

AFSTUDEERWERKSTUK “MINDSET VAN DE MELKVEEHOUDE”

IN HOEVERRE IS DE MINDSET VAN DE VEEHOUDER VAN BELANG BIJ
DE KEUZE OVER BEWEIDEN?



Gerben Roseboom
Aeres Hogeschool Dronten

Hoogteyling (2015)

AFSTUDEERWERKSTUK

“MINDSET VAN DE VEEHOUDER BIJ BEWEIDING”

IN HOEVERRE IS DE MINDSET VAN DE VEEHOUDER VAN BELANG
BIJ DE KEUZE OVER BEWEIDEN?

Opdrachtgever:
Aeres Hogeschool
Begeleider: Janet Bloemberg
j.bloemberg@aeres.nl



Auteur:
Gerben Roseboom
gerbenroseboom1992@hotmail.com
06-20934230
Major: Dier- Melkveehouderij

Contactpersoon Team Toegepast Praktijk Onderzoek
Agnes van den Pol – van Dasselaar
a.van.den.pol@aeres.nl

Ede, 13 maart 2018

DISCLAIMER

Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

Beste lezer,

Dank voor uw belangstelling voor dit afstudeerwerkstuk van mijn onderzoek naar de mindset van de veehouder bij de strategische keuze voor beweiding. Dit rapport is geschreven als afstudeerwerkstuk voor mijn opleiding Dier- Veehouderij aan de Aeres Hogeschool in Dronten. Mijn dank gaat uit naar de melkveehouders die hun tijd beschikbaar hebben gesteld voor het houden van de interviews. Daarnaast wil ik mijn begeleider van Aeres Hogeschool, Janet Bloemberg, bedanken voor de feedback die ze gegeven heeft tijdens het schrijven van het rapport. Ook wil ik Elis Ankersmit, mijn begeleider tijdens mijn stage en het uitvoeren van het onderzoek bij Team Toegepast Praktijkonderzoek bedanken voor de vele kritische vragen en het helpen beantwoorden van de vragen tijdens het schrijfproces. Daarnaast wil ik Agnes van den Pol, opdrachtgever vanuit Lectoraat Beweiding bij Aeres Hogeschool, hartelijk bedanken voor de feedback die zij mij gegeven heeft tijdens het schrijven.

Veel plezier met het lezen van dit rapport!

Ede, 13 maart 2018

Gerben Roseboom

Inhoudsopgave

SAMENVATTING.....	6
SUMMARY	7
HOOFDSTUK 1 INLEIDING	8
1.1 PROBLEEMSTELLING.....	8
1.2 LITERATUURONDERZOEK	8
1.2.1 <i>Trend</i>	9
1.2.2 <i>Techniek en economie</i>	9
1.2.3 <i>Geïnformeerde veehouder positiever</i>	9
1.2.4 <i>Informatiecampagne Koe & Wij</i>	10
1.2.5 <i>Persoonlijke waarden melkveehouder</i>	10
1.2.6 <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
1.2.7 <i>Gedrag</i>	12
1.2.8 <i>Gedrag beïnvloeden</i>	13
1.2.9 <i>Intrinsieke of extrinsieke motivatie</i>	13
1.3 KNOWLEDGE GAP	14
1.4 HOOFDVRAAG	14
1.5 AFBAKENING	14
1.5.1 <i>Plaats en tijd</i>	14
1.5.2 <i>Technische en economische omstandigheden</i>	15
1.6 DOEL	15
HOOFDSTUK 2 MATERIAAL EN METHODE.....	16
2.1 DEELVRAAG I.....	16
2.2 DEELVRAAG II.....	17
2.2.1 <i>Soort interview</i>	17
2.2.2 <i>Eisen deelname aan interview</i>	18
2.2.3 <i>Opbouw interview</i>	18
2.2.4 <i>Analyse interview</i>	19
2.2.5 <i>Indeling bij analyse</i>	19
2.3 DEELVRAAG III.....	20
2.3.1 <i>Opbouw enquête</i>	20
2.3.2 <i>Analyse enquête</i>	20
2.3.3 <i>Indeling bij analyse</i>	21
HOOFDSTUK 3 RESULTATEN	22
3.1 DEELVRAAG I.....	22
3.2 DEELVRAAG II.....	22
3.2.1 <i>Algemene gegevens interviews</i>	23
3.2.2 <i>Uitkomst interview beweidende melkveehouders</i>	23
3.2.3 <i>Uitkomsten interviews niet-beweidende melkveehouders</i>	26
3.2.4 <i>Verskil tussen melkveehouders</i>	29
3.2.5 <i>Sociaal-culturele factoren in enquête</i>	30
3.3 DEELVRAAG III.....	32
3.3.1 <i>Statistiek</i>	32
3.3.2 <i>Algemeen</i>	33
3.3.3 <i>Uitsluitingen</i>	34
3.3.4 <i>Verskil tussen melkveehouders met verschillende beweidsintensiteit</i>	34
3.3.5 <i>Verskil tussen melkveehouders met en zonder weidegang</i>	38

HOOFDSTUK 4	DISCUSSIE	42
4.1	DEELVRAAG I.....	42
4.2	DEELVRAAG II.....	42
4.3	DEELVRAAG III.....	43
HOOFDSTUK 5	CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN.....	45
5.1	CONCLUSIES.....	45
5.1.1	<i>Deelvraag I</i>	<i>45</i>
	<i>Welke sociaal-culturele factoren zijn relevant voor het thema van het onderzoek?</i>	<i>45</i>
5.1.2	<i>Deelvraag II</i>	<i>45</i>
5.1.3	<i>Deelvraag III</i>	<i>46</i>
5.1.4	<i>Hoofdvraag.....</i>	<i>46</i>
5.2	AANBEVELINGEN.....	46
5.2.1	<i>Onderzoek</i>	<i>46</i>
5.2.2	<i>Melkveehouders en erfbetreders.....</i>	<i>47</i>
LITERATUURLIJST		48
BIJLAGEN.....		I
BIJLAGE I INTERVIEW.....		II
BIJLAGE II ENQUÊTEVRAGEN		III
BIJLAGE III SOCIAAL-CULTURELE FACTOREN		VIII
BIJLAGE IV UITWERKING INTERVIEWS		IX
BIJLAGE V UITKOMSTEN ENQUÊTE		XIII
BIJLAGE VI: STATISTISCHE VERWERKING ENQUÊTE		XXVIII
A. WEL NIET WEIDEN		XXVIII
B. MEER/MINDER 6 KOE/HA.....		XXIX
C. 3 GROEPEN		XXX

Samenvatting

“De Nederlandse koe komt steeds minder in de wei.” Dat zijn de krantenkoppen die nu actueel zijn. De Nederlandse consument wil graag de koe in de wei zien. Daarnaast zijn diverse actiegroepen zoals Wakker Dier, de Dierenbescherming en Partij voor de Dieren actief om de melkveehouderij “diervriendelijker” te maken. Een kanttekening die daarbij gemaakt moet worden is dat de consument door schaalvergroting minder koeien in de wei ziet in vergelijking met 20 jaar geleden.

