

# Tiny Restaurant, Big Potential

Duurzame relaties bouwen tussen boeren en burgers

Janita Sanderse en Lucie Sovova

rapport 385  
Oktober 2022



**WAGENINGEN**  
UNIVERSITY & RESEARCH





# Wetenschapswinkel

---

## Tiny Restaurant, Big Potential

Duurzame relaties bouwen tussen boeren en burgers

Janita Sanderse en Lucie Sovova

rapport 385  
Oktober 2022

---

## Colofon

Titel	Tiny Restaurant, Big Potential; Duurzame relaties bouwen tussen boeren en burgers	
Trefwoorden	Landbouw, lokale voedselinitiatieven, duurzame voedselsystemen, voedsel educatie, producent-consumentrelatie, boer-burgerrelatie, korte ketens, lokale voedselproductie, grassroots initiatieven	
Keywords	Agriculture, local food initiatives, sustainable food systems, food education, producer-consumer relation, farmer-citizen relation, short supply chains, local food production, grassroots initiatives	
Opdrachtgever	Stichting MIEP	
Projectuitvoering	Stef Beentjes, Abigail Broeken, Merel van Engen, Denise Fokkelman, Marian Janse, Irene Katsaros, Tomoyuki Kayanuma, Levi Kingfisher, Josephine Kuenen, Mathilde de Lame, Rosalie van der Strate, Maureen Recoque, Sophie van Wijk, Julia Teeuwen, Jasper van der Tempel, Jasper Silbernagel, Tirsit van Uffelen	
Projectcoördinatie	Janita Sanderse & Lucie Sovova	
Financiële ondersteuning	Wageningen Wetenschapswinkel	
Begeleidingscommissie	Krista Werker Jorick Cardon Liza Simons Herbert van den Heuvel Lydia van Oudenaren Marcel Berkvens Dr. Esther Veen Dr. ir. Dirk Roep Lèneke Pfeiffer	Stichting MIEP Tiny Restaurant Innovatiehuis de Peel Ictoria KNHM boeren ambassadeur Laarbeek Aeres University of Applied Sciences Rural Sociology Group, WUR Wetenschapswinkel
Fotoverantwoording	Alle foto's zijn afkomstig van Stichting MIEP	
Vormgeving	Wageningen University & Research, Communication Services	
Druk	RICOH, 's-Hertogenbosch	
Bronvermelding	Verspreiding van het rapport en overname van gedeelten eruit worden aangemoedigd, mits voorzien van deugdelijke bronvermelding	
ISBN	978-94-6447-393-3	
DOI	<a href="https://doi.org/10.18174/576373">https://doi.org/10.18174/576373</a>	

Wageningen, Wetenschapswinkel rapport 385

---

## **Tiny Restaurant, Big Potential**

Duurzame relaties bouwen tussen boeren en burgers

Rapportnummer 385

Janita Sanderse, MSc  
Lucie Sovová, PhD  
Wageningen, oktober 2022

### **Stichting Miep**

Stichting MIEP is een kleinschalige ngo die zich sinds 2019 inzet voor het bouwen van een duurzame relatie tussen boeren en inwoners van de gemeente Laarbeek. Om dit te bereiken, heeft Stichting MIEP het Tiny Restaurant opgericht, een mobiel restaurant dat een fysieke locatie verschaft om interactie tussen boeren en inwoners te bevorderen. Het is een pop-uprestaurant dat op verschillende plekken wordt ingezet en waar voedsel wordt bereid met duurzame, ambachtelijke, seizoensgebonden, regionale en Fairtrade-producten.

### **Wetenschapswinkel Wageningen University & Research**

Postbus 9101  
6700 HB Wageningen  
(0317) 48 39 08  
wetenschapswinkel@wur.nl

Maatschappelijke organisaties zoals verenigingen en belangengroepen, die niet over voldoende financiële middelen beschikken, kunnen met onderzoeksvragen terecht bij de Wageningen Wetenschapswinkel. Deze biedt ondersteuning bij de realisatie van onderzoeksprojecten. Aanvragen moeten aansluiten bij de werkgebieden van Wageningen University & Research: duurzame landbouw, voeding en gezondheid, een leefbare groene ruimte en maatschappelijke veranderingsprocessen.



---

# Inhoud

<b>Voorwoord</b>	<b>7</b>
<b>Samenvatting</b>	<b>9</b>
<b>Summary</b>	<b>11</b>
<b>1    <b>Introductie</b></b>	<b>13</b>
1.1   Context	13
1.1.1 Prijs druk en industriële landbouw	13
1.1.2 Demografische veranderingen, rurale-urbane relatie	13
1.1.3 Disconnect tussen consumenten en voedsel	14
1.1.4 Publieke steun	14
1.1.5 Lokale voedselinitiatieven	14
1.2   Tiny Restaurant	15
1.2.1 Locatie	15
1.2.2 Project doelen en verloop	15
1.2.3 Overzicht van studentenactiviteit	16
1.3   Leeswijzer	18
<b>2    <b>Contact met Laarbeekse inwoners: het perspectief van boeren</b></b>	<b>19</b>
2.1   Motivatie van boeren om (niet) met inwoners te verbinden	19
2.1.1 Waarom verbinding niet aangaan: angst voor kritiek	19
2.1.2 Waarom wel verbinding aangaan: maatschappelijke licentie en trots	19
2.2   Activiteiten om te verbinden met lokale inwoners	20
2.2.1 Taak 1: Communicatie en pr-management	20
2.2.2 Taak 2: Het verkopen van producten	20
2.3   Obstakels die interactie met inwoners hinderen	21
2.3.1 Angst voor kritiek	21
2.3.2 Gebrek aan tijd	21
2.3.3 Economische belemmeringen	21
2.3.4 Gebrek aan interesse en noodzaak	21
2.4   Gunstige omstandigheden en mogelijkheden voor boeren	22
2.4.1 Lokale evenementen	22

---

2.4.2	Activiteiten	22
2.4.3	Sociale media	22
2.4.4	Ambassadeurs	22
2.5	Boeren in Laarbeek: motivaties, activiteiten, obstakels en gunstige omstandigheden	23
<b>3</b>	<b>Kijk op Laarbeekse boeren door inwoners en media</b>	<b>25</b>
3.1	Hoe denken lokale inwoners over boeren	25
3.1.1	Rurale identiteit	25
3.1.2	Intentie-actiekloof	25
3.2	Perceptie van dorpsraadsleden	26
3.3	Media-analyse: lokale kranten schrijven positief of neutraal over boeren	27
3.4	Opvattingen over Laarbeekse boeren: onverwachts positiever en steunend	27
<b>4</b>	<b>Verbinden in het Tiny Restaurant</b>	<b>29</b>
4.1	Stichting MIEP's kijk op het werk van boeren	29
4.1.1	Stichting MIEP's begrip voor de moeilijkheden van boeren	29
4.1.2	Stichting MIEP's visie op de oplossing	30
4.1.3	Waardepropositie van het Tiny Restaurant	30
4.2	Obstakels in samenwerking tussen boeren en Stichting MIEP	31
4.2.1	Gebrek aan communicatie tussen Stichting MIEP en boeren	31
4.2.2	Verschil in opvatting over de functie en inzetbaarheid van Stichting MIEP	31
4.2.3	Verschillende organisaties actief	32
4.3	Verbinden in het Tiny Restaurant: onduidelijke meerwaarde en communicatie staat samenwerking in de weg	32
<b>5</b>	<b>Conclusie &amp; Aanbevelingen</b>	<b>33</b>
5.1	Conclusie	33
5.1.1	Boeren	33
5.1.2	Burgers	34
5.1.3	Stichting MIEP	34
5.2	Aanbevelingen	35
5.2.1	Formuleer een duidelijke visie	35
5.2.2	Organiseer evenementen met en voor boeren	35
5.2.3	Communiceer duidelijk over verwachtingen	36
	<b>Referenties</b>	<b>37</b>



---

# Voorwoord

Het begon met een telefoontje in augustus 2021 naar de Wetenschapswinkel van WUR. Zouden ze ons willen helpen?

Een klein burgerinitiatief van Laarbeekse boeren met een Tiny Restaurant. Een concept bedacht door een groepje studenten van verschillende opleidingen en kennisinstellingen uit 's Hertogenbosch, in samenwerking met stichting MIEP. Het Tiny Restaurant dat naar de doelgroep toe gaat om boer & burger verbindingen te maken. Een restaurant dat verplaatst wordt, van plek naar plek door de boer. De boer 'trekt' immers onze keuken. Zonder boeren geen eten. Bewustwording over voeding, water, milieu en energie. De boeren die zo bepalend zijn, niet alleen voor ons voedsel, maar ook voor de natuur, waterbeheer, ons landschap en steeds meer economisch belangrijk zijn voor recreatie en plattelandstoerisme, maar ook zorg en welzijn niet te vergeten en de steeds grotere rol die zij spelen in onze energievoorziening. Een sector die zo veelzijdig is en zo veel sectoren aanraakt en waar iedereen een mening over heeft!

Het Tiny Restaurant is in 2019 gebouwd met de steun van Agrifood Capital, mkb-ondernemers, kennisinstellingen en de Rabobank. In 2020 zijn we het concept, middels projecten in de praktijk, gaan ontwikkelen met een werkend netwerk van boeren en burgers. Laarbeekse boeren willen verbinding maken met de mensen uit de dorpen om draagvlak en bestaansrecht te krijgen voor hun werk. Door in gesprek te gaan en ontmoetingen op het Tiny Restaurant te organiseren tussen de boeren, de dorpsraden, de dorpsondersteuners en met mensen uit de dorpen, konden wij in kaart brengen welke behoeftes in de dorpen leefden om de verbinding met boeren aan te gaan. We hebben burgers laten zien wat boeren te bieden hadden door middel van de proeverij van de Laarbeekse boerderij en portretten van de boeren. De behoeftes van de dorpsraden, dorpsondersteuners en de mensen uit de dorpen matchen niet met wat boeren willen bieden om de verbinding te maken.

We hadden veel vragen en wilden graag meer leren over de behoefte van boeren en burgers en welke rol het Tiny Restaurant hierin kan vervullen. Met wie moeten we bruggen bouwen? Wat gebeurt er nu werkelijk in de gemeenschap van Laarbeek? Welke methodiek en actie geeft draagvlak voor een duurzame langdurige verbinding? Hiervoor hebben wij hulp gevraagd aan de Wetenschapswinkel van WUR. Door de samenwerking met de Wetenschapswinkel van WUR, de onderzoekers en studenten kregen wij ondanks de beperkingen van de lockdown heel veel goede tips, informatie en nieuwe inzichten. Door de resultaten van elk onderzoek konden wij telkens het project bijstellen en bouwen aan de community voor boer & burger-verbindingen en de rol van het Tiny Restaurant.

De toegankelijkheid naar wetenschap op een laagdrempelige manier is voor ons heel waardevol geweest en de samenwerking voelt veel te kort, omdat uit de diverse onderzoeken ook weer veel nieuwe vragen naar voren kwamen. We willen Lèneke Pfeiffer, coördinator Wetenschapswinkel dan ook heel erg bedanken, evenals de onderzoekers Lucie Sovova, Janita Sanderse en de vele studenten van WUR voor de kans die we hebben gekregen en natuurlijk vooral onze boeren en burgers uit Laarbeek die aan het project hebben meegewerkt. Heel stiekem hopen we dat deze samenwerking met WUR niet de laatste is geweest.

Krista Werker  
Voorzitter Stichting MIEP



---

# Samenvatting

Het Tiny Restaurant is een mobiel pop-uprestaurant in Laarbeek, Noord-Brabant, een initiatief van Stichting MIEP, dat bewustwording wil creëren rondom de productie van voedsel en als doel heeft de boer en consument dichter tot elkaar te brengen. In dit Wetenschapswinkelproject hebben we gekeken hoe het Tiny Restaurant bijdraagt aan het bouwen van duurzame relaties tussen boeren en burgers. Op basis van het onderzoek door meerdere studenten(groepen), hebben we een advies opgesteld dat aan de hand van drie categorieën gestructureerd zijn: samenwerking met boeren, het verbinden van boeren en burgers en organisatie en de visie van Stichting MIEP.

