



# DIERGERICHT ONTWERPEN

## Consumentenwensen rond dierenwelzijn

Volkert Beekman, Hans Dagevos,  
Cor van der Weele & Karel de Greef

## Kader van dit rapport

Dit rapport is één van de producten van het onderzoeksproject Diergericht Ketenontwerp (DKO). DKO is een van de onderdelen van het LNV-onderzoeksprogramma Nieuwe Veehouderijsystemen.

### Het programma Nieuwe Veehouderijsystemen

In dit programma (1999-2003) wordt gewerkt aan systeeminnovatie in de veehouderij. De aansturing en uitvoering vindt grotendeels plaats in samenwerkingsverbanden tussen onderzoeksgroepen en belanghebbenden (stakeholders) uit de veehouderijketen en betrokken maatschappelijke organisaties.

### Het project Diergericht ketenontwerp

DKO (2001-2003) heeft als doelstelling om een dierhouderij te ontwerpen waarin het welzijn van dieren gewaarborgd is. Uitgaande van de behoeften van de dieren is een programma van eisen opgesteld. Vanuit die eisen kan dan ontworpen worden. Oplossingen hoeven daarbij in eerste instantie niet 'mooi' of 'natuurlijk' of publieksvriendelijk te zijn. Tevreden dieren is het streven. Vervolgens wordt het dierenwelzijnsgerichte resultaat geëvalueerd op kansen en bedreigingen vanuit de invalshoeken economie, milieu en voedselveiligheid. De ontvlechting van het dierbelang en andere wenselijke zaken helpt het maatschappelijke debat in het vinden van de balans tussen diergebruik (voedselproductie) en het respecteren van dierbelangen.

De DKO-activiteiten zijn grotendeels uitgevoerd bij de Wageningen-UR organisaties ID-Lelystad, IMAG en LEI, met procesondersteuning vanuit het bestuurscentrum. De Nederlandse Vereniging tot Bescherming van Dieren is opgetreden als 'trekkende stakeholder'. Andere bij het project betrokken keten- en maatschappelijke organisaties zijn LTO, NAJK, SKOVAR, PVE, Nutreco, IPG en Dumeco Breeding.

De belangrijkste resultaten zijn vastgelegd in een serie rapporten met de volgende titels

1. DIERGERICHT ONTWERPEN: 50 jaar varkenshouderij in Nederland [IMAG-2003-04]
2. DIERGERICHT ONTWERPEN: Behoeften van vleesvarkens [IMAG-2003-05]
3. DIERGERICHT ONTWERPEN: Methodisch in plaats van intuïtief naar een ontwerp voor een diervriendelijk houderijsysteem [IMAG-2003-06]
4. DIERGERICHT ONTWERPEN: Van programma van eisen naar voorbeeldontwerp voor een welzijnsvriendelijke vleesvarkenshouderij [IMAG-2003-07]
5. DIERGERICHT ONTWERPEN: Verbetering van de aansluiting tussen dier en omgeving door fokken op welzijn? [Dossier fokken op welzijn, ID-Lelystad, ID03/3556]
6. DIERGERICHT ONTWERPEN: Wat willen de dieren zelf? [ID-Lelystad, ID03/3561]
7. DIERGERICHT ONTWERPEN: Consumentenwensen rond dierenwelzijn [LEI/ID-Lelystad, ID03/3557]
8. DIERGERICHT ONTWERPEN: Relaties van welzijneisen met milieu, economie en voedselveiligheid [IMAG/ID-Lelystad IMAG-2003-08]

Daarnaast is de informatie samengevat te vinden in de toegankelijke brochure *Welzijn in de toekomst. Over varkenswensen voor varkensstallen* [Wageningen-UR, ISBN 90 6754 677 1]

Informatie over het project DKO vindt u op [www.vsys.nl/DKO](http://www.vsys.nl/DKO) of bij Marijke de Jong (Dierenbescherming, [Marijke.de.Jong@dierenbescherming.nl](mailto:Marijke.de.Jong@dierenbescherming.nl)) of Karel de Greef (ID-Lelystad, [Karel.deGreef@wur.nl](mailto:Karel.deGreef@wur.nl)). Op [www.vsys.nl/DKO](http://www.vsys.nl/DKO) staan de producten ook als download.

Informatie over het programma Nieuwe Veehouderijsystemen kunt u aantreffen op [www.vsys.nl](http://www.vsys.nl) of bij de programmaleider Sierk Spoelstra ([Sierk.Spoelstra@wur.nl](mailto:Sierk.Spoelstra@wur.nl)).

Lelystad/Wageningen/Den Haag, Februari 2003

# DIERGERICHT ONTWERPEN

## Consumentenwensen rond dierenwelzijn



***Volkert Beekman, Hans Dagevos, Cor van der Weele  
&  
Karel de Greef***

**Wageningen-UR, januari 2003**  
Rapport ID03/3557

## Inhoud

1	Inleiding	3
2	Pre-ambule	5
3	Consumentenwensen rond dierenwelzijn	9
4	Hype-ongevoeligheid	11
5	Herkenbaarheid	13
6	Post-schrift	15
7	Verantwoording	17
	Samenvatting	19

## 1 Inleiding

Deze rapportage is het resultaat van een activiteit binnen het project *Diergericht keten ontwerp (DKO)*. Dit project maakt deel uit van het LNV-programma *Nieuwe veehouderijsystemen (348)* – een door georganiseerde belanghebbenden aangestuurd onderzoeksprogramma. Het kenmerkende resultaat van DKO-activiteiten is de formulering van een programma van eisen (PvE) waaraan ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen dienen te voldoen.