Er zijn al vele onderzoeken gedaan naar de technische en economische mogelijkheden van weidegang. Daarin wordt geconcludeerd dat weidegang technisch mogelijk is als er minder dan 12 koeien per hectare beweibare oppervlakte zijn. Ook is bekend hoe belangrijk de infrastructuur op een bedrijf is en wat goede weidesystemen zijn. In de onderzoeken wordt ook geconcludeerd dat weidegang economisch rendabel is. Toch blijkt dat het percentage weidende koeien in Nederland al jaren daalt. Vanaf 2015 is er een trendbreuk, en kiezen meer melkveehouders voor weidegang.

Als er genoeg kennis is over techniek en economie, maar het aantal dieren dat geweid wordt daalt alleen maar, dan is er een andere oorzaak die de daling veroorzaakt. De verklaring zou kunnen zijn dat de mindset van de melkveehouder een groot gedeelte van de beweiding bepaald. Maar 68% van de melkveehouders noemt de techniek of economie niet als hoofdreden om te weiden. Welke redenen hebben de melkveehouders dan om te gaan weiden?

De hoofdvraag van het onderzoek is:

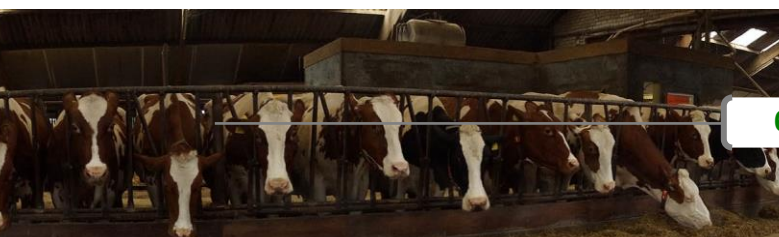
Op welke wijze zijn sociale-culturele factoren van invloed op de strategische keuze van de melkveehouder om wel of niet te weiden, waarbij de technische en economische mogelijkheden van weidegang verschillend zijn?

De volgende deelvragen zijn opgesteld:

- i. *Welke sociaal-culturele factoren zijn relevant voor het thema van het onderzoek?*
- ii. *Welke sociaal-culturele factoren zijn belangrijk voor melkveehouders waarbij de technische en economische haalbaarheid van weidegang voor melkveehouders verschillend is?*
- iii. *Wat voor weging wordt er aan de sociaal-culturele factoren gegeven door melkveehouders, waarbij de technische en economische haalbaarheid van weidegang bij melkveehouders verschillend is?*

Er is een lijst met meer dan 38 verschillende sociaal-culturele factoren opgesteld die melkveehouders belangrijk zouden kunnen vinden. Daarnaast zijn er door interviews af te nemen bij tien melkveehouders tien factoren gevonden die de melkveehouders belangrijk vonden: Adviseurs, Non-gouvernementele organisaties, Invloed van media, Consument, Buren, Afnemers, Imago, Eigen waarden en normen, Overheid en Familie. Deze factoren zijn in een enquête bevestigd aan een groep van 587 melkveehouders door heel Nederland. Voor de volgende factoren is het verschil significant tussen de scores die gegeven werden door melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweibare hectare hebben, melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweibare hectare hebben en melkveehouders die niet beweiden: adviseur, media, afnemers en imago. Tussen de melkveehouders die wel en geen weidegang toepassen is het verschil tussen de factoren: Non-gouvernementele organisaties, Media, Consumenten, Buren, Afnemers, Imago, eigen normen en waarden en Familie significant verschillend.

Voor vervolg onderzoek is het belangrijk om meerdere melkveehouders door het hele land te interviewen om een beter beeld te krijgen van de sociaal-culturele factoren die meespelen bij de strategische keuzes van een melkveehouder. Voor melkveehouders is het belangrijk zich goed te realiseren welke factoren meespelen bij hun beslissingen.



Summary

"The Dutch cows get less and less in the pasture." Those are the headlines that are now up-to-date in the Dutch newspaper. The Dutch consumers want to see the cows outside. There are various groups such as Animal Protection and a Dutch political group for Animals who want to make the Dutch dairy farming more "animal friendly". A side note that must be placed by this, is that the consumer sees fewer cows in the pasture (that's caused by scaling) compared to 20 years ago.

Many studies and researches have been done about the technical and economical possibilities of grazing. In those researches there is concluded that grazing possible is when there are less than 12 cows per hectare of grazeable area. It is also known how important the infrastructure is for a farm and which meadow systems are good. In those studies it is also said that grazing economically viable is. Nevertheless, it appears that the percentage of grazing cows in the Netherlands has been decreasing for years. From 2015 there is a trend break, and more dairy farmers choose for meadow grazing.

Clearly there is enough knowledge about the technology and economics. But when the number of animals that are grazed only decreases, then there is another cause that causes the decline. The explanation could be that the mindset of the dairy farmer explains a large part of the grazing from his cows. But 68% of the dairy farmers do not mention the technique or economy as the main reason for grazing his cows. What reasons do dairy farmers have for choice of grazing his cows or not?

The questions on this research is:

In what way are social-cultural factors influences on the strategic choices from the dairy farmers for grazing, where the technical and economic possibilities for grazing are different?

