



Boeren en burgers dichterbij elkaar



Documenttitel: Adviesrapport: Boeren en burgers dichterbij elkaar
Projectcode: 19400229

Opdrachtgever: Keyport 2020
Contactpersoon: Hans Corsten
+31 6 53 58 99 94
Reco.corsten@weert.nl

Projectleider: Henk van de Ven
+31 6 22 23 56 58
h.vandeven@has.nl

Contractmanager: Coen van Ruiten
+31 6 41 54 26 86
c.vanruiten@has.nl

Projectteam: Anouk Nijssen
+31 6 11 26 07 09
a.nijssen@student.has.nl

Emily Ramakers
+31 6 39 58 66 33
e.ramakers@student.has.nl

Steffi Steeghs
+31 6 12 18 68 67
s.steeeghs@student.has.nl

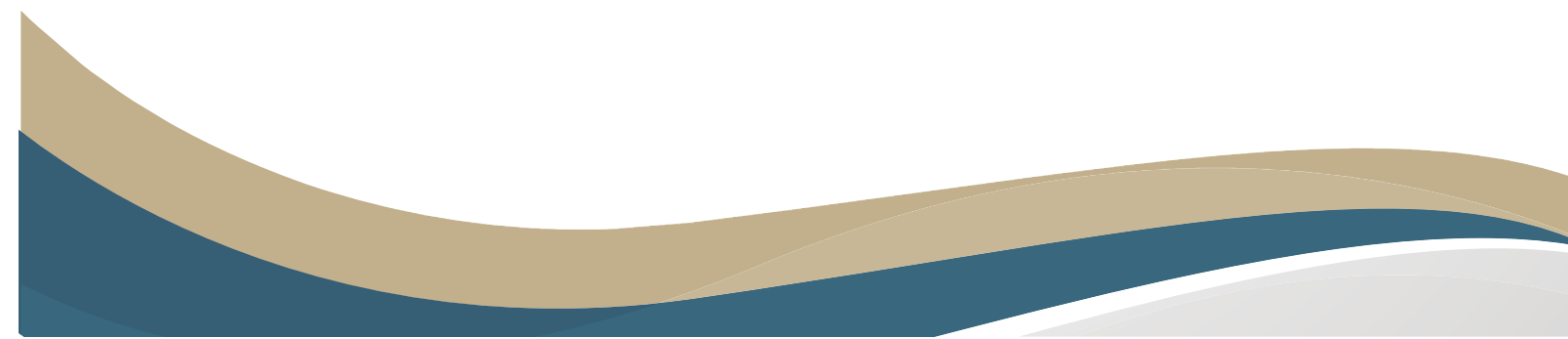
Plaats: Venlo
Datum: achtentwintig juni tweeduizendnegentien (28 juni 2019)

Voor akkoord:

Opdrachtgever:
Hans Corsten
Datum:
Handtekening:

Projectleider:
Henk van de Ven
Datum:
Handtekening:

Contractmanager:
Coen van Ruiten
Datum:
Handtekening:



Voorwoord

BOEREN VAN
NEDERWEERT

Beste lezer,

Voor u ligt het adviesrapport 'Boeren en burgers dichterbij elkaar'. Dit adviesrapport is geschreven door het projectteam bestaande uit Anouk Nijssen en Emily Ramakers van de opleiding Bedrijfskunde en Agri-Foodbusiness en Steffi Steeghs van de opleiding Food Innovation.

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Keyport 2020 en de vereniging Boeren van Nederweert. Vanuit de opdrachtgever kwam de vraag hoe de vereniging wederzijds begrip kan creëren tussen boer en burger.

Onze dank gaat uit naar Hans Corsten en het bestuur van de Boeren van Nederweert voor het goede contact en de openheid tijdens dit project. Mede hierdoor hebben wij met veel plezier aan dit project kunnen werken.

Graag willen we ook onze projectleider Henk van de Ven bedanken voor het delen van zijn kennis en de begeleiding tijdens dit onderzoek.

Daarnaast gaat onze dank uit naar iedereen die heeft deelgenomen aan de interviews, enquêtes, de focusgroep of op een andere manier een steentje heeft bijgedragen aan ons onderzoek. Zonder deze medewerking hadden wij dit onderzoek niet kunnen uitvoeren.

Wij wensen u veel leesplezier!

Anouk Nijssen, Emily Ramakers & Steffi Steeghs
Venlo, 26 juni 2019

BOEREN VAN
NEDERWEERT

Inhoudsopgave

Begrippenlijst.....	9
Samenvatting.....	10
1. Inleiding.....	12
1.1 Context.....	13
1.2 Probleemstelling.....	15
1.3 Hoofd- en deelvragen.....	16
1.4 Doelstelling.....	16
1.5 Leeswijzer.....	17
2. Materialen en methoden.....	18
2.1 Materiaal.....	19
2.2 Methoden.....	19
3. Resultaten.....	24
3.1 Literatuurstudie.....	25
3.2 Diepte-interviews.....	30
3.3 Enquête.....	36
3.4 Analyse.....	42
4. Analyse.....	46
5. Conclusie.....	50
6. Discussie.....	52
6.1 Beperkingen.....	53
6.2 Suggesties voor vervolgonderzoek.....	53
7. Aanbevelingen.....	54
7.1 Kansgebieden.....	55
7.2 Brainstorm.....	55
7.3 Advies.....	58
Literatuurlijst.....	60

Begrippenlijst

Begrippenlijst

Boeren van Nederweert (BVN)	De Boeren van Nederweert is een organisatie bestaande uit 28 agrarische ondernemers uit de gemeente Nederweert. De organisatie is ontstaan vanuit het doel om samen, met gebundelde krachten, inwoners van gemeente Nederweert beter te informeren over de agrarische sector, om zo onnodige misverstanden tussen boer en burger over het boerenbedrijf weg te nemen.
Burger(s)	Onder de burgers vallen alle inwoners van Nederland. Dit zijn enerzijds de burgers die tussen de agrarische bedrijven wonen. Anderzijds de burgers die in de bebouwde kom wonen en in mindere maten te maken hebben met de agrarische bedrijven.
Focusgroep	Een focusgroep is een kwalitatieve onderzoeksmethode waarbij een groep mensen wordt samengebracht om te discussiëren over een vooraf bepaald onderwerp. De onderzoeker stelt vragen aan de groep en zorgt voor een discussie. Het doel is om de benodigde data te verzamelen. (Scribbr, 2017)
Gemeente Nederweert	Een gemeente liggend in Midden-Limburg met 17.001 inwoners en een oppervlakte van 100 km ² . Tot gemeente Nederweert behoren de volgende kerkdorpen: Leveroy, Ospel, Ospeldijk, Nederweert en Nederweert-Eind. (Nederweert, 2019)
Inwoners van gemeente Nederweert (IGNW)	Onder de inwoners van gemeente Nederweert vallen alle inwonende boven de achttien jaar die wonen in gemeente Nederweert. Dit zijn enerzijds de inwoners die tussen de agrarische bedrijven wonen. Anderzijds de inwoners die in de bebouwde kom wonen en in mindere maten te maken hebben met de agrarische bedrijven.
Keyport 2020	Een organisatie die werkt voor de gemeente Leudal, Maasgouw, Nederweert, Roerdalen, Roermond, Weert en Cranendonck. Deze gemeenten vormen samen de Keyportregio en vormen een sleutelpositie voor Zuidoost-Nederland.

Samenvatting

BOEREN VAN
NEDERWEERT

In gemeente Nederweert hebben 28 agrarische ondernemers zich in 2016 verenigd tot de 'Boeren van Nederweert'. Zij hebben als doel om samen, met gebundelde krachten, inwoners van gemeente Nederweert beter te informeren over de agrarische sector, zodat de Boeren van Nederweert en de inwoners van gemeente Nederweert elkaar beter gaan begrijpen. Vanuit dit doel heeft de vereniging al enkele activiteiten georganiseerd. Deze hebben nog niet het gewenste resultaat geleverd, daarom wil de Boeren van Nederweert een advies hoe ze wederzijds begrip met de inwoners van gemeente Nederweert kunnen creëren.

Uit de context blijkt dat de eerste stap in begrip voor elkaar hebben, elkaar begrijpen is. Begrip is niet noodzakelijk, maar begrijpen wel. Daarom richt dit onderzoek zich op hoe de Boeren van Nederweert en inwoners van gemeente Nederweert elkaar beter kunnen begrijpen in plaats van wederzijds begrip creëren.

Door middel van literatuurstudie, diepte-interviews, enquêtes en een focusgroep zijn de resultaten van dit onderzoek tot stand gekomen. De belangrijkste conclusies hieruit zijn als volgt:

- Elkaar begrijpen van twee kanten moet komen. Op dit moment is er een eenrichtingsverkeer, waarin alleen de Boeren van Nederweert hun kant van het verhaal vertellen;
- Voor de inwoners van gemeente Nederweert is het onduidelijk wat het doel van de vereniging is en wie het aanspreekpunt hiervan is;
- De bedrijven waarbij de Boeren van Nederweert niet woonachtig zijn, zijn voor de inwoners van gemeente Nederweert onvoldoende toegankelijk;
- Grote bedrijven zijn minder toegankelijk, waardoor contact tussen de Boeren van Nederweert en inwoners van gemeente Nederweert in de toekomst moeilijker wordt;
- De activiteit moet plaats vinden op de boerenbedrijven zelf met een groep niet groter dan 10 personen, waarbij de hygiëne- en veiligheidsprocedures moeten worden gehandhaafd.

Vanuit de conclusies zijn kans gebieden opgesteld, waaruit de volgende drie adviezen zijn voortgekomen:

1. Aan tafel bij de Boeren van Nederweert

De Boeren van Nederweert kunnen de inwoners van gemeente Nederweert uitnodigen om een avond mee te komen eten aan tafel bij een van de gezinnen van de Boeren van Nederweert.

2. Meeloopdag voor de inwoners van gemeente Nederweert op de bedrijven van de Boeren van Nederweert

Om de inwoners van gemeente Nederweert een goed beeld van de boerenbedrijven en de agrarische sector te geven kunnen de Boeren van Nederweert de inwoners van gemeente Nederweert uitnodigen om een dag op het bedrijf mee te lopen. De inwoners van gemeente Nederweert kunnen dan ervaren wat de dagelijkse werkzaamheden op het bedrijf zijn en waarom bepaalde keuzes gemaakt worden.

3. Toegankelijkheid bedrijven verbeteren

Om de toegankelijkheid van de bedrijven waarbij de Boeren van Nederweert niet woonachtig zijn te verbeteren kunnen de boeren een bord plaatsen met daarop een kleine tekst over wat het bedrijf doet, aangevuld met foto's. Daarnaast kunnen de leden de omwonende van deze bedrijven uitnodigen om kennis te maken en elkaars verhaal aan te horen.

1. Inleiding

BOEREN VAN
NEDERWEERT

In de gemeente Nederweert hebben 28 agrarische ondernemers zich verenigd tot de 'Boeren van Nederweert'. Zij hebben als doel om samen, met gebundelde krachten, inwoners van gemeente Nederweert beter te informeren over de agrarische sector, zodat de Boeren van Nederweert en de inwoners van gemeente Nederweert elkaar beter kunnen begrijpen.

Vanuit dit doel heeft de vereniging al enkele activiteiten georganiseerd. Deze hebben nog niet het gewenste resultaat geleverd, daarom wil de Boeren van Nederweert een advies hoe ze wederzijds begrip kunnen creëren met de inwoners van gemeente Nederweert.

De vraag van de Boeren van Nederweert is uitgewerkt in de context om van daaruit de juiste probleemstelling, hoofd- en deelvragen en doelstelling te beschrijven.

1.1 Context

Agrarische sector in Nederland

Sinds de afgelopen jaren is de Nederlandse maatschappij sterk aan het veranderen. Een aantal generaties geleden was ongeveer 90 procent van de bevolking in Nederland betrokken bij de productie van voedsel. Vrijwel iedereen had wel een boer in de familie en had hierdoor kennis van de agrarische sector. De boerenbevolking maakt nu nog maar twee procent uit van de totale bevolking. Dit is een van de redenen waardoor de burger nauwelijks meer kennis heeft van wat er zich op het boerenbedrijf afspeelt (LTO, 2019).

Vanaf begin jaren '60 werden voor de burgers de negatieve kanten van de intensieve agrarische productie steeds meer zichtbaar. Er verschenen boeken, zoals 'Silent Spring' en 'Zilveren sluiers en verborgen gevaren'. Hierin werden grote zorgen over de milieugevolgen van onder andere bestrijdingsmiddelen geuit. Dit was voor de politiek en de burgers een signaal waarna een negatief omslagpunt in de beeldvorming over de agrarische sector volgde (Meerburg, B., 2009).

Ondertussen moest het boerenbedrijf door blijven produceren om financieel overeind te blijven. Daarnaast moest de efficiëntie van de agrarische bedrijven omhoog. Het aantal dieren per bedrijf nam toe. Vanuit dit oogpunt probeerde wetenschappers boeren te helpen om de bedrijfsvoering zo efficiënt mogelijk te maken. Er ontstonden varkensfokprogramma's om invloed te hebben op bijvoorbeeld spekdikte, voederconversie en worpgrootte. Deze programma's bleken later erg succesvol voor de efficiëntie van de bedrijfsvoering (Meerburg, B., 2009).

De wereld rondom de boeren stond tegelijkertijd niet stil. Burgers werden steeds meer wereldburgers en mensen dachten dat boeren nog steeds op de nostalgische wijze in kleine stallen produceerden, waarbij zij de eieren iedere ochtend onder de kippen vandaan haalden. Dit beeld veranderde bij de burgers toen ze zich bewust werden over de manier van kippen houden in pluimveestallen met duizenden kippen in legbatterijen. Hierop kwam veel reactie van actiegroepen die tegen de agrarische sector waren (Meerburg, B., 2009).

Daarna begon ook de overheid steeds meer eisen te stellen. Er kwamen milieuregels en het dierenwelzijn werd steeds belangrijker. Een dier werd niet langer gezien als een productiemiddel, maar moest onder andere natuurlijk gedrag kunnen vertonen (Meerburg, B., 2009).

In 1997 werd de veehouderijsector geraakt door een aantal besmettelijke ziekten. Dit werd door de media naar buiten gebracht, maar zorgde voor onnodige slechte beeldvorming bij de burgers. Doordat er meer dieren per bedrijf werden gehouden, moesten er ook meer dieren geruimd worden bij een ziekte uitbraak. Dit had geen verband met intensieve veehouderij (Meerburg, B., 2009).

Naar aanleiding van de ziekte-uitbraken en problemen met milieu en dierenwelzijn ontstond er veel afstand en onbegrip tussen boer en burger. Dat is nu nog steeds het geval, ondanks dat de agrarische sector de omslag probeert te maken naar duurzaamheid. Burgers weten niet meer precies wat op het moderne boerenbedrijf gebeurt. Het aangaan van het gesprek en de discussie met de maatschappij, open en eerlijk vertellen over de keuzes en bewegingen in de bedrijfsvoering bij agrarische bedrijven is daarom essentieel (Meerburg, B., 2009)

Door de jaren heen is er bij de burger veel onwetendheid ontstaan over het boerenbedrijf en de keuzes die de agrarische ondernemers moeten maken. Door de onwetendheid begrijpen boeren en burgers elkaar steeds minder en ontstaat er onbegrip. De woorden 'begrijpen' en 'begrip' worden vaak door elkaar gebruikt, maar hebben een totaal verschillende betekenis. Begrijpen is snappen en begrip hebben is goedkeuren, het ermee eens zijn. Er wordt gesproken over begrijpen, want dit is de eerste stap in het goedkeuren en begrip hebben voor elkaar. Om boer en burger goed samen te laten leven is het van belang elkaars gedrag te begrijpen. Sommige mensen weigeren zich in te leven in iemands gedrag, ze denken dat ze het er dan mee eens moeten zijn. Begrip is niet noodzakelijk, maar elkaar begrijpen wel (Kaldenbach, H., 2017).

Agrarische sector in Nederweert

Over heel Nederland gezien is Nederweert een echte agrarische gemeente met 18% agrarische bedrijven, waar het gemiddelde in Nederland op 5% ligt. In gemeente Nederweert zijn er in totaal 1853 bedrijven, waarvan 325 agrarische bedrijven. Gemeente Nederweert bestaat daarnaast uit veel bedrijven die afhankelijk zijn van de agrarische sector, denk aan bedrijven die onderhoud van machines verzorgen, voerleveranciers en dierenartsen. De agrarische sector is daardoor de grootste banenmotor voor gemeente Nederweert. Dit maakt het des te belangrijker om binnen de gemeente goed samen te werken en voor transparantie te zorgen, zodat de inwoners begrijpen waar de boeren mee bezig zijn (Alle Cijfers, 2019) (CBS, 2018) (Nederweert24, 2018).

Ook over Nederweert worden negatieve nieuwsberichten geplaatst. Op 7 januari 2019 werd een artikel geplaatst waarin genoemd wordt dat zeven veehouderijen in Nederweert de grenswaarden van fijnstof overschrijden, waarbij zelfs vijf bedrijven met naam en adres worden benoemd (Max5odeur, 2019).

Naast negatieve berichten komen er ook foutieve berichten in het nieuws. In het nieuws dit jaar (2019) stond dat 40% van de luchtwassers in Nederweert niet voldoen aan de eisen. Uit navraag blijkt dat de cijfers over een onderzoek in 2016 gaan en er inmiddels geen sprake meer is van deze overtredingen (Stal en Akker, 2019).

De Boeren van Nederweert

De Boeren van Nederweert is een vereniging bestaande uit 28 agrarische ondernemers uit de gemeente Nederweert. De vereniging is ontstaan vanuit het doel om samen, met gebundelde krachten, inwoners van gemeente Nederweert beter te informeren over de sector en om elkaar beter te begrijpen (Vereniging Boeren van Nederweert, 2016) (Kamer van koophandel, z.d.).

De Boeren van Nederweert probeert de inwoners van gemeente Nederweert bewust te maken van het belang van de agrarische sector door te laten zien wat er 'achter de staldeur' gebeurt. Een positief beeld naar buiten brengen om te laten zien wat voor moois de sector allemaal in huis heeft. Anderzijds ook om duidelijk te maken voor welke keuzes de ondernemers staan en hoe hier mee omgegaan wordt om zo het beste voor mens, dier en milieu te bewerkstelligen (Vereniging Boeren van Nederweert, 2016).

De laatste jaren heeft de Boeren van Nederweert al diverse activiteiten ondernomen, waaronder een aantal artikelen over de bedrijven, themaverhalen over de agrarische sector die gepubliceerd werden op de website van de Boeren van Nederweert en nieuwssite Nederweert24, de Boeren van Nederweert-dag waarbij elk bedrijf zich openstelt voor de inwoners van de gemeente Nederweert en promotie op de jaarlijkse braderie in Nederweert (Vereniging Boeren van Nederweert, 2016).