Een eerste – en centraal – PvE formuleerde “vanuit het dier gedacht” eisen waaraan ontwerpen voor nieuwe veehouderijsystemen dienen te voldoen ter waarborging van diergezondheid en –welzijn. Dit PvE is geformuleerd op basis van state-of-the-art dierwetenschappelijke kennis over het welbevinden van landbouwhuisdieren onder uiteenlopende omstandigheden. Ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen dienen daarnaast te voldoen aan eisen op het gebied van economie, milieu en voedselveiligheid. De marktpotentie van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen hangt tenslotte nadrukkelijk af van de ervaring en beoordeling van deze ontwerpen als diervriendelijk door consumenten.

Tegen deze achtergrond is een DKO-activiteit opgestart met als beoogd resultaat een rapportage die formuleert welke – aanvullende – wensen consumenten ten aanzien van ontwerpen voor nieuwe veehouderijsystemen koesteren, willen zij die ontwerpen als diervriendelijk ervaren en beoordelen. In de formulering van deze rapportage diende tevens zo veel mogelijk inzicht te worden gegeven in 1) overwegingen van consumenten bij het ervaren en beoordelen van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen, en 2) eventuele overeenkomsten en verschillen tussen uiteenlopende consumenten. Deze rapportage is het resultaat van deze DKO-activiteit.

De kern van deze rapportage wordt gevormd door een schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn. Deze schets is het meest rechtstreekse resultaat van de opdracht voor deze DKO-activiteit en formuleert (aanvullende) wensen waaraan ontwerpen voor nieuwe veehouderijsystemen dienen tegemoet te komen opdat zij in de ogen van consumenten het predikaat diervriendelijk verdienen (H.3). Het tegemoetkomen aan deze wensen is een noodzakelijke maar nog geen voldoende voorwaarde voor een gunstige marktpotentie van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen. Daarom volgt een tweetal discussie-bijdragen over de vragen hoe diervriendelijke veehouderijsystemen hype-ongevoelig en herkenbaar gemaakt kunnen worden. Daartoe worden eerst een aantal aanvullende criteria geformuleerd waaraan ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen dienen te voldoen opdat zij hype-ongevoelig worden (H.4). Vervolgens worden criteria geformuleerd waaraan de maatschappelijke inbedding van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen dient te voldoen, willen die systemen ook herkenbaar diervriendelijk zijn voor consumenten (H.5).

Een pre-ambule gaat vooraf aan de schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn en verheldert de status van deze schets door de formulering van een kwalificatie en onderbouwing (H.2). Een post-schrift biedt een doorkijkje naar de toekomst en formuleert enige reflexieve gedachten bij ontwerpen voor integrale diervriendelijke ketens (H.6). Een verantwoording van de gehanteerde werkwijze alsmede de gebruikte bronnen binnen deze DKO-activiteit besluit de rapportage (H.7).



## 2 Pre-ambule

De formulering van deze pre-ambule beoogt een kwalificatie en onderbouwing te geven bij de navolgende schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn. Deze pre-ambule geeft de status aan van de hierna te formuleren wensen van consumenten ten aanzien van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijssystemen. Daarmee dient zij als leeswijzer bij het vervolg van deze rapportage.

### *I.*

Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar percepties van dierenwelzijn onder consumenten staat nog in de kinderschoenen. Dit geldt zowel in Nederland als internationaal en zowel voor kwantitatief als kwalitatief onderzoek naar achtergrond, context en overwegingen bij percepties van dierenwelzijn onder consumenten. De geraadpleegde studies lopen niet alleen uiteen van rijp tot groen maar vertonen ook aanzienlijke – en sturende – verschillen in vraagstelling en gehanteerde methode. Deze beperkingen impliceren dat het formuleren van wensen waaraan ontwerpen voor nieuwe veehouderijssystemen dienen tegemoet te komen opdat zij als diervriendelijk worden ervaren en beoordeeld door consumenten met de nodige onzekerheden is omgeven. De hierna te formuleren wensen kunnen dan ook slechts een tentatief karakter dragen.

### *II.*

Het mag opmerkelijk genoemd worden dat de geraadpleegde bronnen – ondanks alle beperkingen en verschillen in vraagstelling en methode – vergelijkbare conclusies trekken over percepties van dierenwelzijn onder consumenten. Het ontwarren van deze rode draad in percepties van dierenwelzijn onder consumenten vormde de centrale uitdaging – en resultaat – van deze DKO-activiteit en ligt ten grondslag aan de geformuleerde consumentenwensen waaraan ontwerpen voor nieuwe veehouderijssystemen dienen tegemoet te komen opdat zij als diervriendelijk worden ervaren en beoordeeld door consumenten. De hierna te formuleren wensen kunnen dus beschouwd worden als de “overlappende consensus” in de bestaande – en geraadpleegde – sociaalwetenschappelijke studies naar percepties van dierenwelzijn onder consumenten.