The main question of this research is:

- i. *In what way do socio-cultural factors are relevant to the theme of this research?*
- ii. *Which socio-cultural factors are important for dairy farmers where the technical and economic possibilities for grazing are different for the dairy farmers?*
- iii. *What kind of weight give the dairy farmers on the social- cultural factors where the technical and economic possibilities are different for the dairy farmers?*

There is a list of 38 different social-cultural factors. This factors are probably the most important factors for the dairy farmers. By interviews by ten dairy farmers are found ten factors which are the most important factors for this farmers. These are the factors: advisor, non-governmental organisations, media, consumers, neighbours, customers, image, own values and standards, government, family. These factors were questioned in a survey to a group of 587 dairy farmers throughout the Netherlands. For the following factors, the difference was significant between the scores given by dairy farmers who grazed and had more than 6 cows per cultivable hectare, dairy farmers who grazed and fewer than 6 cows per cultivable hectare, and dairy farmers who did not graze: advisor, media, customer and image. Between the dairy farmers who do and do not apply grazing, the difference between the factors: Non-governmental organizations, Media, Consumers, Neighbours, Buyers, Image, own standards and values and Family are significantly different.

For follow-up research, it is important to interview several dairy farmers throughout the country to get a better picture of the socio-cultural factors that play a part in the strategic choices of a dairy farmer. It is important for dairy farmers to properly realize which factors play a role in their decisions.



Hoofdstuk 1 Inleiding

Het afstudeerwerkstuk wordt geschreven in het kader van een afstudeerstage en onderzoek bij Team Toegepast Praktijk Onderzoek aan de Aeres Hogeschool te Dronten. Het onderwerp van de stage en het werkstuk is: 'Is er verschil in de mindset van melkveehouders die wel of geen beweiding toepassen?'. De aanleiding voor het schrijven van dit onderzoek is het onbekende van de mindset van de melkveehouders ten opzichte van beweiding. Er zijn onderzoeken gedaan naar de technische en economische haalbaarheid van weidegang, alleen in mindere mate welke persoonlijke overwegingen een rol spelen bij weidegang. Het is van belang om te weten welke overweging een melkveehouder maakt zodat hier gericht onderzoek op kan plaatsvinden.

Er zijn verschillende definities van het woord mindset. Woordenboeken.nu (2012) geeft de twee meest gebruikte betekenissen:

- i. *Manier van denken en oordelen.*
- ii. *Houding tegenover bepaalde zaken.*

In dit onderzoek wordt de definitie "manier van denken en oordelen" gehanteerd als zijnde mindset. Want de houding tegenover bepaalde zaken is in eerdere onderzoeken al gevonden, zoals ook uit de literatuurstudie zal blijken. Het onderzoek richt zich op de manier van denken van melkveehouders ten opzichte van beweiding.

In dit onderzoek wordt er een literatuuronderzoek gedaan naar de (on)bekendheden over de mindset van de melkveehouder. Naar aanleiding daarvan wordt er een theoretisch kader en een knowledge gap opgesteld. Vervolgens wordt de hoofdvraag geformuleerd en wordt de onderzoeksmethode van het onderzoek nader toegelicht.

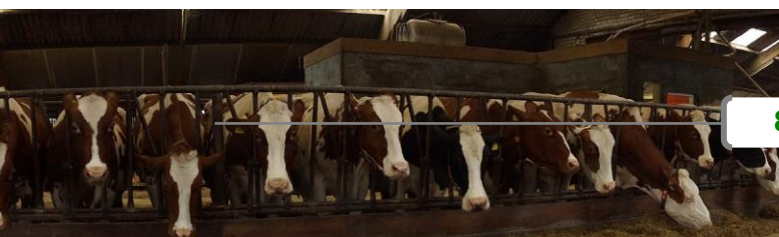
1.1 Probleemstelling

"De Nederlandse koe komt steeds minder in de wei." Dat zijn de krantenkoppen die nu actueel zijn. De Nederlandse consument wil graag de koe in de wei zien. Daarnaast zijn diverse actiegroepen zoals Wakker Dier, de Dierenbescherming en Partij voor de Dieren actief om de melkveehouderij "diervriendelijker" te maken. Een kanttekening die daarbij gemaakt moet worden is dat de consument minder koeien in de wei ziet in vergelijking met 20 jaar geleden. Dit kan verklaard worden doordat het aantal melkveebedrijven is gedaald, het aantal koeien dat in Nederland wordt gehouden is tot 2016 gestegen en het percentage weidende koeien is gedaald. Deze factoren versterken elkaar, waardoor het voor de consument lijkt alsof maar 20% van de koeien in de wei loopt ten opzichte van 10 jaar geleden. (van der Schans, Oerlemans, & van Well, 2006)

In 2017 is er wetgeving in ontwikkeling waarbij onderzocht wordt hoe men weidegang kan stimuleren. De doelstelling die de staatsecretaris heeft gesteld, is dat in 2020 80% van de koeien geweid moet worden. Mocht deze doelstelling niet gehaald worden, dan is het niet ondenkbaar dat er wetgeving opgesteld gaat worden waarbij weidegang verplicht is. Daarom is het belangrijk dat de sector zelf verantwoordelijkheid neemt en ervoor zorgt dat er geen verplichting van de weidegang komt. (van Dam, 2017) In het regeerakkoord wat tussen VVD, CDA, ChristenUnie en D66 is gesloten staat vermeld dat "Het kabinet wil geen wettelijke verplichting tot weidegang. De sector dient er daarom voor te zorgen dat de eigen doelstellingen in 2020 haalt" (Regeerakkoord tussen de fracties van VVD, CDA, D66 en ChristenUnie., 2017).

1.2 Literatuuronderzoek

In het literatuuronderzoek wordt de huidige situatie in Nederland geschetst. Er wordt een toelichting gegeven op de huidige technische en economische mogelijkheden van weidegang. Ook wordt er ingegaan op de mindset van de melkveehouder. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan een theorie om de mindset van de melkveehouder te toetsen.



