

Beleving





Een bezoek aan de boerderij is voor veel mensen een uitje. Alle zintuigen worden geprikkeld. Het gekloink van de koeien tegen het voerhek wordt overstemd door het plotselinge lawaai van de voorbijrijdende trekker. De koeien ruiken sterk en hun vel voelt ruw maar ook zacht.

In de winkel proeven ze een stukje boerenkaas. Steeds weer een nieuwe sensatie. Er is wel één voorwaarde: het moet allemaal wel echt zijn.

Een sterke kant van de multifunctionele landbouw is dat ze 'beleving' biedt. Een ervaring met alle zintuigen. Geen hekken met verboden toegang: de gast is juist welkom om alles te zien, ruiken, voelen, proeven en horen. Dat geeft een grote meerwaarde. Het bijzondere bij recreatie, zorg, educatie en kinderopvang op de boerderij zit in het feit dat de burger iets meekrijgt van de boerderij zelf. Het buiten zijn, de dieren, de ruimte, de rust, de natuur; dit alles maakt zijn bezoek anders en de verwevenheid met de agrarische tak geeft iets extra's aan de aangeboden activiteiten.

Een echte boerderij

Er is wel een voorwaarde: het moet echt zijn. Geen 'kaasboerderij' die eigenlijk gewoon een winkel is in een voormalig agrarisch gebouw aan de rand van de stad, maar zo eentje waar de boerin echt zelf kaas maakt, van de melk van koeien die iets verderop in de wei lopen.

De belevingswaarde ligt voor veel bezoekers vooral in de verwevenheid van agrarische en niet-agrarische activiteiten. Ze vinden het leuk om de agrarische tak van het



bedrijf te kunnen zien en beleven. Vooral als het productieproces zichtbaar is, ervaren mensen de boerderij als echt, authentiek en levendig.

Uit onderzoek blijkt dat de meeste bezoekers vooral die 'echtheid' erg belangrijk vinden. Het bedrijf moet geen pretpark zijn, maar een echt voedselproducerend bedrijf. De koeien in de wei, kakelende kippen en een trekker op het land geven hen de 'boerenbeleving' waar ze naar op zoek zijn. Belangrijke aspecten daarbij zijn rust, het buitenleven, contact met dieren en het kunnen leren over de boerderij. Ook voor kinderen is een boerderij een ideale plek om van alles te beleven en ontdekken. Samen met de boerenfamilie in de melkput staan, zien welke weg de melk aflegt en de dieren van dichtbij ervaren is voor veel van hen een leerzame belevenis. Ook melk geven aan de kalfjes, de koeien voeren, appels plukken of lammetjes aaien dragen bij aan de boerenbeleving.

Een echte boer

De rol van de boer is erg belangrijk. Ook die moet 'echt' zijn. Een vervanger of stagiair slaat minder aan. De boer moet zichtbaar zijn en het liefst op het bedrijf wonen. Hij moet bovendien een verhaal te vertellen hebben. Bezoekers vinden het erg leuk als ze hartelijk worden ontvangen en de boer met passie kan vertellen over zijn bedrijf. En als hij het zelf duidelijk leuk vindt om mensen te ontvangen en over het bedrijf te leiden.

Stereotiep beeld

Veel Nederlanders hebben een nogal stereotiep beeld van de landbouw en het platteland. Ze zien rust, ruimte en natuur als de belangrijkste aspecten ervan. Het is een plek waar koeien grazen, met schone lucht en een open landschap. Veel mensen vinden het platteland mooi, hebben er positieve gevoelens bij en willen er ooit nog wel eens wonen. Ze zien het als een plek die veilig, netjes en gezellig is.

Het bedrijf moet geen pretpark zijn, maar een echt voedselproducerend bedrijf



WIE BEZOEKT EEN BOERDERIJ?

De belevingswaarde van het kleinschalig recreatief aanbod in een agrarische omgeving spreekt meerdere doelgroepen aan, maar het zijn vaak vooral jonge gezinnen met kinderen en vijftigplussers die de boerderij bezoeken.

Ze vinden bovendien dat het platteland geen stadspark mag worden; het moet een gebied blijven waar voedsel wordt geproduceerd. Bij het platteland hoort dus de landbouw. Evenzo is voor veel mensen de landbouw onlosmakelijk verbonden met het platteland. Want ook de landbouw wordt geassocieerd met rust, ruimte en harmonie, en het buitenleven staat centraal. De boerderij roept positieve gevoelens op bij bezoekers. Het geeft ze een ontspannen gevoel – het is vaak een plek om te onthaasten – en soms komen er ook jeugdherinneringen boven. Mensen genieten bovendien van het contact met dieren op de boerderij. Voor kinderen is de boerderij een plek van vrijheid, maar ook een leerzame omgeving.

Beleving als essentieel bijproduct

Bezoekers van de boerderijwinkel komen niet alleen voor het lekkere en verse voedsel. Dat is wel de voornaamste aanleiding voor het bezoek, maar er zijn meer redenen om juist daar boodschappen te doen. Die hebben te maken met de beleving van het platteland en het boerenbedrijf. Zo vinden ze het leuk om de dieren op het bedrijf te zien en de boer te ontmoeten. Het bezoek aan het bedrijf kan op die manier een uitje worden.