### *III.*

Ondanks de grote aandacht onder beleidsmakers en wetenschappers voor zogenaamde “consumentenzorgen” rond voeding, lijken consumenten zich grosso modo niet zo druk te maken over landbouw en voedselproductie. Deze onverschilligheid wordt bijvoorbeeld geïllustreerd doordat consumenten hun eventuele zorgen over de diervriendelijkheid van veehouderijssystemen niet of nauwelijks spontaan verwoorden. Wensen van consumenten ten aanzien van de diervriendelijkheid van veehouderijssystemen lijken daarmee vooralsnog een relatief laag gewicht te hebben. Tegelijkertijd kan evenwel een trend van groeiende aandacht voor het dierenwelzijn in de veehouderij onder consumenten worden waargenomen. Deze trend past in een bredere opkomst van immateriële waarden in de ervaring en beoordeling van veehouderijssystemen en lijkt tamelijk robuust te zijn. Het lijkt dus verstandig om wesen ten aanzien van dierenwelzijn onder consumenten niet te negeren bij het ontwerpen van toekomstige veehouderijssystemen.

### *IV.*

Consumenten hanteren over het algemeen tamelijk geromantiseerde beelden van de praktijk op veehouderijbedrijven. Deze beelden zijn niet of nauwelijks geworteld in directe ervaring en kennis van de huidige veehouderijssystemen. Tussen de geromantiseerde beelden onder consumenten en de werkelijkheid op veehouderijbedrijven bestaat dan ook een grote afstand. Zo zijn consumenten goeddeels onwetend over de massaliteit van huidige veehouderijpraktijken en reageren zij geschokt wanneer – bijvoorbeeld ten tijde van MKZ en varkenspest – de schijnwerpers van de media die praktijk op veehouderijbedrijven plotseling

in het volle licht plaatsen. Zij krijgen dan een geïndustrialiseerde productiewijze te zien, waarover zij liever onwetend waren gebleven. Consumenten lijken nog maar nauwelijks een verband te (willen) leggen tussen het lapje vlees op hun bord en het dier dat dit vlees ooit was. Dierenwelzijn is daarmee vooral een passieve zorg onder consumenten. In dat licht mag het weinig verbazing wekken dat consumenten – in tegenstelling tot dierwetenschappers en andere experts – eigenlijk nauwelijks specifieke afwegingen maken tussen allerhande attributen van dierenwelzijn op veehouderijbedrijven. Het kennistekort onder consumenten maakt hun ervaring en beoordeling van veehouderijsystemen gevoelig voor allerhande hypes. De roep om meer informatie en communicatie richting consumenten over de praktijk op veehouderijbedrijven is dan ook al snel gehoord.

#### **V.**

Consumenten hanteren in hun ervaring en beoordeling van veehouderijsystemen een tamelijk amorf begrip van diervriendelijkheid. Enerzijds specificeren consumenten hun wensen ten aanzien van de diervriendelijkheid van veehouderijsystemen nauwelijks tot scherp geformuleerde eisen die ook daadwerkelijk sturend zouden kunnen zijn bij het ontwerpen van nieuwe veehouderijsystemen. Anderzijds hanteren consumenten geen strikt onderscheid tussen wensen op het gebied van diervriendelijkheid, milieuvriendelijkheid en voedselveiligheid. Zorgen over de gezondheid en veiligheid van dierlijke producten – die vooral zijn gemotiveerd door individueel eigen belang – domineren waarschijnlijk zelfs een breed opgevat begrip van voedselkwaliteit onder consumenten. Dit betekent dat ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen meer kans maken op een succesvolle marktintroductie indien zij ook goed scoren op deze meer egoïstische wensen van consumenten.

#### **VI.**

Beleidsmatige en wetenschappelijke discussies over percepties van dierenwelzijn onder consumenten spreken vaak van een kloof tussen de diervriendelijke percepties van burgers en het dieronvriendelijke gedrag van consumenten. Hoewel het laatste woord nog niet is gesproken over de (conceptuele) bruikbaarheid van dit (vermeende) onderscheid tussen burgers en consumenten, is wel duidelijk dat zaken als prijs en gemak veelal domineren in het daadwerkelijke koopgedrag van consumenten. Ook is wel duidelijk dat burgers – desgevraagd – de verantwoordelijkheid voor de totstandkoming van diervriendelijke veehouderijsystemen met enige graagte aan de overheid doorspelen. Overigens is dit een afspiegeling van een breder maatschappelijk gevoel dat vooral boeren en de overheid verantwoordelijk zijn voor de totstandkoming van diervriendelijke veehouderijsystemen. Een eventuele verantwoordelijkheid van andere schakels in de keten van dierlijke productie en consumptie blijft goddeels buiten beeld. Dit geldt ook voor een eventuele eigen verantwoordelijkheid van consumenten – zij hebben het gevoel dat de diervriendelijkheid van veehouderijsystemen buiten hun invloedssfeer ligt.

#### **VII.**

Waar ontwerpen van oudsher vooral als een inhoudelijke activiteit werd gezien, dringt meer en meer het besef door dat de maatschappelijke acceptatie van ontwerpen voor bijvoorbeeld nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen naast een inhoudelijke ook een procedurele kant heeft. In het navolgende wordt dit ondervangen door in de discussie ook in te gaan op maatschappelijke – naast technische – criteria die bepalend zijn voor de ervaring en beoordeling van de diervriendelijkheid van ontwerpen voor nieuwe veehouderijsystemen door consumenten. Deze maatschappelijke criteria geven een indicatie van de vormgeving van de veranderingsprocessen die noodzakelijk zijn voor het realiseren van de inhoudelijke wensen ten aanzien van nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen.