1.2.1 Trend

Er is een sterke afname te zien van het aantal weidende koeien in Nederland. Sinds 2006 is het aantal koeien dat geweid wordt gedaald van 1.136.000 dieren in 2006 naar 1.122.000 in 2016, terwijl het totaal aantal dieren in Nederland wel is gestegen (van 1.420.000 (2006) naar 1.717.000 (2016)). Daarbij valt het op dat het aantal melkveehouders dat beweide in 2016 is gestegen, na een jarenlange dalende trend. (Centraal bureau voor de Statistiek, 2016). De melkveehouders die kiezen voor schaalvergroting, kiezen dus steeds meer voor jaarrond opstallen. Maar hoe komt dat? Waardoor neemt de melkveehouder de beslissing om zijn dieren op stal te houden?

In 2017 zijn er 16.305 melkveebedrijven in Nederland. Deze bedrijven hebben 851.307 hectare grond in gebruik. Dit houdt in dat het gemiddelde bedrijf 52 hectare grond in gebruik heeft. (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017)

De huidige trend is: meer weidegang, want weidegang is goed voor koe, boer en burger. Blokland beweert in zijn onderzoek dat de melkveehouders die niet weiden vaak worden gezien als minderwaardig omdat ze de koeien geen weidegang bieden. Dit is vaak onterecht omdat deze melkveehouders zich ook inzetten voor een duurzame melkveehouderij en de instandhouding van hun bedrijf. Wat deze melkveehouders betreft moet er een genuanceerder beeld ontstaan over weidegang. (Blokland *et al.*, 2017)

1.2.2 Techniek en economie

Er zijn al meerdere onderzoeken gedaan naar de technische en economische mogelijkheden van weidegang. Deze worden toegelicht in deze sub paragraaf.

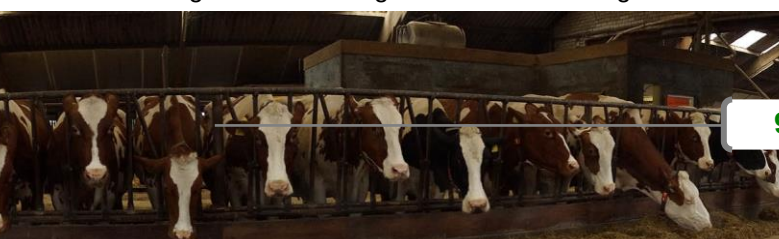
Wanneer wordt weidegang beweiding genoemd? Hiervoor is de norm van 1 kg droge stof opname per koe per dag gehanteerd. Als er minder gras kan worden opgenomen, wordt het geen weidegang meer genoemd. Slechts 1-2% van de bedrijven heeft in het geheel geen huiskavel, waardoor beweiding op de huiskavel onmogelijk is. Bij 6% van de bedrijven is beweiding technisch niet mogelijk. Dit wordt veroorzaakt doordat één op de vijf bedrijven een melkrobot heeft. Hierdoor is de beweibare oppervlakte te laag omdat de loopafstand van de melkrobot tot de weide maximaal 500 meter mag zijn omdat anders het robotbezoek teveel afneemt. Dit verklaart waarom op 6% van de bedrijven technisch gezien geen weidegang mogelijk is. Aan het criterium van minimaal 1 kilo droge stof opname per koe per dag en maximaal 12 koeien per beweibare hectare wordt dan niet voldaan. Bij ongeveer 85% van de bedrijven is de veebezetting laag genoeg per hectare beweibare oppervlakte, zodat ze kunnen voldoen aan de weidenorm van minimaal 120 dagen weidegang met minimaal 6 uur per dag (maximaal 6 melkkoeien per hectare beweibare oppervlakte). (van den Pol- van Dasselaar, *et al.*, 2015)

In het rapport Economisch Weiden komt naar voren dat de hoeveelheid gras die wordt opgenomen bepalend is voor het economisch succes van weiden. Want hoe meer vers gras er wordt opgenomen, hoe hoger het economisch rendement is. Vanaf 500-700 kg droge stof opname uit weidegras is het al economisch interessant om te weiden. Ervan uitgaande dat een koe 0,8 kg droge stof per uur opneemt bij weidegang, is het vanaf 560 uur weidegang op jaarbasis al interessant om weidegang toe te passen. Eventuele extra inkomsten uit bijvoorbeeld weidepremie zijn hierin niet meegerekend. Het economische voordeel van weidegang wordt groter naar mate er meer vers gras wordt opgenomen door de koe. Het toepassen van de hogere weidepremies leidt ook tot een hoger economisch voordeel van weidegang. (van den Pol- van Dasselaar, Philipsen, & de Haan, 2013)

Weidegang is voor de meeste melkveehouders technisch haalbaar en economisch interessant. Waarom worden er dan in Nederland niet meer koeien geweid? De redenen die melkveehouders daarvoor geven zijn: het is niet mogelijk op mijn bedrijf of het is economisch niet interessant. In dit onderzoek wordt er dieper ingegaan op de onderliggende redenen van deze antwoorden. Want misschien zijn er meer redenen bij de melkveehouder aanwezig dan er in eerste instantie worden genoemd.

1.2.3 Geïnformeerde veehouder positiever

In onderzoeken die worden uitgevoerd op melkveehouderij-gebied komt naar voren dat de mindset van de melkveehouder belangrijk is. Eén van de onderzoeken die zijn uitgevoerd, is een onderzoek op het gebied van uiergezondheid: De uiergezondheid van de koeien in Nederland staat onder druk. Om de



uiergezondheid te verbeteren is het UGCN (Uier Gezondheid Centrum Nederland) opgericht. Dit centrum heeft als doel om de uiergezondheid te verbeteren. Het UGCN heeft een aantal trainingen aangeboden om het kennisniveau over uiergezondheid te verbeteren. De trainingen werden met name via de diverse studiegroepen verspreid. Een tweede middel was een communicatiecampagne om het gebruik van melkershandschoenen te gebruiken zonder in de campagne expliciet gebruik te maken van technisch-wetenschappelijke kennis. Uit evaluatie bleek dat de melkveehouders wel veel kennis opdeden via de trainingen, maar dat de melkveehouders deze specifiek moesten opzoeken, en dus intern gemotiveerd moesten worden om zich bezig te houden met uiergezondheid. Uit de campagne voor het bevorderen van het gebruik van melkershandschoenen blijkt dat de mening van de melkveehouders positief beïnvloed is, namelijk van 16% in 2004 tot 42% in 2009. Er werd een grotere groep melkveehouders bereikt waardoor de algemene mening over het gebruik van handschoenen positiever werd. De belangrijkste conclusie is dat, als melkveehouders ergens goed in geïnformeerd worden, er een grotere bereidbaarheid is om dat onderwerp te gaan toepassen. (Jansen, 2010)

1.2.4 Informatiecampagne Koe & Wij

De projectgroep Koe & Wij is in 2006 een communicatiecampagne gestart om het weiden van koeien positief onder de aandacht van de melkveehouder te brengen. Om het effect van de campagne te kunnen meten zijn er een nul- en een eindmeting uitgevoerd.