De onderzoeksresultaten van studenten bieden inzicht in de opvattingen die boeren zelf hebben over hun werk en de verschillende voor- en nadelen die hieraan verbonden zijn. Daarnaast komen de grootste obstakels die zij ervaren aan bod, maar ook welke gunstige omstandigheden mogelijkheden voor hen creëren en helpen bij de interactie met burgers.

In het rapport wordt aandacht besteed aan de opvattingen die boeren en burgers over elkaar hebben. Zo zien boeren de support van burgers vrij pessimistisch in, hoewel burgers het tegenovergestelde beweren en zich juist positief uitlaten en geloven dat er een prima relatie is. Aan de hand van verschillende bronnen wordt gezocht naar een verklaring hiervoor, waaronder de perceptie van dorpsraadsleden en de media.

Verder gaan we in op de visie van Stichting MIEP, de waardepropositie die zij creëren met het Tiny Restaurant en de perceptie van boeren hierop. De resultaten geven weer dat Stichting MIEP een goed begrip heeft van de problemen waar boeren mee te maken hebben, maar dat er verschillende knelpunten in de samenwerking zijn die moeten worden aangepakt om het potentieel van het project ten volle te benutten.

Op basis van al deze bevindingen trekken we een aantal conclusies en doen we aanbevelingen, waarbij Stichting MIEP wordt aangemoedigd een duidelijke visie te formuleren, aantrekkelijke activiteiten te organiseren met en voor boeren en duidelijk te communiceren over verwachtingen.



---

# Summary

The Tiny Restaurant is a mobile pop-up restaurant in Laarbeek, North Brabant, an initiative of the MIEP foundation, that wants to create awareness around food production and aims to bring the farmers and consumers closer together. In this Science Shop project, we looked at how the Tiny Restaurant contributes to building lasting relationships between farmers and citizens. Based on the research conducted by multiple students(groups), we drafted advice which is structured in three categories: optimizing the cooperation with farmers, connecting farmers and citizens, and internal organisation and vision of the MIEP foundation.

The student research results provide insight into farmers' own views of their work and the various (dis)advantages associated with it. We discuss the biggest obstacles they experience, as well as favourable conditions that create opportunities and facilitate farmers' interaction with citizens.

The report addresses the perceptions that farmers and citizens have of each other. While farmers are rather pessimistic about citizen support, local inhabitants claim express themselves positively about their attitudes and relations towards farmers. Various sources are used to find an explanation for this, including the perception of village council members and the media.

Furthermore, we look at the vision of MIEP Foundation, the value proposition they create with the Tiny Restaurant, and the farmers' perception of it. The results show that MIEP Foundation has a good understanding of the problems farmers face but is not on the same page with the farmers. This causes friction between the parties.

Based on these findings we draw conclusions and make several recommendations that encourage MIEP foundation to formulate a clear vision, organise attractive activities with and for farmers, and communicate about their expectations.



---

# 1 Introductie

Dit rapport vat de resultaten samen van verschillende studenten(groepen) die onderzoek hebben verricht voor het Wetenschapswinkelproject 'Tiny Restaurant, big potential: duurzame relaties bouwen tussen boeren en burgers'. Dit project werd uitgevoerd in opdracht van Stichting MIEP, zie paragraaf 1.2 'Tiny Restaurant'.

De Wetenschapswinkel is een initiatief van Wageningen Universiteit die onderzoeksprojecten laat uitvoeren voor maatschappelijke organisaties met als doel 'groepen in de samenleving te betrekken bij wetenschappelijk onderzoek en om samen directe, positieve verandering te creëren'.<sup>1</sup> De Wetenschapswinkel combineert deze missie met educatieve doeleinden door studenten te betrekken bij onderzoeksprojecten.

In 2021 benaderde Stichting MIEP de Wetenschapswinkel met het verzoek om het Tiny Restaurant-project te evalueren. Stichting MIEP voelde een groeiende kloof tussen de boeren en de lokale bevolking, en begon met een missie om deze twee groepen samen te brengen. Het project sloot goed aan bij de focus van Wageningen University & Research op het gebied van duurzame voedselproductie en plattelandsontwikkeling en trok een aantal studenten aan van uiteenlopende opleidingen en achtergronden. Vanuit een gedeeld enthousiasme over lokale voedselinitiatieven en de verbinding tussen burger en boer, is er onderzoek verricht naar de praktische werking van dergelijke initiatieven en de moeilijkheden en kansen waarmee ze in de praktijk te maken krijgen.

---

## 1.1 Context

Landbouw en veeteelt zijn essentieel in de voedselproductie zoals wij die vandaag de dag kennen. Maar spanning tussen boeren en andere partijen loopt steeds verder op. Er is vanuit verschillende kanten een toenemende behoefte iets te doen aan deze spanning en een brug te slaan tussen verschillende partijen in de samenleving. In de volgende alinea's lichten wij enkele punten van spanning toe, om de context te beschrijven waarin dit Wetenschapswinkelproject plaatsvindt.

### 1.1.1 Prijs druk en industriële landbouw

Over de afgelopen decennia hebben de Nederlandse overheid en de Europese Unie in hun landbouwbeleid intensivering, schaalvergroting en outputgerichte productie gestimuleerd. In Brabant en andere productiegebieden heeft dit geleid tot ingrijpende ruilverkavelingen, modernisering, mechanisering en specialisatie. Deze ontwikkeling wordt vaak in verband gebracht met toenemende uitstoot en het gebruik van externe input, zoals fossiele brandstoffen, kunstmest en antibiotica. De ontwikkeling is niet door alle boeren bij te houden door de significante financiële investeringen die het vereist. In 2000 waren er nog meer dan 10.000 veehouders in regio Noord-Brabant, die gemiddeld 87 dieren hadden. 15 jaar later is het aantal boerderijen gedaald tot minder dan 6000 met een gemiddeld aantal van 152 dieren op de boerderij (CBS, 2016).<sup>2</sup>

Maar hoewel de productiekosten zijn gestegen, blijft de prijs voor de boer uit. Voor een grote groep boeren leidt dit tot enorme druk om meer te produceren als zij redelijk financieel willen rondkomen. Hierdoor blijft het totaal aantal boeren in Nederland afnemen en worden overblijvende bedrijven gedwongen tot verdere uitbreiding, intensivering, specialisatie en diversificatie (Lebacqz et al., 2013).

### 1.1.2 Demografische veranderingen, rurale-urbane relatie

De veranderende structuur van landbouw gaat hand in hand met veranderingen op het platteland. Terwijl het aandeel inwoners dat werkt in de landbouw daalt, wordt het platteland steeds multifunctioneler gebruikt. Toerisme, recreatie en gerelateerde diensten zijn in toenemende mate onderdeel van het verdienmodel op

---

<sup>1</sup> <https://www.wur.nl/nl/waardecreeatie-samenwerking/samenwerken-met-wur/wetenschapswinkel.htm>

<sup>2</sup> Gebaseerd op masterthesis, zie paragraaf 1.2.3.

---

rurale plekken. Hierbij staat de recreatieve functie vaak op gespannen voet met de intensieve landbouw. Rurale gebieden worden in toenemende mate gezien als ruimte voor regeneratie door overwegend stedelijke bewoners, voor wie grootschalige en gemoderniseerde boerderijen niet noodzakelijk tot geïdealiseerde plattelandsbeelden behoren (Boogaard et al., 2011a). Dit zet spanning op de relatie.<sup>3</sup>

### 1.1.3 Disconnect tussen consumenten en voedsel

Een ander gevolg van de opschaling is de toenemende kloof tussen de boer en consument. Uitgebreide aanvoerketens, complexe distributienetwerken met gecentraliseerde hubs en langeafstandtransporten dragen allemaal bij aan deze scheiding tussen de consument en boer (Van der Ploeg, 2022). Mensen hebben niet de mogelijkheid om duidelijk te herleiden waar voedsel vandaan komt en verliezen de mogelijkheid om het product met de boer te verbinden (Renting & Van der Ploeg, 2001). Deze disconnectie tussen voedselproductie en voedselconsumptie leidt tot een gebrek aan wederzijds begrip bij de verschillende betrokken partijen (Ikerd, 2002).<sup>4</sup>

### 1.1.4 Publieke steun

Een ander aspect dat in toenemende mate spanning zet op de relatie tussen boer en consument is duurzaamheid, en met name de aanpassingen die daarvoor worden gevraagd dan wel opgelegd. Met het oog op de klimaatverandering en de aantasting van het milieu heeft de Nederlandse overheid de afgelopen jaren geprobeerd om de stikstofcrisis tegen te gaan door nieuw beleid te voeren op het gebied van landbouwactiviteiten. Voor boeren hebben deze veranderingen in de regelgeving geleid tot verhoogde druk met betrekking tot het waarborgen van hun economische levensvatbaarheid (Boogaard et al., 2011a). Boeren ervaren in toenemende mate een gebrek aan maatschappelijke acceptatie of vergunning voor hun bedrijf.<sup>5</sup> Recente protesten zijn een voorbeeld van hoe spanningen steeds meer oplopen en op grotere schaal plaatsvinden dan enkel tussen de boer en consument.

### 1.1.5 Lokale voedselinitiatieven

Lokale voedselinitiatieven zijn een manier waarop vandaag de dag wordt geprobeerd om een brug te slaan tussen verschillende partijen in de samenleving. De laatste jaren zijn dergelijke initiatieven gegroeid in de activiteitssector, omdat ze worden gepromoot als manier om meer inclusieve, veerkrachtige en duurzame voedselsystemen te hebben (Enthoven & Van den Broeck, 2021). Ze gebruiken lokaal voedsel om problemen aan te pakken op het gebied van milieu, gezondheid, lokale economieën en rurale gemeenschappen (Connelly & Beckie, 2016; Hassanein, 2003). Lokale voedselinitiatieven spelen hierdoor in op enkele kwesties die hiervoor besproken zijn in dit hoofdstuk.

Tegenwoordig zijn er tal van inspirerende en uiteenlopende voorbeelden van initiatieven die erin zijn geslaagd om ons collectieve bewustzijn te vergroten van hoe en waar voedsel wordt geproduceerd (Connelly & Beckie, 2016). Bovendien zijn sommige van hen in staat geweest om niet alleen nieuwe zakelijke kansen te genereren, maar ook lokale en nationale markten te beïnvloeden (Marsden & Smith, 2005). Maar ondanks dat van lokale voedselinitiatieven wordt beweerd dat ze 'een weg vooruit' zijn, lijken de meningen over wat het inhoudt en wat hun potentieel is om verandering teweeg te brengen, grotendeels uiteen te lopen. Daarom zijn lokale voedselinitiatieven een type interventie in het voedselsysteem dat het bestuderen waard is.

---

<sup>3</sup> Gebaseerd op ACT 2 rapport.

<sup>4</sup> Gebaseerd op ACT 1 rapport.

<sup>5</sup> Gebaseerd op ACT 2 rapport.



## 1.2 Tiny Restaurant

Stichting MIEP, de opdrachtgever van dit Wetenschapswinkelproject, is een kleinschalige ngo die zich sinds 2019 inzet voor het bouwen van een duurzame relatie tussen boeren en inwoners van de gemeente Laarbeek. Naar aanleiding van de toenemende spanning zet de ngo zich in voor een interactieve dialoog tussen verschillende partijen in de lokale context. Om dit te bereiken, heeft Stichting MIEP het Tiny Restaurant opgericht, een mobiel restaurant dat een fysieke locatie verschaft om interactie tussen boeren en inwoners te bevorderen. Het is een pop-uprestaurant dat op verschillende plekken (zoals scholen, sportclubs, dorpspleinen) wordt ingezet en waar voedsel wordt bereid met duurzame, ambachtelijke, seizoensgebonden, regionale en Fairtrade-producten.