### **VIII.**

Ofschoon de verleiding groot is om te spreken over “de wensen” van “de consument” ten aanzien van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen, mag niet verhuld worden dat er op dit vlak ongetwijfeld aanzienlijke verschillen tussen verschillende (groepen van) consumenten zullen bestaan. Vooralsnog ontbreekt het echter aan studies die het doen van gefundeerde uitspraken over overeenkomsten en verschillen tussen uiteenlopende consumenten kunnen rechtvaardigen. Desondanks kan wel alvast aangegeven worden dat bijvoorbeeld vrouwen, mensen met een hogere opleiding/inkomen en ouderen zich meer dan gemiddeld zorgen lijken te maken over het dierenwelzijn in de veehouderij. Naast deze verschillen in zorgen rond dierenwelzijn tussen uiteenlopende sociaal-economische groepen kunnen zorgen over dierenwelzijn ook uitdrukking zijn van sociaal-culturele levensstijlen. Het streven naar diervriendelijke veehouderijsystemen is dan bijvoorbeeld verbonden met zorgen over de eigen gezondheid en/of milieubewustzijn. Ook lijken mensen met kleine huisdieren (hond, kat) zich meer zorgen te maken over het dierenwelzijn in de veehouderij, terwijl mensen met familiebanden in de veehouderij de huidige praktijk positiever lijken te beoordelen. Tenslotte kan hier worden gewezen op de nog maar nauwelijks onderzochte – of begrepen – invloed van religie op percepties van dierenwelzijn in de multiculturele samenleving. Dat deze invloed ongetwijfeld aanwezig zal zijn, moge blijken uit de tamelijk nauwkeurig omschreven instructies over het doden van dieren of de geschiktheid van bepaalde dieren als voedsel in diverse religieuze geschriften.



### 3 Consumentenwensen rond dierenwelzijn

De vraag aan welke wensen ontwerpen voor nieuwe veehouderijssystemen dienen tegemoet te komen opdat consumenten deze ontwerpen als diervriendelijk ervaren en beoordelen, laat zich verbazingwekkend eenduidig beantwoorden. Een meta-analyse van bestaand consumentenonderzoek resulteert onontkoombaar in de conclusie dat, ondanks mogelijke verschillen tussen consumenten en evidente verschillen in methodische opzet van het geraadpleegde onderzoek, consumenten eigenlijk – zonder al te veel aandringen – maar één wens verwoorden waaraan ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijssystemen dienen tegemoet te komen. In zijn meest concrete en beeldende vorm kan die wens van consumenten ten aanzien van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijssystemen worden verwoordt in termen van de Denkgroep Wijffels<sup>1</sup>:

***In ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijssystemen moeten kippen kunnen scharrelen, koeien kunnen grazen in de wei en varkens kunnen wroeten in de modder***

Juist deze wens komt echter opvallend genoeg niet noodzakelijkerwijs ook tot uitdrukking in een dierwetenschappelijk PvE. Ontwerpers van nieuwe diervriendelijke veehouderijssystemen doen er evenwel verstandig aan deze wens van consumenten toch serieus te nemen. Zij lijkt namelijk behoorlijk robuust te zijn. Het is namelijk duidelijk dat ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijssystemen die niet aan deze wens tegemoetkomen aanzienlijke (afbreuk)risico's op de consumentenmarkt lopen. Overigens dient bedacht te worden dat het spreken over ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijssystemen impliceert dat het gaat om een lange-termijn perspectief, om het formuleren van een ideaal toekomstbeeld dat niet op stel en sprong gerealiseerd kan of hoeft te worden.

#### ***Vrolijke varkens***

Signicom concludeert op basis van twee focusgroepsdiscussies met elk acht respondenten in opdracht van het LEI dat “[d]oor de dieren stro (wroetmogelijkheden), een uitloop naar buiten en meer ruimte te geven wordt voldaan aan de minimale eisen die men aan een acceptabele varkenshouderij stelt” (in: Beekman *et al.*, 2002; p.65). Zelf verwoordden die respondenten het bijvoorbeeld zo: “Varkens horen lekker buiten, waar ze kunnen wroeten”, “Als ik aan een varken denk, zie ik hem lekker in de modder rollen”, “Een varken hoort te kunnen scharrelen met zijn snuit in de aarde”, of “Ik zie een varken ook als een echte wroetmachine op zoek naar iets eetbaars” (p.68).

Wroetende varkens, scharrelende kippen en grazende koeien zijn voor consumenten concrete verbeeldingen van een ook wat algemener te formuleren wens. In ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijssystemen moeten landbouwhuisdieren een uitloop naar buiten hebben. Consumenten menen dat die uitloop naar buiten noodzakelijk is om landbouwhuisdieren voldoende ruimte, daglicht en daarmee bewegingsvrijheid te kunnen bieden. Een uitloop naar buiten geldt voor consumenten als vertaling van de abstracte wens dat in ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke

<sup>1</sup> Denkgroep Wijffels, *Toekomst voor de veehouderij: agenda voor een herontwerp van de sector*. Den Haag 2001.

veehouderijsystemen landbouwhuisdieren hun natuurlijk gedrag moeten kunnen vertonen.

#### ***Ambivalente actoren***

Onderzoekers van Communicatie- en Innovaties Studies (Wageningen Universiteit) hielden in opdracht van het Rathenau Instituut diepte-interviews met vijftien consumenten en trekken de dubbele conclusie dat enerzijds *“[h]oewel vaag gedefinieerd ... vrijwel alle consumenten, ondanks hun verschillende achtergronden, steeds uitkomen op deze drie normen: meer ruimte, stro en een uitloop”* (Te Velde et al., 2001; p.100) en anderzijds consumenten zeggen: *“de boeren zullen vast wel goed voor hun beesten zorgen”* (p.89). De wens is hier ongetwijfeld de vader van de gedachte en drukt dus uit dat consumenten willen kunnen vertrouwen dat het “wel goed zit” met de diervriendelijkheid van veehouderijsystemen zonder zelf *“concrete normen [te noemen] over hoe veehouders met beesten om zouden moeten gaan”* (p.79).