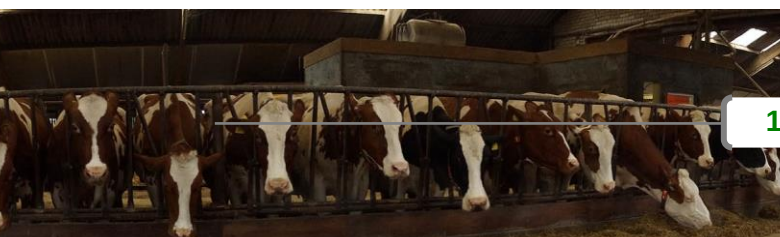
De nulmeting is uitgevoerd door een telefonische enquête uit te zetten onder 600 melkveehouders verdeeld over het hele land. In het rapport zijn eerst de "basis" kengetallen met elkaar vergeleken. Daar kwam naar voren dat de mate van beweiding sterk afhankelijk is van de regio. In het westen werd het meeste beweiding toegepast, vervolgens de regio's noord, oost en zuid. (Resp. 2720, 2274, 1924 en 1687 uur per jaar). Verder zijn aan alle melkveehouders 25 stellingen voorgelegd waarbij de melkveehouders de keuze moesten maken uit "eens", "oneens" of "geen mening". De stellingen zijn bedoeld om een beeld te krijgen van de houding van de melkveehouders ten opzichte van beweiding. De reacties op de stellingen gaven duidelijk weer dat de "weiders" en "niet-weiders" een duidelijk verschillende houding en kennis hadden ten aanzien van beweiding. Een van de aanbevelingen uit het rapport is om te onderzoeken in hoeverre de houding van de melkveehouder meespeelt in de keuze van beweiden of opstallen. (van der Schans, Oerlemans, & van Well, 2006)

Van der Well *et al.* hebben onderzoek gedaan naar de drijfveren van melkveehouders om te gaan beweiden. Daarbij hebben ze de melkveehouders in 4 categorieën ingedeeld: de zakelijke melkveehouder, de genietende melkveehouder, de traditionele melkveehouder en de overtuigde melkveehouder. Deze melkveehouder hebben typische motivaties voor hun bedrijfsvoering. Zo gaat bij de zakelijke melkveehouder de economie voorop. Bij de genietende melkveehouder staat het arbeidsplezier voorop. De traditionele melkveehouder wil zijn bedrijf in stand houden zonder grote wijzigingen. De overtuigde melkveehouder heeft een bepaalde overtuiging. Vanuit deze overtuiging beslissingen genomen.

In de eindmeting die gedaan werd onder grotendeels dezelfde groep is gekeken of het beeld wat melkveehouders hebben van weidegang ook is veranderd. De groep melkveehouders werd door middel van een telefonische enquête benaderd. In dit onderzoek is meegewogen in welke categorie een melkveehouder valt door middel van een serie stellingen. Dit is vervolgens ingedeeld naar regio. De indeling in ondernemerstypen leidt niet tot significante verschillen in het al dan niet beweiden tussen de typen. Daaruit kan geconcludeerd worden dat: of het verschil tussen de ondernemers alleen op indirecte wijze doorwerkt, of dat de indelingsmethode in het onderzoek onvoldoende het onderscheid tussen de typen maakt. (van der Well & van der Schans, 2008). Blijkbaar zijn er ook andere factoren die meespelen in de beslissing of een melkveehouder gaat weiden. De argumenten om te gaan weiden die in dit onderzoek zijn gemeten zijn niet de meest doorslaggevendende argumenten voor de melkveehouders. omdat er anders een verdeling naar regio mogelijk zou moeten zijn.

1.2.5 Persoonlijke waarden melkveehouder

Vrolijk en Gosselink (2013) hebben aangetoond dat het weiden vooral een persoonlijke zaak is. Een melkveehouder moet het leuk vinden om te weiden, ofwel, er moet een uitdaging in zitten. Tegelijk vinden de niet-weiders wel dat de koe in de wei mooi is, maar dat het weiden niet in hun systeem past. De zogenaamde parel van het weiden vinden de weiders: de koe in de wei en van gras melk maken.



De zogenaamde puzzels van het weiden is het plannen in combinatie met de Nederlandse weersomstandigheden.

Kortleve (2007) heeft in haar afstudeerwerkstuk aangetoond dat de persoonlijke waarde erg belangrijk is voor de melkveehouder. Ze heeft 20 interviews gehouden bij 20 melkveehouders. Daarbij heeft ze de melkveehouder een aantal vragen gesteld en een aantal stellingen voorgelegd. Uit de interviews bleek dat de melkveehouders het belangrijk vonden dat de persoonlijke waarden en normen nagestreefd werden. De melkveehouders gaven aan dat persoonlijke waarden erg belangrijk zijn voor ze, maar dat externe factoren de uitvoering van de persoonlijke waarden beïnvloeden. De interviews zijn bij 20 melkveehouders gehouden waarbij beweiding een probleem zou kunnen zijn (grote koppel, automatisch melksysteem, kleine huiskavel en hoge productie). Dat wil niet zeggen dat deze uitkomsten vergelijkbaar zijn voor alle melkveehouders. Daarnaast zijn de interviews in de zuidelijke helft van het land afgenomen, wat een vertekend beeld van de resultaten kan geven.