De missie van de organisatie is bewustwording en bijdragen aan een duurzame transformatie met betrekking tot de nexus voedsel-water-energie. Het doel van het Tiny Restaurant is om relaties te leggen tussen lokale voedselproducenten en burgers door middel van ontmoetingen, proeverijen en (in)formele kennisuitwisseling. Tijdens de pilot in 2019 is een educatief programma ontwikkeld en diende het restaurant op wielen ook als veilige ontmoetingsruimte tijdens de Covid-19-pandemie.

### 1.2.1 Locatie

Het Tiny Restaurant wordt met name ingezet in de gemeente Laarbeek in Noord-Brabant. De gemeente bestaat uit vier dorpen: Aarle-Rixtel, Beek en Donk, Lieshout en Mariahout. In de gemeente Laarbeek zijn veel agrarische bedrijven gevestigd. Daarom is de burger-boerrelatie een bijzonder relevant onderwerp voor deze regio. De boeren verschillen van melkveehouders, vleesveeouders, groenteboeren tot fruittelers. Een deel van de boeren richt zich op de export van hun producten.<sup>6</sup>



In de gemeente Laarbeek zijn 116 Agro-ondernemers

© CC proof Stichting MIEP 2021, Laarbeek  
agro cirkeldiagram van invloed 2022

**Figuur 1** Werkzaamheden Laarbeekse boeren. Bron: Stichting MIEP.

### 1.2.2 Project doelen en verloop

In overleg met Stichting MIEP hebben wij een project geformuleerd met de volgende doelstellingen:

(1) begrijpen wat voor effect het Tiny Restaurant heeft op de bezoekers en (2) de bijdrage die het levert aan het bouwen van duurzame relaties tussen boeren en burgers evalueren om (3) dat effectief te communiceren

<sup>6</sup> Gebaseerd op Settings for Health Promotion-rapport.

naar partijen die bijdragen aan het voortbestaan van het Tiny Restaurant. Om deze vragen te beantwoorden, hebben verscheidene (groepen) studenten onderzoek uitgevoerd. Een overzicht hiervan is te vinden in paragraaf 1.2.3.

Tijdens het project zijn er beperkingen opgetreden. Zo hadden wij verwacht en gehoopt dat er tijdens de duur van het Wetenschapswinkelproject meer activiteiten georganiseerd zouden worden door Stichting MIEP met het Tiny Restaurant. Evenementen zouden studenten de mogelijkheid hebben geboden observaties te doen om de effectiviteit van het Tiny Restaurant te evalueren. Een van de redenen dat dit lastiger was, is door de verschillende lockdowns door COVID-19. Andere redenen voor het uitblijven van evenementen worden verder behandeld in het rapport.

### 1.2.3 Overzicht van studentenactiviteit

Het algemene doel van het project is gericht op de relatie tussen de boer en consument en de rol van het Tiny Restaurant hierin, om Stichting MIEP te kunnen adviseren over de volgende stappen die het best genomen kunnen worden voor het voortbestaan van het initiatief. De verschillende projecten van studenten die hebben bijgedragen aan dit project richten zich op een bepaald aspect hiervan.

Projectnaam	<i>The Tiny Restaurant Research Report. Using the Value Proposition Canvas to assess the alignment between Stichting MIEP and Laarbeek Farmers.</i>
Type project	Academic Consultancy Training (wordt naar gerefereerd als: ACT 1)
	Transdisciplinaire teams van 5 tot 7 MSc-studenten krijgen de opdracht een academisch adviesproject uit te voeren voor een externe opdrachtgever. Deze teams worden samengesteld op basis van de vereiste disciplinaire mix voor de uitvoering van het project.
Projectduur	8 weken
Voltooid	Oktober 2021
Onderzoekers	Stef Beentjes, Abigail Broeken, Irene Katsaros, Tomoyuki Kayanuma, Levi Kingfisher, Mathilde de Lame
Methoden	Interviews
Onderzoeksvraag	To what extent is the value proposition of the Tiny Restaurant, in building long lasting relationships between farmers and the local community, aligned with the customer profile of the farmers?
Projectnaam	<i>Case Study Tiny Restaurant Laarbeek. Case study addressing the relation between farmers and inhabitants in Laarbeek and the role of the Tiny Restaurant to support a healthy and sustainable local food system.</i>
Type project	Settings for Health Promotion (keuzevak bachelor)
	Aan de hand van een real-life casestudy onderzoeken studenten van het programma Gezondheid en Maatschappij een bepaald gezondheidsbevorderingsvraagstuk vanuit een settingsperspectief, om concrete ervaring op te doen met de settingsbenadering.
Projectduur	8 weken
Voltooid	April 2022
Onderzoekers	Jasper van der Tempel, Denise Fokkelman, Tirsit van Uffelen, Merel van Engen
Methoden	Interviews
Onderzoeksvraag	Why are farmers in Laarbeek trying to build a relation with the local inhabitants through local food networks, and how are they doing this?

Projectnaam	<i>The inhabitants of Laarbeek: an analysis of multi-faceted perspectives of the population on agriculture in Laarbeek.</i>
Type project	Academic Consultancy Training (wordt naar gerefereerd als: ACT 2)
	Teams van 5 tot 7 studenten krijgen de opdracht een transdisciplinair georiënteerd academisch adviesproject uit te voeren voor een externe opdrachtgever. Deze teams worden samengesteld op basis van de vereiste discipline mix voor de uitvoering van het project.
Projectduur	8 weken
Voltooid	Mei 2022
Onderzoekers	Marian Janse, Rosalie van der Strate, Maureen Recoque, Sophie van Wijk, Julia Teeuwen, Jasper Silbernagel
Methoden	Interviews, krantenartikel analyse
Onderzoeksvraag	How do the inhabitants of Laarbeek perceive agriculture in Laarbeek?

Projectnaam	<i>A Tiny Restaurant on a Big Journey: understanding the agentic capacity of a local food initiative in North-Brabant, the Netherlands</i>
Type project	Masterthesis
	Individueel project van langere duur gericht op diepgaand onderzoek
Projectduur	5 maanden
Voltooid	Juli 2022
Onderzoeker	Josephine Kuenen
Methoden	Participerende observatie, semigestructureerde interviews, documentanalyse
Onderzoeksvraag	How is the agentic capacity of a local food initiative to bring about change affected by its constructed social reality?

ACT 1 heeft een eerste evaluatie gemaakt van de potentie van het Tiny Restaurant om bij te dragen aan het opbouwen van relaties tussen boeren en inwoners van Laarbeek. Hierna onderzoeken studenten van Settings for Health Promotion hoe het Tiny Restaurant werkt als educatieve ruimte voor lokale voedselproductie, hoe het de relatie tussen burger en boer kan bevorderen en de overgang naar een gezonde en duurzame voedselproductie en consumptie kan ondersteunen. De focus kwam hierbij te liggen op waarom boeren in Laarbeek een relatie opbouwen met de inwoners via een lokaal voedselnetwerk en hoe zij dat doen. ACT 2 werd gevraagd om de perceptie van inwoners over boeren in Laarbeek te onderzoeken. En als laatste richt de masterthesis zich op de vraag hoe het Tiny Restaurant (succesvol) ingezet wordt voor verandering. Doordat dit onderzoek over een langere periode plaatsvindt, geven de resultaten een algemener beeld van de situatie dan de overige studentenonderzoeken.

In het kort: ACT 1 en Settings for Health Promotion studenten richten zich op de boeren, ACT 2 focust op inwoners van Laarbeek, en de masterthesis op de werking van Stichting MIEP en het Tiny Restaurant.

---

## 1.3 Leeswijzer

Zoals eerder aangegeven, bundelen we in dit rapport diverse onderzoeken die door studenten zijn uitgevoerd om zo inzicht te verschaffen en advies te geven over de in paragraaf 1.2.2 geformuleerde projectdoelen. De resultaten worden weergegeven in drie hoofdstukken en er wordt naar verwezen als ACT 1, Settings for Health Promotion, ACT 2 en de masterthesis. Hoofdstuk 2 'Contact met Laarbeekse inwoners: het perspectief van boeren' biedt inzicht in de motivaties, activiteiten, obstakels en gunstige omstandigheden van boeren bij het aangaan van de verbinding met de gemeenschap. Hoofdstuk 3 'De perceptie van Laarbeekse boeren door inwoners en media' gaat over hoe inwoners van Laarbeek denken over boeren. In dit hoofdstuk komen kort de perceptie van dorpsraadsleden en een media-analyse aan bod. In hoofdstuk 4 'Verbinden in het Tiny Restaurant' wordt de kijk van Stichting MIEP op de boeren en hun situatie weergegeven en welke obstakels de samenwerking met boeren in de weg staat. In hoofdstuk 5 worden alle inzichten gebundeld en worden de belangrijkste conclusies gedeeld op het gebied van de boeren, burgers en Stichting MIEP. Vervolgens doen wij aanbevelingen aan Stichting MIEP, die zich richten op de formulering van een duidelijke visie van de Stichting, activiteiten organiseren met en voor boeren en op duidelijke communicatie en verwachtingen naar boeren.

---

## 2 Contact met Laarbeekse inwoners: het perspectief van boeren

Hoewel boeren tot dezelfde gemeenschap behoren, bestaan er grote verschillen in meningen en standpunten. Dit heeft implicaties voor de beoogde band tussen boeren en de plaatselijke bevolking en de initiatieven die zich inzetten om die band te ontwikkelen. Dit hoofdstuk behandelt de onderzoeksresultaten van studenten in relatie tot de ervaring van boeren in Laarbeek: motivaties voor wel of niet de verbinding aangaan met lokale inwoners, taken die boeren uitvoeren om de relatie met inwoners te verbeteren, obstakels die de interactie hinderen en welke hulpmiddelen boeren inzetten om een relatie op te bouwen.

---

### 2.1 Motivatie van boeren om (niet) met inwoners te verbinden

De kernproblemen van boeren in de huidige context bestaan uit: (1) een verminderde interactie tussen boeren en burgers, (2) een gebrek aan kennis bij consumenten over de origine van voedsel en (3) incorrecte media discourses.<sup>7</sup> De boeren ervaren geen erkenning voor hun harde werk en zijn gefrustreerd over de vooroordelen die bestaan over hun praktijken en hoe deze worden weergegeven in de media.<sup>8</sup>

#### 2.1.1 Waarom verbinding niet aangaan: angst voor kritiek

Als gevolg van het gebrek aan publieke steun voelen boeren de noodzaak om burgers te laten zien hoe smaakvol lokale producten kunnen zijn en om zich in een positief daglicht te stellen. Hoewel lokale voedselinitiatieven, zoals het Tiny Restaurant, de mogelijkheid bieden de interactie aan te gaan met burgers, zijn er verschillende obstakels die boeren hierin tegenhouden.

Zo blijkt onder andere dat boeren:

- Bang zijn activisten aan te trekken die hun bedrijf in gevaar kunnen brengen;
- Denken dat deelnemen aan lokale voedselnetwerken kan leiden tot misverstanden en kritiek;
- Niet allemaal geïnteresseerd zijn in lokale verkoop of het vergroten van publieke steun waardoor het niet deelnemen aan lokale voedselnetwerken en activiteiten de 'veilige' optie is om publiciteit en kritiek te vermijden.

Boeren zijn bang voor de mogelijke negatieve effecten die publiciteit kan hebben. Door achter gesloten deuren en buiten het zicht van het publiek te opereren, kunnen ze veilig hun gang gaan, zonder zich zorgen te hoeven maken over nadelige gevolgen die een negatieve invloed hebben op hun bedrijf en hun levensonderhoud. Vooral wanneer boeren geen belang zien in het vergroten van de steun van het publiek, lijken zij weinig reden te hebben om deel te nemen aan lokale initiatieven.

