

# Meetbaar maken van het effect van de Dutch Agri Food Week op waardering sector

Marleen Onwezen, Emily Bouwman, Machiel Reinders en Danny Taufik



Wat is het effect van de Dutch Agri Food Week op de verbinding tussen maatschappij en landbouw en voedselsector en de waardering van de sector? Wageningen Economic Research ontwikkelde [nieuwe onderzoeksmethodes](#) om dat te onderzoeken. De Dutch Agro Food Week (DAFW) is relatief onbekend bij het grote publiek maar lijkt wel bij te dragen aan een positievere waardering van de agrosector en sterkere verbinding tussen maatschappij en agrosector. De invulling van het evenement kan nog beter aansluiten bij de verwachtingen van bezoekers.

## Over DAFW

De Dutch Agri Food Week is een jaarlijks terugkerend event op verschillende plekken in Nederland rondom de vraag: wat eten we nu en in de toekomst? Doel van DAFW is de verbinding tussen de maatschappij en landbouw- en voedselsector te versterken en bij te dragen aan een positiever beeld van de Nederlandse landbouw- en voedselsector. De Dutch Agri Food Week organiseert grote en kleinere events voor een breed publiek of gericht op specifieke doelgroepen, bij boeren en tuinders, de voedselindustrie, supermarkten, overheid en wetenschappers of andere agrifood-experts. Voor meer informatie, zie [www.dutchagrifoodweek.nl](http://www.dutchagrifoodweek.nl).

## Methodiekontwikkeling

Om het effect van de Dutch Agri Food Week te meten op de waardering voor de sector, ontwikkelde Wageningen Economic Research twee nieuwe methoden.

De eerste is onderdeel van de Agrifoodmonitor en peilt met een online enquête de mening van 1880 Nederlanders over evenementen zoals de DAFW, voor en na de DAFW. Op deze wijze kan worden gekeken wat de impact van de DAFW is op bijvoorbeeld de waardering van de sector en de bekendheid van de DAFW. Het voordeel van deze methode is dat de meting representatief is voor de bevolking. Het nadeel is dat het geen gecontroleerd experiment is. Dat wil zeggen dat je niet gecontroleerd groepen mensen kunt vergelijken die wel en niet bij de DAFW zijn geweest, of er informatie over hebben opgedaan. Daardoor is niet met zekerheid te zeggen of het gemeten effect toe te schrijven is aan DAFW, of aan iets anders.

De tweede methode is een enquête op locatie bij vijf evenementen van de DAFW, voorafgaand en na afloop van het event, onder 132 respondenten. Dit geeft goede inzichten in de impact van DAFW en de verschillen voor en na een bezoek, maar om harde conclusies te trekken zouden grotere aantallen respondenten nodig zijn, wat erg arbeidsintensief is.

Twee verschillende methodes vullen elkaar goed aan

Beide methoden vullen elkaar goed aan en de combinatie van beiden levert een goed beeld van de impact van de DAFW op de waardering van de Agri & Foodsector. Dit vormt een nulmeting om het effect op de lange termijn in kaart te brengen. Daarnaast draagt de meting bij aan de evaluatie van de evenementen van DAFW.

### Verklarende factoren

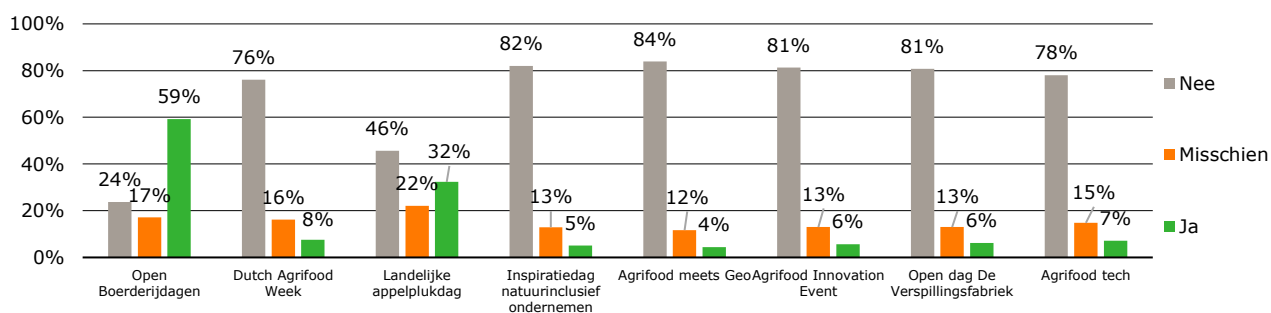
Maatschappelijke waardering wordt door meerdere factoren verklaard, die in de monitor onderzocht zijn. In voorgaande versies is een breed scala aan verklarende factoren meegenomen. Hieruit bleek dat reputatie, betrokkenheid en vertrouwen de belangrijkste verklarende factoren zijn. De Agrofoodmonitor 2018 neemt alleen deze belangrijkste factoren mee en vroeg respondenten naar hun betrokkenheid bij de sector, de reputatie die de sector volgens hen heeft, en het vertrouwen dat zij hebben in de goede samenwerking binnen de sector en in voedselveiligheid. Daarnaast peilde de monitor de waarden die mensen belangrijk vinden als het om voedsel gaat, en de associaties met beleid die mensen hebben bij voedsel.