Methorst heeft een proefschrift geschreven met de titel "Farmers' perception of opportunities for farm development". Er is onderzocht of er een verband was tussen de perceptie van de melkveehouder en de mogelijke bedrijfsontwikkeling. Methorst heeft allereerst een enquête uitgezet om de trend van de melkveehouders te omschrijven. Vervolgens heeft Methorst diepte-interviews gehouden om de waargenomen trends uit de enquête te omschrijven en om deze waarneming te controleren. Vervolgens is een antwoord gevonden op de vraag of er verschil in perceptie op de bedrijfsontwikkeling is bij melkveehouders met dezelfde achtergrond. De conclusie van het rapport is dat de perceptie van een agrarisch ondernemer op de mogelijkheden voor bedrijfsontwikkeling gerelateerd is aan de persoonlijke kijk en voorkeuren van die agrarisch ondernemer. De persoonlijke kijk en voorkeuren zijn vervolgens gerelateerd aan de invloedsferen van de socio-materiële context waarin de agrarisch ondernemer is ingebed, waarbij socio-materiële context staat voor vergelijkbare sociale en materialistische achtergrond van de onderzoeksgroep. (Methorst, 2016)

In het boekje "kijken met een weide blik" van A. van den Pol- van Dasselaar is doeltreffend weergegeven wat de mindset van de melkveehouder voor invloed heeft op het percentage weidegang in Nederland. In Figuur 1 is daar een weergave van. Er wordt gesteld dat het percentage weidegang afhankelijk is van drie factoren: Efficiëntie (melk omzetten in gras) economie, arbeid en mindset. (van den Pol- van Dasselaar, 2016)



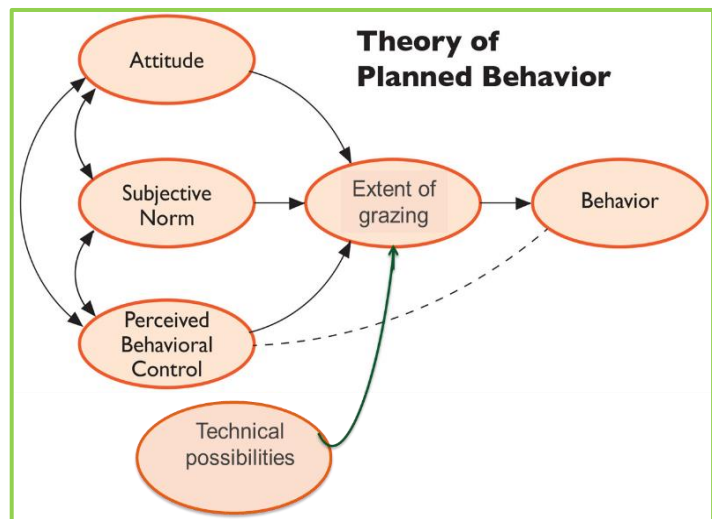
Figuur 1 Kijken met een weide blik (van den Pol- van Dasselaar, 2016)

1.2.6 Theory of Planned Behavior

Läpple, Hennessy, & O'Donovan (2012) toonde in hun onderzoek, onder Ierse melkveehouders, aan dat het aantal weidedagen per jaar niet alleen afhankelijk is van bedrijfskarakteristieken zoals huiskavel, intensiviteit en verkaveling, maar dat deze ook afhankelijk is van de eigenschappen van de melkveehouder. In een vergelijkbaar Nederlands onderzoek is aangetoond dat het combineren van technische en sociale factoren 47% van de variatie in de mate van beweiding zou kunnen uitmaken. In het onderzoek is aan de hand van de theory planned behaviour gekeken of de sociale en technische aspecten van weidegang een significante correlatie hebben. Dit blijkt voor 47% verklaarbaar. (van den Pol- van Dasselaar, Philipsen, & de Haan, 2016)



The theory of planned behaviour gaat over de invloed van externe factoren op gedrag. Van den Pol- van Dasselaar, Philipsen, & de Haan (2016) hebben deze theorie uitgelegd. Deze theorie is in Figuur 2 weergegeven. Het gedrag van de mens wordt bepaald door de intentie om iets te doen of te willen doen. Deze intentie wordt door drie verschillende factoren beïnvloed.



Figuur 2 Uitwerking theory planned behaviour

De eerste factor is de attitude van de mens. De attitude is de houding van de mens ten opzichte van bepaalde onderwerpen. In dit vooronderzoek wordt specifiek naar de houding van melkveehouders gekeken. Of de attitude van de melkveehouder positieve invloed heeft op het weidegedrag is afhankelijk van het feit of de melkveehouder gelooft dat weidegang een positief effect heeft op verschillende onderwerpen, en of deze onderwerpen van belang zijn voor de melkveehouder. Een aantal van deze onderwerpen kunnen zijn: grasbeschikbaarheid (huiskavel, grasgroei) arbeidsplezier, inkomen, diergezondheid, invloed op de kringloop en ontwikkeling van het bedrijf.

De subjective norm is de tweede factor die invloed heeft op het gedrag. De subjective norm staat voor de omgeving van de melkveehouder. Met de omgeving worden de burens bedoeld, ook de consument en de collega- melkveehouders kunnen invloed hebben. Ook geloof is een invloedfactor. In hoeverre de subjective norm invloed heeft op het gedrag van de melkveehouder is afhankelijk of de melkveehouder hiervoor gevoelig is. De derde invloedfactor op het gedrag van de melkveehouder is de Perceived Behaviour Control. Dit is het geloof in zichzelf of de taak ook uitvoerbaar is. Heeft de melkveehouder het graslandmanagement goed in handen? Hierin speelt het zelfvertrouwen in de kennis en kunde van de melkveehouder een grote rol. Ook de infrastructuur zoals kavelindeling en de melkmethode op het bedrijf zijn van belang voor dit onderdeel. Ook de technical possibilities is een invloedfactor op het gedrag van de melkveehouder. Deze factor betekent: wat zijn de technische mogelijkheden op het bedrijf. Is zijn bedrijf geschikt om te weiden? Het belangrijkste kengetal dat hiervoor beschikbaar is, is de intensiviteit van het bedrijf uitgedrukt in kilogrammen melk per hectare.