#### 2.1.2 Waarom wel verbinding aangaan: maatschappelijke licentie en trots

De negatieve perceptie over boeren en het gevoel van onrechtvaardigheid dat hierover bestaat bij boeren heeft ook te maken met het begrip 'maatschappelijke licentie'.<sup>9</sup> Dit heeft betrekking op de sociale acceptatie van de praktijken van de boeren en staat hun toe het werk te doen waar ze van houden, op de manier zoals zij dat willen doen. Het is de primaire reden voor boeren om wel de verbinding met burgers aan te gaan.

Het onderzoek van ACT 2 laat echter zien dat dat er een positief, begripvol en ondersteunend perspectief bestaat onder inwoners van Laarbeek ten opzichte van de boeren. De boeren hebben dus mogelijk al een

---

<sup>7</sup> Gebaseerd op masterthesis.

<sup>8</sup> Gebaseerd op ACT1.

<sup>9</sup> Wordt in Engelstalige literatuur naar verwezen als 'social license'.

---

maatschappelijke licentie. Maar omdat de boeren in het onderzoek van ACT 1 aangaven behoefte te hebben aan het behouden en verkrijgen van een maatschappelijke licentie, wijst dit erop dat de boeren hun huidige maatschappelijke licentie niet als voldoende ervaren om hun beroep uit te oefenen. De boer heeft dus tot op zekere hoogte wel de maatschappelijke licentie om te ondernemen, maar ervaart dit niet in concreet gedrag van de bewoners of dit wordt niet gecommuniceerd door een gebrek aan contact.

Naast maatschappelijke licentie is trots een reden voor boeren om de verbinding te zoeken met burgers. Ze zijn trots op wat zij doen en willen dat aan mensen laten zien. Het moedigt boeren aan connectie te zoeken met inwoners aan wie ze hun producten en boerderijen kunnen tonen. Omdat deze boeren willen laten zien wat ze doen en produceren en daar actief een publiek voor zoeken, kan de rest van de gemeenschap dit middel gebruiken om de cohesie binnen de gemeenschap te versterken.<sup>10</sup>

De termen licentie om te produceren (*license to produce*) en licentie om te werken (*license to operate*) worden door de boeren en Stichting MIEP door elkaar gebruikt en moeten worden opgevat als het vermogen van de boeren om hun bedrijf op de lange termijn in stand te houden en die verkregen worden door publieke steun voor wat zij doen.

---

## 2.2 Activiteiten om te verbinden met lokale inwoners

Het onderzoek van ACT 1-studenten omschrijft enkele taken die boeren uitvoeren om zich te verbinden met de plaatselijke gemeenschap. Deze staan in de volgende paragrafen omschreven en bestaat uit: communicatie en pr-management en het verkopen van producten.

### 2.2.1 Taak 1: Communicatie en pr-management

De frequentst genoemde taak door boeren in relatie tot de interactie met lokale gemeenschap is communicatie en pr-management. Deze functiecategorie omvat een breed scala aan activiteiten:

- het organiseren, verzorgen en deelnemen aan evenementen;
- het delen van informatie over landbouwmethoden en hun producten;
- het vertellen van hun levensverhaal om het dominante discours over hun rol in de samenleving aan de kaak te stellen.

In de tabel hieronder worden de belangrijkste voordelen en punten van ongemak en zorg gedeeld die worden geassocieerd met communicatie en pr-management:<sup>11</sup>

Voordelen	Punten van ongemak en zorg
Het verkrijgen van een <i>license to produce</i>	frustratie rondom vooroordelen over hen en hun praktijken
Een grotere en meer diverse klantenkring	Negatieve pers
Zelfvervulling (bv. trots en vreugde)	Gebrek aan tijd en energie
Het creëren van wederzijds begrip tussen producenten en de lokale gemeenschap	Gebrek aan belangenbehartiging
	Gebrek aan communicatievaardigheden

### 2.2.2 Taak 2: Het verkopen van producten

De op één na meest gerapporteerde taak door boeren gerelateerd aan hun relatie met inwoners, is het verkopen van hun producten. Dit omvat rechtstreekse verkoop aan consumenten via boerderijwinkels en directe distributie en indirecte verkoop via groothandelaars.

---

<sup>10</sup> Gebaseerd op Settings for Health Promotion.

<sup>11</sup> Gebaseerd op ACT 1.

---

In de tabel hieronder de belangrijkste voordelen en punten van ongemak en zorg, geassocieerd met de verkoop van producten.

Voordelen	Punten van ongemak en zorg
Winst	Hardnekkige koopgewoonten van consumenten
Risicospreiding in klantenbestand	Risico om verlies te draaien
Plezier van sociale interactie	Locatie beperkingen (moeite, tijd en energie)

## 2.3 Obstakels die interactie met inwoners hinderen<sup>12</sup>

In deze paragraaf gaan we dieper in op de belangrijkste obstakels die in de weg staan om sociale interactie met inwoners van Laarbeek op te zoeken. Het gaat hier om onderdelen die boeren hinderen de band met lokale inwoners te vormen, onderhouden en te verbeteren.

### 2.3.1 Angst voor kritiek

De voornaamste reden niet te participeren in lokale voedselnetwerken en de connectie op te zoeken met lokale bewoners is de angst voor kritiek, zoals besproken in paragraaf 2.1.1.

### 2.3.2 Gebrek aan tijd

De meeste boeren zijn gefocust op een hoge productie in plaats van lokale verkoop of deelname aan lokale voedselnetwerken. Ze zijn te druk met hun eigen bedrijf en hebben geen tijd om activiteiten te organiseren en te produceren voor lokale voedselnetwerken. Bovendien hebben de meeste boeren een 'eerst zien, dan geloven'-houding als het gaat om lokale initiatieven. Dit betekent dat ze niet betrokken willen worden bij de organisatie van activiteiten, maar liever willen deelnemen aan werkende initiatieven, zodat ze geen tijd verliezen aan het organiseren ervan.

In het algemeen valt dit samen met economische redenen die door meerdere boeren worden genoemd. Zo vermelden zij dat het gewoon economisch niet haalbaar is om lokaal te verkopen vanwege de tijd en werkuren die nodig zijn om lokale verkoop mogelijk te maken. Tijd is kostbaar, en het lijkt erop dat deelnemen aan lokale voedselnetwerken gezien wordt als inefficiënt, omdat het economisch niet direct helpt.

### 2.3.3 Economische belemmeringen

Het is voor veel boeren niet haalbaar om goederen voor de lokale markt te produceren. Dit komt onder andere omdat hun producten eerst moeten worden verwerkt voordat deze geconsumeerd kunnen worden. Daarnaast is het vaak niet rendabel om lokaal te verkopen, in tegenstelling tot verkoop aan een grotere partij. Ook stellen sommige grote bedrijven die contracten hebben met de boeren het niet op prijs dat boeren lokaal verkopen. Verder is voor veel producten lokaal geen belangstelling.

### 2.3.4 Gebrek aan interesse en noodzaak

Niet iedere boer ziet de noodzaak of heeft belang bij het contact leggen met de lokale inwoners en voedselnetwerken. Vooral boeren die op grote schaal produceren en degenen die geen goederen produceren die op de lokale markt kunnen worden verkocht, hebben minder belangstelling. Bovendien vinden veel boeren de band met lokale bewoners goed genoeg. Dit zorgt ervoor dat zij geen belangstelling hebben voor lokale voedselnetwerken.

---

<sup>12</sup> Gebaseerd op Settings for Health Promotion rapport.

---

## 2.4 Gunstige omstandigheden en mogelijkheden voor boeren

Studenten die deelnamen aan het vak Settings for Health Promotion werpen met hun onderzoek licht op hoe bereidwillige boeren erin slagen contact te leggen met de lokale bevolking. De omstandigheden en mogelijkheden waar zij op uitkomen, bestaan uit: organisaties, evenementen, activiteiten en media. Deze worden in de volgende paragrafen toegelicht. Aanvullend lichten wij kort het boeren ambassadeurschap toe, dat gedurende het Wetenschapswinkelproject door Stichting MIEP is ontwikkeld.

### 2.4.1 Lokale evenementen

Verschillende lokale evenementen helpen boeren in contact te komen met de lokale inwoners, zoals (1) open dagen. Dit zijn dagen waarop inwoners uit Laarbeek de boerderijen kunnen bezoeken. Door de boerderij zelf te ervaren en te leren hoe voedsel wordt geproduceerd, hopen boeren dat bewoners kennis opdoen en het als positieve ervaring zullen herinneren. Ook (2) pop-uprestaurants, zoals het Tiny Restaurant, zijn populair. Bezoekers eten gerechten gemaakt van steekproducten afkomstig van Laarbeekse boeren. Het geeft inwoners de mogelijkheid te ervaren hoe het is om streekproducten te proeven, ruiken en voelen. Een ander voorbeeld van een evenement waar Laarbeekse boeren contact leggen met de lokale bevolking is (3) de Dutch Food Week.

De gemeenschappelijke deler van deze evenementen is de collectieve actie die plaatsvindt. Zowel de boeren als de Laarbeekse inwoners zijn actieve deelnemers en beleven het evenement samen.

### 2.4.2 Activiteiten

Uit het onderzoek van de Settings for Health Promotion-studenten kwam naar voren dat boeren ook investeren in verschillende activiteiten om zo het contact met inwoners op te bouwen, te behouden en te verbeteren. Zo gaf één landbouwer aan dat hij actief werkte aan wandelpaden die zijn boerderij doorkruisten, zodat de inwoners van Laarbeek al wandelend zijn boerderij konden bezoeken. Verschillende lokale boeren waren daarnaast betrokken bij het ontwikkelen van een fietsroute die de boerderijen in het gebied verbindt. Daarnaast was een andere boer actief bij het organiseren van excursies op zijn boerderij. Hier kan de boer uitleg geven over hoe het bedrijf werkt. Beide zijn voorbeelden van activiteiten die sociaal draagvlak creëren binnen de lokale gemeenschap.

### 2.4.3 Sociale media

Het laatste hulpmiddel, volgens Settings for Health Promotion-studenten, dat boeren helpt in contact te komen met lokale inwoners, zijn sociale media. Updates via een persoonlijke website, Facebook of Instagram zijn een laagdrempelige manier om mensen op de hoogte te houden van de ontwikkelingen op het bedrijf. Bijvoorbeeld: dagelijkse bezigheden van de boer, wat de seizoensgroenten zijn of wanneer er weer een open dag is.

### 2.4.4 Ambassadeurs

Aanvullend heeft Stichting MIEP gedurende het Wetenschapswinkelproject gewerkt aan een 'pilot ambassadeur programma'. ACT 1-studenten omschrijven dat het als doel heeft om inzicht te verschaffen in de sociale betekenis van voedselproducten en om de perceptie van de inwoners veranderen ten opzichte van boeren, in de hoop dat dit tot een dieper gevoel van verbondenheid zal leiden. De betrokken boeren fungeren als liaison tussen andere boeren en de inwoners van Laarbeek.

Nu, aan het einde van het Wetenschapswinkelproject, werkt Stichting MIEP samen met vier lokale boeren om evenementen te ontwikkelen voor het Tiny Restaurant On Tour-project. Een voorbeeld hiervan is een lokale fietstocht. Stichting MIEP gebruikt de connecties van deze boeren om ook in contact te komen met andere lokale boeren.



---

Het ambassadeurschap vervult een behoefte van zowel de boeren als Stichting MIEP, op het gebied van belangenbehartiging door de boeren. De boeren hopen met het ambassadeurschap het verhaal van boeren te vertellen en andere boeren uit het collectief te vertegenwoordigen.