### Bekendheid DAFW

De bekendheid onder Nederlanders met de Dutch Agri Food Week is laag (6-8%), maar lijkt door het event toe te nemen (van 6% naar 10%). De bekendheid is vergelijkbaar met andere initiatieven zoals AgriFoodTech, maar de Landelijke Appelplukdag of de Open Boerderijdagen genieten meer bekendheid. DAFW is een verzameling van verschillende evenementen. Een groot deel van de bezoekers (54%) blijkt niet de overkoepelende naam DAFW te kennen, waarschijnlijk omdat ze een individueel event bezochten.

Bekendheid DAFW vergroten door zichtbaarheid, gezamenlijkheid of eenduidigheid

Zorg voor een duidelijkere gezamenlijke noemer voor de verschillende events die onder DAFW vallen, of versterk de koppeling tussen de individuele events met DAFW.



**Figuur 1** Percentage deelnemers dat verschillende initiatieven waaronder DAFW kent

### Waardering DAFW

De bezoekers van de Dutch Agri Food Week waren zeer positief over de evenementen van DAFW. Ze zijn bij voorbaat al positiever over de events dan Nederlanders in het algemeen, en bovendien nog positiever als ze weer weggaan.

Bezoekers van DAFW zijn eerder geneigd volgend jaar naar de DAFW te gaan dan anderen die nog niet naar de DAFW gingen. Het lijkt wel een specifieke groep mensen te zijn die bij voorbaat al positiever is over de events. Dit duidt erop dat de communicatie over de DAFW nu waarschijnlijk aansluit bij een specifieke doelgroep.

### Bekend maakt bemind

Herhaalbezoek stimuleren lijkt een goede strategie te zijn. Een verbreding van de communicatie zou de doelgroep kunnen vergroten.

### Kennis over voedsel

De mate waarin mensen kennis hebben van voedsel en de sector zegt iets over hun verbinding met de sector. In de agrofoodmonitor wordt mensen gevraagd hoeveel kennis zij denken te hebben van voedsel en voedselproductie. Die subjectieve kennis nam licht toe na de Dutch Agri Food Week vergeleken met de meting voorafgaand aan de DAFW. Dit kan ook door andere zaken komen, maar het is een interessant signaal. Bezoekers van de DAFW gaven aan dat ze geen nieuwe kennis hadden opgedaan. Mogelijk speelt het beperkte aantal deelnemers hier een rol.

### Waardering sector

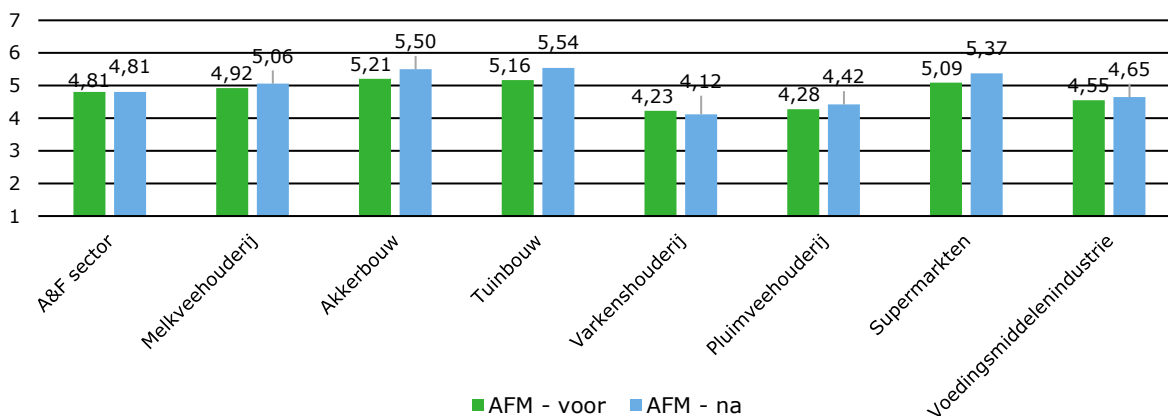
In de agrofoodmonitor, bij een representatieve groep Nederlanders, is een stijging gemeten van de waardering van de akkerbouw, tuinbouw en supermarkten na de DAFW. Dit kan echter ook door andere factoren komen. Bij de meting van bezoekers van de DAFW bleek dat zij positiever zijn geworden over de voedingsmiddelenindustrie. Voor andere sub sectoren zijn er geen verschillen gemeten onder de bezoekers van de DAFW.