Voor de Boeren van Nederweert is het bij elkaar brengen van Boeren van Nederweert en inwoners van gemeente Nederweert erg voornaam, zodat ze persoonlijk hun 'eigen verhaal' kunnen overbrengen. Dit is belangrijk voor het begrijpen van elkaars verhaal. Daarnaast ontstaat er transparantie over de sector richting de inwoners van gemeente Nederweert, waar nu veel onduidelijkheid over is (Boeren van Nederweert, 2019).

Keyport 2020

Keyport 2020 is een samenwerking tussen ondernemers, overheid en onderwijs en bestaat uit de volgende gemeenten: Cranendonck, Leudal, Maasgouw, Nederweert, Roerdalen, Roermond en Weert. Deze regio in Zuidoost-Nederland neemt een sleutelpositie in door de centrale ligging tussen Zuidoost-Brabant, Zuid-Limburg, België en Duitsland. Een centrale regio met een goede bereikbaarheid.

De economische groei in de Keyport regio ligt ver boven het landelijk gemiddelde. Keyport 2020 kan Zuidoost-Nederland door innovatie, ondernemerschap en arbeidsoptimalisatie tot een van de sterkste economische regio's ter wereld maken.

Het belangrijkste doel voor Keyport 2020 is het behouden en creëren van werkgelegenheid. De organisatie fungeert als netwerkorganisatie, maar ook als uitvoeringsorganisatie door focus te leggen op de thema's innovatie, ondernemerschap en arbeidsmarktoptimalisatie (Keyport 2020, z.d.).

1.2 Probleemstelling

Doordat boer en burger elkaar steeds minder begrijpen, is in 2016 de vereniging Boeren van Nederweert (vanaf nu te noemen BVN) opgericht. Ze heeft als doel om gezamenlijk inwoners van gemeente Nederweert (vanaf nu te noemen IGNW) nog meer bewust te maken van het belang van de agrarische sector. Dit wil de vereniging doen door een duidelijk beeld* over de agrarische sector over te brengen naar de IGNW.

De BVN heeft beperkt inzicht in het beeld van de IGNW over de agrarische sector in gemeente Nederweert. Ook is het voor de vereniging onduidelijk op welke manier de BVN in contact kan komen met de IGNW om ervoor te zorgen dat beide partijen elkaar beter begrijpen.

Vanuit de Boeren van Nederweert (vanaf nu te noemen BVN) is de vraag gesteld om een advies te geven hoe wederzijds begrip tussen de BVN en de inwoners van gemeente Nederweert (vanaf nu te noemen IGNW) gecreëerd kan worden. Uit de context blijkt dat de eerste stap in begrip voor elkaar hebben, elkaar begrijpen is. Begrip is niet noodzakelijk, maar begrijpen wel. Daarom richt dit onderzoek zich op hoe de BVN en IGNW elkaar beter kunnen begrijpen in plaats van wederzijds begrip creëren.

* Een duidelijk beeld betekent: Wat er achter de staldeur gebeurt, wat voor moois de sector allemaal in huis heeft en welke keuzes de agrarische ondernemers maken om het beste voor mens, dier en milieu te bewerkstelligen.

1.3 Hoofd- en deelvragen

'Hoe kunnen de BVN ervoor zorgen dat de BVN en IGNW elkaar beter begrijpen met betrekking tot de agrarische sector?'

1. Wat is het beeld dat de BVN over de IGNW hebben met betrekking tot de agrarische sector?
 - a. Welke ervaringen uit het verleden hebben de BVN met IGNW met betrekking tot de agrarische sector?
 - b. In hoeverre en welke manier van communicatie hebben invloed op het beeld dat de BVN hebben over de IGNW?
 - c. Hoe gaan de BVN in de toekomst naar de IGNW kijken?
2. Wat is het beeld dat de IGNW over de BVN hebben met betrekking tot de agrarische sector?
 - a. Welke ervaringen uit het verleden hebben de IGNW met de BVN met betrekking tot de agrarische sector?
 - b. In hoeverre en welke manier van communicatie hebben invloed op het beeld dat de IGNW hebben over de BVN?
 - c. Heeft de media invloed op de beeldvorming van de IGNW over de BVN? Zo ja, op welke manier heeft de media invloed op deze beeldvorming?
 - d. Hoe gaan de IGNW in de toekomst naar de BVN kijken?
3. In welke mate en op welke manier staan de BVN ervoor open om de IGNW beter te begrijpen met betrekking tot de agrarische sector?
 - a. In welke mate en op welke manier staan de BVN uit verschillende omgevingen ervoor open om de IGNW beter te begrijpen?**
 - b. In welke mate en op welke manier staan de BVN uit verschillende leeftijdscategorieën ervoor open om de IGNW beter te begrijpen?
 - c. In welke mate en op welke manier staan de BVN uit verschillende arbeidssectoren ervoor open om de IGNW beter te begrijpen?
4. In welke mate en op welke manier staan de IGNW ervoor open om de BVN beter te begrijpen met betrekking tot de agrarische sector?
 - a. In welke mate en op welke manier staan de IGNW uit verschillende omgevingen ervoor open om de BVN beter te begrijpen?***
 - b. In welke mate en op welke manier staan de IGNW uit verschillende leeftijdscategorieën ervoor open om de BVN beter te begrijpen?
 - c. In welke mate en op welke manier staan de IGNW uit verschillende arbeidssectoren ervoor open om de BVN beter te begrijpen?

1.4 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen en een advies te geven aan de vereniging BVN om de interactie te vergroten tussen de BVN en de IGNW. Het doel hiervan is dat de BVN en de IGNW elkaar beter gaan begrijpen. Het advies vormt een basis voor de BVN om dit concreet uit te werken in een actieplan.

** Bij de omgeving van de leden van de BVN wordt gekeken naar de verschillen in ligging van de bedrijven. De verschillen in de omgeving komen voort uit de verschillende kerkdorpen en de ligging van de bedrijven ten opzichte van de dorpskern.

*** Bij de omgeving van de IGNW wordt gekeken naar de verschillende kerkdorpen en of inwoners binnen of buiten de bebouwde kom wonen.

1.5 Leeswijzer

Dit rapport is opgebouwd volgens de onderzoekslijn die gehanteerd wordt binnen de opleiding Bedrijfskunde & Agribusiness. Voor deze onderzoekslijn is gekozen, omdat dit resulteert tot een logisch opgebouwd adviesrapport.

In hoofdstuk 2 worden de gebruikte materialen en methoden toegelicht. Hierbij wordt beschreven hoe de kwalitatieve en kwantitatieve informatie verkregen, geanalyseerd en gerapporteerd is. Verder wordt de benadering van de respondenten en de verwerking van de informatie nader toegelicht.

In hoofdstuk 3 worden de onderzoeksresultaten beschreven. In paragraaf 3.1 zijn de resultaten van de literatuurstudie weergegeven. In paragraaf 3.2 en 3.3 zijn respectievelijk de resultaten van de diepte-interviews bij de BVN en de enquêteresultaten van de IGNW beschreven. Paragraaf 3.4 geeft de resultaten van de focusgroep weer.

Hoofdstuk 4 bevat de analyse waarin de resultaten uit hoofdstuk 3 worden vergeleken.

De conclusie van dit onderzoek is beschreven in hoofdstuk 5.

In hoofdstuk 6 wordt het gehele onderzoek bediscussieert en worden er suggesties voor een vervolgonderzoek benoemd. Dit hoofdstuk is van belang voor de interpretatie van de onderzoeksresultaten en de conclusie.

In hoofdstuk 7 worden de kans gebieden, die voortkomen uit de conclusies, van dit onderzoek beschreven. Aan de hand van de kans gebieden is er gebrainstormd en van daaruit zijn de aanbevelingen voor dit onderzoek beschreven.

2. Materialen & Methoden

2.1 Materiaal

Het onderzoek is gebaseerd op gegevens die verkregen zijn uit literatuurstudie, diepte-interviews, enquêtes en een focusgroep. De diepte-interviews zijn afgenomen onder 27 van de 28 leden van de BVN en hebben plaatsgevonden bij de leden van de BVN thuis. Daarnaast is ter aanvulling van enkele onderzoeksvragen bij de leden van de BVN telefonisch een kort interview afgenomen. De enquêtes en de focusgroep zijn gehouden onder de IGNW. De enquêtes zijn op diverse locaties in gemeente Nederweert afgenomen, deze worden in paragraaf 2.2 methoden verder toegelicht. Overige benodigde materialen zijn SPSS en Excel, waarmee de resultaten uit de diepte-interviews, enquêtes en focusgroep zijn verwerkt en geanalyseerd.

2.2 Methoden

2.2.1 Literatuurstudie

In de eerste onderzoeksfase is literatuurstudie uitgevoerd om de achtergrondkennis van de volgende onderwerpen op te doen:

- Invloed van communicatie op beeldvorming;
- Invloed van media op beeldvorming;
- Invloed van media op de beeldvorming van de agrarische sector;
- Manieren van elkaar begrijpen.

Bij de literatuurstudie is gebruik gemaakt van de digitale scholengomgeving GreenI en Google Scholar. Deze omgevingen beschikken over de nodige onderzoeken en informatie voor dit onderzoek en zijn daarnaast betrouwbaar.

Het doel van deze literatuurstudie was het vastleggen van een algemene theoretische basis over bovenstaande onderwerpen, waarna de deelvragen diepgaander en specifiek onderzocht konden worden.

2.2.2 Diepte-interview

In de tweede onderzoeksfase zijn de diepte-interviews uitgevoerd. Deze diepte-interviews zijn gebruikt voor het kwalitatieve onderzoek. De diepte-interviews zijn uitgevoerd met als doel een goed beeld te krijgen van de individuele meningen van de boeren van de BVN. Met deze informatie zijn de resultaten uit de literatuurstudie aangevuld of versterkt om zo te komen tot het antwoord op de deelvragen.

De diepte-interviews zijn afgenomen onder 27 van de 28 leden van de vereniging BVN. Er is gekozen om met alle leden in gesprek te gaan, omdat elk bedrijf en ondernemer verschillend is op het gebied van omgeving, leeftijd en sector. Daarnaast zorgt het nemen van een steekproef in een kleine populatie van 27 respondenten voor een niet representatief beeld (E. Kuiper, persoonlijke communicatie, mei 2019). De diepte-interviews hebben een semigestructureerde vorm, omdat er vooraf een algemeen interviewschema is opgesteld, maar waar wel van afgeweken mag worden.

Hieronder is een overzicht weergegeven van de indelingen op basis van omgeving, leeftijd en sector:

Omgeving:

Kerkdorpen:	Ligging bedrijven >1 km van de dorpskern	Ligging bedrijven <1 km van de dorpskern
Ospel	1	4
Ospeldijk	0	0
Nederweert	9	7
Nederweert-Eind	5	1
Leveroy	0	0

Tabel 2.2.2.1 Onderverdeling BVN in omgeving

De leden van de BVN zijn onderverdeeld in ligging van het bedrijf en de afstand van het bedrijf tot de dorpskern. Dit omdat er verschil kan zitten in het beeld dat de BVN en de IGNW van elkaar hebben ten opzichte van de ligging van het bedrijf.

Voor een afstand van één kilometer is gekozen, omdat aan de hand van de wegenverkeerswetgeving de grens van de bebouwde kom niet duidelijk te bepalen is. “De bebouwde kom kan omschreven worden als het gebied dat door aaneengesloten bebouwing overwegend een woon- en verblijfsfunctie heeft en waarin veel mensen per oppervlakte-eenheid wonen of verblijven” (Infomil, z.d.). Om die reden is door het projectteam gekozen voor een afstand van één kilometer.

Leeftijd:

De leden van de BVN zijn onderverdeeld in de volgende leeftijdscategorieën:

- 18 t/m 35 jaar
- 36 t/m 55 jaar
- 56 t/m 75 jaar

Bij de leeftijd van de leden wordt gekeken naar de persoon die als contactpersoon wordt gezien bij de vereniging BVN. De categorieën zijn zo ingedeeld, omdat er naar verwachting verschil zit in het denkpatroon dat jongere en oudere ondernemers hebben over de agrarische sector en hun omgeving. Voor deze leeftijdscategorieën is gekozen, omdat zo de resultaten van ‘jonge’, ‘middelmatische’ en ‘oudere’ ondernemers onderverdeeld kunnen worden en hier een duidelijke splitsing in gemaakt kan worden. De leeftijd van de leden van de BVN ligt op dit moment tussen de 18 en 75 jaar, daarom zijn de leeftijdscategorieën als bovenstaand ingedeeld.

Sector:

Tabel 2.2.2.2 Onderverdeling BVN in sectoren

Sector:	Aantal bedrijven:
Varkens: - Varkens en konijnen	14
Pluimvee: - Kippen en kalkoenen	12
Melkvee - Koeien, kalveren en geiten	5
Akkerbouw - Akkerbouw	5

Omdat niet alle sectoren representatief zijn in het aantal bedrijven, is ervoor gekozen om de sectoren volgens bovenstaande tabel in te delen. Bij het samenvoegen van de sectoren is gekeken naar de manier van dieren houden en het eindproduct wat geleverd wordt. Het totaal aantal bedrijven is hoger dan het aantal leden van de BVN, doordat sommige bedrijven bestaan uit meerdere bedrijfstakken.

Tijdens de diepte-interviews moet duidelijk worden:

- Welke ervaringen uit het verleden de BVN met de IGNW hebben.
- Wat de manier van communiceren is met de IGNW en wat de invloed hiervan is op het beeld dat de BVN heeft over de IGNW.
- Het toekomstbeeld dat de BVN met betrekking tot de agrarische sector heeft over de IGNW.
- In hoeverre en op welke manier de BVN ervoor open staat om de IGNW beter te begrijpen met betrekking tot de agrarische sector.

Gedurende het proces is gebleken dat er een aanvulling nodig was op de afgenomen diepte-interviews bij de BVN, daarom is besloten de aanvullende vragen telefonisch bij alle leden van de BVN af te nemen. Alle diepte-interviews zijn met behulp van de literatuurstudie en in samenwerking met een docent gespecialiseerd in marktonderzoek opgesteld. De literatuurstudie biedt achtergrondkennis die nodig is om voldoende diepgang in de vraagstelling te krijgen. Na het opstellen van de vragenlijst vindt eerst een test interview plaats, waarna het interview nog aangepast kan worden en definitief uitgevoerd wordt.

Ter voorbereiding is telefonisch een afspraak gemaakt en zijn de gespreksonderwerpen die tijdens het diepte-interview aanbod zijn gekomen naar de respondenten, de leden van de BVN, voorafgaand per e-mail gestuurd.

De diepte-interviews zijn face-to-face afgenomen door de leden van de BVN op locatie te bezoeken. De voorbereiding van het telefonisch interview is op dezelfde manier gebeurd als de voorbereiding van het face-to-face diepte-interview.

De diepte-interviews zijn verwerkt door de resultaten in de verschillende onderverdelingen: omgeving, leeftijd en sector, uit te werken en per onderdeel hier een conclusie uit te trekken. Vanuit deze conclusies is antwoord gegeven op deelvraag 1 en 3.

2.2.3 Enquête

In dezelfde onderzoeksfase als de diepte-interviews zijn de enquêtes afgenomen. Voor de methode enquête is gekozen, omdat een grote groep respondenten in een korte tijd benaderd kan worden. De enquête is afgenomen onder de IGNW met een leeftijd van achttien jaar of ouder. Het doel van deze enquête is om de mening van de IGNW over de betreffende onderzoeksvragen te verkrijgen.

Er is één enquête opgesteld om antwoord te krijgen op de volgende onderwerpen:

- De ervaring uit het verleden van de IGNW met de BVN.
- De manier waarop de IGNW communiceren met de BVN en wat de invloed hiervan is op het beeld dat de IGNW hebben over de BVN.
- De invloed van media op de beeldvorming van de IGNW over de BVN en welke manieren media invloed hebben.
- Het toekomstbeeld van de IGNW met betrekking tot de agrarische sector over de BVN.
- In hoeverre en op welke manier de IGNW ervoor open staan om de BVN beter te begrijpen met betrekking tot de agrarische sector.

De populatie bestaat uit alle inwoners van gemeente Nederweert van 18 jaar en ouder. Dit zijn 14.643 inwoners. Niet alle 14.643 inwoners konden ondervraagd worden. Om die reden is een steekproef gehouden. Met de berekende steekproefgrootte is duidelijk geworden wat de minimale hoeveelheid respondenten is.

In onderstaande tabel zijn de gegevens en de berekeningen te zien. N is de grootte van de populatie. Z staat voor de betrouwbaarheidsmarge, hierbij wordt 95% aangenomen. Dit wordt gezien als een standaard marge. De P staat voor de kans dat iemand reageert op de enquête, hier wordt met 50% gerekend. De F staat voor de nauwkeurigheidsmarge. De nauwkeurigheidsmarge is de marge van de steekproef die afwijkt van de uitkomst onder de populatie, deze is 5%.

Voor de representativiteit van het onderzoek is de enquête afgenomen onder de verschillende doelgroepen en afnamelocaties. Zoals berekend in tabel 2.2.3.1 moet de steekproefomvang 375 respondenten bevatten, met een kans van 50% dat iemand reageert op de enquête moeten er minimaal 188 respondenten reageren. De enquête is door 250 IGW ingevuld, dit is meer dan 50% van de 375 respondenten. De enquête is hiermee representatief (E. Kuiper, persoonlijke communicatie, mei 2019).

Tabel 2.2.3.1 Berekening steekproefgrootte

Steekproefgrootte:		
N =	14.643	
Z =	1,96	95% betrouwbaarheid
F =	5,00	
P =	50%	
Steekproefomvang (n):	375 Respondenten	

Het opstellen van de enquêtevragen is in samenwerking gedaan met een docent gespecialiseerd in marktonderzoek.

Voor de afname van de enquêtes is het digitale programma van Google ‘Google Forms’ gebruikt. De enquêtes zijn face-to-face afgenomen. De respondenten werden bij de afnamelocaties aangesproken voor deelname aan de enquête, waarna de enquête ingevuld werd. De afname duurde ongeveer vijf minuten per persoon. De afnamelocaties waren verspreid door gemeente Nederweert, om de variatie van de respondenten zo groot mogelijk te maken en de representativiteit te waarborgen. Afnamelocaties waren onder andere: Jumbo in Nederweert, Jan Linders in Nederweert, Coop in Ospel, brasserie Gruuëts in Nederweert, Hubo in Nederweert, Janssen Diervoeders in Ospel, Dierenland Bert Raemaekers in Nederweert en buitencentrum de Pelen in Ospel. Er is voor deze locaties gekozen, omdat de doelgroep voor het onderzoek hier te vinden is. Door de enquête bijvoorbeeld niet op scholen en bejaardencentra af te nemen worden respondenten op deze locaties uitgesloten van deelname. Naast het afnemen van de face-to-face enquêtes op bovengenoemde locaties, is dezelfde enquête verspreid via de Facebookpagina van de Boeren van Nederweert en nieuwssite Nederweert24. Hierdoor wordt het bereik vergroot en krijgen de respondenten die niet op de afnamelocaties waren ook een kans om deel te nemen aan de enquête.