---

## 2.5 Boeren in Laarbeek: motivaties, activiteiten, obstakels en gunstige omstandigheden

Dit hoofdstuk biedt inzicht in de activiteiten en taken waar boeren zich voor inzetten naast hun hoofdtaak van voedselproductie. De taken die boeren uitvoeren om de relatie met lokale inwoners te verbeteren, bestaan uit: communicatie en pr-management en het direct verkopen van hun producten. Obstakels die de interactie in de weg staan zijn: angst voor kritiek, gebrek aan tijd, economische belemmeringen en een gebrek aan interesse en noodzaak. De hulpmiddelen die worden ingezet, bestaan uit: lokale evenementen, andere activiteiten zoals een wandelpad, sociale media en boerenambassadeurs.



---

## 3 Kijk op Laarbeekse boeren door inwoners en media

Interacties tussen boeren en burgers zijn de laatste decennia nogal wat veranderd. In dit hoofdstuk beschrijven we hoe inwoners uit Laarbeek tegen boeren aankijken, de perceptie van dorpsraden en weergave van boeren uit Laarbeek in de media.

---

### 3.1 Hoe denken lokale inwoners over boeren

Een overheersende bevinding van ACT 2 was de steun van de inwoners voor de positie van de boeren in de gemeente Laarbeek. Inwoners gaven aan begrip te hebben voor de ontberingen waarmee agrariërs te maken hebben en voor hun behoefte aan een fatsoenlijk bestaan. Zij verklaarden dat boeren in moeilijke omstandigheden werken met steeds veranderende overheidsregels (bijvoorbeeld in verband met de stikstofcrisis). Ook hadden meerdere inwoners sympathie voor de redenen waarom boeren hadden geprotesteerd.<sup>13</sup>

Opvallend was dat wanneer inwoners gevraagd werd naar hun relatie met de boeren zij die vaak omschreven als 'prima'. Maar wanneer werd gevraagd om dit te verduidelijken, konden de respondenten niet altijd uitleggen waarom deze relatie goed was.

Een terugkerende bevinding was dat de inwoners weinig feitelijke kennis hadden over landbouw. Hoewel inwoners in contact kwamen met boeren in hun dagelijks leven en andere gelegenheden, zoals open boerderijdagen, gaven de inwoners toch aan dat ze weinig kennis hadden over deze boeren.

De positieve opvattingen over boeren lijkt daarom niet gebaseerd te zijn op de hoeveelheid kennis die inwoners hebben van boeren en hun praktijken. In plaats daarvan trokken de studenten van het ACT 2-onderzoek de conclusie dat het wordt ingegeven door emotionele ervaring. Een voorbeeld hiervan zijn de persoonlijke relaties die inwoners hebben met boeren. Een ander voorbeeld is de betekenis die inwoners geven aan rurale identiteit, deze wordt in de volgende paragraaf toegelicht.

#### 3.1.1 Rurale identiteit

Een terugkerend thema in het onderzoek van ACT 2 was de rurale identiteit. Deze werd genoemd als een belangrijke waarde van de bewoners. Een voorbeeld hiervan is dat inwoners aangaven dat zij genoten van de plaatsing van boerderijen in de natuur en het uitzicht op koeien in de wei. Terwijl anderen klaagden over stankoverlast.

Op de vraag naar ervaringen met boeren/landbouwpraktijken hadden inwoners het vaak over 'vroeger'. De respondenten antwoordden dat hun persoonlijke ervaringen vooral in het verleden lagen, en sommigen vermeldden dat hun relatie met boeren vroeger meer bestond dan nu. Dit houdt met name verband met de agrarische en ruimtelijke ontwikkelingen in Laarbeek, namelijk dat de boeren vroeger een groter deel van de gemeenschap uitmaakten dan nu. Deze bevindingen impliceren het belang van het landelijk erfgoed in de Laarbeekse gemeenschap en de belangrijke rol die emotionele ervaring speelt in hoe er tegen boeren wordt aangekeken.

#### 3.1.2 Intentie-actiekloof

Maar hoewel de inwoners aangaven begrip en sympathie te hebben voor boeren in Laarbeek was ambivalentie zichtbaar in termen van individueel economisch belang en de gearticuleerde waarden. In de gestructureerde

---

<sup>13</sup> Dit verwijst naar protesten voor april/mei 2022, voordat de stikstofdoelen werden bevestigd door het kabinet.

---

interviews werden tegenstrijdige thema's zoals de waarde van dierenwelzijn en duurzaamheid samen met het belang van goedkoop voedsel, vaak tegelijkertijd genoemd als consumptievoorkeur.

Deze ambiguiteit van consumenten komt vaker voor in de literatuur. Aan de ene kant vinden zij waarden belangrijk, zoals dierenwelzijn, en normen, zoals het kopen van lokale producten (Te Velde et al., 2002). Aan de andere kant staan deze op gespannen voet met de behoefte aan goedkoop en toegankelijk voedsel. De bevindingen van dit onderzoek sluiten dus aan bij eerdere literatuur en laten nog een andere waarde zien die voor bepaalde consumenten aan deze ambivalentie kan bijdragen: de rurale identiteit en het belang om die te behouden.

Deze ambivalentie in termen van consumptiebelang kan dienen als verklaring voor een intentie-actiekloof. In de bevindingen van het ACT 2-onderzoek werd de waarde van het ondersteunen of behouden van boeren en de bijbehorende norm van het kopen van lokale producten gevonden. Eerder contextueel onderzoek van ACT 1 gaf aan dat boeren moeite hebben met het verkopen van hun producten door starre koopgewoonten van consumenten. Dit geeft aan dat de waarden en normen van de inwoners van Laarbeek niet terug te zien zijn in de consumptiepatronen die de boeren ervaren. Deze bevindingen samen suggereren dus dat inwoners wel hun intentie uitspreken, maar er in de praktijk niet naar handelen.

---

## 3.2 Perceptie van dorpsraadsleden

Uit het ACT 2-rapport blijkt dat de meerderheid van de dorpsraadsleden bevestigen dat er weinig feitelijke kennis bestaat onder de inwoners van Laarbeek over de boeren en hun beroep, maar dat dit wordt gecompenseerd door de persoonlijke relaties die er zijn. De vertegenwoordigers van de dorpsraden uit Beek en Donk en Aarle-Rixtel gaven aan dat zij van de inwoners weinig over de boeren hoorden. In de praktijk betekende dit dat zij geen negatieve verhalen of ervaringen als klacht ontvingen. Als onderwerp kwamen de boeren zelden ter sprake in dorpsraadvergaderingen. Bovendien hadden de dorpsraden zelf weinig contact met de boeren.

In tegenstelling tot andere bevindingen van inwoners en de twee andere dorpsraadsleden, merkte een raadslid op dat inwoners een negatief beeld hadden van boeren en beschreef vier voorbeelden van ervaren klachten. In de eerste werd een klacht ingediend over de hoeveelheid vliegen in de omgeving die mogelijk veroorzaakt waren door een plaatselijke nertsenfokkerij. De tweede klacht betrof een landbouwer die een officiële waarschuwing had gekregen van twee toezichthoudende organen, maar de vertegenwoordiger ging niet verder in op dit voorbeeld. De laatste klacht ging over inwoners die de dorpsraad vroegen hun belangen te behartigen door de verlenging van een vergunning voor een landbouwer tegen te houden, wat volgens het dorpsraadslid buiten het mandaat van de dorpsraad viel. Deze bevindingen komen gedeeltelijk overeen met de resultaten van de gestructureerde interviews, waarbij sommige inwoners 'stankoverlast' ervoeren, maar de meerderheid geen klachten of negatieve ervaringen had met betrekking tot landbouwers.

Het laatste voorbeeld van klachten die de bewoners hadden ingediend, was het toenemende verval van oude boerderijen. Gezien de terugloop van het aantal boeren in het gebied worden oude boerderijen steeds vaker verlaten, wat het geïdealiseerde rurale landschap van sommigen verstoort. Bovendien was het niet in het belang van sommigen dat er zonnepanelen op de daken van boerderijen kwamen, omdat dit de traditionele opvattingen over een aantrekkelijk plattelandslandschap zou verstoren. Ook had een dorpsraad gehoord van klachten over de toename van het verkeer als gevolg van de landbouwsector. Interessant is dat al deze opmerkingen afkomstig waren van een dorpsraadslid dat nauwe banden onderhield met de landbouwers in Laarbeek. Deze perceptie, dat de inwoners een negatieve kijk hebben op de landbouwers, komt niet overeen met de eerder beschreven overtuigingen van de inwoners, die geloven dat de relatie met de landbouwers goed is. Ook strookt deze perceptie niet met de waarde die inwoners toekennen aan boeren, als een fundamenteel onderdeel van de gemeenschap in het dorp dat behouden moet blijven. Ten slotte staat deze negatieve perceptie van de boeren in contrast met de antwoorden van de twee andere dorpsraden, omdat zij aangaven weinig te horen over de negatieve perceptie van de bewoners over de boeren.

---

### 3.3 Media-analyse: lokale kranten schrijven positief of neutraal over boeren

Uit het onderzoek van ACT 1 en 2 kwam naar voren dat de publieke opinie over landbouw beïnvloed zou kunnen worden door de media. Om een beter inzicht te krijgen in de media over landbouw in Laarbeek werd een desktoponderzoek gestart door ACT 2. Het doel was na te gaan welk soort nieuws over landbouw in Laarbeek in de media werd verspreid en of dit als positief of negatief nieuws werd beschouwd.

De analyse bevatte vijftien artikelen uit lokale en regionale kranten (*MooiLaarbeek*, *Omroep Brabant* en *Eindhoven Dagblad*) en twee artikelen van nationale kranten (*Trouw*, *Algemeen Dagblad*) dat zich richtte op landbouw in Laarbeek. De nieuwsberichten uit de lokale krant *MooiLaarbeek* waren positief of neutraal en de regionale nieuwsberichten van het *Eindhovens Dagblad* en *Omroep Brabant* steunde de boeren. Verder waren de landelijke nieuwsberichten gericht op het informeren van het publiek en neutraal of positief van toon. Interessant is dat uit alle geanalyseerde artikelen geen enkel nieuwsbericht een boodschap bevatte die negatief was over de boeren of hun enige blaam toewierp. Sterker nog, op basis van deze analyse wordt juist het tegenovergestelde gesuggereerd. Ze delen succesverhalen of tonen de ontberingen en vermeende onrechtvaardigheid van boeren. De resultaten waren wellicht verschillend geweest wanneer het niet enkel op Laarbeek had gefocust, maar op landbouw in Nederland in het algemeen.

---

### 3.4 Opvattingen over Laarbeekse boeren: onverwachts positiever en steunend

Het hoofdstuk gaat over de perceptie van burgers over boeren. Daarin wordt duidelijk dat zij over weinig feitelijke kennis beschikken met betrekking tot voedselproductie. Daarnaast, tegen de verwachting van boeren in, zijn de lokale inwoners juist positief over boeren en hebben begrip voor de situatie waar zij zich in bevinden. De kijk op boeren lijkt met name gekleurd door de emotionele ervaring van inwoners. Zo wordt er veel waarde gehecht aan de rurale identiteit die boeren vertegenwoordigen. De reden dat boeren een andere opvatting hebben betreffende hun relatie zou onder andere veroorzaakt kunnen worden door de intentie-actiekloof die inwoners hebben. Want het belang voor goedkoop voedsel is overheersend in hun consumptiegedrag. En hoewel een dorpsraadslid verschillende klachten noemde die op een negatief beeld zou duiden van inwoners ten opzichte van boeren, werd dit niet genoemd door de lokale bevolking. Nu werd dit enkel door één dorpsraadslid genoemd, maar het zou ook kunnen dat inwoners zich niet comfortabel voelden dit te delen in het interview.

Verder gaat het hoofdstuk kort in op de perceptie van dorpsraadsleden en een media-analyse. Boeren kwamen weinig aan bod bij de dorpsraden, omdat het merendeel geen klachten of negatieve verhalen ontving. De weinige klachten die er waren, hadden te maken met de rurale identiteit, bijvoorbeeld van vervallen boerderijen. Ook de media-analyse van krantenartikelen die zich richtte op boeren in Laarbeek bevatte grotendeels positieve of neutrale berichten, die daarom wederom de perceptie van boeren tegenspreekt.