### Doelgroepen

Waardering na evenementen van de Dutch Agri Food Week stijgt vooral bij deelnemers die niet bekend waren met DAFW en voor deelnemers met weinig kennis. Zo steeg de waardering voor de pluimvee en melkveehouderij na een bezoek onder deze groep mensen. Voor de deelnemers met veel kennis zien we juist een daling.

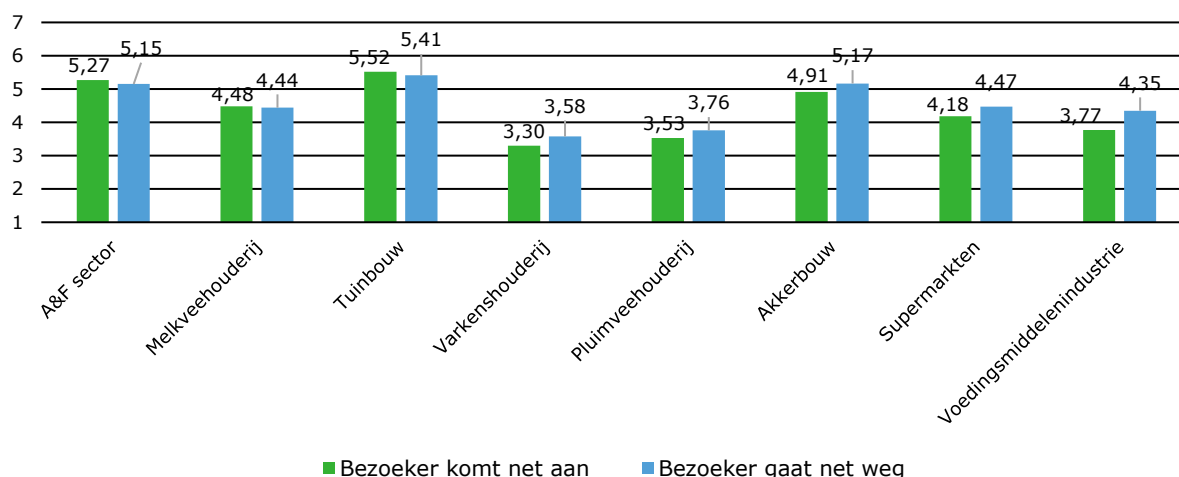
### Zorg ook voor aansluiting bij mensen die al veel kennis van voedsel hebben

De DAFW draagt bij aan de maatschappelijke waardering van een aantal sub-sectoren bij mensen met relatief weinig kennis van voedsel. Richt je op deze doelgroep of zorg ook voor aansluiting met mensen met meer kennis van voedsel bijvoorbeeld door meer complexe en uitdagende informatie aan te bieden.



**Figuur 2a** AFM-sample: Maatschappelijke waardering voor en na DAFW van de Agri & Food sector en haar sub-sectoren.

Item: Ik vind de Nederlandse.... (1=negatief en 7= positief), \*= significant verschil tussen waardering voor en na de DAFW



**Figuur 2b** DAFW-sample: Maatschappelijke waardering van de Agri & Food sector en haar sub-sectoren voor en na DAFW-event.

Item: Ik vind de Nederlandse.... (1=negatief en 7= positief), \*= significant verschil tussen waardering voor en na DAFW-event.

### Beter inspelen op verwachtingen

In antwoord op de enquête zeggen mensen voorafgaand aan de DAFW dat ze vooral geïnteresseerd zijn in er achter komen wat er in hun directe omgeving speelt en graag kennis willen opdoen over hoe eten wordt gemaakt, waar het vandaan komt en hoe ze gezond kunnen eten. Ze willen inspiratie opdoen over gezond eten, bijvoorbeeld om zelf gezonde en duurzame gerechten te maken.

Na het bezoek melden respondenten dat ze vooral kennis hebben opgedaan over nieuwe voedingsmiddelen en nieuwe productietechnieken. Ook blijkt alleen de waardering van de voedingsmiddelenindustrie gestegen bij bezoekers van de DAFW. Het lijkt erop dat mensen andere verwachtingen hebben bij de DAFW dan het feitelijke aanbod.

#### Zorg voor bredere inspiratie

Mensen zijn erg positief over de DAFW. Het lijkt er echter wel op dat de informatie op de DAFW een sterkere focus heeft op de voedingsmiddelenindustrie, terwijl mensen ook interesse zeggen te hebben in gezond voedsel en waar dit vandaan komt. De DAFW kan mogelijk nog positiever gewaardeerd worden, en meer impact op de gehele sector krijgen, als er voor een bredere insteek wordt gekozen. Meer aandacht voor inspiratie voor gezond eten en de herkomst van eten in de primaire productie, kan een goede toevoeging zijn.

#### Contact

Wageningen Economic Research Dr. M.C. Onwezen  
Postbus 29703 Senior onderzoeker consumentengedrag  
2502 LS Den Haag T +31 (0)70 335 8175  
[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research) E [marleen.onwezen@wur.nl](mailto:marleen.onwezen@wur.nl)