De enquête is geanalyseerd met het statistische programma SPSS in samenwerking met een docent statistiek.

2.2.4 Focusgroep

Ter aanvulling op de enquête is onder de IGW een focusgroep gehouden. Voor de methode focusgroep is gekozen, omdat een representatieve groep mensen wordt samengebracht om zo de benodigde informatie te verzamelen. De enquête die in een eerder stadium is afgenomen geeft voor een deel antwoord op deelvraag 2 en 4. Om ervoor te zorgen dat deelvraag 2 en 4 volledig beantwoord worden, is met een focusgroep gediscussieerd over deze onderwerpen.

De focusgroep bestaat uit zes respondenten uit gemeente Nederweert. De respondenten zijn verdeeld over verschillende leeftijdscategorieën en omgevingen. Daarnaast moeten ze voldoen aan de volgende eisen:

Tabel 2.2.4.1 Indeling respondenten focusgroep

Leeftijd:	Wonend binnen de bebouwde kom	Wonend buiten de bebouwde kom
18 – 35 jaar	1 respondent	1 respondent
36 – 55 jaar	1 respondent	1 respondent
56 – 75 jaar	1 respondent	1 respondent

Naast de eisen in bovenstaande tabel mogen respondenten niet werkzaam zijn in de agrarische sector. Dit om ervoor te zorgen dat de deelnemers van de focusgroep geen affiniteit hebben met de agrarische sector die hun mening kan beïnvloeden.

De focusgroep heeft plaats gevonden bij de Pinnenhof in Nederweert. Voor een externe locatie is gekozen, omdat deze niet verbonden is met de agrarische sector. Dit om de deelnemers zo min mogelijk te beïnvloeden in de antwoorden die worden gegeven. De focusgroep heeft 60 – 90 minuten geduurd (Mooi & Sarstedt, 2019).

De werving van de respondenten is gebeurd door gebruik te maken van het eigen netwerk van het projectteam en het netwerk van de BVN. Ter aanvulling zijn verenigingen, zoals de toneelvereniging, benaderd om respondenten te werven. De werving is hiermee select, omdat niet elke IGW een even grote kans heeft om uitgenodigd te worden voor deelname aan de focusgroep. Om deelname aan de focusgroep aantrekkelijker te maken is er gezorgd voor een presentje en een hapje en drankje tijdens de avond.

De dag voor de focusgroep is ter herinnering en voorbereiding een mail naar de deelnemers gestuurd. Hierin stonden nogmaals de locatie, tijd en onderwerpen opgesteld.

Om het gesprek in goede banen te leiden is het van belang dat er een goede taakverdeling binnen het projectteam is. Deze zag er als volgt uit:
Gespreksleider: Emily Ramakers
Assistent gespreksleider: Anouk Nijssen
Notulist: Steffi Steeghs

Voorafgaand aan het gesprek is aan de deelnemers toestemming gevraagd om beeld- en geluidsopnames te maken. Deze opnames kunnen later gebruikt worden bij de uitwerking van de resultaten.

De focusgroep is gestart met een introductie, daarna is door de gespreksleider een aantal onderwerpen voorgelegd waarover gediscussieerd is.

Tijdens de focusgroep is een notulen gemaakt. Aan de hand van de notulen en de opnames zijn de resultaten verwerkt per deelonderwerp uit de focusgroep.

3. Resultaten

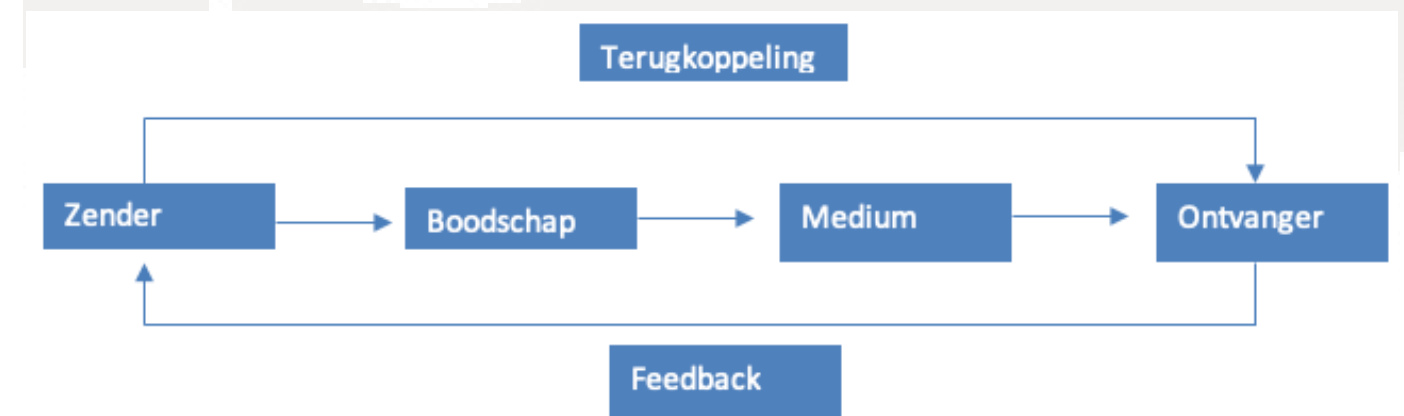
3.1 Literatuurstudie

3.1.1 Invloed van communicatie op beeldvorming

Om de invloed van communicatie op beeldvorming te onderzoeken moet eerst duidelijk zijn wat communicatie is. De definitie volgens sociaal psycholoog Frank Oomkes is als volgt: communicatie is de uitwisseling van symbolische informatie, die plaatsvindt tussen mensen die zich bewust zijn van elkaars aanwezigheid, onmiddellijk of via een tussenpersoon. Deze informatie wordt deels bewust, deels onbewust gegeven, ontvangen en geïnterpreteerd (Oomkes, R., 2013).

Communicatie is er altijd bij iedereen. Communicatie vindt dagelijks plaats, zowel bewust als onbewust. Er worden voortdurend signalen afgegeven, een voorbeeld hiervan is blozen. Waarschijnlijk is het niet de bedoeling van de persoon om te communiceren, maar door te blozen wordt er een signaal afgegeven wat ook valt onder het begrip communiceren. Om die reden is het belangrijk om in het dagelijkse leven ook rekening te houden met onbedoelde communicatie van mensen. Het is dus ook niet mogelijk om niet te communiceren (Michels, W., 2016).

Communicatie is een cirkel tussen een zender die iets wil overdragen, de boodschap die de zender wil overbrengen naar de ontvanger. De zender kiest hiervoor een geschikte manier: een medium. Na het zenden komt er een reactie, dit is de feedback. De ontvanger zal vervolgens hier een reactie op geven om bijvoorbeeld te bevestigen, dit is de terugkoppeling. Het eenvoudige communicatiemodel is weergegeven in figuur 3.1.1.1 Het communicatiemodel is niet compleet zoals hiervoor is beschreven. Er zijn vele andere factoren die invloed hebben op de communicatie. Een van deze factoren is de situatie op het moment dat de boodschap wordt overgebracht. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het moment van de dag (een baas met ochtendhumeur). Factoren die het communicatieproces verstoren worden ruis genoemd (Michels, W., 2009).



Figuur 3.1.1.1 Het eenvoudige communicatiemodel

‘Communicatie maakt menselijke connecties mogelijk, het stelt ons in staat om te leren, te groeien en vooruit te gaan’ stelt Branson. ‘Het gaat niet simpelweg om spreken of lezen, maar om te begrijpen wat er precies wordt gezegd – en in sommige gevallen wat er niet wordt gezegd. Communicatie is de belangrijkste vaardigheid die iedere willekeurige leider kan hebben’. Communicatie is het sleutelwoord voor iedereen die, om welke reden dan ook, invloedrijk wil zijn. Met het uitoefenen van invloed wordt geprobeerd een persoon mee te nemen naar het doel dat de zender voor ogen heeft. De invloed wordt bepaald door het gedrag en de manier van communiceren. Iedereen kan invloed uitoefenen, maar de juiste manier vinden is belangrijk bij het resultaat. Er zijn veel verschillende soorten communicatiestijlen, passende bij ieder doel en persoon (Bureau Zuidema, 2017).

Kijkend naar hoe men kan doordringen bij de gesprekspartner zijn er een aantal zaken van belang. In de meest gunstige situatie is de gesprekspartner alert, gefocust en in hoogste staat van bewustzijn, maar dit is vrijwel onmogelijk door het aandeel van het onbewuste in het menselijke brein. Het onbewuste is zo sterk dat het voor 95-98% van de tijd richting geeft aan het denken en handelen. Het onbewuste is wel 100 keer zo groot en snel als het bewustzijn, daarnaast is het ongevoelig voor rede. Het gevolg hiervan is dat mensen weinig bewuste keuzes maken; de meeste keuzes worden genomen vanuit het ego dat is opgebouwd uit gevoel, ervaringen, gewoonten en opvoeding. Ook wel samen te voegen als de normen, waarden, overtuigingen en vooroordelen. Het ego van ieder persoon is uniek en houdt niet van verandering. Om te voorkomen dat het ego wordt uitgedaagd tot verandering door prikkels van buitenaf, werkt het ego met een soort defensiemechanisme. Er zijn bepaalde communicatiemanieren die helpen bij het doorbreken van het defensiemechanisme om zo door te dringen bij de gesprekspartner. Belangrijk is dat het ego van de ander centraal staat, de regie van de gedachten van de ander over te nemen door open vragen te stellen, door te vragen en ondersteuning te bieden. Daarnaast is het tonen van oprechte interesse en het aan de kant zetten van het eigen ego ook erg voornaam. Op deze manier worden de diepere lagen van het brein van de gesprekspartner bereikt en wordt er vertrouwen gecreëerd. Uiteindelijk wordt hierdoor ruimte gemaakt voor het overbrengen van nieuwe inzichten (Brokkelkamp, M., 2019).

3.1.2 Invloed van media op beeldvorming

Sociale media kan invloed hebben op de reputatie van een organisatie. De uitingen via sociale media hebben een bepaalde vorm, inhoud en zeggingskracht. De invloed van sociale media is het resultaat van het gebruik van sociale media. Het is belangrijk voor organisaties om doelgericht gebruik te maken van de sociale media. Naar verwachting brengt het doelgericht gebruik maken van sociale media een positief effect met zich mee

(Vollenbroek, Vries & Constantinides, 2012).

Media zoals kranten en televisie kunnen ook misleiden en de werkelijkheid kleuren om zo het doel van het bericht te bereiken. Ook op internet zijn gekleurde of (bewust) gemanipuleerde berichten te vinden, zoals op sociale media of nieuwswebsites. Het is voornaam dat men begrijpt hoe de media de werkelijkheid weergeven, om op basis daarvan een goed oordeel te kunnen vormen. Dit wordt ook wel mediawijsheid genoemd. Een voorbeeld hiervan is te zien in figuur 3.1.2.1 (Mediawijsheid, z.d.).



Figuur 3.1.2.1 Mediawijsheid

Steeds meer mensen hebben beschikking over de media, door bijvoorbeeld de televisie of smartphones. Dit betekent dat mensen hierdoor ook geconfronteerd worden met de berichtgeving. De media wordt daarom ook steeds vaker gebruikt om een beeld te vormen van een gebeurtenis. Sociale wetenschappers en communicatiewetenschappers maken gebruik van theorieën om het verband te verklaren tussen de inhoud van media, het gebruik van media en de effecten op groepen mensen. Deze wetenschappers vinden dat er tussen de zender en ontvanger verschillende factoren zitten, waardoor het effect van de media beperkt is. Voorheen werd gedacht dat de media een onbeperkte macht heeft, echter komen ze hier op terug. Wetenschappers zijn via een ander perspectief naar media-invloed gaan kijken. Ze zijn gaan kijken vanuit het oogpunt van de ontvangers van de media. Het eerste uitgangspunt is dat de media actief en doelgericht gebruikt wordt door de ontvangers om aan de behoefte te voldoen. Mensen kiezen voor bepaalde media om aan hun behoefte te kunnen voldoen. Ook zijn er wetenschappers die vinden dat mensen niet kunnen kiezen voor een medium dat aan hun normen of waarden voldoet, omdat er nauwelijks verschil is tussen de verschillende media. Dit is een discutabel punt, echter zijn wetenschappers het eens dat de beeldvorming door de ontvangers mede wordt bepaald door de media (Koopmans, 2015).

Een van de mogelijkheden waarop media het beeld bij de ontvangers kan beïnvloeden is framing. Framing is een overwogen beslissing maken welke informatie er gegeven wordt en op welke manier(en). De manieren kunnen verdeeld worden in vijf frames: het economische gevolgenframe, moraliteitsframe, verantwoordelijkheidsframe, human interestframe en conflictframe. Deze vijf soorten frames hebben allemaal een andere invloed op de beeldvorming bij de ontvangers. Het human interestframe richt zich op de emoties, het conflictframe richt zich voornamelijk op de gevoelloze gedachten, het economische gevolgenframe richt zich op de afweging tussen kosten en baten en het verantwoordelijkheidsframe richt zich op de gedachten over schuld en verantwoordelijkheid. De media kan de beeldvorming beïnvloeden door te kiezen tussen deze vijf frames. De andere frames worden buiten beschouwing gelaten of komt minder aan bod, waardoor het verhaal niet compleet is (Koopmans, 2015).

3.1.3 Invloed van media op de beeldvorming van de agrarische sector

De meeste informatie die burgers verzamelen over de agrarische sector, komt binnen via de media. Het opbouwen van een positief imago kost veel tijd, energie, geld en vooral veel geduld. Daarnaast kan door een korte gebeurtenis het opgebouwde imago in een keer instorten. De media hebben hier een grote invloed op en de boodschap die de media uitzenden is erg bepalend voor ontvangers. De meeste agrarische nieuwsberichten hebben een negatieve lading, die soms grote nadelen heeft voor het imago van een persoon, bedrijf of sector (Timmerman, A., z.d.).

Uit het grootschalige opinieonderzoek van Trouw dat gehouden is onder boeren in Nederland komt duidelijk naar voren dat de negatieve beeldvorming door de media over de boeren aan de orde is. Berichtgeving gaat altijd over issues die op dat moment spelen, daarnaast komt de berichtgeving heel snel en is het vaak zonder nuancering. Een melkveehouder geeft in het onderzoek aan dat er óók veel goeds gebeurt en dat er enorme stappen worden gezet in de agrarische sector, "maar dat is geen nieuws, omdat het geen issue is".

Geitenhouder Jos Tolboom geeft aan dat mensen 'het nut' niet meer inzien van de voedselproductie en dat de agrarische ondernemers zelf verantwoordelijk zijn voor het laten zien van 'het nut' voor hun werk (Witteveen, L., 2018).

Mensen die geen affiniteit of relaties hebben met de agrarische sector komen in de meeste gevallen via de media aan informatie over de agrarische sector. Daarnaast blijkt dat deze mensen minder goed op de hoogte zijn en een negatiever beeld hebben, dan mensen die via hun directe omgeving aan informatie over de agrarische sector komen.

Media geeft niet altijd direct een negatief beeld van de agrarische sector, maar door communicatie in de media is de invloed van maatschappelijke organisaties groter geworden. Om deze rede speelt de media een belangrijke rol bij de beeldvorming over de agrarische sector. Welk beeld er gevormd wordt, hangt af van wat voor berichten in de media naar voren komen. Negatieve berichten over bijvoorbeeld ziektes of dierenwelzijn, kunnen zorgen voor een negatieve houding van mensen. Positieve berichten en meer achtergrondinformatie kunnen mogelijke negatieve beelden van de agrarische sector positief veranderen (Pelgröm, R., 2017).

3.1.4 Manieren van elkaar begrijpen

De woorden 'begrijpen' en 'begrip hebben' lijken op elkaar en worden vaak door elkaar gebruikt, maar hebben een verschillende betekenis. Begrijpen is snappen en begrip hebben is goedkeuren, het ermee eens zijn. In dit onderzoek wordt er gesproken over begrijpen, want dit is de eerste stap in het goedkeuren en begrip hebben voor elkaar. Sommige mensen weigeren zich in te leven in iemands gedrag, ze denken dat ze het er dan mee eens moeten zijn. Begrip is niet noodzakelijk, maar elkaar begrijpen wel (Kaldenbach, H., 2017).

Het grootste obstakel om echt iets te begrijpen is het verschil tussen de naam van iets weten of echt iets weten. Je kan de naam van de vogel leren in alle talen van de wereld, maar wanneer je daar klaar mee bent, weet je nog helemaal niks van die vogel. Dus je moet de vogel observeren en kijken naar wat hij doet, pas dan kun je begrijpen waarom de vogel doet wat hij doet (Psychologisch, 2017).

Het is belangrijk dat mensen niet alleen kennis opdoen, maar dat deze kennis ook echt begrepen wordt. Het begrijpen zorgt ervoor dat mensen een persoonlijk oordeel kunnen vormen. Voor het begrijpen van elkaar is het van belang dat er praktijkgerichte voorbeelden gebruikt worden in plaats van theorieën. We begrijpen elkaar door de werkelijkheid te vertalen in structuren, dit maakt dat mensen een beeld kunnen vormen. Door de beeldvorming kunnen mensen zich niet alleen de werkelijkheid voorstellen, maar ook nadenken hoe bemiddeld kan worden tussen twee partijen om elkaar te begrijpen (Boon, M., 2011). Iets begrijpen is een vorm van veranderen. Hierbij verandert de beleving die bestaat uit denken (gedachten), doen (gedrag) en voelen (gevoel).



Figuur 3.1.4.1 Onderdelen waaruit beleving bestaat

Gedachten:

De niveaus van analyseren, creëren en evalueren zijn noodzakelijk om een verandering te realiseren. Mensen moeten deze niveaus beheersen om gedachten te vertalen naar de persoonlijke situatie. Hiervoor is tegelijkertijd ook een ontwikkeling op het gebied van gevoel en gedrag bij nodig om een verandering te krijgen in het opnemen en verwerken van kennis wat zorgt dat mensen elkaar gaan begrijpen. Het proces van verschillende kennisniveaus is beschreven volgens de taxonomie van Bloom.

