf dat uitblinkt in veelzijdigheid.

Van Rijn melkt 22 mrij-koeien, 130 geiten, houdt vier zeugen, veertig vleesvarkens, twee pony's en zestig leghennen op 28 hectare grond. Daarnaast is er op het bedrijf een boerderijwinkel, een restaurant, een mini-camping en een kaasmakerij. Ook worden er rondleidingen en ponyritten verzorgd en roeiboten verhuurd. 'Onze doelstelling is mensen dicht bij de natuur en voedselproductie te brengen. Er is bij bur-

gers een tekort aan beleving van landbouw, mensen staan er steeds verder van af.'

Hoewel het gezin de hulp heeft van vijftien parttime krachten en twee fulltimers, zegt Wim dat het bewaren van overzicht niet altijd meevalt. 'Soms krijg je alles tegelijk op je bord. Dan ben je aan het hooien, zit er een varken in de sloot, staat er een groep klaar voor een rondleiding en valt er een kind op haar knie. Dit is niet weggelegd voor de gemiddelde veehouder, je moet er tegen kunnen.'

Van Rijn komt binnenkort op televisie tijdens de derde aflevering van Kijk een Koe – een nieuw programma van de



Wim van Rijn: 'Soms krijg je alles tegelijk op je bord'

KRO. Daarin moet hij drie skaters (skateboarders met eigenzinnige stijl van kleding en leven) uit Den Haag wegwijs maken in het boerenleven.

ren een vergeten bevolkingsgroep.' Een verklaring voor het succes is volgens Warnik het aansprekende karakter van boeren. 'De manier waarop boeren in het leven staan is aanstekelijk. Ze hebben een bepaalde nuchterheid en zijn vaak recht voor z'n raap. Wat ook aanspreekt is de omgang met natuur, het leven, het respect daarvoor.'

Geforceerd de nek uitsteken?

Initiatieven waarmee de melkveehouderij haar imago een dienst bewijst zijn zeer divers. Weidegang, verbreding met een recreatie- of zorgfunctie en natuurbeheer zijn gekende voorbeelden, maar ook de meer ludieke initiatieven als koeknuffelen, boerengolf en poldersporten behoren tot de mogelijkheden. Welke manier is nu de beste? 'Er is geen beste manier', stelt Michiels. 'Elke manier, ludiek of professioneel, heeft ef-

fect. Ze werken zelfs versterkend op elkaar.'

De vraag is of elke boer zit te springen om zijn bedrijf met de genoemde initiatieven uit te breiden. Is gewoon je best doen (denk aan eersteklas melk, een opgeruimd erf en zorg voor een goede kwaliteit voer en water) niet voldoende? Van Spijk: 'Je moet het één doen en het ander niet laten. Het blijft natuurlijk een individuele keuze. Ik weet dat maar een klein deel van de ondernemers het bedrijf openstelt. Dat hoeft ook niet, het moet je passen, want als boeren dat geforceerd doen, prikt de burger er zo doorheen.' LEI-onderzoekster Elsje Oosterkamp deelt haar visie: 'Niet iedereen hoeft zijn nek uit te steken. Als het bedrijf netjes op orde is, dan is het helemaal niet slecht om te zeggen: "We houden het zo zoals het is." Uiteindelijk wordt wel van iedereen verwacht dat ze

netjes werken, want als een klein gedeelte van de bedrijven problemen veroorzaakt, bepaalt dat in sterke mate het beeld voor de gehele sector.'

Peter Smeets is het niet helemaal met Van Spijk en Oosterkamp eens. 'Verbreding zal in weinig gevallen de plaats in kunnen nemen van de primaire tak van een melkveebedrijf. Maar dat neemt niet weg dat het nodig is je als veehouder in te spannen om de band met de consument te verstevigen. Agrariërs zijn veel minder onverschillig dan gedacht. De nieuwe generatie is hoog opgeleid en voelt zich betrokken bij de samenleving. Ik merk aan de belangstelling voor campagnes als de Week van het platteland, die dit jaar tienduizenden bezoekers trok, dat de binding tussen producent en consument sterker wordt.'

Tijmen van Zessen

Waar moet de melkveehouder in uw optiek nog aan werken?

'Er moet meer gekeken worden naar regionalisering van de productie. De productie en consumptie van voedsel mogen niet te ver uit elkaar liggen. Dat zorgt voor extra diervoer, wat voor dieren ellendig is. Ik vind de veehouderij te massaal, te fabrieksmatig voor dieren. Daarom koop ik bij voorkeur veel biologische producten.'



Katleen Verheyden (40), bedienende

'Veehouders zouden hun producten meer in het land zelf moeten verkopen. Dat is goedkoper en beter voor het milieu, omdat er minder transport van dieren en producten plaatsvindt. Ik vind het belangrijk dat de landbouw respectvol omgaat met het milieu en kleinschaligheid moet koesteren. Groot is niet altijd beter.'



Bart Van Hoydonck (32), werkzoekend/bedienende

'De tendens is dat men vindt dat boeren steeds beter met dieren omgaan. Ik heb daar geen ervaring mee. Maar het lijkt me voor de koe geen pretje dat ze meer melk produceert dan ze van nature zou doen. Dat vind ik wel erg. Subsidies die worden uitgekeerd omdat de productie anders niet lucratief is keur ik af.'



Ramon Nobel (21), student journalistiek

Zou u willen ruilen met een melkveehouder?

'Nee, ik heb schrik van koeien, ze zijn zó groot van dichtbij. En al die geurtjes, het werk is vuil, je moet niet vies zijn van vuile handen. Als melkveehouder heb je ook niet alles in de hand, je bent afhankelijk van weersinvloeden en hebt geen vat op je salaris. Maar ik heb wel respect voor de branche als ik zie wat ze voor de maatschappij betekenen.'



Kim Grieten (32), kleuterleidster

'Het stereotype beeld van een veehouder is dat hij van die grote schoppen van handen heeft. Een ruw en robuust mens die met het vee bezig is en op het land werkt. Ik heb wel de neiging om terug te gaan naar het platteland. Ik heb niet altijd in de stad gewoond. Maar zo'n veestapel onderhouden lijkt me niet interessant.'



Stijn Wuyts (34), begeleider bij blinden

'Ik zou dat niet kunnen. Ik vind het knap dat melkveehouders de hele tijd op hun eigen terrein kunnen werken. Zo'n afgezonderd bestaan zou mij niet liggen. Het werken met dieren lijkt me wel mooi, maar ook best zwaar. Ik zou wel proberen de koeien zo veel mogelijk naar buiten te doen. Ik heb gehoord dat koeien steeds meer op stal staan.'



Daniëlle Seinstra (20), studente geneeskunde