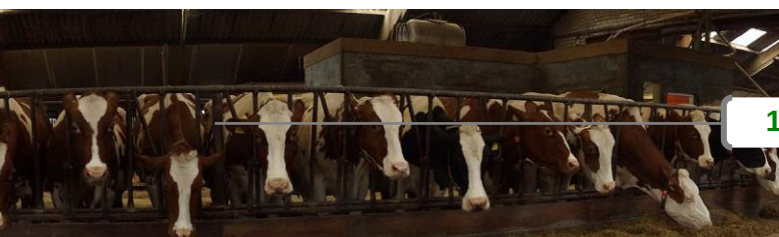
Al deze factoren spelen een grote rol ten aanzien van het gedrag van de melkveehouder. Daarnaast zijn alle factoren ook weer onderling verbonden. Dat wil zeggen dat de factoren ook invloed op elkaar hebben. Een voorbeeld zou kunnen zijn dat, wanneer de omgeving van de melkveehouder niet weidt, de melkveehouder zelf ook niet gaat weiden de melkveehouder daardoor niet gelooft dat weidegang mogelijk is voor hem, omdat de omgeving ook niet kan weiden, terwijl de melkveehouder wel een succesvolle weider kan zijn.

1.2.7 Gedrag

In de vorige alinea's is naar voren gekomen dat de melkveehouder minder gaat weiden. Maar waarom beslist de melkveehouder om minder te gaan weiden? Waar komen de gedragingen van minder weiden vandaan? Daarom wordt in de onderstaande paragraaf beschreven hoe een beslissing en een afweging bij een mens tot stand komt en waarom mensen bepaald gedrag vertonen.

Het gedrag van de mens wordt volgens Wijsman (2013) door verschillende factoren wordt beïnvloed. De belangrijkste vier factoren zijn:

- i. Cultuur
- ii. Geloof
- iii. Omgeving
- iv. Lichaam



Deze vier factoren kunnen bepalend zijn voor bepaalde keuzes. Zo is het in Nederland de cultuur dat de koeien buiten in de weide horen. Maar in landen als Slowakije en Hongarije wordt helemaal niet aan weidegang gedaan. Ook geloof speelt vaak een belangrijke rol bij de keuzes die gemaakt worden. Zo ziet de ene melkveehouder de koe als dier en vindt deze melkveehouder uit het oogpunt van rentmeesterschap dat er goed met dieren moet worden omgegaan, terwijl de andere melkveehouder helemaal geen moeite heeft om de koe als product te zien. In beide gevallen kan een melkveehouder voor weidegang of opstallen kiezen. De omgeving waarin de melkveehouder zich bevindt speelt ook een rol bij het gedrag dat de ondernemer vertoont. In de omgeving zijn de volgende factoren van belang: mensen, werk, woonomgeving en klimaat. Het lichaam van de melkveehouder is ook bepalend voor het gedrag wat er wordt vertoond. Zo zal een melkveehouder die slecht ter been is niet zo snel gaan weiden, terwijl een jonge, energieke melkveehouder makkelijker kan gaan weiden. (Wijsman, 2013)

Stomp (2017) zegt dat een mens beslissingen neemt op basis van zijn ratio en zijn gevoel. De ratio is het “gezonde boerenverstand” en het gevoel is ontwikkeld op basis van eerder ervaringen. Daardoor heeft de mens bij een beslissing die genomen moet worden altijd een goed of slecht voor gevoel. De hersenen herkennen een situatie en geven op basis daarvan een gevoel af. De meeste beslissingen zijn een combinatie van gevoel en ratio. Er zijn twee type beslissers: de Statificers en de Maximizers. De Statificers nemen de beslissing op basis van feiten en de Maximizers nemen hun beslissing met de intentie de beste optie te willen kiezen. Daarbij kiezen ze soms op gevoel.

1.2.8 Gedrag beïnvloeden

Van Gaalen, Loef, Duijvenstein en Bouwknecht (2016) hebben aangetoond dat het gedrag van de mens door middel van vier strategieën kan worden beïnvloed. Deze vier strategieën zijn:

- i. *Emotioneren en laten associëren*
- ii. *Sociaal beïnvloeden*
- iii. *Faciliteren en gedrag versterken*
- iv. *Motiveren.*

De eerste strategie is erop gericht om, via communicatie, rekening te houden met bepaalde emoties en associaties die een rol kunnen spelen bij het gewenste gedrag. Door een bepaalde emotie te linken aan het gedrag dat men graag wil zien, is het mogelijk dat mensen bij het zien van een bepaalde emotie het gewenste gedrag gaan vertonen. De strategie sociaal beïnvloeden is, zoals de naam al zegt, bedoeld om via de sociale omgeving gedrag te beïnvloeden. Door BOB-campagne is daar een goed voorbeeld van. In deze campagne wordt gemotiveerd om met elkaar verantwoordelijk te zijn voor een BOB, de sociale druk is hoog om dit goed met elkaar af te spreken. Als derde strategie wordt faciliteren en gedrag versterken genoemd. Deze strategie is erop gericht om bepaald gedrag te stimuleren door er een tool voor aan te bieden of op een andere manier ervoor te zorgen dat het tonen van het gewenste gedrag eenvoudiger wordt. De laatste strategie is erop gericht om met communicatie de interne motivatie van mensen te vergroten om hun gedrag te veranderen. Deze strategie is gelinkt aan de gedragsbepalers: kennis, houding en zelfbeeld. (van Gaalen, Loef, Duijvenstein, & Bouwknecht, 2016)

De precieze redenen waarom een melkveehouder de beslissing neemt om wel of niet te gaan weiden is nog onbekend. Wel zijn er een aantal invloedfactoren aanwezig zoals deze in de literatuurstudie zijn omschreven. In dit afstudeerwerkstuk zal onderzoek gedaan worden naar de mogelijke redenen van een melkveehouder om wel of niet te gaan beweiden. Het onderzoek richt zich op het vinden van nieuwe informatie en niet op de vraag hoe deze informatie toegepast kan worden in vervolgonderzoeken en/of acties op het werkveld.

1.2.9 Intrinsieke of extrinsieke motivatie

De motivatie van de melkveehouder zal ook afhangen van het feit of een melkveehouder intrinsiek of extrinsiek gemotiveerd is. Intrinsieke motivatie houdt in dat de melkveehouder vanuit zichzelf is gemotiveerd (Wijsman, 2013). Dat wil zeggen, de melkveehouder vindt zelf dat er wel of niet geweid moet worden. Daarvoor is er geen externe motivatie nodig. Als een melkveehouder extrinsiek is gemotiveerd wil dat zeggen dat een externe motivatie nodig is om te gaan weiden. Voorbeelden daarvan zijn de weidepremie en een eventuele verplichting vanuit de overheid. De vraag vanuit de maatschappij om te gaan beweiden kan ook een belangrijke extrinsieke motivatie zijn. Er is weinig tot niets bekend over de in- of extrinsieke motivatie van melkveehouders bij weidegang.