Cognitief begrijpen, het vermogen om kennis op te nemen, te verwerken en toe te passen (Bloom's taxonomie):

1. Kennen = in staat om informatie te herkennen en/of reproduceren
2. Begrijpen = In staat om informatie mentaal te (re)organiseren
3. Toepassen = In staat om informatie in praktijk te brengen
4. Analyse = In staat om processen uiteen te zetten in oorzaak en gevolg
5. Evaluatie = In staat zijn de waarde van een idee, toepassing of oplossing te bepalen
6. Creatie = In staat om originele en creatieve verbanden te formuleren

Gevoel:

De informatie opgedaan op cognitief gebied moet gekoppeld worden aan een bestaande persoonlijke visie om zo een onderdeel te worden van de persoonlijke waarden. Het koppelen van nieuwe informatie aan de bestaande persoonlijke visie gaat volgens de taxonomie van Krathwohl.

Affectief begrijpen, het laten leiden door gevoel en emotie (Krathwohl's taxonomie):

1. Ontvangen = Bewust zijn van het bestaan van bepaalde ideeën
2. Reageren = Blijk van erkenning geven aan de ideeën in de vorm van een respons
3. Waarderen = Openlijk bereid zijn de ideeën als waardevol te beschouwen
4. Organiseren = Bereid zijn de ideeën te koppelen aan bestaande persoonlijke ideeën/filosofieën
5. Karakteriseren = Persoon gedraagt zich consequent volgens de zich eigengemaakte ideeën

Gedrag:

Gedrag is een van de moeilijkste onderdelen, maar ook een van de belangrijkste. In deze fase kunnen de veranderingen plaatsvinden en moet het begrijpen van iets in iemands persoonlijke stijl groeien. De verandering op het gedragsmatig begrijpen is beschreven volgens de taxonomie van Harrow.

Gedragsmatig begrijpen (Harrow's taxonomie):

1. Reflex gedrag = Reacties op stimuli zonder bewust leerproces (bijv. spierspanning, lichaamshouding)
2. Basaal gedrag = Combinaties van complexe reflexbewegingen (bijv. lopen, rennen, zit- of schrijfhouding)
3. Bewust gedrag = Stelt de persoon in staat om aanpassingen in bewegingen te maken voor complexere prestaties (bijv. touwtjespringen, bal vangen en teruggooien, typen en schrijven)
4. Fysieke activiteiten = Fysieke prestaties die een mate van kracht, doorzettingsvermogen, precisie, concentratie enz. vergen (bijv. sporten, aantekeningen maken)
5. Vaardig gedrag = Persoon beschikt over een hoge mate van vaardigheid (bijv. sporten op niveau of een effectieve mindmap maken)
6. Fysieke expressie = Persoon beschikt over een persoonlijke stijl

Deze drie taxonomieën hangen vast aan elkaar en zijn alle drie nodig bij het begrijpen van elkaar. Om iets te begrijpen moeten mensen bereid zijn te willen veranderen. Dit hoeft niet meteen een 'extreme makeover' verandering te zijn. De meeste veranderingen merken mensen niet eens op, omdat ze onderdeel zijn van een natuurlijke en onbewuste verandering (Baars, A., 2010).

De beste manier tot effectieve communicatie is het begrijpen van mensen. Mensen willen graag begrepen worden. Gesprekken zijn een verzameling van monologen, maar mensen begrijpen nooit echt wat zich afspeelt in het hoofd van iemand anders.

Daarom moeten mensen eerst iets of iemand begrijpen voordat ze zelf begrepen kunnen worden. Stephen Covey (z.d.) heeft hiervoor vijf verschillende niveaus opgesteld die leiden tot het begrijpen van elkaar, deze niveaus zijn weergegeven in figuur 3.1.4.2.



Figuur 3.1.4.2 Niveaus van elkaar begrijpen

3.2 Diepte-interviews

In de volgende sub paragrafen worden per onderwerp de resultaten weergegeven die voortkomen uit de interviews die gehouden zijn bij de leden van de BVN. Wegens privacy redenen zijn de namen in de resultaten geanonimiseerd.

3.2.1 Lidmaatschap van de Boeren van Nederweert

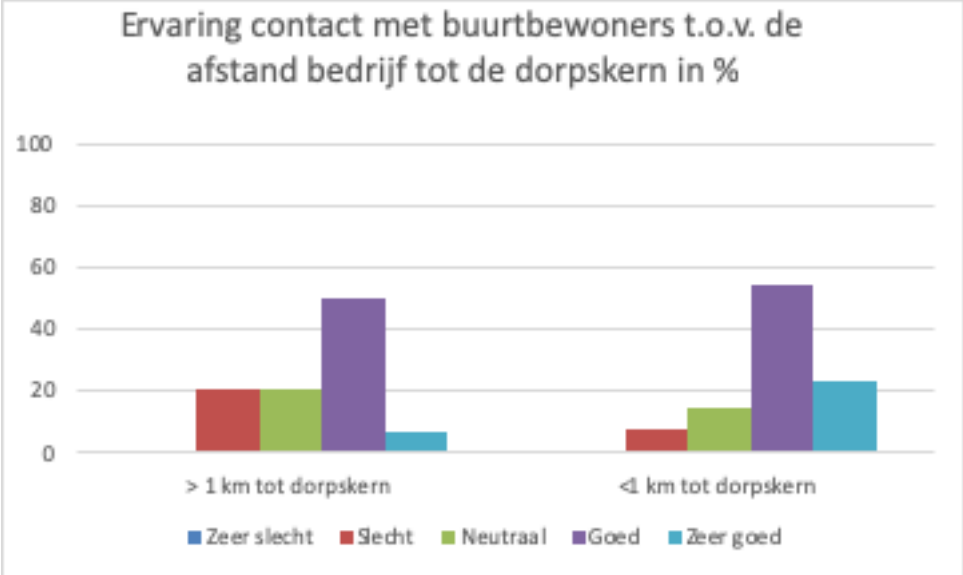
De meerderheid van de leden zijn vanaf de oprichting van de BVN lid geworden. Zes leden hebben zich later aangesloten bij de vereniging. Waarom de boeren lid zijn geworden, is wisselend. Een van de redenen is dat de meeste leden aangeven het contact met de IGW te willen verbeteren. Een andere reden is dat de leden samen sterker staan als vereniging en nu al als gesprekspartner worden gezien door bijvoorbeeld gemeente Nederweert. Het doel van de vereniging wordt door de meeste leden beschreven als: De BVN is een gesprekspartner voor de IGW en laat zien wat op de boerenbedrijven gebeurt, waardoor de IGW meer waardering krijgen voor de BVN.

3.2.2 Contact met buurtbewoners

Kijkend naar de resultaten uit de interviews bij de leden van de BVN geven 14 van de 27 leden aan dat het huidige contact met de buurtbewoners goed is. Het contact met de omwonende rond het bedrijf is goed volgens de leden van de BVN. Naast de positieve reacties zijn er 8 leden die aangeven een neutrale mening te hebben. Er is volgens de BVN beperkt contact met de omwonende, maar het contact dat er is, is goed.

Bij de vraag over hoe de omgeving zou antwoorden op de vraag hoe het buurtcontact is, geeft een ruime meerderheid (19 van de 27 leden) aan dat ze verwachten dat de omgeving hetzelfde positieve antwoord zal geven en dus positief zijn over de agrarische bedrijven en de ondernemers. Opvallend hierin is dat daar tegenover de meerderheid ook aangeeft dat de afstand tussen boer en burger in de gemeente Nederweert vrij groot is.

Om duidelijk te laten zien wat de resultaten zijn op de vraag hoe de leden van de BVN het contact met de buurtbewoners ervaren is in figuur 3.2.2.1 weergegeven hoe de resultaten zijn ten opzichte van de ligging van de bedrijven tot de dorpskern. In het figuur is te zien dat, zoals hierboven vermeld, de meerderheid het contact met de buurtbewoners als ‘goed’ ervaart. Daarnaast valt op dat de bedrijven die verder dan één kilometer van de dorpskern zijn gevestigd relatief minder goede ervaringen hebben met het contact met buurtbewoners dan de bedrijven die binnen een straal van één kilometer zijn gevestigd. Het totaalbeeld is dat de bedrijven die binnen een straal van één kilometer zijn gevestigd. Het totaalbeeld is dat de bedrijven die dicht bij de dorpskern liggen positiever zijn over het contact met de buurtbewoners.



Figuur 3.2.2.1 Ervaring contact met buurtbewoners op afstand tot de dorpskern

3.2.3 Ervaringen uit het verleden met buurtbewoners

Wat op valt is dat er volgens de leden van de BVN nooit grote problemen zijn geweest met buurtbewoners Er zijn wel vaker misverstanden geweest, maar die zijn in samenspraak opgelost. De ervaringen uit het verleden zijn daardoor ook positief. Een voorbeeld van een dergelijk misverstand bij een van de leden van de BVN is overlast bij de burens door een blaffende waakhond die regelmatig aanslaat bij passanten. Deze burens hebben persoonlijk contact opgenomen met de betreffende boer en hebben in samenspraak een oplossing gevonden, waardoor er verder geen ophef of ergernis meer was.

Uit de antwoorden komt regelmatig naar voren dat er in de straat veel burgerwoningen zijn gekomen op de plaats waar eerder agrarische bedrijven gevestigd waren. In de burgerwoningen komen mensen te wonen die vanuit de stad naar het buitengebied van gemeente Nederweert verhuizen. Deze mensen kijken volgens de BVN vaak op een andere en negatievere manier tegen de agrarische sector aan. De verwachting van deze mensen is anders dan de werkelijkheid, waardoor meningsverschillen ontstaan. “Vroeger kende iedereen nog wel een boer en wisten de inwoners wat zich op het boerenbedrijf afspeelden, dat is nu niet meer zo”.

3.2.4 Afstand tussen BVN en IGW nu en in de toekomst

Opvallend aan het resultaat uit deze vraag is dat er maar twee van de geïnterviewde leden aangeven dat de afstand tussen boer en burger als klein wordt ervaren. Dit zijn de enige twee koeienboeren in het ledenbestand van de BVN. Daar tegenover geeft de meerderheid (16 van de 27) aan dat de afstand niet groot, maar ook niet als klein wordt ervaren. Op een schaal van 1 tot en met 5 zou deze groep een 3 geven. De overige groep, negen leden, ervaart een grotere afstand tussen boer en burger.

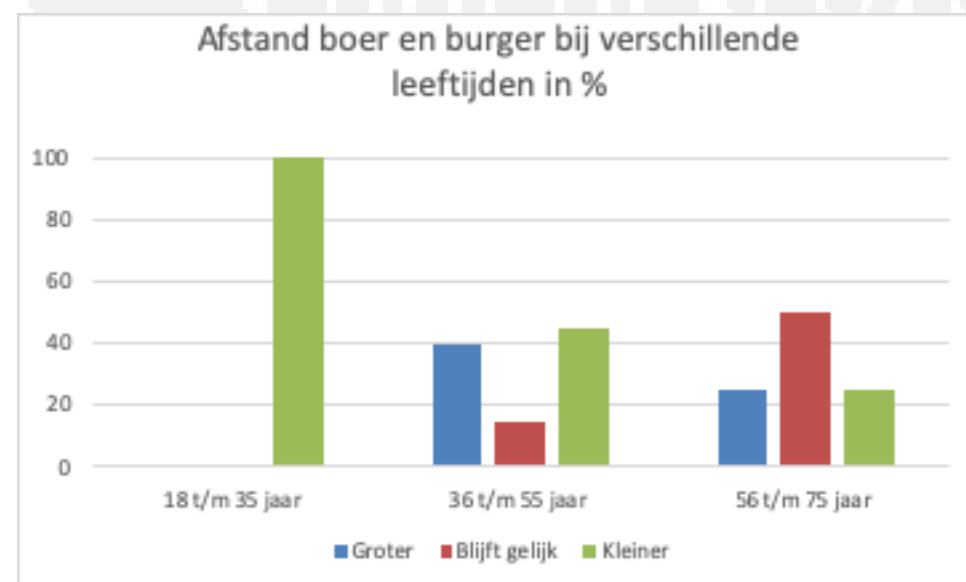
Op de vraag hoe de leden van de BVN de toekomst zien tussen de BVN en IGW wordt verschillend gereageerd. Ongeveer de helft van de BVN geeft aan positief naar de toekomst te kijken. Daarbij wordt benoemd dat het belangrijk is om te blijven doen, wat ze nu ook doen. De BVN wil blijven communiceren met de IGW, anders zal het in de toekomst steeds moeilijker worden om een gesprek te voeren tussen de BVN en IGW. De BVN benoemt transparantie, informeren, in gesprek gaan en een luisterend oor biedt, als dingen om in de toekomst te blijven doen.

Daarnaast zal de meerderheid van de IGW die nu negatief is, ook negatief blijven volgens een aantal leden van BVN. Hierbij wordt aangegeven dat de BVN hier geen energie in wil steken, omdat deze mening waarschijnlijk onveranderd blijft. Je kan beter aandacht geven aan de IGW die positief zijn of geen mening hebben, zo worden of blijven deze IGW positief.

Enkele leden geven aan dat het belangrijk is om scholen bij de boerenbedrijven te betrekken. De kinderen hebben namelijk de toekomst en daarom vinden ze het belangrijk om deze groep goed te informeren en over de boerenbedrijven.

Een kwart van de leden geeft aan dat het contact tussen BVN en IGW moeilijk zal worden. Er zullen steeds minder agrarische bedrijven zijn, waardoor de groep boeren in de minderheid is.

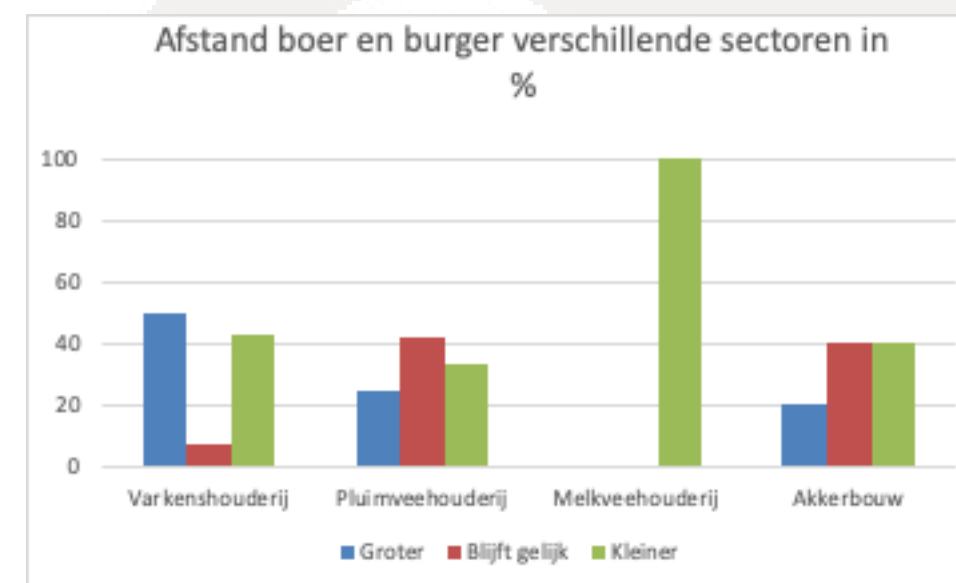
In de figuren 3.2.4.1, 3.2.4.2 en 3.2.4.3 is verwachting van de afstand tussen boer en burger in de toekomst, gezien vanuit de BVN, in beeld gebracht. Hierbij is verschil gemaakt in leeftijd, sector en afstand van het bedrijf tot de dorpskern.



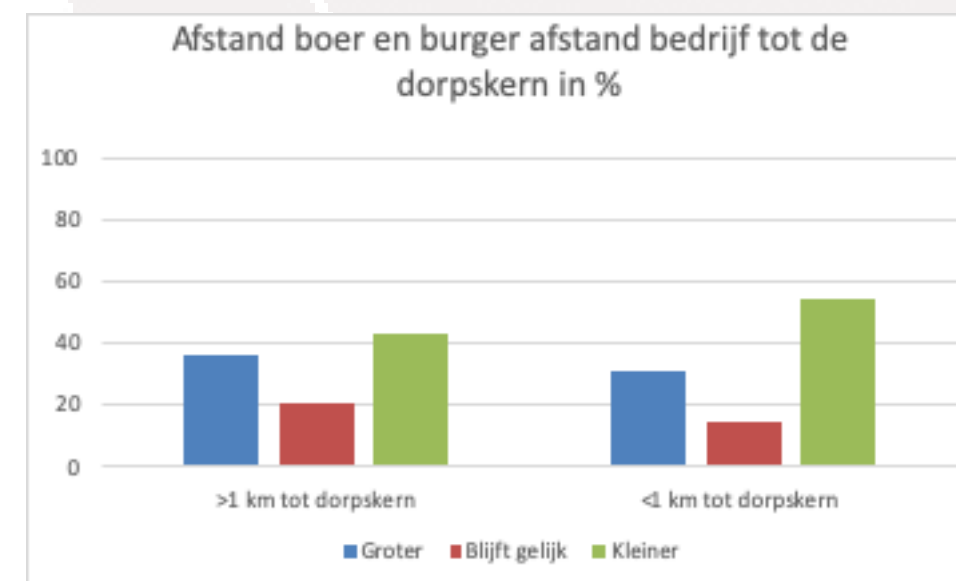
Figuur 3.2.4.1 Afstand boer en burger in de toekomst gekeken naar verschillende leeftijden

In figuur 3.2.4.1 is het toekomstbeeld dat de BVN heeft met betrekking tot de afstand tussen boer burger in de verschillende leeftijdscategorieën weergegeven. De leeftijdsgroep 18 tot en met 35 jaar geeft een resultaat van 100% dat de afstand kleiner zal worden in de toekomst. De mening in de leeftijdsgroep 36 tot en met 55 jaar is erg verdeeld. De ene helft verwacht dat het groter wordt en de andere helft dat het kleiner wordt. De leeftijdsgroep 56 tot en met 75 jaar is net als de middelste groep verdeeld, maar de meerderheid (50%) geeft aan dat verwacht wordt dat de afstand tussen boer en burger gelijk blijft.

In figuur 3.2.4.2 is de afstand tussen boer en burger onderverdeeld in de verschillende sectoren. De sectoren melkveehouderij en akkerbouw zien de toekomst vrij positief. De meerderheid geeft aan niet te verwachten dat de afstand groter zal worden. Kijkend naar de varkenshouderij en pluimveehouderij zijn de meningen verdeeld. In de varkenshouderij worden duidelijk twee kanten gekozen met een kleine meerderheid van ongeveer 10% die verwacht dat de afstand groter zal worden. Binnen de pluimveehouderij is de verdeeldheid over de afstand tussen boer en burger in de toekomst nog sterker aanwezig. De meerderheid (ruim 40%) geeft aan te verwachten dat de afstand gelijk zal blijven in de toekomst.