Consumenten zijn dus uitgesproken over de doelen waaraan diervriendelijke veehouderijsystemen zich dienen te conformeren, willen zij die systemen ook als diervriendelijk ervaren en beoordelen. Tegelijkertijd confronteren zij consumentenonderzoekers veelal met een oorverdovend zwijgen wanneer het gaat om het formuleren van de middelen die veehouderijsystemen zouden moeten inzetten om hun diervriendelijkheid te garanderen. Zij volstaan dan met het uitspreken van de wens om te kunnen vertrouwen dat het “gewoon goed” zit met die diervriendelijkheid. Enerzijds zijn de weinig specifieke wensen van consumenten rond dierenwelzijn uitdrukking van hun beperkte kennis ten aanzien van attributen van dierenwelzijn. Anderzijds koesteren zij hun onwetendheid in deze ook en schuiven de verantwoordelijkheid voor het realiseren van diervriendelijke veehouderijsystemen met enige graagte af naar andere actoren (overheid, boeren) die zij in deze hopen te kunnen vertrouwen. Als tweede resultaat van de meta-analyse mag dus niet de conclusie ontbreken:

***Consumenten willen dat het “gewoon goed” zit met de diervriendelijkheid van veehouderijsystemen en vertalen die wens niet of nauwelijks in concrete parameters waar ontwerpers mee aan de slag zouden kunnen***

#### ***Eensgezinde Europeanen***

Een vergelijkende literatuurstudie naar consumentenzorgen rond dierenwelzijn en hun invloed op voedselkeuzegedrag in vijf Europese landen (Duitsland, Frankrijk, Ierland, Italië en Verenigd Koninkrijk) laat zien dat ook over onze landsgrenzen consumenten worden gekenmerkt door eenzelfde ambivalentie. Enerzijds *“[a] relatively low spontaneous concern with animal welfare in relation to food production”* en anderzijds *“[a] relatively high expressed concern when consumers are asked specifically about animal welfare in food production”* (Harper & Henson, 2002; p.9). De verklaring wordt gezocht – en gevonden – in een *“[l]ack of knowledge about the specifics of production systems”* (p.9).

## 4 Hype-ongevoeligheid

Waar de wens – uit de voorgaande schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn – dat ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen de mogelijkheid moeten bieden aan landbouwhuisdieren om hun natuurlijk gedrag te vertonen nog min of meer spontaan wordt verwoord door consumenten, beklijft verder toch vooral de boodschap dat consumenten willen kunnen vertrouwen dat de diervriendelijkheid van veehouderijsystemen “gewoon goed” is zonder dat zij uitgekristalliseerde beelden van zulke goede veehouderijsystemen hebben. De veehouderij bevindt zich, anders gezegd, goeddeels achter een “sluier van onwetendheid” onder consumenten. Dit betekent dat het voldoen aan de wensen uit de voorgaande schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn wel een noodzakelijke maar nog geen voldoende voorwaarde is voor duurzame waardering van diervriendelijke veehouderijsystemen onder consumenten.

De duurzaamheid of hype-ongevoeligheid van diervriendelijke veehouderijsystemen komt in beeld door je af te vragen welke attributen van veehouderijsystemen tot een schokgolf aanleiding zouden geven indien zij in de schijnwerpers geplaatst zouden worden door het oplichten van de “sluier van onwetendheid”. De stelling die hier wordt betrokken is dat deze niet-spontane criteria van consumenten goeddeels worden afgedekt door de vijf vrijheden van de *Brambell Committee*. Veel consumenten zullen deze criteria bevestigen indien zij geconfronteerd worden met – methodologisch kwestieuze – vragen van het type “*Vindt u eigenlijk ook niet dat X?*”, maar de formulering van dergelijke criteria is in het algemeen te specifiek voor de tamelijk amorfe percepties van dierenwelzijn onder consumenten. Overigens hanteren maatschappelijke organisaties – mede als zelf benoemde woordvoerders van consumenten – veelal dergelijke criteria in hun politiek-maatschappelijke strijd voor een beter dierenwelzijn in de veehouderij.

Een bondige – en salonfähige – versie van de criteria waaraan hype-ongevoelige diervriendelijke veehouderijsystemen dienen te voldoen werd al zo vroeg als 1965 geformuleerd in de vijf vrijheden van de Brambell Committee<sup>2</sup>:

### **Vijf vrijheden**

- 1) *Vrijheid van angst en stress***
- 2) *Vrijheid van pijn, verwondingen en ziekten***
- 3) *Vrijheid van een gebrek aan comfort***
- 4) *Vrijheid van dorst, honger en ondervoeding***
- 5) *Vrijheid om normaal gedrag te vertonen***

In de vijfde vrijheid herkennen we de voorgaande schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn. De overige vier vrijheden komen ook tot uitdrukking in een dierwetenschappelijk PvE. Hype-ongevoelige diervriendelijke veehouderijsystemen dienen, kortom, ruimte te bieden aan landbouwhuisdieren tot ontplooiing van hun normale gedrag in een natuurlijke omgeving. Dit criterium kan wellicht nader geduid worden met behulp van de steekwoorden “vrijheid”, “respect”, “functionaliteit”, “natuurlijkheid” en “integriteit”. Dan verschijnen de volgende achilleshielen van huidige veehouderijsystemen als ontwerp-uitdagingen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen:

---

<sup>2</sup> Brambell Committee, *Report of the technical committee to enquire into the welfare of animals kept under intensive livestock husbandry systems [Command Report 2836]*. Her Majesty’s Stationary Office, London 1965.