---

## 4 Verbinden in het Tiny Restaurant

Stichting MIEP wil met het Tiny Restaurant een platform bieden voor ontmoetingen waar kennis wordt gedeeld om mensen te informeren over de lokale voedselproductie om zo de overgang naar een gezonde en duurzame voedselproductie en consumptie te ondersteunen en de relatie tussen boeren en inwoners te verbeteren. In dit hoofdstuk behandelen we de resultaten van studenten die gaan over de mate waarin dit lukt. Eerst komt de visie van Stichting MIEP aan bod en vervolgens die van de boeren.

---

### 4.1 Stichting MIEP's kijk op het werk van boeren

#### 4.1.1 Stichting MIEP's begrip voor de moeilijkheden van boeren

In de masterthesis komt naar voren dat volgens Stichting MIEP het kernprobleem van boeren is dat hun bestaansrecht wordt bedreigd. Stichting MIEP beargumenteert dat dit het gevolg is van (1) de verminderde macht van lokale boeren en (2) het gebrek aan waardering dat lokale boeren ervaren.

Daarnaast gelooft Stichting MIEP dat de landbouwbedrijven in de gemeente Laarbeek niet meer goed verbonden zijn met de dorpen.

De verminderde macht van lokale boeren zou een gevolg zijn van de behoefte/druk van de Nederlandse agrisector om te intensiveren en groeien. Hierdoor zijn boeren zich meer gaan richten op export dan op de lokale markt. Daarnaast zou de globale voedselsector ervoor zorgen dat consumenten nu voedsel kopen dat op andere plekken wordt verbouwd. Hierdoor zijn de dorpen niet meer afhankelijk van de lokale boeren voor hun voedsel. Dit heeft Stichting MIEP geleerd door in het verleden met boeren te praten. In de masterthesis wordt er beargumenteerd dat het lijkt alsof Stichting MIEP dit heeft geïnternaliseerd en dat dit is af te lezen in de visieverklaring van Stichting MIEP:

*"De agro-ondernemers zijn van enorme maatschappelijke en economische waarde. Een agro-ondernemer is meer dan alleen een voedselproducent. De agro-ondernemers zijn onze natuur en waterbeheerders, zij zorgen in het buitengebied voor diversiteit en zijn landschap-bepalend. Zij spelen steeds een grotere rol in de recreatie en in het plattelandstoerisme, maar ook in zorg en welzijn vervullen zij een grote rol. Daarnaast worden ze steeds belangrijker voor onze energievoorziening. Al deze kwaliteiten zou men moeten belonen door een ander verdienmodel dat breder is dan alleen voedsel. Agro-ondernemers houden veel ballen in de lucht. Geen enkel beroep raakt zo veel sectoren aan. Deze maatschappelijke en economische waarde wordt niet gezien door politici en burgers, wij beschouwen het als vanzelfsprekend, terwijl het heel bijzonder is."*

(Visie-statement Stichting MIEP, 2022).

Naar aanleiding van dit fragment wordt er in de masterthesis gesuggereerd dat Stichting MIEP van mening is dat de onderwaardering van de sector het vermogen van boeren ondermijnt om veranderingen door te voeren die nodig zijn om hun eigen toekomst veilig te stellen. Omdat 'men' niet de veelzijdigheid ziet van de boer en alles wat deze doet voor onze samenleving en duurzaamheidstransitie, wordt deze transformatie belemmerd. Volgens de masterthesis is deze opvatting van lokale boeren overgenomen door Stichting MIEP, die deze centraal heeft gezet in de ideeën en visie. Zoals terug te lezen is in hoofdstuk 2, komt Stichting MIEP's opvatting over de situatie overeen met de gerapporteerde ervaringen van boeren. Hierdoor concluderen wij dat Stichting MIEP een goed algemeen begrip heeft van het probleem.

Dit begrip wordt ook vastgesteld door ACT 1. Uit hun onderzoek blijkt dat, evenals de boeren zelf, Stichting MIEP de voornaamste taken van boeren – in relatie tot de sociale interactie met de lokale gemeenschap – omschrijft als communicatie en pr-management. Stichting MIEP toont een goed begrip van de pijnpunten die boeren ervaren bij deze twee taken, inclusief hun tijdsdruk en het prioriteren van taken, en de negatieve perceptie van de bevolking over hun baan en rol in de samenleving. Daarnaast lijkt Stichting MIEP op een

---

hoog niveau te begrijpen wat de voordelen van deze twee taken zijn, zoals het behouden en verkrijgen van een maatschappelijke licentie om te werken (*social license to operate*), positieve resultaten die voortkomen uit het contact met mensen en het verwerven van winst.

#### 4.1.2 Stichting MIEP's visie op de oplossing

Een vergelijking tussen de boers perceptie van zijn taken en die van Stichting MIEP toont een gebrek aan overeenstemming. Winstgevendheid en het verkrijgen van een maatschappelijke licentie om te werken komen naar voren als het belangrijkste doel van boeren, omdat het fundamentele vereisten zijn voor het voortbestaan van hun bedrijf. Daarom moeten taken als 'communicatie en pr-management' en de 'verkoop van hun producten' resulteren in winstgevendheid en het verkrijgen van een licentie om te werken. Zo heeft bijvoorbeeld het organiseren van evenementen als hoofddoel nieuwe klanten te werven, terwijl het bereiken van wederzijds begrip secundair is. In het standpunt van Stichting MIEP wordt het bevorderen van wederzijds begrip juist gezien als het belangrijkste voordeel voor boeren. Het lijkt hierdoor dat het bevorderen van de relatie met inwoners door de boeren gezien wordt als middel om een doel te bereiken: het voortbestaan van hun bedrijf. Terwijl het bevorderen van de relatie tussen boeren en burgers voor Stichting MIEP een doel op zich is.

Aanvullend noemt Stichting MIEP als extra moeilijkheid dat niet door de boeren werd genoemd: de terughoudendheid die boeren kunnen hebben ten opzichte van nieuwe ideeën. Daarnaast identificeert Stichting MIEP samenwerking tussen boeren als een andere belangrijke taak in de interactie met de lokale gemeenschap. Aangezien deze elementen niet werden genoemd door de boeren, kunnen ze dus worden geïnterpreteerd als blinde vlekken. Echter zonder het perspectief van de boeren te horen, kan niet worden bevestigd of deze blinde vlekken aandacht moeten krijgen om opgelost te worden of dat ze enkel de perceptie van Stichting MIEP vormen.<sup>14</sup>

#### 4.1.3 Waardepropositie van het Tiny Restaurant

Studenten van ACT 1 hebben inzichtelijk gemaakt welke verdiensten Stichting MIEP met het Tiny Restaurant aanbiedt aan de boeren. De belangrijkste dienst volgens Stichting MIEP is de mogelijkheid om in contact te komen met mensen in de gemeente door een veilige ontmoetingsplaats te bieden en door evenementen te organiseren. In een nabije toekomst wil Stichting MIEP een sociale kaart van de Laarbeekse boeren maken, die informatie zou bevatten over het 'economische en sociale belang' van boeren en landbouw in Laarbeek. Verder is Stichting MIEP bezig met een ambassadeursprogramma, waarbij toegewijde boeren als contactpersonen fungeren en een sleutelrol spelen in communicatie tussen boeren en de lokale gemeenschap (zie paragraaf 2.2.3). Op de lange termijn wil het Tiny Restaurant zijn activiteiten uitbreiden tot buiten de gemeente Laarbeek en zijn diensten aanbieden aan andere boeren en lokale gemeenschappen.

Daarnaast wil het Tiny Restaurant inzicht verschaffen in de sociale betekenis van voedselproducten en hierover communiceren. Bijvoorbeeld: hoe voedsel wordt geproduceerd, wat er binnen de gemeente wordt geproduceerd en andere contributies die boeren leveren, zoals ecosysteemdiensten of landschapsbeheer. Op basis daarvan hoopt het Tiny Restaurant de negatieve perceptie van boeren door burgers weg te nemen, waarvan de Stichting aanneemt dat de inwoners deze heeft. Aanvullend zal het Tiny Restaurant zich inzetten voor het bevorderen van een dieper gevoel van verbondenheid tussen boeren en de gemeenschap, creativiteit stimuleren en nieuwe manieren voor verandering creëren.

---

<sup>14</sup> Gebaseerd op ACT 1.



---

## 4.2 Obstakels in samenwerking tussen boeren en Stichting MIEP

### 4.2.1 Gebrek aan communicatie tussen Stichting MIEP en boeren

Studenten van ACT 1 observeerden een gebrek aan communicatie en discussie tussen Stichting MIEP en lokale boeren over de activiteiten van het Tiny Restaurant. Studenten kwamen tot deze observatie op basis van de volgende geluiden van respondenten: de boeren verklaarden dat zij geen duidelijke informatie ontvingen over het Tiny Restaurant en de evenementen die door Stichting MIEP werden georganiseerd. Ook gaven boeren in hun interviews aan niet te begrijpen wat Stichting MIEP wil bereiken met het Tiny Restaurant. Dit heeft geleid tot een misverstand over hun rol in het Tiny Restaurant en bij deze evenementen en het niet bijwonen van deze evenementen. Zij speelden daardoor de rol van, op zijn best, leverancier van voedsel en ruimte in plaats van de rol als actieve deelnemers en gastheren.

Maar deze negatieve gevolgen van moeilijke communicatie werkt twee kanten op. Namelijk, de afwezigheid van de boeren vormen een obstakel voor de werkzaamheden en visie die Stichting MIEP voor ogen heeft. Daarnaast geeft de stichting aan dat boeren zelden informatie over hun boerderijen aan het Tiny Restaurant verstrekten wanneer daarom werd gevraagd. Stichting MIEP is afhankelijk van een succesvolle samenwerking met boeren, omdat het zonder hen nergens heen kan. Want wanneer er geen activiteiten worden georganiseerd, kan het Tiny Restaurant niet gebruikt worden, hoewel er wel kosten zijn voor Stichting MIEP.

Een mogelijk oorzaak voor het gebrek aan duidelijke communicatie is dat de stichting niet de taal van de boeren spreken, volgens de covoorzitter van Stichting MIEP. Echter, dit gaat uit van een eenzijdig probleem en uit de onderzoeksresultaten blijkt dat de ruis op beide kanten van de lijn zit. Bijvoorbeeld: boerenambassadeurs noemen een gebrek aan duidelijkheid en overweldigende snelheid van zaken in relatie tot de ideeën die worden geopperd door Stichting MIEP en de rol die zij daarin vertolken. Dit leidt onder deze groep tot verbazing en onbegrip. Maar uit een reactie van Stichting MIEP hierop blijkt dat dergelijke situaties deels zouden zijn ontstaan in reactie op de vraag van boeren en deels een gevolg zijn van COVID-19. De Stichting probeert juist de boeren tegemoet te komen in hun behoeftes, wat in het verleden heeft geresulteerd in veranderingen op het laatste moment.

Doordat de communicatie tussen de partijen beperkt is of onduidelijk, resulteert dit in onvrede aan beide kanten. Beide partijen ondervinden hiervan hinder. Het is daardoor niet bevorderlijk de een of de andere partij aan te wijzen als oorzaak. In plaats daarvan zou er gekeken moeten worden naar ieders behoefte en hoe hierin elkaar tegemoet gekomen kan worden.