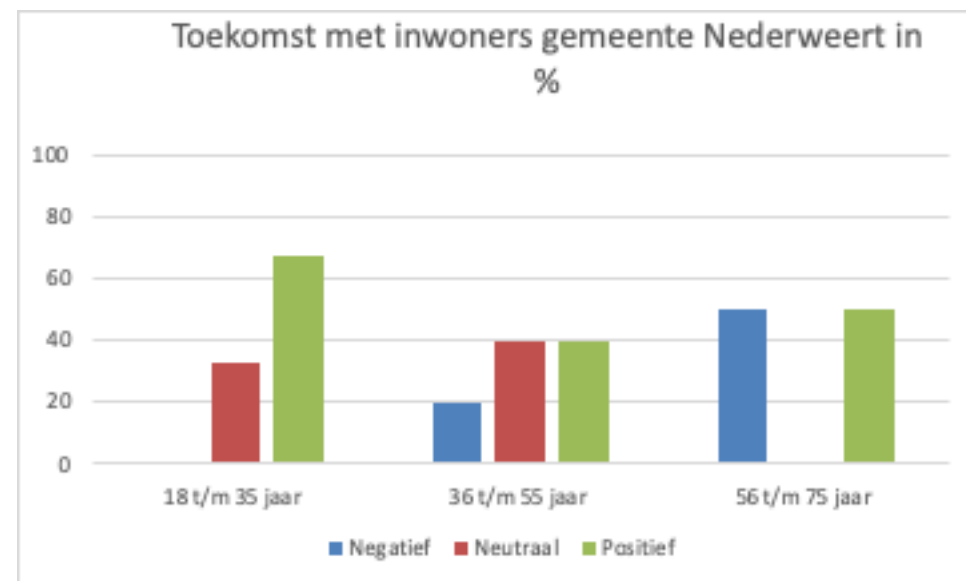


Figuur 3.2.4.2 Afstand boer en burger in de toekomst gekeken naar verschillende sectoren



Figuur 3.2.4.3 Afstand boer en burger in de toekomst gekeken naar de afstand bedrijf tot de dorpskern

In figuur 3.2.4.3 is de afstand tussen boer en burger vergeleken met de afstand van de ligging van de bedrijven tot de dorpskern. Hierbij is gekeken naar een afstand kleiner dan één kilometer tot de dorpskern en groter dan één kilometer tot de dorpskern. Opvallend is dat er weinig verschil zit in de twee categorieën. De antwoorden van de bedrijven die binnen een straal van één kilometer tot de dorpskern liggen geven een hoger percentage dat aangeeft te verwachten dat de afstand tussen boer en burger kleiner wordt. Bij de categorie groter dan één kilometer geeft een groter deel van de groep aan dat de afstand groter wordt ten opzichte van de groep binnen één kilometer tot de dorpskern.



Figuur 3.2.4.4 Toekomstbeeld met de inwoners uit gemeente Nederweert gekeken naar de leeftijd van de BVN

In bovenstaand figuur 3.2.4.4 is het beeld dat de leden van BVN over de toekomst met de IGW hebben weergegeven in de verschillende leeftijdscategorieën. Hierin komt naar voren dat de leeftijdscategorie 18 tot en met 35 jaar de toekomst met de IGW positief ziet. De leeftijdscategorie 36 tot en met 55 jaar is verdeeld, 20% is negatief, 40% is neutraal en 40% ziet de toekomst positief in. De laatste categorie, 56 tot en met 75 jaar, is gelijk verdeeld in positief en negatief. Opvallend is het verschil tussen de jongste en oudste categorie. De jeugd is positief gestemd richting de toekomst, maar de ouderen hebben nog wel hun twijfels en kijken negatiever naar de toekomst met de IGW.

3.2.5 Bereidheid tot medewerking en ondersteuning bij activiteiten

Uit de resultaten komt naar voren dat alle leden bereid zijn om een bijdrage te leveren aan de acties of activiteiten die worden opgezet door het bestuur van de BVN. Bij de vraag of ze bereid zijn om daarnaast ook het eigen bedrijf open stellen voor een activiteit of evenement staan alle leden hiervoor open. De meerderheid (17 bedrijven) geeft aan zich een paar keer per jaar in te willen zetten en actief te willen ondersteunen bij een activiteit of evenement. Het bestuur, bestaande uit vijf leden geven aan dat ze bereid zijn actief en met regelmaat bezig te zijn met het bedenken, organiseren en uitvoeren van de activiteiten en evenementen. Vier van de leden hebben duidelijk aangegeven wel bereid te zijn om te ondersteunen bij een activiteit of evenement en daarbij het eigen bedrijf open te stellen, maar wel in beperkte maten en in afwisseling met andere bedrijven.

Voor vrijwel alle leden zijn enkele voorwaarden waaraan een evenement of activiteit moet voldoen belangrijk. Zo moeten de hygiëne- en veiligheidsprocedures ten alle tijden gevolgd kunnen worden. Daarnaast geeft een ruime meerderheid (19 leden) aan graag persoonlijk contact te kunnen hebben met de bezoekers. Het aantal personen dat tegelijk op een bedrijf aanwezig is voor een bezoek zal daardoor beperkt moeten blijven tot 10 personen.

3.2.6 Activiteiten

Alle leden stellen hun bedrijf open voor de Boeren van Nederweert dag, een open dag, die één keer per jaar plaatsvindt. Op de meeste bedrijven is deze dag niet drukbezocht. Daarnaast komen volgens de leden alleen de mensen langs die al positief zijn over de agrarische sector of mensen die al genoeg weten over de agrarische sector. Alle leden hebben een bord aan de weg staan met het logo van de BVN en de eigen naam en het soort bedrijf. Dit werkt volgens de leden als herkenningspunt. De leden van de BVN geven aan dat er wel eens mensen langskomen, deze mensen stoppen dan en zoeken op de mobiel op waar het bord en de naam voor staan.

Ook staat de BVN elk jaar op de braderie in Nederweert. Hier wordt een eigen plekje ingericht en staan de leden de mensen te woord. De BVN geeft aan dat de mensen positief reageren als ze voorbij komen of een praatje maken. De mensen die geen interesse hebben, lopen ook meteen door.

De helft van de BVN geeft aan dat ze de buurt hebben uitgenodigd, bijvoorbeeld voorafgaand aan een vergunningsaanvraag. Hiermee willen ze de buurt bij het bedrijf of een vergunningsaanvraag betrekken en onnodige misverstanden wegnemen.

Een aantal leden geven aan de volgende activiteiten te doen buiten de BVN:

- Scholen op bezoek laten komen
- Bedrijven uitnodigen
- Producten aan huis verkopen
- Bijeenkomsten van het buitengebied bijwonen

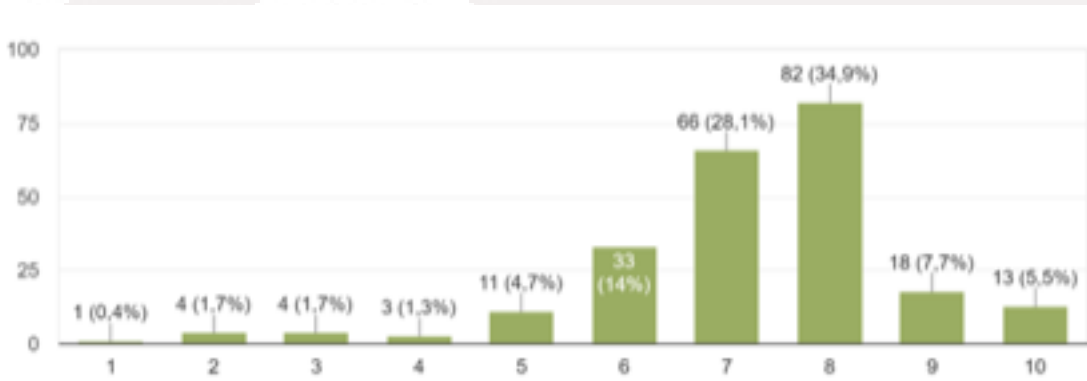
3.3 Enquête

Om het beeld dat de IGNW hebben over verschillende aspecten in kaart te brengen is een enquête afgenomen onder de IGNW. De resultaten van de 250 reacties op deze enquête zijn met het programma SPSS geanalyseerd. In de analyse zijn de resultaten getoetst met leeftijd, woonachtig binnen of buiten de bebouwde kom en arbeidssector. De antwoorden die voortkomen uit de enquête en de analyse zijn in dit hoofdstuk beschreven.

3.3.1 Enquête resultaten

Cijfer agrarische sector

De resultaten uit de enquête over de vraag welk cijfer de IGNW geven aan de agrarische sector in de gemeente Nederweert (enquête vraag 14) zijn weergegeven in figuur 3.3.1.1 De IGNW geven een gemiddeld cijfer van 7,22 aan de agrarische sector in gemeente Nederweert.



Figuur 3.3.1.1 vraag 14: wat voor cijfer geeft u de agrarische sector van gemeente Nederweert?

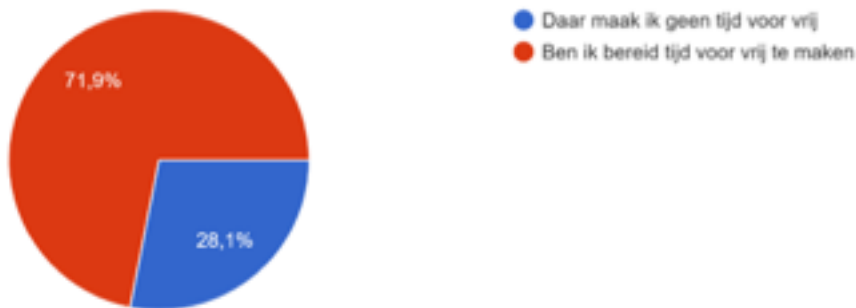
De vraag over het cijfer dat de IGNW geven aan de agrarische sector in de gemeente Nederweert is getoetst door de splitsing te maken tussen respondenten die binnen en buiten de bebouwde kom wonen. De inwoners binnen de bebouwde kom geven een gemiddeld cijfer van 7,17. De inwoners buiten de bebouwde kom geven een gemiddeld cijfer van 7,21. In de toetsing komt geen significant verschil naar voren. Er kan dus gezegd worden dat het wonen binnen of buiten de bebouwde kom geen invloed heeft op het cijfer dat de IGNW geven aan de agrarische sector in Nederweert.

Bereidheid IGNW...

Om in kaart te brengen waartoe de IGNW bereid zijn bij een agrarische activiteit of een evenement zijn de volgende vergelijkingen getoetst waarbij onderscheid is gemaakt in de verschillende leeftijdscategorieën, woonachtig binnen of buiten de bebouwde kom en de arbeidssector:

...Bereidheid om tijd vrij te maken

In figuur 3.3.1.2 is het resultaat uit de enquête weergegeven. Hierin is duidelijk te zien dat een ruime meerderheid van de respondenten (71,9%) bereid is tijd vrij te maken voor een agrarische activiteit.



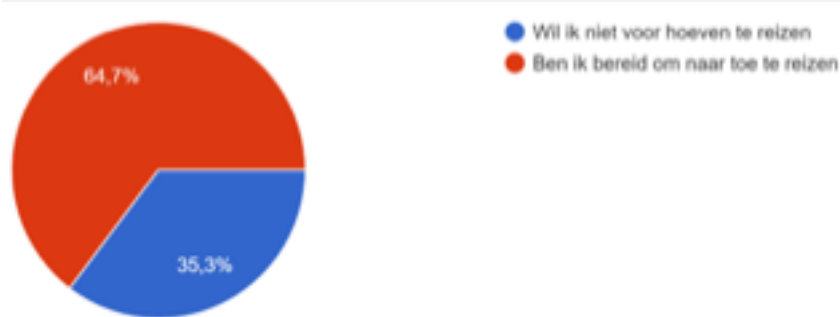
ij

De kans dat de IGNW die woonachtig zijn buiten de bebouwde kom bereid zijn om tijd vrij te maken voor een agrarische activiteit is kleiner dan bij de inwoners die woonachtig zijn binnen de bebouwde kom.

Daartegenover staat dat de IGNW die werkzaam zijn in de sector landbouw, natuur en milieu of onderwijs, cultuur en wetenschap eerder bereid zijn tijd vrij te maken voor een agrarische activiteit ten opzichte van de andere arbeidssectoren.

...Bereidheid om te reizen

In figuur 3.3.1.3 is het resultaat uit de enquête weergegeven. In de grafiek is te zien dat de meerderheid met 64,7% bereid is om te reizen voor een activiteit.

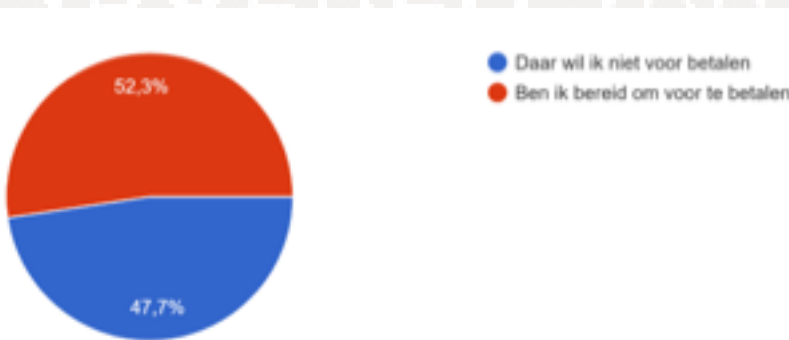


Figuur 3.3.1.3 Vraag 12b: Voor een activiteit op de boerderij... wil ik wel/niet hoeven reizen

Er zit geen significant verschil in de bereidheid om te reizen voor een activiteit in de verschillende vergelijkingen met leeftijd, woonachtig binnen of buiten de bebouwde kom en arbeidssector. Deze factoren hebben dus geen invloed op de bereidheid tot reizen voor een agrarische activiteit.

...Bereidheid om te betalen

In figuur 3.3.1.4 is het resultaat uit de enquête weergegeven. In de grafiek is te zien dat een kleine meerderheid met 52,3% bereid is om te betalen voor een activiteit.

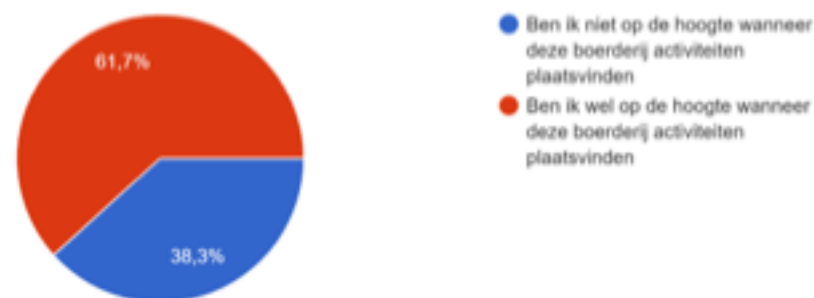


Figuur 3.3.1.4 Vraag 12c: Voor een activiteit op de boerderij... wil ik wel/niet betalen

Er zit geen significant verschil in de bereidheid om te betalen voor een activiteit in de verschillende vergelijkingen met leeftijd, woonachtig binnen of buiten de bebouwde kom en arbeidssector. Deze factoren hebben dus geen invloed op de bereidheid tot betalen voor een agrarische activiteit.

...Op de hoogte van een activiteit

In figuur 3.3.1.5 is het resultaat uit de enquête weergegeven. In de grafiek is te zien dat de meerderheid met 61,7% op de hoogte is wanneer een agrarische activiteit plaatsvindt.

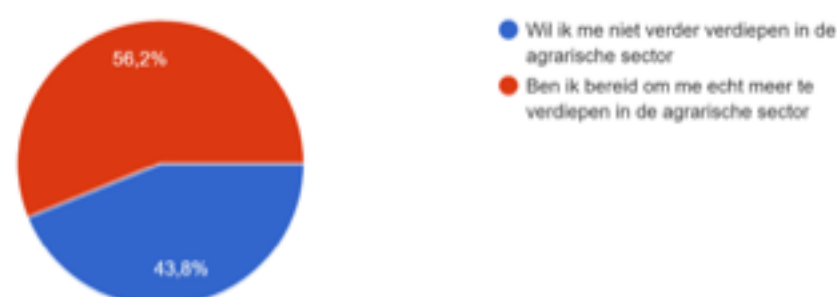


Figuur 3.3.1.5 Vraag 12d: Voor een activiteit op de boerderij... ben ik wel/niet op de hoogte wanneer het plaatsvindt

Voor de leeftijdscategorie 36 tot en met 55 jaar, de arbeidssector techniek en productie en de arbeidssector gepensioneerd is de kans groter dat de respondent op de hoogte is wanneer een agrarische activiteit plaatsvindt ten opzicht van respondenten in anderen leeftijdsgroepen en arbeidssectoren.

...Bereidheid om verder te verdiepen

In figuur 3.3.1.6 is het resultaat uit de enquête weergegeven. In de grafiek is te zien dat een kleine meerderheid met 56,2% bereid is zich beter te verdiepen in de agrarische sector, mocht dit nodig zijn voor een agrarische activiteit.

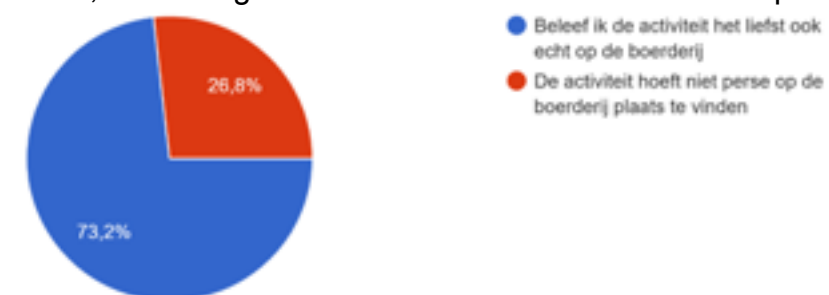


Figuur 3.3.1.6 Vraag 12e: Voor een activiteit op de boerderij... wil ik me wel/niet verder verdiepen in de agrarische sector

De kans dat respondenten uit de arbeidssector landbouw, natuur en milieu en de arbeidssector gepensioneerd zich willen verdiepen in de agrarische sector voor een agrarische activiteit is groter ten opzichte van de andere respondenten. De vergelijkingen met leeftijd, woonachtig binnen of buiten de bebouwde kom en de overige arbeidssectoren zijn niet significant en hebben daardoor geen invloed op de bereidheid tot het verdiepen in een agrarische sector voor een activiteit op de boerderij.