### **Vrijheid**

- *Landbouwhuisdieren dienen voldoende ruimte te hebben om zich te bewegen – dit stelt grenzen aan het aantal dieren per oppervlakte-eenheid*
- *Variatie in de leefomgeving dient te voorkomen dat landbouwhuisdieren zich vervelen – dit betekent ook dat hen geen daglicht ontzegd wordt*

### **Respect**

- *Een respectvolle houding jegens individuele landbouwhuisdieren stelt grenzen aan de massaliteit van veehouderijsystemen – dit betekent ook dat dieren niet worden blootgesteld aan onnodige stress tijdens transporten*
- *Het onderhouden van een persoonlijke relatie met landbouwhuisdieren biedt kansen op maatschappelijke herwaardering voor het vakmanschap van veehouders*

### **Functionaliteit**

- *Het doden van landbouwhuisdieren dient functioneel te zijn – dit betekent ook dat een hoge uitval door kreupelheden of kannibalisme niet langer acceptabel is*
- *Voedselveiligheidsdoelstellingen mogen niet ten koste van elke negatieve consequentie voor het dierenwelzijn gerealiseerd worden – dit betekent dat eventuele spanningen tussen voedselveiligheid en dierenwelzijn aanleiding dienen te zijn voor het zoeken naar win-win situaties*

### **Natuurlijkheid**

- *Landbouwhuisdieren dienen in een natuurlijke omgeving gehouden te worden – dit betekent dat huisvesting op industrieterreinen geen optie is*
- *Voortplanting en voeding van landbouwhuisdieren dient natuurlijk te zijn – dit betekent dat herbivoren geen soortgenoten op hun menu hebben staan en ook dat genetische modificatie geen optie is voor de veefokkerij*

### **Integriteit**

- *Verdinglijking van landbouwhuisdieren past niet bij het tonen van respect voor de integriteit of intrinsieke waarde van het leven*

## 5 Herkenbaarheid

Waar de schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn en de criteria aan hype-ongevoelige diervriendelijke veehouderijsystemen nog inhoudelijke wensen/criteria ten aanzien van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen in de technische zin van het woord formuleerden, geldt dit niet voor de criteria aan herkenbare diervriendelijke veehouderijsystemen. De hierna geformuleerde procedurele criteria aan de maatschappelijke inbedding van nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen mogen in eerste instantie wellicht als wat ongebruikelijke ontwerp-criteria overkomen, zij zijn echter niet minder bepalend voor de uiteindelijke ervaring en beoordeling van de diervriendelijkheid van ontwerpen voor nieuwe veehouderijsystemen door consumenten. De marktpotentie van diervriendelijke veehouderijsystemen hangt immers uiteindelijk af van hun herkenbaarheid of onderscheidend vermogen. Dit betekent dat diervriendelijke veehouderijsystemen op één of andere manier het gesprek met de samenleving zullen moeten aangaan, consumenten een kijkje in de keuken moeten gunnen, want anders zal nooit een meerprijs op de (niche-)markt betaald worden.

De criteria waaraan ontwerpen voor nieuwe veehouderijsystemen dienen te voldoen opdat zij als diervriendelijk worden herkend door consumenten kunnen eerst abstract en vervolgens meer concreet geformuleerd worden:

### **Transparantie**

***Ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen dienen de historisch gegroeide afstand tussen producenten en consumenten van dierlijke producten te verkleinen***

De opbouw van een nieuw “sociaal contract” voor de veehouderij veronderstelt dat consumenten – desgewenst – de praktijk op veehouderijbedrijven in beeld kunnen krijgen. Directe ervaring van veehouderijsystemen dient weer opgenomen te kunnen worden in de alledaagse beleveniswereld van consumenten. Dit transparantie-criterium aan ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen is waarschijnlijk dusdanig abstract dat zij ontwerpers weinig concrete leidraad biedt. Dit houvast wordt wel geboden in de formulering van een tweede meer concreet criterium:

### **Communicatie**

***Ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen dienen met beeldende communicatie en informatie herkenbaar gemaakt te worden voor consumenten***

Communicatie over ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen zal de uitloop naar buiten uit de schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn centraal moeten stellen. Een visuele in plaats van tekstuele vormgeving van deze communicatie verhoogt de kans dat consumenten de beoogde boodschap ook als zodanig waarderen. Omdat consumenten een uiteenlopend vertrouwen stellen in verschillende maatschappelijke actoren als bron van informatie, dienen consumentenorganisaties, media (kookprogramma's op televisie!), supermarkten en scholen een centrale rol te spelen in de communicatie over ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen.