### 4.2.2 Verschil in opvatting over de functie en inzetbaarheid van Stichting MIEP

Uit de studie van ACT 1 blijkt dat het gebrek aan wederzijds begrip en communicatie tussen boeren en Stichting MIEP zorgt dat het lastig is voor Stichting MIEP om concrete diensten aan te leveren die gemakkelijk kunnen worden gecommuniceerd naar boeren. Dit is te wijten aan het feit dat Stichting MIEP er niet in slaagt om duidelijke en specifieke voordelen te creëren en nadelen weg te nemen voor boeren. Hoewel er evenementen worden georganiseerd op een plek waar boeren en de lokale inwoners elkaar kunnen ontmoeten, leidt dit niet tot de gewenste diepgaande band volgens ACT 1-studenten.

Daarnaast bestaat er verdeeldheid over wie verantwoordelijk is voor de inhoud van de evenementen. Aan de ene kant ziet Stichting MIEP het als de verantwoordelijkheid van de boeren om de uitvoering op zich te nemen en te bepalen hoe zij zich willen verbinden met de lokale gemeenschap. Aan de andere kant hebben boeren weinig tijd en energie en waarderen ze de faciliterende rol van Stichting MIEP. In dit geval slaagt Stichting MIEP er niet in om de nadelen die boeren ervaren bij de taak 'communicatie en pr-management' verlichten. Als gevolg lijkt de effectiviteit van het Tiny Restaurant twijfelachtig.

Uit het masterthesisonderzoek blijkt dat de boerenambassadeurs met name waarde zien van Stichting MIEP als 'implementator' van de plannen, omdat zij daar zelf geen tijd voor hebben. Maar de ambassadeurs benadrukken dat het Tiny Restaurant niet een noodzakelijke tussenpersoon is voor de connectie met burgers

---

en het versterken van die relatie. Stichting MIEP is een middel en niet een doel op zich, evenals de andere actieve organisaties die zich inzetten voor dezelfde doelen. De ambassadeurs zien het niet als hun taak ervoor te zorgen dat het Tiny Restaurant succesvol is. Maar Stichting MIEP, de drijvende kracht achter het Tiny Restaurant, wordt wel gezien als een waardevolle en capabele partij die nuttig is bij de implementatie van projecten waar de relatie tussen boer en burger centraal staat.

#### 4.2.3 Verschillende organisaties actief

Studenten van Settings for Health Promotion geven in hun rapport aan dat het Tiny Restaurant enkel een van de partijen is die boeren helpt in contact te komen met inwoners. Ook de ZLTO (Zuidelijke Land- en Tuinbouw Organisatie) zet zich hiervoor in en zijn er andere lokale verenigingen die evenementen organiseren. Hoewel de studenten aangeven dat Stichting MIEP in contact is met ZLTO, geeft het weer dat de boeren met verschillende partijen te maken hebben naast hun primaire taak om hun producten te verbouwen en verkopen.

Op basis van deze bevindingen is het aannemelijk dat er sprake is van een zekere fragmentatie als gevolg van de hoeveelheid actieve organisaties en dat dit het voor boeren lastig maakt met allemaal te maken te hebben. Hoewel Stichting MIEP niet 'verplicht' is om de verbinding tussen burger en boer te verbeteren, is het Tiny Restaurant wel hiervan afhankelijk om te kunnen blijven functioneren.

---

### 4.3 Verbinden in het Tiny Restaurant: onduidelijke meerwaarde en communicatie staat samenwerking in de weg

Hoofdstuk 4 bestaat uit twee delen: Stichting MIEP's kijk op het werk van boeren en de obstakels die hun samenwerking in de weg staan. Stichting MIEP blijkt een goed begrip te hebben van de problemen waar boeren mee te maken hebben, maar lijkt met boeren te verschillen over de visie van de oplossing. Drie factoren blijken in de weg te staan van een succesvolle samenwerking, namelijk: een gebrekkige communicatie en wederzijds onbegrip tussen boeren en Stichting MIEP. Ten tweede zijn er verschillende opvattingen over de functie en inzetbaarheid van Stichting MIEP. En ten derde zijn er al verschillende organisaties actief, waardoor de meerwaarde van het Tiny Restaurant niet duidelijk is voor de boeren.

---

# 5 Conclusie & Aanbevelingen

In dit rapport hebben we de informatie gebundeld van verschillende onderzoeken door studenten om (1) te begrijpen welk effect het Tiny Restaurant heeft op de mensen die het bezoeken, (2) te evalueren hoe het bijdraagt aan relaties tussen boeren en burgers en (3) om dit effectief te communiceren naar partijen die bijdragen aan het voortbestaan ervan.

Vanwege omstandigheden buiten onze controle, namelijk COVID-19 en het uitblijven van georganiseerde activiteiten, is er niet voldoende informatie verzameld om uitspraken te doen over het effect dat het Tiny Restaurant heeft op de bezoekers. In plaats daarvan is de focus van het onderzoek verschoven naar het verkrijgen van een beter inzicht in de percepties en behoeftes van verschillende partijen: boeren, burgers en Stichting MIEP, om zo beter te begrijpen hoe de activiteiten van het Tiny Restaurant hierop aansluiten en waar verbeteringen kunnen plaatsvinden. In de paragraaf hieronder zijn hierover de belangrijkste bevindingen samengevat.

---

## 5.1 Conclusie

### 5.1.1 Boeren

De boeren ervaren een gebrek aan publieke steun; dit zou komen door (1) een verminderde interactie tussen boeren en burgers, (2) een gebrek aan kennis bij consumenten over de origine van voedsel en (3) door onjuiste media discourses. Boeren ervaren geen erkenning voor hun harde werk en het lijkt voor hen alsof de media hun altijd de schuld geeft.

Publieke steun is noodzakelijk voor de maatschappelijke licentie, omdat het de boeren in staat stelt het werk te doen waar zij trots op zijn op de manier waarop zij dat willen doen. Er zijn verschillende taken die boeren uitvoeren om de sociale interactie met lokale inwoners te stimuleren, zoals de directe verkoop van hun producten. Daarnaast zetten zij zich in voor communicatie en pr-management, wat bestaat uit evenementen organiseren, het delen van informatie over methoden en producten en het vertellen van hun levensverhaal. De belangrijkste obstakels die boeren in de weg zitten bij de taak 'communicatie en pr-management' zijn:

- Angst voor kritiek
- Gebrek aan tijd
- Economische belemmeringen
- Gebrek aan interesse en noodzaak

Ondanks de verschillen onder boeren is uit de diverse onderzoeken van studenten gebleken dat het financiële aspect voor allen een belangrijk focuspunt is. Tijd die wordt besteed aan communicatie en pr, is tijd die niet besteed kan worden aan de primaire werkzaamheden van de boer, namelijk, het verbouwen van voedsel, hetgeen waar zij hun inkomsten aan ontleen. Hoewel communicatie en pr zouden moeten leiden tot de begrip en acceptatie van hun werkzaamheden, zijn deze resultaten niet direct zichtbaar. Daarnaast blijkt uit het onderzoek dat de inwoners van Laarbeek zich al positief, begripvol en goedkeurend uitlaten ten opzichte van de boeren. Ook bleek er uit een media-analyse dat alle krantenberichten positief of neutraal waren over boeren in Laarbeek. Geen nieuwsbericht was negatief over deze boeren of gaven hun ergens de schuld van.<sup>15</sup> Deze analyse richtte zich enkel op boeren in Laarbeek, niet op boeren in het algemeen. Gebaseerd op dit inzicht van studenten kunnen we speculeren dat het gebrek aan maatschappelijke licentie komt door een algemeen waargenomen spanning tussen boeren en andere partijen in de samenleving, in plaats van lokale conflicten.

In de lokale context beschikken boeren dus mogelijk al over een maatschappelijke licentie om hun werk uit te voeren. Maar omdat de boeren in het onderzoek hebben aangegeven een gebrek aan publieke steun te ervaren, blijkt deze maatschappelijke licentie niet voldoende. Dit zou bijvoorbeeld kunnen komen door een

---

<sup>15</sup> Deze media-analyse is uitgevoerd in april/ mei 2022, voordat de stikstofdoelen werden bevestigd door het kabinet.

---

gebrek aan contact. Veel van de boeren zijn export-georiënteerd, wat de interactie met lokale partijen moeilijk maakt. De lokale markt vormt maar een klein deel van hun inkomen en is vaak niet zo belangrijk.

### 5.1.2 Burgers

Zoals kort benoemd in de vorige sectie, liet het onderzoek van studenten zien dat er onder inwoners van Laarbeek met name steun, begrip en sympathie bestaat voor de boeren. Hoewel de relatie door inwoners gezien werd als goed, beschikken zij over weinig feitelijke kennis over het boerenbestaan. De studenten beargumenteren dat de positieve perceptie van inwoners over boeren waarschijnlijk gebaseerd is op hun emotionele ervaring, zoals de persoonlijke relaties die zij hebben met hen of hoe de boeren bijdragen aan de rurale identiteit waar zij veel waarde aan hechten, zoals koeien in de wei, de boerderijen en de natuur. Daarentegen komen deze beelden niet altijd overeen met de ervaringen van landbouw in de lokale setting. Het bestaat ook uit stankoverlast en verkeersopstoppingen, kenmerken die door sommige bewoners als negatief werden bestempeld.

Hoewel de inwoners waardering uitspreken voor boeren en de uitdagingen die zij ervaren, wordt dit niet automatisch gereflecteerd door hun consumptiegedrag. In plaats daarvan hebben ze op dit vlak tegenstrijdige waarden, zoals dierenwelzijn, duurzaamheid maar ook goedkoop voedsel. Deze ambivalentie kan als verklaring dienen voor de intentie-actiekloof. Inwoners geven aan dat zij het belangrijk vinden om boeren te ondersteunen, maar handelen daar in de praktijk niet naar.

### 5.1.3 Stichting MIEP

Stichting MIEP heeft in grote lijnen een goed begrip van de moeilijkheden waarmee boeren aangeven te maken te hebben, zoals tijdsdruk, het prioriteren van taken, de negatieve perceptie van burgers en het hebben van een licentie om te werken en een licentie om te produceren.

Toch laat het onderzoek zien dat de boeren en Stichting MIEP niet volledig op één lijn zitten. Een vergelijking tussen de boers perceptie en die van Stichting MIEP laat zien dat er geen overeenstemming is tussen hoe belangrijk ieder voor- en nadeel wordt gevonden met betrekking tot de taken die boeren op zich nemen in de interactie met burgers. Ook is het voor de boeren niet volledig duidelijk wat Stichting MIEP wil bereiken met het Tiny Restaurant. Dit komt onder andere doordat het er niet in slaagt duidelijke en specifieke voordelen te creëren en nadelen weg te nemen.

Door beide partijen, Stichting MIEP en de boeren, wordt een gebrek aan communicatie, duidelijkheid en wederzijds begrip genoemd – met name in relatie tot de activiteiten die worden georganiseerd met het Tiny Restaurant en de betrokkenheid die van boeren wordt verwacht.

Stichting MIEP ziet zichzelf als de partij tussen boeren en burgers door lokale behoeftes onder de aandacht te brengen. Het onderzoek van studenten laat zien dat Stichting MIEP een specifieke visie heeft over de manier waarop de band tussen boeren en burgers gevormd moet worden, die samengaat met bepaalde verwachtingen over de rol van zowel het Tiny Restaurant als de boeren. De boeren voldoen echter niet altijd aan deze verwachtingen door een gebrek aan tijd. In plaats daarvan zien zij Stichting MIEP als 'implementator' van plannen die in samenwerking tot stand komen. Het Tiny Restaurant is afhankelijk van de deelname van boeren, maar deze willen graag eerst zien wat het kan opleveren. Dit veroorzaakt daarom enigszins een impasse.