...Beleving activiteit op de boerderij

In figuur 3.3.1.7 is het resultaat uit de enquête weergegeven. In de grafiek is te zien dat een ruime meerderheid met 73,2% een agrarische activiteit het liefst ook echt op de boerderij beleeft.

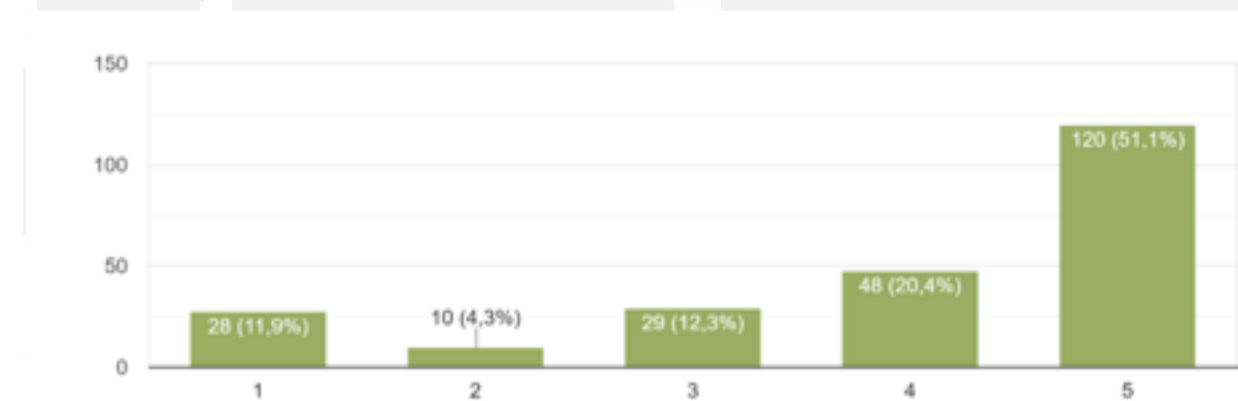


Figuur 3.3.1.7 Vraag 12f: Voor een activiteit op de boerderij... wil ik de activiteit wel/niet op de boerderij beleven

De kans dat respondenten de agrarische activiteit ook daadwerkelijk op een agrarisch bedrijf willen beleven is groter in de leeftijdscategorieën 18 tot en met 35 jaar en 36 tot en met 55 jaar. De overige vergelijkingen geven geen significant verschil en hebben daardoor geen invloed op het wel of niet willen beleven van een agrarische activiteit op de boerderij.

...Bereidheid noteren persoonlijke gegevens

In figuur 3.3.1.8 is het resultaat uit de enquête weergegeven. In de grafiek is te zien dat een ruime meerderheid met 71,5% (cijfer 4 en 5) positief reageert en bereid is om naam en adresgegevens te noteren bij het bezoeken van een agrarisch bedrijf.



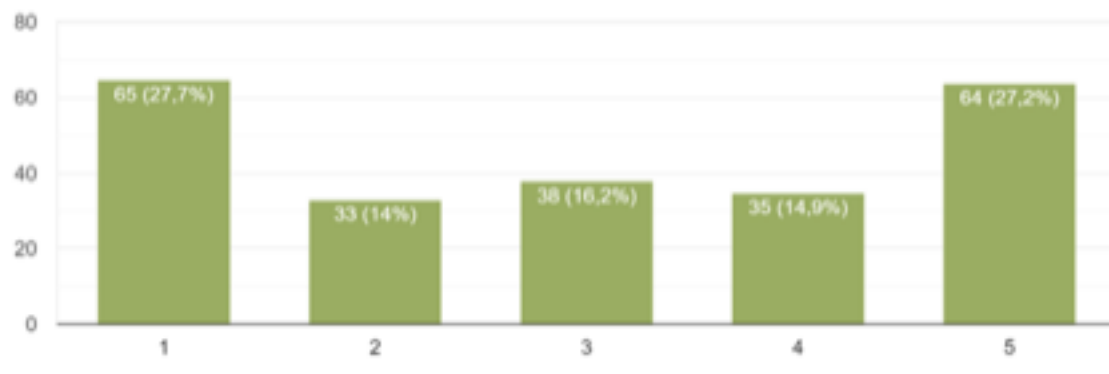
Figuur 3.3.1.8 Vraag 13a: Voor het bezoeken van dieren in een stal zou ik bereid zijn om... mijn naam en adresgegevens te noteren

In de toetsing met leeftijd, woonachtig binnen of buiten de bebouwde kom en arbeidssector kom tnaar voren dat er geen significante verschillen zijn. Deze factoren hebben geen invloed op de bereidheid tot het noteren van naam en adres gegevens bij het bezoeken van een agrarisch bedrijf.

...Bereidheid te douchen voorafgaand aan bezoek agrarisch bedrijf

Naast het noteren van de gegevens wordt er op veel bedrijven ook de eis gesteld dat voorafgaand aan het bezoek op het bedrijf gedouched moet worden in verband met de veiligheid en hygiëne wetgeving.

In figuur 3.3.1.9 is het resultaat uit de enquête weergegeven. In de grafiek is te zien dat de bereidheid om te douchen erg verdeeld is. De respondenten die niet bereid zijn te douchen (cijfer 1 en 2) staan met 41,7% bijna gelijk met de respondenten die wel bereid zijn te douchen (cijfer 4 en 5) met 42,1%.

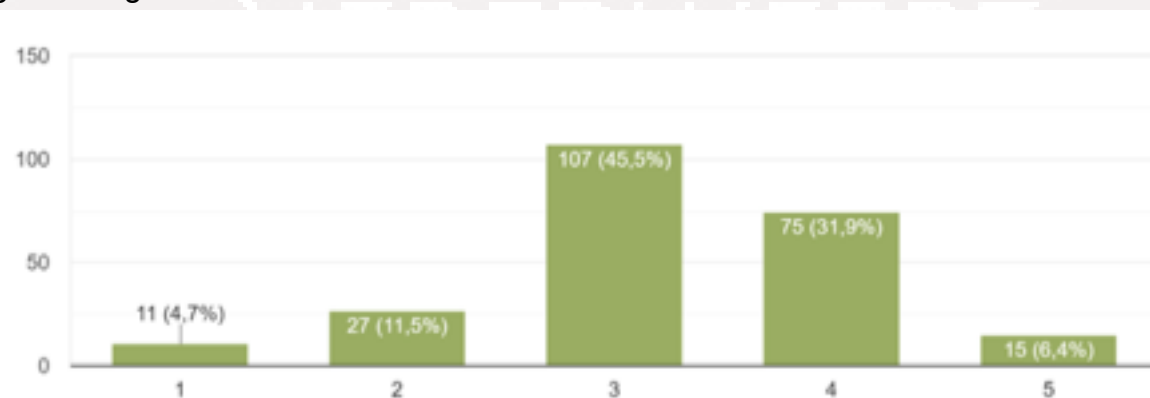


Figuur 3.3.1.9 Vraag 13b: Voor het bezoeken van dieren in een stal zou ik bereid zijn om... mij vooraf op het bedrijf te douchen

Uit de toetsing met de leeftijdscategorieën, woonachtig binnen of buiten de bebouwde kom en arbeidssector komt naar voren dat de respondenten in de leeftijdscategorie 18 tot en met 35 jaar, 36 tot en met 55 jaar en de arbeidssector landbouw, natuur en milieu de kans groter is dat de respondenten bereid zijn om te douchen voorafgaand aan een bezoek bij een agrarisch bedrijf ten opzichte van de andere respondenten

Afstand boer en burger

Om een beeld te vormen hoe de IGNW de afstand ervaren tussen boer en burger in de gemeente Nederweert is de vraag 'Hoe ervaart u de afstand tussen boer en burger op dit moment?' gesteld in de enquête. De resultaten hiervan zijn weergegeven in figuur 3.3.1.10. Hierin is te zien dat de meerderheid met 45,5% niet positief en niet negatief is (cijfer 3) over de afstand tussen boer en burger in de gemeente Nederweert.



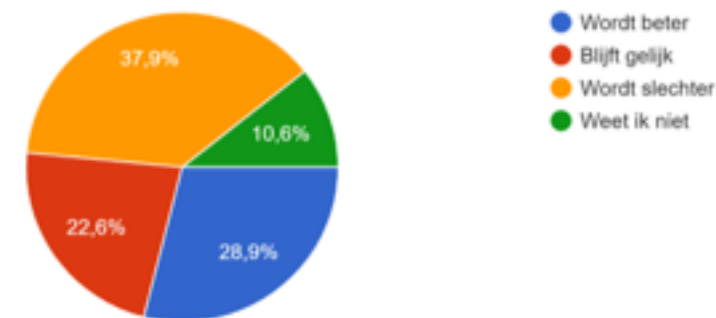
Figuur 3.3.1.10 Vraag 8: Hoe ervaart u de afstand tussen boer en burger op dit moment?

De resultaten zijn getoets met de verschillende leeftijdscategoriën, woonachtig binnen of buiten de bebouwde kom en arbeidssector. Hieruit komt het volgende resultaat:

De kans dat de respondenten in de arbeidssector landbouw, natuur en milieu van mening zijn dat de afstand groot is, is groter ten opzichte van de andere arbeidssectoren. De overige vergelijkingen zijn niet significant en hebben dus geen invloed op de mening van de respondenten.

Afstand boer en burger in de toekomst

Naast het huidige beeld is het voornaam te weten wat invloed heeft op het beeld van de inwoners kijkend naar de afstand tussen boer en burger in de toekomst. Het resultaat p de vraag 'Hoe denk u over de verbinding tussen boer en burger in de toekomst?' is weergegeven in figuur 3.3.1.11. Hierin is te zien dat de grootste groep met 37,9% van mening is dat de verbinding tussen boer en burger in de toekomst slechter wordt. Opvallend is dat de op één na grootste groep met 28,9% verwacht dat de verbinding in de toekomst beter wordt.



Figuur 3.3.1.11 Vraag 9: Hoe denkt u over de verbinding tussen boer en burger in de toekomst?

De uitgevoerde toetsingen (leeftijdscategorie, woonachtig binnen of buiten de bebouwde kom en arbeidssector) op deze vraag geven de volgende resultaten:

De kans dat de respondenten in de arbeidssector onderwijs, cultuur en wetenschap van mening zijn dat de afstand tussen boer en burger beter wordt in de toekomst is groter t.o.v. de andere groepen respondenten. De andere vergelijkingen zijn niet significant en hebben geen invloed op het toekomstbeeld van de IGNW over de afstand tussen boer en burger in gemeente Nederweert.

Invloed van overlast op cijfer agrarische sector

Overlast is een vaak genoemd probleem in de agrarische sector. Uit de enquête komt naar voren dat 77,9% van de respondenten géén overlast ervaart. De respondenten die wel overlast ervaren hebben te maken met stankoverlast, geluidsoverlast, een verslechterd uitzicht en gezondheidsproblemen. De overige respondenten hebben het antwoord 'anders, namelijk...' gegeven.

Om te weten of en welke vorm van overlast invloed heeft op het cijfer dat de respondenten geven aan de agrarische sector van gemeente Nederweert, is de vergelijking van de hoogte van het cijfer en de vraag of en welke overlast ze ervaren getoetst. Het resultaat is als volgt:

- De respondenten die stankoverlast ervaren geven gemiddeld een 4,1 als cijfer. Het is significant aangetoond dat de respondenten die stankoverlast ervaren 1,8 punt lager geven als cijfer ten opzichte van de respondenten die géén overlast ervaren.
- De respondenten die gezondheidsproblemen ervaren geven gemiddeld een 3,5 als cijfer. Het is significant aangetoond dat de respondenten die gezondheidsproblemen ervaren 3,1 punt lager geven als cijfer ten opzichte van de respondenten die geen gezondheidsproblemen ervaren.

De respondenten die gekozen hebben voor het antwoord 'anders, namelijk...' geven gemiddeld een 5,7 als cijfer. Het is significant aangetoond dat de respondenten die voor dit antwoord gekozen hebben 1,3 punt hoger geven als cijfer ten opzichte van de respondenten die niet voor het antwoord 'anders, namelijk..' hebben gekozen.

3.4 Focusgroep

De resultaten van de focusgroep, gehouden op 4 juni 2019, zijn een aanvulling op de enquêteresultaten. In de onderstaande paragrafen worden deze resultaten weergegeven. Wegens privacy redenen zijn de namen van de deelnemers geanonimiseerd.

3.4.1 Gedachten bij 'Boeren van Nederweert'

Allereerst is aan de deelnemers van de focusgroep gevraagd welke associaties er zijn met 'Boeren van Nederweert'. Hierbij gaat het om associaties met de vereniging BVN en niet om alle boeren in de gemeente Nederweert. De associaties die benoemd zijn, zijn te zien in de mindmap in figuur 3.4.1.1



Over bovenstaande associaties werden door de deelnemers enkele opmerkingen gemaakt:

- Open dagen: Mevrouw B. geeft aan zelf nooit een open dag bij de BVN te hebben bezocht, maar het wel erg te waarderen dat de bedrijven opengesteld worden. Meneer J. geeft aan het goed te vinden dat de BVN open dagen organiseert en bezoekt dan ook elk jaar een van de bedrijven. Elke keer weer staat deze deelnemer er van versteld hoe een bedrijf in elkaar zit.
- Geen biologische bedrijven: Mevrouw B. vindt het opvallend dat in de gemeente Nederweert weinig tot geen biologische bedrijven te vinden zijn. Er zijn veel jonge boeren waarvan je verwacht dat ze willen innoveren, bijvoorbeeld door dieren te houden op een biologische manier.

3.4.2 Ervaringen uit het verleden met de BVN

De agrarische sector van vroeger tot nu

Over het algemeen gezien is het contact met agrarische ondernemers in vergelijking tot 30 jaar geleden sterk veranderd. Vroeger waren er veel meer en kleinere agrarische bedrijven volgens de IGNW. Deze bedrijven hadden een gemengde samenstelling van de werkzaamheden en soorten dieren die er gehouden werden. Tegenwoordig zijn er minder bedrijven en daardoor zijn de bedrijven die er nog zijn in aantallen sterk gegroeid. De bedrijven hebben geen gemengde samenstelling meer, maar zijn vaak gericht en gespecialiseerd in één specifieke agrarische tak.

Vroeger waren de bedrijven volgens de IGNW erg toegankelijk en konden de IGNW gemakkelijk bij een boer binnen lopen om een praatje te maken of in de stal te kijken. Tegenwoordig zijn, onder andere vanwege ziektes, de regels erg aangescherpt en kunnen IGNW niet meer gemakkelijk in de stallen komen kijken.

Vroeger waren de boeren altijd aan het werk en altijd bezig met het zorgen voor het vee, de akkerbouw et cetera. Tegenwoordig zijn veel processen in een agrarisch bedrijf geautomatiseerd en wordt er, door de grootte van de bedrijven, sneller personeel aangenomen. Daarnaast werkte vroeger een familie meestal gezamenlijk in het boerenbedrijf, tegenwoordig werkt bijvoorbeeld de vrouw buitenshuis. Dit zorgt er onder andere voor dat een boer meer vrije tijd heeft en makkelijker naar activiteiten in het dorp kan gaan, waardoor de IGNW sneller met agrarische ondernemers en hun families in contact komen.

Contact met de BVN

Mevrouw B. woont nu bijna vier jaar in het buitengebied tussen de BVN in. Het contact met de BVN is erg gesloten. Als mevrouw B. contact wil, zal dit zelf door de IGNW opgezocht moeten worden. De BVN zoeken zelf geen contact op. Van een buurman weet mevrouw B. niet eens wie het is. Boeren zijn niet bewust bezig met de omwonende. Dit is wellicht een onderdeel in de afstand tussen boer en inwoner.

Meneer G. geeft aan dat hij en mevrouw M. veel contact hebben met een boer in de omgeving, ook een lid van de BVN. Dit is onder andere omdat meneer G. en mevrouw M. zelf geïnteresseerd zijn en het contact opzoeken.

Als de IGNW zelf interesse tonen, wordt gemerkt dat de leden van de BVN dit waarderen en stellen de leden zich daardoor makkelijker open.

Ervaringen met de BVN zijn vaak positief, omdat IGNW weten dat de BVN hard moeten werken en dit met passie voor de dieren doet. Boeren in het algemeen worden vaak negatief aangekeken, dat er niet goed voor de dieren gezorgd zou worden. Volgens meneer R. is het voor de boeren zelf ongunstig als het bedrijf er niet verzorgd bij ligt of als de dieren niet gezond zijn. Als dit zo is hebben de boeren hier zelf niks aan en gaat bijvoorbeeld de prijs die verdiend wordt ook omlaag.

3.4.3 Manieren van communiceren door de BVN en de invloed op het beeld bij de IGNW

De BVN schrijft veel artikelen over de bedrijven van de leden. De artikelen worden daarna in het dorpskrantje en via nieuwssite Nederweert24 gepubliceerd. Het is leuk om te weten wie de leden van de BVN zijn en waar de leden mee bezig zijn, maar het schrijven van een artikel in de krant is volgens

mevrouw B. niet de goede manier om een relatie op te bouwen. "Om een relatie op te bouwen moet je elkaar in de ogen aan kunnen kijken. Zo krijg je er een gevoel bij en bouw je samen iets op. De krant geeft kennis, maar dan weet je verder nog niks van elkaar".

Voor de IGNW is het lastig om de vereniging BVN aan te spreken wanneer diegene de BVN niet persoonlijk kent, het is dan vaak onduidelijk wie het aanspreekpunt is. Er rijden veel tractoren langs en elke keer is het weer iemand anders die op de tractor rijdt. Dit maakt het lastig om te weten met wie je kennis moet maken of bij wie je je moet melden als er overlast is.

Bij het contact met de BVN merken de IGNW dat er veel verschil zit in of een boer zelf bij zijn bedrijf woont of niet. Hierbij is een verschil te merken in netheid van het bedrijf en de betrokkenheid in de buurt.

Meneer J. woont tegenwoordig nog steeds in dezelfde straat als vroeger. Vroeger waren er veel kleine agrarische bedrijven gevestigd. Nu zitten er nog maar een paar agrarische bedrijven en deze zijn veranderd in grote bedrijven. Meneer J. merkt dat ondanks dat de bedrijven gegroeid zijn, de ondernemers nog steeds goed te bereiken zijn.

Nederweert komt vaak slecht in het nieuws naar voren door grote hoeveelheden uitstoot van fijnstof en de grootte van de agrarische sector in gemeente Nederweert. Volgens meneer G. proberen veel boeren hier wel iets aan te doen, maar ze blijven altijd iets 'slechts' uitstoten en dat wordt door de meeste IGNW als iets negatiefs gezien.