Tenslotte verdient het aanbeveling om – in de verbeelding van – ontwerpen voor nieuwe veehouderijsystemen niet louter aandacht te besteden aan hun diervriendelijkheid. Consumenten hanteren in hun ervaring en beoordeling van veehouderijproducten niet zo'n strikte boedelscheiding tussen verschillende kenmerken als diervriendelijkheid, milieuvriendelijkheid, gezondheid, veiligheid, betaalbaarheid of smakelijkheid. Overigens is de betekenis van deze begrippen ook niet eenduidig voor verschillende consumenten – hun

interpretatie hangt samen met bredere waardenpatronen en dat is ook bepalend voor de aanspreekbaarheid van consumenten op dergelijke zaken. Dit leidt tot de formulering van een laatste criterium:

**Integratie**

***Ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen dienen diervriendelijkheid, milieuvriendelijkheid, gezondheid, veiligheid, betaalbaarheid en smakelijkheid te integreren***



## 6 Post-schrift

Trendwatchen is onontkoombaar een feilbare vorm van koffiedik-kijken voor gevorderden. Desalniettemin lijkt het alleszins redelijk om te vooronderstellen dat de thans opkomende aandacht voor het dierenwelzijn in de veehouderij een robuuste trend onder consumenten vertegenwoordigt. Daarmee zijn de hiervoor geformuleerde wensen niet alleen nu maar ook straks relevant bij het ontwerpen van toekomstige diervriendelijke veehouderijsystemen.

Dit is een belangrijke constatering omdat ook nu nog in de kinderschoenen staande systemen als “varkensflats” en aquacultures zich dus bijvoorbeeld moeten verstaan met de wens van consumenten dat landbouwhuisdieren een uitloop naar buiten hebben. Dit genereert uitdagingen voor ontwerpers als *“hoe kunnen gestapelde veehouderijsystemen aan landbouwhuisdieren een uitloop naar buiten bieden?”*, *“voldoen daartoe in de ogen van consumenten balkons of dakterrassen?”*, *“hoe kunnen in per definitie gesloten vishouderijsystemen toch voldoende mogelijkheden worden geboden aan de ontplooiing van natuurlijk gedrag?”* of *“wat betekent een wens dat vissen moeten kunnen zwemmen voor de acceptatie van hoge dichtheden in viskwekerijen?”*.

Tenslotte zij op deze plaats opgemerkt dat waar deze rapportage vooral aandacht schonk aan het formuleren van wensen ten aanzien van ontwerpen voor nieuwe primaire veehouderijbedrijven, ook de overige schakels in dierlijke productieketens aan zo’n exercitie onderworpen zouden kunnen worden. Vooral ten aanzien van transport en slacht van landbouwhuisdieren laten zich waarschijnlijk met niet al te veel moeite criteria formuleren die de perceptie van hun diervriendelijkheid onder consumenten bepalen. Diervriendelijke transport- en slachtsystemen bepalen waarschijnlijk mede de robuustheid van ontwerpen voor nieuwe dierlijke productieketens. Overigens is het misschien helemaal nog niet zo’n wild idee om in dit kader ook eisen *aan* consumenten te formuleren.



## 7 Verantwoording

De DKO-activiteit die ten grondslag lag aan deze rapportage kan gekarakteriseerd worden als een meta-analyse van reeds eerder uitgevoerde en gerapporteerde studies naar percepties van dierenwelzijn onder consumenten. Deze meta-analyse omvatte een viertal fasen.

De eerste fase betrof het inventariseren en selecteren van de meest relevante recente Nederlandstalige sociaalwetenschappelijke studies naar percepties van dierenwelzijn onder consumenten. Aan de selectie van Nederlandstalige studies is een vergelijkend overzicht toegevoegd van Europese studies naar percepties van dierenwelzijn onder consumenten, aangezien dit een welkome aanvullende bron van informatie bleek te zijn. De geselecteerde bronnen staan in het kader:

### **Bronnen**

Beekman, V. et al., *Begint een beter dierenwelzijn bij onszelf? Een verkenning van de mogelijkheden voor verbetering van dierenwelzijn door marktwerking*. LEI, Den Haag 2002.  
Frerichs, R. & J. de Wijs, *Opvattingen en meningen over het Nederlandse platteland*. NIPO, Amsterdam 2001.  
Harper, G. & S. Henson, *Consumer concerns about animal welfare and the impact on food choice. Comparative literature review*. Centre for Food Economics Research, Reading 2002.  
R & M, *Stilte na de storm. Verslag van een kwalitatief onderzoek naar het imago van de varkenshouderij in Nederland ten behoeve van LTO Nederland*. Research and Marketing B.V., Maastricht 2001.  
Rouwenhorst, C.M., *Blijve varkentjes of spaarvarkentjes. Consumenten over dierenwelzijn in de varkenshouderij*. Scriptie Hogeschool Delft, Delft 2001.  
Signicom, *Dierenwelzijn in de bio-industrie*. Signicom, Amsterdam 1997.  
Signicom, *Scharrelvlees*. Signicom, Amsterdam 1998.  
Signicom, *Diervriendelijk vlees*. Signicom, Amsterdam 2000.  
Te Velde, H.M. et al., *Hoe oordelen wij over de veehouderij?* Rathenau Instituut, Den Haag 2001.  
Verbeke, W.A.J. & J. Viaene, "Ethical challenges for livestock production: meeting consumer concerns about meat safety and animal welfare", *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* (2000) 12, 141-51.

De tweede fase behelsde het identificeren van rode lijnen in de selectie van meest relevante studies uit fase 1. Tijdens deze fase hebben de leden van de projectgroep – bestaande uit Volkert Beekman, Hans Dagevos en Cor van der Weele van het LEI en Karel de Greef van ID-Lelystad – in een interactieve sessie de geselecteerde studies onderworpen aan vragen als:

- Wat zijn de belangrijkste conclusies ten aanzien van de wensen die consumenten hebben ten aanzien van diervriendelijke veehouderijsystemen?
- Wat is de achtergrond/aanleiding van de studies?
- Wat is de doelstelling/probleemstelling van de studies?
- Welk theoretisch kader/vooronderstellingen is gehanteerd?
- Welke methode is gehanteerd?
- Wat is de steekproef/representativiteit van het empirisch materiaal?
- Welke conclusies ten aanzien van de wensen die consumenten hebben ten aanzien van diervriendelijke veehouderijsystemen kunnen niet getrokken worden, waar zitten de witte vlekken?