De onderzoeksrapporten suggereren een bepaalde spanning met betrekking tot de activiteiten van het Tiny Restaurant en wiens doel het dient. Enerzijds zien de studenten Stichting MIEP als dienstverlener: de activiteiten moeten de behoeftes van boeren ondersteunen en deelname moet laagdrempelig gehouden worden. Anderzijds streeft Stichting MIEP naar het succes van het Tiny Restaurant, onder meer in termen van financiële houdbaarheid. Maar het succes en slagen van het Tiny Restaurant is niet een doel voor boeren en het kan concurreren met soortgelijke lokale initiatieven. In beide gevallen kan het Tiny Restaurant gebruikt worden als plek waar de producten en verhalen van boeren gedeeld kunnen worden. Het Tiny Restaurant kan daarbij dienen als een van de middelen die wordt ingezet voor het verbeteren van de relatie tussen boeren en burgers. Volgens ons onderzoek kan dit het best gerealiseerd worden als

---

Stichting MIEP een hechte werkrelatie aangaat met lokale boeren om synergie en wederzijdse ondersteuning te creëren in plaats van conflicterende verwachtingen.

---

## 5.2 Aanbevelingen

De bevindingen van het onderzoek geven inzicht in verschillende aanbevelingen die gedaan kunnen worden om de effectiviteit van het Tiny Restaurant en de werkzaamheden van Stichting MIEP te verbeteren met betrekking tot het bouwen van langdurige relaties tussen boeren en burgers. Deze zijn gestructureerd aan de hand van drie thema's: Stichting MIEP's organisatie en visie, het verbinden van boeren en burgers en verwachtingsmanagement door Stichting MIEP.

### 5.2.1 Formuleer een duidelijke visie

Het is tot nu toe niet duidelijk geweest welke meerwaarde het Tiny Restaurant heeft voor boeren. Er is veel onduidelijkheid en verwarring omtrent de doelen van Stichting MIEP. Het is daarom belangrijk dat duidelijk wordt gemaakt wat Stichting MIEP wil bereiken, hoe ze dat doet en hoe dat van waarde is voor de boeren in Laarbeek. Het vaststellen van een kernboodschap zal onder andere bijdragen aan het onderscheiden van de stichting ten opzichte van andere initiatieven en organisaties die zich inzetten voor soortgelijke doelen in de regio.

Na het vaststellen van de kernboodschap zal nagegaan moeten worden of aanpassingen nodig zijn bij de visie en missie van Stichting MIEP. Om ervoor te zorgen dat toekomstige effectiviteit van activiteiten gemonitord kan worden, zal Stichting MIEP moeten definiëren wanneer activiteiten succesvol en doeltreffend zijn. Het is hiervoor belangrijk vast te stellen wat succesfactoren zijn en hoe deze gemeten kunnen worden. Vervolgens raden wij aan de meerwaarde die het Tiny Restaurant biedt, duidelijk en begrijpelijk te formuleren en deze vervolgens samen met de kernboodschap, visie en missie van de stichting en de definitie van succes te valideren bij de boeren om te bepalen of dit inspeelt op hun behoeftes en daarnaast voor hen de belangrijkste voordelen en nadelen aanpakt. Want hoewel Stichting MIEP geen winst nastreeft, is het essentieel dat zij een strategische leidraad opstellen om op lange termijn waarde te creëren voor de boeren en tegelijkertijd moeten ze het Tiny Restaurant financieel in stand houden.

Daarnaast adviseren wij Stichting MIEP om kritisch te zijn met betrekking tot de connecties en mogelijkheden die ze aangaat. Door het project heen is duidelijk geworden dat veel connecties aangegaan worden vanuit een bepaald gemak en mogelijkheid. Dit kan partijen een versnipperde indruk geven en voor verwarring zorgen.

- Kernboodschap vaststellen en kritisch nagaan hoe iedere activiteit hieraan linkt;
- Succescriteria vaststellen en effectiviteit definiëren;
- Duidelijk het Tiny Restaurant en de inspanningen van Stichting MIEP onderscheiden van andere organisaties die zich inzetten voor soortgelijke doelen;
- Voordat een mogelijkheid, samenwerking of financiering wordt aangegaan kritisch nagaan of er een sterke link is met de kernboodschap, visie en missie.

### 5.2.2 Organiseer evenementen met en voor boeren

De activiteiten die het best voldoen aan de behoefte van boeren zijn activiteiten waarbij zij hun producten en/of bedrijven kunnen presenteren. Dit sluit namelijk aan bij de wens om mensen te laten zien wat zij doen en hoe zij produceren, omdat zij daar trots op zijn. Daarnaast moeten activiteiten gemakkelijk zijn om aan deel te nemen en niet te veel organisatorische inspanningen vragen van de boeren. Gebrek aan tijd is een van de grootste obstakels die zij ervaren. Het is wel belangrijk actief de boerenambassadeurs te betrekken om ervoor te zorgen dat de activiteit(en) aansluiten bij de behoeftes. Omdat er grote diversiteit bestaat onder boeren en hun behoeftes, raden wij aan evenementen en activiteiten te organiseren gericht op de boeren die met meest bereid zijn om het contact aan te gaan met burgers.

---

Omdat Laarbeek een rijke landbouwhistorische achtergrond heeft, is het de moeite waard het thema rurale identiteit meer aandacht te geven, omdat het belangrijk cultureel erfgoed kan zijn voor de inwoners en zij aangaven hier waarde aan te hechten. Wij raden daarom aan om op dit onderwerp in te spelen en te gebruiken in de communicatie met inwoners en boeren.

Een ander punt waar Stichting MIEP zich voor in kan zetten, is het toegankelijk(er) maken van kennis over boerenbedrijven en locaties waar producten gekocht kunnen worden. Dit zou kunnen bijdragen aan het verhelpen van de intentie-actiekloof onder consumenten.

Een ander belangrijk aandachtspunt is het delen en bewust maken van de steun en sympathie van lokale inwoners met boeren. De perceptie van de inwoners over boeren is anders dan zij daar zelf over nadenken en ervaren. Boeren hebben dus een verkeerde opvatting over hoe inwoners aankijken tegen boerenbedrijven in Laarbeek. Als de steun van de bewoners aan de boeren wordt doorgegeven, kan de ervaring van de boeren, dat ze geen maatschappelijke licentie hebben om hun werk uit te voeren, worden veranderd. Dit zou de relatie kunnen verbeteren en daarmee de kloof tussen inwoners en boeren van Laarbeek kunnen overbruggen.

- Organiseer activiteiten die zo min mogelijk organisatorische voorbereiding van boeren vraagt.
- Organiseer activiteiten waarbij de producten en bedrijven van boeren centraal staan.
- Betrek actief boerenambassadeurs om ervoor te zorgen dat activiteiten aansluiten bij de behoeftes van boeren.
- Richt activiteiten op boeren die graag contact willen maken met burgers.
- Voortbouwen op rurale identiteit en deze versterken.
- Deel kennis over boerenbedrijven en verkooplocaties van lokale producten.
- Communiceer de steun van lokale inwoners aan boeren.

### 5.2.3 Communiceer duidelijk over verwachtingen

Om het gebrek aan wederzijds begrip tussen boeren en Stichting MIEP aan te pakken, is duidelijke communicatie tussen hen noodzakelijk. Een van de problemen die werd genoemd, is een zekere 'taalbarrière'. Daarom is het belangrijk iemand in te schakelen die dezelfde 'taal' spreekt als de boeren en die goed begrijpt wat Stichting MIEP hoopt te bereiken. Nu wordt dit probleem wellicht al aangepakt door de inschakeling van boerenambassadeurs, maar dit zal in de toekomst moeten blijken.

Daarnaast kan een verandering in perspectief de samenwerking tussen Stichting MIEP en de boeren wellicht verbeteren, door de boeren te zien als klanten van het Tiny Restaurant. Hierdoor zal er meer oog zijn voor de wensen van boeren en beperkingen waar zij mee te maken hebben bij het organiseren van activiteiten, zoals een gebrek aan tijd. Het is mogelijk dat dit voor minder frustratie zal zorgen bij Stichting MIEP op het gebied van inzet en inspanning door boeren. Ook zal dit van Stichting MIEP vragen duidelijk in kaart te brengen wat voor voordelen zij creëren en welke nadelen zij wegnemen.

Verder zal het documenteren van de afspraken tussen boeren en Stichting MIEP bijdragen aan duidelijke communicatie en wederzijds begrip.

- Schakel iemand in die dezelfde taal spreekt als de boeren.
- Boeren als klanten van Stichting MIEP en het Tiny Restaurant.
- Documenteer afspraken.

---

# Referenties

Beentjes, S., Broeken, A., Katsaros, I., Kayanuma, T., Kingfisher, L., De Lame, M. (2021). The Tiny Restaurant Research Report: Using the Value Proposition Canvas to assess the alignment between Stichting Miep and Laarbeek Farmers.

Boogaard, B. K., Oosting, S. J., Bock, B. B., & Wiskerke, J. S. C. (2011a). The sociocultural sustainability of livestock farming: an inquiry into social perceptions of dairy farming. *Animal*, 5(9), 1458-1466.

CBS. (2016, April 3). *Landbouw*. Centraal Bureau voor de Statistiek. Retrieved from <https://www.cbs.nl/nl-nl/economie/landbouw>

Choufoer, H. (2022). *Maak kennis met Stichting Miep en het Tiny restaurant*. Retrieved from <https://ditishelmond.nl/maak-kennis-met-stichting-miep-en-het-tiny-restaurant/>

Connelly, S., & Beckie, M. (2016). The dilemma of scaling up local food initiatives: Is social infrastructure the essential ingredient? *Canadian Food Studies / La Revue Canadienne Des Études Sur l'alimentation*, 3(2), 49–69.

Enthoven, L., & van den Broeck, G. (2021). Local food systems: Reviewing two decades of research. *Agricultural Systems*, 193, 103226.

Hassanein, N. (2003). Practicing food democracy: a pragmatic politics of transformation. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 77–86.

Ikerd, J. (2002). Sustainable farming: Reconnecting with consumers. *In Prepared for presentation at, Agricultural Conference*.

Kuenen, J. (2022). A Tiny Restaurant on a big journey: understanding the agentic capacity of a local food initiative in North-Brabant, the Netherlands.

Janse, M., van der Strate, R., Recoque, M., van Wijk, S., Teeuwen, J., Silbernagel, J. (2022). The inhabitants of Laarbeek: an analysis of multi-faceted perspectives of the population on agriculture in Laarbeek.

Lebacqz, T., Baret, P. V., & Stilmant, D. (2013). Sustainability indicators for livestock farming. A review. *Agronomy for sustainable development*, 33(2), 311-327.

Marsden, T., & Smith, E. (2005). Ecological entrepreneurship: sustainable development in local communities through quality food production and local branding. *Geoforum*, 36(4), 440–451.

Renting, H., & Van Der Ploeg, J. D. (2001). Reconnecting nature, farming and society: environmental cooperatives in the Netherlands as institutional arrangements for creating coherence. *Journal of environmental policy and planning*, 3(2).

Te Velde, H., Aarts, N., & Van Woerkum, C. (2002). Dealing with ambivalence: farmers' and consumers' perceptions of animal welfare in livestock breeding. *Journal of agricultural and environmental ethics*, 15(2), 203-219

Van der Ploeg, J. D. (2020). Farmers' upheaval, climate crisis and populism. *The Journal of Peasant Studies*, 47(3), 589–605.

Van der Tempel, J., Fokkelman, D., van Uffelen, T., van Engen, M. (2022). Case Study Tiny Restaurant Laarbeek. Case study addressing the relation between farmers and inhabitants in Laarbeek and the role of the Tiny Restaurant to support a healthy and sustainable local food system.

Werker, K. (2022). Cirkel van impact Laarbeek. Intern document: ongepubliceerd.









---

Wageningen University & Research  
Wetenschapswinkel  
Postbus 9101  
6700 HB Wageningen  
T 0317 48 39 08  
E [wetenschapswinkel@wur.nl](mailto:wetenschapswinkel@wur.nl)  
[wur.nl/wetenschapswinkel](http://wur.nl/wetenschapswinkel)

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 7.200 medewerkers (6.400 fte) en 13.200 studenten en ruim 150.000 Leven Lang Leren-deelnemers behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