Mevrouw B. vertelt dat bij haar thuis de agrarische sector in gemeente Nederweert wordt vergeleken met zware industrie wat betreft de hoge concentraties van uitstoot van stoffen.

In de krant, op tv en via andere manieren in de media horen de IGNW veel over de agrarische sector. Door de media en wat de IGNW van elkaar horen, wordt het beeld bepaald, maar de interpretatie is bij iedereen anders.

3.4.4 De toekomst samen met BVN

Het beleid van de gemeente Nederweert is de laatste jaren zo geweest dat boeren konden en mochten uitbreiden, terwijl er steeds meer burgerwoningen tussen de boeren in het buitengebied kwamen. De gemeente had de nieuwe IGNW die tussen de boeren willen gaan wonen beter moeten informeren over het wonen in het buitengebied tussen de boeren. Hierbij ligt een belangrijke taak voor de gemeente om nieuwe IGNW voor ze in het buitengebied willen gaan wonen goed te informeren over de agrarische sector en hoe deze is ontwikkeld in gemeente Nederweert.

Er zou meer dialoog moeten zijn tussen de BVN en IGNW, waarbij er sprake is van tweerichtingsverkeer. Als een IGNW in gesprek gaan met een van de leden van de BVN, merken de IGNW dat de leden van de BVN wel graag hun verhalen vertellen, maar vaak niet geïnteresseerd zijn in het verhaal van de IGNW. “Door ervoor te zorgen dat er tweerichtingsverkeer ontstaat, krijgen beide partijen het gevoel dat iemand oprecht naar je luistert en kunnen ze elkaar beter begrijpen”.

Meneer G. geeft aan dat, in tegenstelling tot de buurman van mevrouw B., haar buurman, een lid van de BVN, heel open is en altijd open staat voor een praatje. Er zit veel verschil in de mensen, de een is zo en de ander niet. Hier moet volgens mevrouw M. ook rekening mee gehouden worden.

Voor de IGNW is het belangrijk dat de BVN zelf het initiatief neemt om de IGNW uit te nodigen. Als je als IGNW uitgenodigd wordt, krijg je het gevoel dat je belangrijk genoeg bent om uitgenodigd te worden en zal je sneller deelnemen aan een activiteit. De BVN moeten tijd investeren in de dialoog.

Voor de toekomst is openheid over de agrarische sector richting de IGNW erg belangrijk. Als de IGNW uit de krant moeten lezen dat de buurman, een boer, iets gaat uitbreiden of veranderen, voelt het alsof dit achter hun rug om wordt gedaan. Hierdoor krijgt de BVN de IGNW sneller tegen zich. Als de IGNW persoonlijk uitgenodigd worden om de plannen aan te horen, voelen de IGNW zich sneller en meer betrokken.

Er is steeds minder jeugd die agrarisch ondernemer willen worden. Dit zal ervoor zorgen dat de agrarische sector gaat veranderen in de toekomst.

3.4.5 In hoeverre en op welke manier staan de IGNW ervoor open om de BVN beter te begrijpen?

Het is belangrijk om vanuit beide kanten te communiceren en goed naar elkaar te luisteren. Er wordt aangegeven dat het wellicht een goed idee is dat de IGNW die het gesprek aangaan met de BVN eerst voorgelicht worden of eerst bij de boerenbedrijven langs moeten gaan. Zo kunnen de IGNW met eigen ogen zien wat er gebeurt en er zelf een mening over vormen.

Bij een gesprek tussen BVN en IGNW komen twee kanten recht tegenover elkaar te staan. Daarom lijkt het de IGNW verstandig om het gesprek te laten leiden door een onafhankelijke gespreksleider, deze kan ervoor zorgen dat er op een respectvolle manier met elkaar gepraat wordt.

In een klein dorp is de drempel hoger om met elkaar in gesprek te gaan, omdat wanneer je iets verkeerd zegt of iets komt op een andere manier over dan bedoeld, dan gaat dit heel snel rond onder de mensen. Tijdens een gesprek moeten de deelnemers op een respectvolle manier met elkaar omgaan en moet iedereen van elkaar erop aan kunnen dat het niet doorverteld wordt in het dorp.

Voor de IGNW is het belangrijk om te weten wat de BVN wil bereiken door boeren en inwoners elkaar te laten begrijpen. Is dit omdat de BVN hier gebruik van kunnen maken, bijvoorbeeld, zodat een vergunning aanvraag makkelijker gaat en de bedrijven hierdoor nog groter kunnen worden? Of willen de BVN elkaar beter begrijpen om het contact en het bedrijf wat er nu staat te verbeteren?

Voor sommige IGNW is de vereniging BVN wel bekend, maar is niet precies duidelijk wat de vereniging allemaal doet. De BVN wordt gezien als een groep ‘boeren’, maar hier kan volgens de IGNW nog meer uitgehaald worden.

- Er wordt nu veel gecommuniceerd, maar deze communicatie is indirect. De IGNW zouden graag de dialoog aangaan met de BVN om elkaar beter te gaan begrijpen.
- De verhalen over de bedrijven worden ervaren als statisch. IGNW willen graag lezen over wat de bedrijven nu echt doen, bijvoorbeeld de goedkeuring krijgen en het plaatsen van een nieuwe luchtwasser.
- Een soort gedragscode/reglement opstellen waar de BVN zich als vereniging gezamenlijk aan houden.
- Gezamenlijk de problemen waar de leden van de BVN tegenaan lopen inventariseren en een oplossing hiervoor bedenken.

4. Analyse

BOEREN VAN
NEDERWEERT

Vanuit de resultaten is de volgende analyse tot stand gekomen:

Een belangrijk aspect van elkaar kunnen begrijpen, is dat verhaal van een ander centraal staat, interesse wordt getoond in de ander en het gevoel van eigenwaarde aan de kant wordt gezet. De IGNW geven in de focusgroep aan dat het nu vaak eenrichtingsverkeer is en dat het verhaal van de IGNW niet gehoord wordt door de BVN. Dit staat in verband met het weigeren zich in te leven in iemands gedrag, omdat ze denken dat ze het eens moeten zijn met de andere partij. Begrijpen is een vorm van veranderen.

Uit literatuuronderzoek blijkt dat mensen die geen affiniteit hebben met de agrarische sector, via de media aan informatie over de sector komen. In de focusgroep bevestigen de IGNW dat ze in de krant, op tv en via andere manieren in de media informatie over de agrarische sector verkrijgen. Door de media en wat de IGNW van elkaar horen, wordt het beeld bepaald, maar de interpretatie is bij iedereen anders. Van de agrarische sector komt vaak alleen negatief nieuws in de media. Dit omdat de berichtgeving over een issue gaat en vaak negatief is, anders is het geen nieuws. Hierdoor bereiken negatieve nieuwsberichten de mensen die geen affiniteit hebben met de agrarische sector.

De BVN geven aan dat de vereniging is opgericht om het contact met de IGNW te verbeteren, gesprekspartner willen zijn en te laten zien wat op de boerenbedrijven gebeurt. Uit de focusgroep is naar voren gekomen dat de IGNW niet weten wie het aanspreekpunt of de gesprekspartner is en dat de boeren nog niet duidelijk laten zien wat er gebeurt op het boerenbedrijf, maar vooral vertellen wie ze zijn.

De BVN ervaren het contact met de buurtbewoners positief. Een aantal bedrijven bestaan uit meerdere locaties en de leden van de BVN geven aan dat op de locaties waar ze niet bij wonen het contact moeizamer verloopt. Uit de resultaten van de enquête en de focusgroep onder de IGNW komt naar voren dat het contactleggen met de BVN als lastig wordt ervaren, maar het contact wel mogelijk is. Op de locatie waar de boer niet woonachtig is, is het niet duidelijk wie het aanspreekpunt is. Daarnaast is de toegankelijkheid van het bedrijf anders (er is geen woonhuis met voordeur waar aangebeld kan worden), waardoor een buurtbewoner niet goed weet waar hij terecht kan.

De BVN en de IGNW geven beide aan dat de bedrijven in vergelijking met vroeger zijn veranderd. Er zijn nu minder bedrijven dan vroeger, maar de bedrijven van nu zijn groter. Op de plaats van de bedrijven zijn burgerwoningen gekomen waarin steeds meer mensen uit de steden zijn komen wonen die geen affiniteit hebben met de agrarische sector.

De IGNW die overlast ervaren door de agrarische bedrijven geven een lager cijfer aan de agrarische sector in gemeente Nederweert ten opzichte van de IGNW die geen overlast ervaren. De BVN ervaren dat de IGWN die overlast hebben van de agrarische sector eerst contact opnemen met gemeente Nederweert in plaats van direct contact met de boer op te nemen.

Op dit moment denken de BVN en de IGNW erg gevarieerd over de afstand die er is tussen boer en burger. De BVN en IGNW hebben hierin wel dezelfde gevarieerde mening.

De helft van de leden van de BVN verwachten dat in de toekomst de afstand kleiner zal worden, terwijl de grootste groep van IGNW verwacht dat de afstand in de toekomst juist groter wordt.

De BVN geven aan dat er in de toekomst minder bedrijven zullen zijn, waardoor de boeren in de minderheid blijven. De bedrijven die er in de toekomst nog zijn, zullen groter van omvang zijn en uit meerdere locaties bestaan. Daardoor verwacht de BVN dat het contact met de IGNW moeilijker zal worden. Het beeld van IGNW sluit hierbij aan. Ze ervaren de grotere bedrijven met meerdere locaties als minder toegankelijk.

De leden van de BVN geven allemaal aan bereid te zijn om te ondersteunen en het eigen bedrijf open te stellen voor een activiteit op de boerderij met IGNW. Wel stellen vrijwel alle leden enkele voorwaarden aan een bezoek in de stal. Dit gaat voornamelijk over de hygiëne- en veiligheidsprocedures die gevolgd moeten worden. Daarnaast zal het aantal personen dat tegelijk aanwezig is op het bedrijf beperkt moeten blijven tot 10 personen en willen de leden graag een direct contact met de bezoekers. De IGNW geven aan een activiteit het liefst op de boerderij te willen beleven en zijn bereid de naam- en adresgegevens te noteren. Bij de IGNW met een leeftijd van 18 tot en met 55 jaar en de IGNW die werkzaam zijn in de arbeidssector landbouw, natuur en milieu is de kans groter dat deze IGNW bereid zijn om te douchen voorafgaand aan een bezoek op de boerderij.

De BVN zijn bereid om de bedrijven open te stellen voor de IGNW. De meerderheid van de IGNW zijn bereid tijd vrij te maken en om te reizen voor een activiteit met de BVN. De helft van de IGNW is bereid om te betalen voor een activiteit met de BVN en de andere helft wil niet betalen.

De BVN hebben de afgelopen jaren verschillende activiteiten georganiseerd, waaronder de Boeren van Nederweert dag. Uit de enquête komt naar voren dat de meerderheid van de IGNW op de hoogte zijn van wanneer deze activiteiten plaatsvinden. Uit de resultaten van het diepte-interview komt naar voren dat de opkomst tijdens de georganiseerde activiteiten laag is.

BOEREN VAN
NEDERWEERT



5. Conclusie

BOEREN VAN
NEDERWEERT

In dit onderzoek is gezocht naar een antwoord op de vraag: 'Hoe kunnen de BVN ervoor zorgen dat de BVN en IGNW elkaar beter begrijpen met betrekking tot de agrarische sector?'

Deze hoofdvraag is voortgekomen uit de volgende probleemstelling:

Doordat boer en burger elkaar steeds minder begrijpen, is in 2016 de vereniging Boeren van Nederweert opgericht. De vereniging heeft als doel om gezamenlijk IGNW meer bewust te maken van het belang van de agrarische sector. Dit wil de vereniging doen door een duidelijk beeld over de agrarische sector over te brengen naar de IGNW.

De BVN heeft beperkt inzicht in het beeld van de IGNW over de agrarische sector in gemeente Nederweert. Ook is het voor de vereniging onduidelijk op welke manier de BVN in contact kan komen met de IGNW om ervoor te zorgen dat beide partijen elkaar beter begrijpen.

De BVN is op zoek naar een manier om de interactie te vergroten tussen de BVN en de IGNW.

Vanuit de analyse zijn de volgende conclusies tot stand gekomen:

- Elkaar beter begrijpen moet van twee kanten komen. Op dit moment is er een eenrichtingsverkeer, waarin alleen de BVN hun kant van het verhaal vertellen. Voor het begrijpen van elkaar is het voornamelijk dat ook het verhaal van de IGNW gehoord wordt;
- De mensen moeten begrijpen hoe de media werkt om een goed oordeel te kunnen vormen;
- Voor de IGNW is het onduidelijk wat het doel van de vereniging BVN is en wie het aanspreekpunt is;
- De bedrijven waarbij de BVN niet woonachtig zijn, zijn voor de IGNW onvoldoende toegankelijk;
- Door meer burgerwoningen en mensen uit de steden die geen affiniteit hebben met de agrarische sector in het buitengebied, wordt het voor de BVN en IGNW lastiger om elkaar te begrijpen;
- Bij overlast nemen de IGNW geen direct contact op met de BVN;
- Bij beide partijen is er geen duidelijk beeld over wat de afstand tussen boer en burger op dit moment is;
- Het beeld dat de BVN en IGNW hebben over de afstand tussen boer en burger in de toekomst is volledig tegenstrijdig;
- Grote bedrijven zijn minder toegankelijk, waardoor contact tussen de BVN en IGNW in de toekomst moeilijker wordt;
- De activiteit moet plaats vinden op de boerenbedrijven zelf met een groep niet groter dan 10 personen, waarbij de hygiëne- en veiligheidsprocedures moeten worden gehandhaafd;
- De georganiseerde activiteiten zijn niet de juiste activiteiten om de BVN en IGNW bij elkaar te brengen.

6. Discussie

6.1 Beperkingen

In dit hoofdstuk worden de discutabele punten uit dit onderzoek toegelicht.

Voor dit onderzoek heeft een face-to-face en telefonisch diepte-interview plaatsgevonden met 27 van de 28 leden van de BVN. Eén van de leden was niet bereid om hieraan mee te werken. De informatie uit de interviews zijn voldoende om tot een representatief resultaat te komen. Deze ene persoon heeft hierop geen invloed. Op basis hiervan kan gesteld worden dat bij een herhaling van dit onderzoek, de resultaten van de interviews valide zijn.

Om de representativiteit van de enquête te waarborgen is de enquête afgenomen op verschillende plaatsen in gemeente Nederweert en gepubliceerd op het internet om de vooraf bepaalde doelgroep te bereiken. Door voor deze locaties te kiezen worden respondenten van bijvoorbeeld scholen en bejaardencentra uitgesloten van deelname. Door naast de face-to-face enquêtes ook de enquêtes te verspreiden via de Facebookpagina van de Boeren van Nederweert en via nieuwssite Nederweert24 wordt het bereik vergroot en krijgen deelnemers die niet op de afnamelocaties aanwezig waren ook een kans om deel te nemen aan de enquête.

De werving van de deelnemers voor de focusgroep is gedaan door gebruik te maken van het eigen netwerk van het projectteam en het netwerk van de BVN. Ter aanvulling zijn verenigingen, zoals de toneelvereniging, benaderd om deelnemers te werven. De werving is hiermee select, omdat niet elke IGW een even grote kans heeft om uitgenodigd te worden voor deelname aan de focusgroep. Daarnaast zijn er een aantal randvoorwaarden opgesteld om de juiste doelgroep te bereiken. Het nadeel van deze steekproef is dat er aan de representativiteit getwijfeld kan worden. Echter door privacy wetgeving is het niet mogelijk om de persoonlijke gegevens per doelgroep te verkrijgen. De deelnemers die select zijn gekozen komen niet uit het directe netwerk, doen vrijwillig mee en hebben er daarom baat bij om eerlijk zijn.

6.2 Suggesties voor vervolgonderzoek

Voor een vervolgonderzoek is aan te raden nogmaals de mening van de inwoners te onderzoeken. De mening van de inwoners kan na verloop van tijd veranderd zijn. Een vervolgonderzoek draagt bij aan de representativiteit van het onderzoek. Daarnaast geeft het een breder beeld van de mening van de inwoners.

Voorafgaand aan de uitvoering van de aanbeveling is het raadzaam om de resultaten nogmaals te toetsen bij de inwoners. Op deze manier kan bepaald worden of de IGW bereid zijn deel te nemen aan de aanbevolen activiteit.

7. Aanbevelingen

7.1 Kans gebieden

Uit de conclusie zijn de volgende kans gebieden ontstaan:

- De BVN moeten openstaan voor het horen van het verhaal van de IGNW;
- De mensen moeten begrijpen hoe de media werkt om een goed oordeel te kunnen vormen;
- De BVN moeten duidelijker uitdragen wat het doel van de vereniging is en wie het aan spreek punt voor de IGNW is;
- De BVN moeten de bedrijven waarbij ze niet woonachtig zijn toegankelijk maken;
- De BVN moeten bij nieuwe buurtbewoners direct op een uitnodigende manier contact zoeken om elkaar te begrijpen;
- De BVN moeten zorgen voor een duidelijk contactpunt bij overlast waar de IGNW zich kunnen melden;
- De BVN moeten actief actie ondernemen richting de IGNW om ervoor te zorgen dat de IGNW positiever naar de afstand tussen boer en burger in de toekomst gaan kijken;
- De BVN moeten de toegankelijkheid van de grote bedrijven vergroten;
- De BVN moeten de activiteiten anders insteken om de BVN en IGNW bij elkaar te brengen.

7.2 Brainstorm

7.2.1 Ontwerpframe

In het ontwerpframe zijn de randvoorwaarden op basis van de resultaten weergegeven voor de brainstorm van ideeën om de kans gebieden uit te werken.

Tabel 7.2.1.1 Het ontwerpframe

Algemene randvoorwaarden:	
- Elkaar begrijpen moet van twee kanten komen - Zorgen voor toegankelijkheid - Activiteit plaatsvinden op de boerenbedrijven zelf	
Randvoorwaarden Inwoners van gemeente Nederweert:	Randvoorwaarden Boeren van Nederweert:
- Het verhaal van de IGNW moet gehoord worden - Het initiatief moet vanuit de BVN komen - Een activiteit moet in een kleine groep gehouden worden - IGNW zijn bereid om te reizen voor een activiteit - IGNW zijn niet bereid te betalen voor een activiteit	- Bij een activiteit moet de groep niet groter zijn dan 10 personen - Bij een activiteit moet een direct contact zijn tussen de BVN en de IGNW - Hygiëne- en veiligheidsprocedures moeten gehandhaafd worden - De activiteit moet gericht zijn op de IGNW die normaal gesproken niet komen

7.2.2 Divergeren

Door middel van verschillende methodes worden er in de divergeerfase veel verschillende ideeën bedacht die uitgewerkt kunnen worden voor een van de kans gebieden uit paragraaf 7.1.