Een ander voordeel van de boerderij is dat mensen kunnen zien waar hun eten vandaan komt en hoe het gemaakt wordt. Ze waarderen het bovendien dat de boer verstand heeft van de producten die hij verkoopt en er iets over kan vertellen. Dat is één van de redenen dat de boerderijwinkel

ALS DE DIEREN ZIEK ZIJN

Dierziekten kunnen op verschillende manieren voor problemen zorgen. Als er een besmettelijke dierziekte uitbreekt op het multifunctionele bedrijf zelf of op een buurbedrijf volgen er maatregelen. In sommige gevallen – zoals bij een vogelgriep of mond- en klauwzeer – moet het bedrijf gesloten worden. Dat betekent minder inkomsten en een aanslag op de rentabiliteit. Sommige ziekten – zoönosen genaamd – kunnen van dier op mens overgaan. De ondernemer zal maatregelen moeten nemen om de gezondheid van bezoekers te beschermen en te garanderen. Open communicatie is daarbij erg belangrijk.

*Voor kinderen is de boerderij
een plek van vrijheid, maar
ook een leerzame omgeving*



heel anders beleefd wordt dan de supermarkt. Overigens vinden bezoekers het altijd leuk als er iets te proeven is van de producten van de boerderij, zoals fruit, kaas of ijs. Naast de winkelbeleving ontstaat beleving ook via het voedsel zelf. Wanneer klanten van de boerderijwinkel hun gekochte boerenkaas thuis opeten, heeft deze voor hen een verhaal, dat ze ook aan gasten die komen eten kunnen vertellen.

Verschillende bedrijven gaan nog een stapje verder. Zij bieden bijvoorbeeld 'dineren in de stal' aan. Door op het bedrijf te eten, leren mensen de boerderij en de dieren kennen, en proeven ze vervolgens de producten die ze gezien hebben. Zo krijgen ze meer besef van de oorsprong van voedsel en ervaren ze dat het vlees van dieren die buiten lopen, goed voer krijgen en goed verzorgd worden, erg smakelijk is. Of dat groenten die ze niet kennen, ook heel lekker kunnen zijn.

Nieuwe trends

In de toekomst komt naar verwachting een nieuwe groep recreanten op: de explorers. Dat zijn mensen die ver weg

van de gewone recreant op zoek gaan naar hun eigen belevingswereld en hun eigen plekjes zoeken, onder andere met gps en Google Earth. De groeiende aandacht voor gezondheid, onder andere door meer beweging, vormt een andere trend, evenals 'slowbalisering'. Dat wil zeggen: weg van de globalisering, terug naar de eenvoud en de echtheid. Ook groeit de behoefte aan beleving, luxe, gemak en grootschalige vrijetijdsvoorzieningen terwijl anderzijds meer ruimte voor emotie, verbeelding, verhalen, belevenissen en intieme persoonlijke ervaringen ontstaat.

Multifunctionele bedrijven kunnen op deze trends inspelen. Doordat ze vaak op bijzondere plekken liggen met veel ruimte om hen heen, bieden ze mogelijkheden voor mensen om de rust op te zoeken en 'back to basic' te gaan. Maar hun locatie in het groen in combinatie met vaak mooie, traditionele gebouwen maakt het ook mogelijk zich juist te richten op een doelgroep die op zoek is naar luxe en exclusiviteit.



DE ZINGEVINGSBOERDERIJ

Steeds meer mensen zoeken naar zingeving buiten de traditionele plekken zoals de kerk. Zingeving is steeds individueler geworden, waardoor er een grote diversiteit is ontstaan op het gebied van religie en levensbeschouwing. Multifunctionele

bedrijven spelen op deze trend in, door 'zingevingsboerderijen' te starten.

Voor veel ondernemers zijn zingeving en spiritualiteit belangrijke persoonlijke drijfveren en dat geldt ook voor bijvoorbeeld vrijwilligers. Op zorgboerderijen wordt vaak gericht met zingeving gewerkt en zijn waarden als 'aandacht' en 'mensen in hun kracht zetten' erg belangrijk. Maar op veel bedrijven zijn deze vormen van zingeving impliciet; het is wel belangrijk, maar wordt niet zozeer benoemd of uitgedragen.

Het kenmerk van een zingevingsboerderij is dat zingeving juist wel expliciet wordt gemaakt. Het wordt op een professionele manier ingezet in

de bedrijfsvoering en op die manier vermarkt.

Boerderijen kunnen goed geschikt worden gemaakt voor zulke activiteiten. Een boerderij biedt immers een aantal belangrijkste bronnen van zingeving - denk aan lichamelijke arbeid en aanschouwelijke agrarische activiteiten als zaaien, verzorgen, snoeien en oogsten. Ook zijn rust, ruimte en het ritme van de seizoenen belangrijk voor zingeving. Deze elementen zijn op de boerderij duidelijk aanwezig. Verder spelen dieren een belangrijke rol. Ze bieden de mogelijkheid tot lichamelijk contact - wat goed is voor het geestelijk welbevinden - en deelnemers kunnen hun eigen gedrag spiegelen aan dat van de dieren.