In aanvulling op deze interactieve sessie is een interview gehouden met Noëlle Aarts (Communicatie- en Innovatiestudies, Wageningen Universiteit), die als onderzoekster betrokken was bij de Rathenau-studie naar percepties van dierenwelzijn onder consumenten.

Fase 3 betref het schrijven van een concept van deze rapportage op basis van de meta-analyse van de geselecteerde studies in fase 2.

Fase 4, tenslotte, bestond uit het bespreken van de concept-rapportage in een workshop met auteurs van de geanalyseerde studies, enkele andere consumentenonderzoekers, leden van de projectgroep en opdrachtgevers van deze DKO-activiteit. Aan deze workshop hebben de volgende mensen deelgenomen:

- Leonard van Beek (Signicom)
- Volkert Beekman (LEI)
- Bert Brounts (R&M)
- Hans Dagevos (LEI)
- Karel de Greef (ID-Lelystad)
- Carolien Hoogland (VU)
- Marijke de Jong (Dierenbescherming)
- Adriaan Kole (RIVO)
- Sandra van der Kroon (LEI)
- Lydia Sterrenberg (Rathenau Instituut)
- Cor van der Weele (LEI)

De conclusies van deze workshop zijn verwerkt in de definitieve versie van de rapportage. De belangrijkste bevindingen van de DKO-activiteit zullen ook worden gepresenteerd in een *flyer* en op internet.

## Samenvatting

Deze rapportage is het resultaat van een activiteit binnen het project *Diergericht keten ontwerp (DKO)*. Deze DKO-activiteit had als beoogd resultaat een rapportage die formuleert welke wensen consumenten ten aanzien van ontwerpen voor nieuwe veehouderijsystemen koesteren, willen zij die ontwerpen als diervriendelijk ervaren en beoordelen. De kern van deze rapportage wordt gevormd door een schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn. Deze schets formuleert wensen waaraan ontwerpen voor nieuwe veehouderijsystemen dienen tegemoet te komen opdat zij in de ogen van consumenten het predikaat diervriendelijk verdienen.

Een meta-analyse van bestaand consumentenonderzoek resulteert in de conclusie dat consumenten eigenlijk maar één wens verwoorden waaraan ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen dienen tegemoet te komen. In zijn meest concrete en beeldende vorm kan die wens van consumenten ten aanzien van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen worden verwoordt als:

*“In ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen moeten kippen kunnen scharrelen, koeien kunnen grazen in de wei en varkens kunnen wroeten in de modder”.*

Ontwerpers van nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen doen er verstandig aan deze wens van consumenten serieus te nemen. Het is namelijk duidelijk dat ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen die niet aan deze wens tegemoetkomen aanzienlijke risico's op de consumentenmarkt lopen. Wroetende varkens, scharrelende kippen en grazende koeien zijn voor consumenten concrete verbeeldingen van een ook wat algemener te formuleren wens. In ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen moeten landbouwhuisdieren een uitloop naar buiten hebben. Een uitloop naar buiten geldt voor consumenten als vertaling van de abstracte wens dat in ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen landbouwhuisdieren hun natuurlijk gedrag moeten kunnen vertonen.

Consumenten zijn dus uitgesproken over de doelen waaraan diervriendelijke veehouderijsystemen zich dienen te conformeren, willen zij die systemen ook als diervriendelijk ervaren en beoordelen. Tegelijkertijd confronteren zij consumentenonderzoekers veelal met een oorverdovend zwijgen wanneer het gaat om het formuleren van de middelen die veehouderijsystemen zouden moeten inzetten om hun diervriendelijkheid te garanderen. Zij volstaan dan met het uitspreken van de wens om te kunnen vertrouwen dat het “gewoon goed” zit met die diervriendelijkheid. Als tweede resultaat van de meta-analyse mag dus niet de volgende wens ontbreken:

*“Consumenten willen dat het “gewoon goed” zit met de diervriendelijkheid van veehouderijsystemen en vertalen die wens niet of nauwelijks in concrete parameters waar ontwerpers mee aan de slag zouden kunnen”.*

Het tegemoetkomen aan deze wensen is een noodzakelijke maar nog geen voldoende voorwaarde voor een gunstige marktpotentie van ontwerpen voor nieuwe diervriendelijke veehouderijsystemen. Daarom besteedt een tweetal discussie-bijdragen aandacht aan de vragen hoe diervriendelijke veehouderijsystemen hype-ongevoelig en herkenbaar gemaakt kunnen worden. Een pre-ambule verheldert de status van de schets van consumentenwensen rond dierenwelzijn door de formulering van een kwalificatie en onderbouwing. Een post-schrift biedt een doorkijkje naar de toekomst en formuleert enige reflexieve gedachten bij ontwerpen voor integrale diervriendelijke ketens. Een verantwoording van de gehanteerde werkwijze alsmede de gebruikte bronnen binnen deze DKO-activiteit besluit de rapportage.

LEI/ID-LELYSTAD, ID03/3557



NIEUWE VEEHOUDERIJSYSTEMEN



WAGENINGEN UR

*For quality of life*