Braindump:

In de braindump worden alle ideeën die er al zijn opgeschreven. De volgende ideeën zijn tijdens de diepte-interviews, enquête en focusgroep opgedaan:

1. Een winkel waar elk lid van de BVN zijn eigen product kan promoten en verkopen;
2. Betrekken van scholen in combinatie met de ouders van kinderen;
3. Braderie stand groter maken;
4. Fietsroute;
5. 5-jarig bestaan van de BVN groot vieren, feesttent op boerenlocatie;
6. Themaverhalen over stagiaires op boerenbedrijven, jonge mensen de sector laten promoten;

7. Boerenmarkt ergens in een wei;
8. Een combinatie van kindervakantiewerk met een wandeltocht naast de bedrijven van de BVN;
9. Lespakket voor scholen;
10. Week van de boer in gemeente Nederweert;
11. Boeren bij elkaar laten kijken, voor bewustwording van elkaar en ideeën uit andere sectoren;
12. Ambtenaren uitnodigen, laten zien hoe het in de praktijk gaat;
13. Camera met livebeelden uit de stal;
14. Bedrijfspresentatie/bedrijfsfilm;
15. Oogsten per meter dag, waarbij mensen zelf hun producten mogen oogsten;
16. Happen en stappen, overal een ingrediënt halen en daarmee koken;
17. Borden op het land met 'hier worden frietjes geproduceerd';
18. Loeren bij de boeren, maar dan met bordjes op de route wat er gebeurt;
19. Sleutelhangers met bijvoorbeeld de printcodes van eieren;
20. Verlichte boerderijroute;
21. Boerderijdieren knuffel dag (biggenrace);
22. Meeloopdagen voor jongeren van het Citaverde;
23. Bedrijvenronde met bedrijven die aan de agrarische sector zijn gekoppeld;
24. Met de boer aan tafel avondeten;
25. De BVN moeten een gedragscode/reglement opstellen waar elk lid zich aan moet houden;
26. BVN moeten als groep de problemen in de omgeving inventariseren en deze aanpakken, hierover in gesprek gaan met de IGW;
27. Lezingen/ beeld materiaal laten zien wat de BVN elke dag doen.

Brainwriting:

In de brainwriting worden ideeën op een post-it geschreven. De post-it wordt daarna doorgegeven aan de volgende persoon, diegene associeert op het laatste idee verder. De volgende ideeën zijn hieruit ontstaan:

28. IGW een vriend van de vereniging BVN laten worden;
29. Meeloopdag voor de IGW op de bedrijven van de BVN;
30. Een tv-scherm met livebeelden uit de stal, die IGW vanaf de weg kunnen bekijken;
31. Een bord met informatie wat er op het bedrijf gebeurt aan de straat zetten;
32. Een woordvoerder bij calamiteiten;
33. Themaverhaal over een gesprek tussen de BVN en de IGW;
34. Website aanpassen met verhalen hoe een week van de BVN eruit ziet;
35. Dialoog aangaan met IGW die wonen bij een locatie waar de BVN niet bij wonen.

7.2.3 Convergeren

In de convergeerfase worden de ideeën, die tijdens het divergeren ontstaan zijn, door middel van verschillende technieken geselecteerd. Zo blijven de ideeën over die het beste aansluiten op de kans gebieden.

Persoonlijke voorkeur:

Als eerste worden de bedachte ideeën gefilterd op persoonlijke voorkeur. Hierbij is gekeken naar welke ideeën het beste aansluiten op de kans gebieden. Op basis van de persoonlijke voorkeur blijven de volgende ideeën over:

1. Boerenmarkt ergens in een wei;
2. Week van de boer in gemeente Nederweert;
3. Boeren bij elkaar laten kijken, voor bewustwording van elkaar en ideeën uit andere sectoren;
4. Camera met livebeelden uit de stal;
5. Borden op het land met 'hier worden frietjes geproduceerd';
6. Boerderijdieren knuffel dag (biggenrace);
7. Met de boer aan tafel avondeten;
8. Meeloopdag voor de IGW op de bedrijven van de BVN;
9. Een tv-scherm met livebeelden uit de stal, die IGW vanaf de weg kunnen bekijken;
10. Een bord met informatie wat er op het bedrijf gebeurt aan de straat zetten;
11. Een woordvoerder bij calamiteiten;
12. Website aanpassen met verhalen hoe een week van de BVN eruit ziet;
13. Dialoog aangaan met IGW die wonen bij een locatie waar de BVN niet bij wonen.

COCD-box:

In de COCD-box worden de ideeën getoetst op innovatie en realiseerbaarheid. Blauw zijn gewone ideeën: niet innovatief, maar wel nuttig. Rood zijn prikkelende en vernieuwende ideeën die ook realiseerbaar zijn. Geel zijn hele innovatieve ideeën, maar deze zijn niet realiseerbaar. Bij realiseerbaar spelen de kosten, wetten en regels en haalbaarheid een rol.

Tabel 7.2.3.1 COCD-box

	- Een tv-scherm met livebeelden uit de stal, die IGW vanaf de weg kunnen bekijken
- Boeren bij elkaar laten kijken, voor bewustwording van elkaar en ideeën uit andere sectoren - Borden op het land met 'hier worden frietjes geproduceerd' - Boerderijdieren knuffel dag (biggenrace) - Een woordvoerder bij calamiteiten - Website aanpassen met verhalen hoe een week van de BVN eruit ziet	- Boerenmarkt ergens in een wei - Week van de boer in gemeente Nederweert - Camera met livebeelden uit de stal - Met de boer aan tafel avondeten - Meeloop dag voor de IGW op de bedrijven van de BVN - Dialoog aangaan met de IGW die wonen bij een locatie waar de BVN niet bij wonen - Een bord met informatie wat er op het bedrijf gebeurt aan de straat zetten

Criteria Matrix:

In de criteria matrix worden de rode beoordeeld op de gestelde randvoorwaarden uit het ontwerpframe.

1. Boerenmarkt ergens in een wei
2. Week van de boer in gemeente Nederweert
3. Camera met livebeelden uit de stal
4. Met de boer aan tafel avondeten
5. Meeloopdag voor de IGNW op de bedrijven van de BVN
6. Dialoog aangaan met de IGNW die wonen bij een locatie waar de BVN niet bij wonen
7. Een bord met informatie wat er op het bedrijf gebeurt aan de straat zetten;

-- = Zeer slecht

- = Slecht

0 = Neutraal

+ = Goed

++ = Zeer goed

Tabel 7.2.3.2 Criteria Matrix

	Idee 1	Idee 2	Idee 3	Idee 4	Idee 5	Idee 6	Idee 7
Elkaar begrijpen vanuit twee kanten	--	-	--	++	++	++	-
Toegankelijkheid bedrijven verbeteren	0	0	+	+	+	++	++
Activiteit op de boerenbedrijven zelf	0	+	+	+	++	0	+
Groep van maximaal 10 personen	--	+	0	++	++	+	0
Direct contact	-	+	--	++	++	++	-
Activiteiten gericht op IGNW die normaal niet komen	-	-	+	+	0	+	++
Het initiatief moet vanuit de BVN komen	+	+	+	+	+	+	+
IGNW willen niet betalen	+	++	++	+	++	+	++
Totaal:	-4	+4	+2	+11	+12	+10	+6

7.3 Advies

Uit de Criteria Matrix blijkt dat er vier innovatieve en haalbare ideeën zijn die uitgewerkt kunnen worden, zodat de BVN en IGNW elkaar beter gaan begrijpen. Deze ideeën sluiten aan bij de opgestelde kans gebieden en voldoen aan de opgestelde randvoorwaarden. Onderstaande adviezen kunnen door de BVN uitgevoerd worden om ervoor te zorgen dat de BVN en de IGNW elkaar beter gaan begrijpen.

1. Aan tafel bij de BVN

De BVN kunnen de IGNW uitnodigen om een avond mee te komen eten aan tafel bij een van de gezinnen van de BVN. De IGNW krijgen een kijkje op het boerenbedrijf en kunnen een eigen mening vormen over de BVN en de agrarische sector. Bij het uitnodigen van IGNW kunnen de BVN zich richten op direct omwonende en IGNW waarmee de BVN normaal gesproken niet in gesprek gaan. De groep bestaat uit maximaal 10 personen inclusief het gezin van de BVN. De sfeer aan tafel is informeel en doordat het een kleine groep is, kan er een direct contact tussen de BVN en de IGNW ontstaan.

Bij het gesprek tussen de BVN en de IGNW is het van belang dat beide partijen naar elkaar luisteren en geïnteresseerd zijn in elkaars verhaal. Alleen dan kunnen de BVN en de IGNW elkaar beter gaan begrijpen. Om ervoor te zorgen dat er genoeg diepgang in het gesprek komt, kan er gebruik gemaakt worden van vooraf opgestelde vragen die middels een spel aan elkaar gesteld worden.

De activiteit 'Aan tafel bij de BVN' sluit aan op de volgende kans gebieden:

- De BVN moeten openstaan voor het horen van het verhaal van de IGNW;
- De BVN moeten actief actie ondernemen richting de IGNW om ervoor te zorgen dat de IGNW positiever naar de afstand tussen boer en burger in de toekomst gaan kijken;
- De BVN moeten de activiteiten anders insteken om de BVN en de IGNW bij elkaar te brengen.

2. Meeloopdag voor IGNW op de bedrijven van de BVN

Om de IGNW een goed beeld van de boerenbedrijven en de agrarische sector te geven kunnen de BVN de IGNW uitnodigen om een dag op het bedrijf mee te komen lopen. De IGNW kunnen dan ervaren wat de dagelijkse werkzaamheden op het bedrijf zijn en waarom bepaalde keuzes gemaakt worden. De BVN kunnen zich richten op de IGNW die nu een neutrale mening hebben over de agrarische sector. Door de IGNW een dag mee te nemen op het bedrijf kunnen ze een mening vormen over de agrarische sector. Er is direct contact tussen de inwoner die meeloopt en de BVN.

Het is voor de BVN van belang dat de hygiëne- en veiligheidsprocedures gevolgd worden. De inwoner die meeloopt zal ertoe bereid moeten zijn van tevoren te douchen. Tijdens de meeloopdag is het belangrijk dat de BVN terugkoppeling vragen aan de IGNW hoe de dag ervaren is en dat de BVN zich openstelt voor het verhaal van de inwoner. De activiteit 'Meeloopdag voor IGNW op de bedrijven van de BVN' sluit aan op de volgende kans gebieden:

- De BVN moeten openstaan voor het horen van het verhaal van de IGNW;
- De BVN moeten actief actie ondernemen richting de IGNW om ervoor te zorgen dat de IGNW positiever naar de afstand tussen boer en burger in de toekomst gaan kijken;
- De BVN moeten de activiteiten anders insteken om de BVN en IGNW bij elkaar te brengen.

3. Toegankelijkheid bedrijven verbeteren

Om de toegankelijkheid van de bedrijven waarbij de BVN niet woonachtig zijn te verbeteren kunnen de BVN een bord plaatsen met daarop een kleine tekst over wat het bedrijf doet, aangevuld met foto's om het voor de IGNW beeldend te maken. Het is voornamelijk dat het bord er uitnodigend uitziet en de contactgegevens van de BVN erop staan. Zo is het bij overlast of bij vragen duidelijk wie het aanspreekpunt van het bedrijf is. Ter aanvulling op het informatiebord wordt er geadviseerd aan de BVN om de omwonende van het bedrijf waarbij ze niet woonachtig zijn uit te nodigen om kennis te maken, uitleg over het bedrijf geven en de verhalen van de IGNW aanhoren om de toegankelijkheid van de bedrijven te verbeteren. De actie 'Toegankelijkheid bedrijven verbeteren' sluit aan op de volgende kans gebieden:

- De BVN moeten openstaan voor het horen van het verhaal van de IGNW;
- De BVN moeten de bedrijven waarbij ze niet woonachtig zijn toegankelijk maken;
- De BVN moeten zorgen voor een duidelijk contactpunt bij overlast waar de IGNW zich kunnen melden;
- De BVN moeten actief actie ondernemen richting de IGNW om ervoor te zorgen dat de IGNW positiever naar de afstand tussen boer en burger in de toekomst gaan kijken;
- De BVN moeten de activiteiten anders insteken om de BVN en IGNW bij elkaar te brengen.

Literatuurlijst

BOEREN VAN
NEDERWEERT

- Alle Cijfers (2019). *Informatie gemeente Nederweert*. Geraadpleegd op 24 april 2019, van <https://allecijfers.nl/gemeente/nederweert/>
- Baars, A. (2010). *Wat is begrijpen?* Geraadpleegd op 17 mei 2019, van <http://www.andrebaars.com/wat-is-begrijpen/>
- Boeren van Nederweert. (2016). *Boeren van Nederweert*. Geraadpleegd op 21 mei 2019, van <https://boerenvannederweert.nl>
- Boon, M. (2011). *Meer dan kennis: begrijpen in de wetenschap*. Geraadpleegd op 20 mei 2019, van https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/6594714/Boon_Wijsgerig_Perspectief_Begrijpen_in_Wetenschap_Introductie.pdf
- Brokkelkamp, M. (2019). *Effectief communiceren: de kracht van onzichtbare invloed*. Geraadpleegd op 20 mei 2019, van <https://www.onlyhuman.nl/blog/effectief-communiceren-de-kracht-van-onzichtbare-invloed/>
- Bureau Zuidema (2017). *Waarom goede communicatie écht belangrijk is*. Geraadpleegd op 20 mei 2019, van <https://www.zuidema.nl/blog/waarom-goede-communicatie-echt-belangrijk/>
- CBS (2018). *Vestigingen van bedrijven; bedrijfstak, gemeente Nederweert*. Geraadpleegd op 24 april 2019, van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/81575NED/ta-ble?ts=1556109239732>
- Covey, S. (z.d.). *Eigenschappen 5 covey: Eerst begrijpen dan begrepen worden*. Geraadpleegd op 17 mei 2019, van <https://www.leroyseijdel.nl/eerst-begrijpen-dan-begrepen-worden/>
- Infomil (z.d.). *Wet- en regelgeving*. Geraadpleegd op 25 juni 2019, van <https://www.infomil.nl/onderwerpen/ruimte/omgevingsthema/geurvee/wet-regelgeving/>
- Kaldenbach, H. (2017). *Begrijpen en begrip hebben*. Geraadpleegd op 30 april 2019, van <https://www.ensie.nl/hans-kaldenbach/begrijpen-en-begrip-hebben>
- Kamer van koophandel (z.d.). *Bedrijfsinformatie*. Geraadpleegd op 24 april 2019, van <https://www.kvk.nl/orderstraat/product-kiezen/?kvknummer=67011926>
- Keyport 2020. (z.d.). *DNA Keyport*. Geraadpleegd op 21 mei 2019, van <https://www.keyport2020.nl/nl/keyport/dna-keyport-2020>
- Koopmans, E. (2015). *De kracht van het geschreven woord: Media-invloed op beeldvorming bij lezerspubliek door framing*. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- LTO (2019). *Onderzoek naar kennis van burger over boer*. Geraadpleegd op 4 mei 2019, van <https://www.nieuweoogst.nu/nieuws/2019/05/03/onderzoek-naar-kennis-van-burger-over-boer>
- Mannenwereld (2017). *Fake news en framing doet vertrouwen in Media dalen*. Geraadpleegd op 27 mei 2019, van <https://www.mannenwereld.nu/news-framing-stuurt-nederlandse-opinie-in-politieke-kwesties/>

Max5odeur (2019). *Zeven veehouderijen in Nederweert overschrijden grenswaarden fijnstof*. Geraadpleegd op 24 april 2019, van <http://www.max5odeur.nl/zeven-veehouderijen-in-nederweert-overschrijden-grenswaarden-fijnstof/>

Mediawijsheid (z.d.). *Invloed van de media*. Geraadpleegd op 27 mei 2019, van <https://www.mediawijsheid.nl/invloed-media/>

Meerburg, B. (2009). *Kloof agrarische sector en groot publiek: feit of fictie?* Geraadpleegd op 24 april 2019, van <http://edepot.wur.nl/162663>

Michels, W. (2016). *Communicatie handboek*. Groningen: Noordhoff Uitgevers

Michels, W. (2009). *Essentie van communicatie*. Groningen: Noordhoff Uitgevers

Mooi, E. & Sarstedt, M. (2019). *A Concise Guide to Market Research*. Berlijn: Springer

Nederweert24 (2018). *Zonder boeren zou het crisis zijn in Nederweert*. Geraadpleegd op 24 april 2019, van <https://www.nederweert24.nl/2018/11/20/zonder-boeren-zou-het-crisis-zijn-in-nederweert/>

Oomkes, R. (2013). *Communicatieleer*. Amsterdam: Boom Lemma Uitgevers

Pelgröm, R. (2017). *De melkveehouderij in de ogen van de maatschappij*. Dronten: Aeres Hogeschool

Pigbusiness (2014). *NAJK: Sector heeft communicatie probleem*. Geraadpleegd op 24 april 2019, van <https://www.pigbusiness.nl/artikel/13727-najk-agrarische-sector-heeft-een-communicatieprobleem/>

Psychologisch (2017). *Wat is het grootste obstakel om écht iets te begrijpen?* Geraadpleegd op 17 mei 2019, van <https://psychologisch.nu/marcelino/wat-is-het-grootste-obstakel-om-echt-iets-te-begrijpen/>

Stal en Akker (2019). *Luchtwassers Nederweert voldoen toch aan regels*. Geraadpleegd op 24 april 2019, van <https://www.stal-en-akker.nl/artikel/184149-luchtwassers-nederweert-voldoen-toch-aan-regels/>

Timmerman, A. (z.d.). *Imago: denk vanuit de burger*. Geraadpleegd op 27 mei 2019, van <https://www.mannenwereld.nu/news-framing-stuurt-nederlandse-opinie-in-politieke-kwesties/>

Vollenbroek, W., Vries, de S.A., Constantinides, E. (2012). *Social Media Invloed en Reputatie. Somere Study Paper, v1.0*. Enschede: Universiteit Twente.
<https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/5142324/Social-Media-Invloedsmodeel.pdf>

Witteveen, L. (2018). *90% boeren last van negatieve beeldvorming: 'Media zijn te snel en ongenuanceerd'*. Geraadpleegd op 27 mei 2019, van <https://www.nporadio1.nl/achtergrond/10200-90-boeren-last-van-negatieve-beeldvorming-media-zijn-te-snel-en-ongenuanceerd>