1.3 Knowledge Gap

De technische mogelijkheden van beweiden en het economisch voordeel van beweiden zijn bekend. Maar 68% van de melkveehouders noemt dit niet als hoofdreden om te weiden (Hin, 2013). Welke redenen hebben de melkveehouders dan om te gaan weiden? En hoe komen die redenen tot stand? Op dit moment ervaren de niet-weiders in Nederland een maatschappelijke dwang om te gaan beweiden. Heeft dit invloed op het weidegedrag? (van den Pol- van Dasselaar, Philipsen, & de Haan, 2016) De onbekende factor is in hoeverre de mindset van de melkveehouder invloed heeft op de beslissing om te gaan weiden. En welke factoren wegen in meer of mindere mate mee om tot een beslissing te komen? Als de ranking van de factoren bekend wordt kan er beleid worden ontwikkeld om de factoren te beïnvloeden.

1.4 Hoofdvraag

Het afstudeeronderzoek is bedoeld om een beeld te krijgen van de mindset van de melkveehouder met betrekking tot de keuze van het wel of niet weiden. De specifieke hoofdvraag is:

Op welke wijze zijn sociaal-culturele factoren van invloed op de strategische keuze van de melkveehouder om wel of niet te weiden, waarbij de technische en economische mogelijkheden van weidegang verschillend zijn?

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn een aantal zaken van belang om tot een weloverwogen antwoord te kunnen komen. Voor de melkveehouder zouden een aantal factoren een rol kunnen spelen zoals de stemming van de melkveehouder, de sociale omgeving, de beroepsomgeving en de gezinssamenstelling. Echter, er zijn vele sociaal-culturele factoren, en welke hebben dan invloed op de melkveehouder? Daarom zijn de volgende deelvragen opgesteld:

- i. *Welke sociaal-culturele factoren zijn relevant voor het thema van het onderzoek?*
- ii. *Welke sociaal-culturele factoren zijn belangrijk voor melkveehouders?*
- iii. *Wat voor weging wordt er aan de sociaal-culturele factoren gegeven door melkveehouders, waarbij de technische en economische haalbaarheid van weidegang bij melkveehouders verschillend is?*

1.5 Afbakening

Er wordt in dit onderzoek ingegaan op de sociaal-culturele factoren die een melkveehouder afweegt om een beslissing te nemen om wel of niet te weiden. Er wordt geen onderzoek gedaan naar de technische of economische redenen van de melkveehouder omdat dit in andere onderzoeken is gedaan. De opdrachtgever heeft aangegeven dat zij inzicht wil hebben in de mindset van de melkveehouder. Dit wil zeggen: de manier van denken en oordelen over weidegang bij melkveehouders. Daarbij wordt er een interview gehouden onder diverse melkveehouders. In dit interview worden vragen gesteld om te achterhalen in welke mate factoren meespelen bij de beslissing van de melkveehouder om te gaan weiden of om op te stallen. Vervolgens worden er enquêtes verspreid om het beeld dat ontstaan is bij het houden van de diepte-interviews te meten bij een grotere groep melkveehouders verspreid over heel Nederland.

1.5.1 Plaats en tijd

De diepte-interviews vinden plaats in de regio Gelderland en Overijssel. Deze verdeling is gekozen om de reistijd zoveel mogelijk te beperken. Aan de andere kant moet er een goed beeld ontstaan van de gemiddelde melkveehouder in Nederland. Alleen de diepte-interviews worden beperkt tot een deel van Nederland. De enquêtes worden wel door heel Nederland verspreid. Hiervoor wordt gekozen omdat op deze manier een valide uitkomst ontstaat over welke sociaal-culturele factoren een rol spelen bij de melkveehouder. De diepte-interviews worden gehouden bij veehouders die in de afgelopen vijf jaar, tussen 1 januari 2012 en 1 januari 2017 een bedrijfsverandering hebben ondergaan.

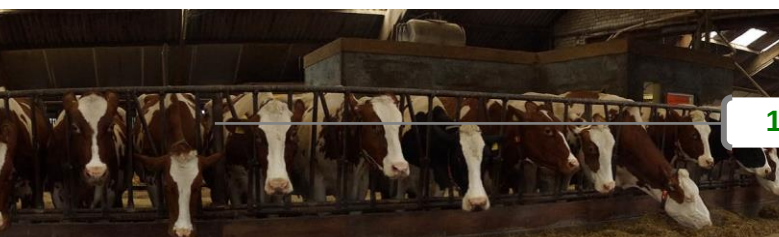


1.5.2 Technische en economische omstandigheden

De verschillende technische en economische omstandigheden worden als volgt gedefinieerd: De technische omstandigheden zijn de hoeveelheid vers gras die een melkveehouder kan aanbieden voor weidegang. Dit zijn alle percelen die beweidbaar zijn. Ook de percelen waar in het jaar van onderzoek een ander gewas is geteeld, maar die wel beweidbaar zijn als er gras geteeld wordt, worden meegenomen als zijnde beweidbare oppervlakte (van den Pol- van Dasselaar, et al., 2015). De economische omstandigheid wordt als volgt gedefinieerd: de hoeveelheid droge stof uit vers gras dat per jaar door de koe kan worden opgenomen (van den Pol- van Dasselaar, Philipsen, & de Haan, 2013). Deze definities zijn gebaseerd op de uitkomsten uit het literatuuronderzoek. Het financiële aspect van beweiding wordt buiten beschouwing gelaten.

1.6 Doel

De deelvragen zijn geformuleerd om tot een antwoord op de hoofdvraag te komen, maar ook om de achtergronden van het onderzoek zichtbaar te maken. Het doel van het onderzoek is het onderzoeken van de mindset van de melkveehouder en zichtbaar maken van welke factoren deze mindset bepalen en hoe belangrijk de melkveehouders deze factoren vinden.



Hoofdstuk 2 Materiaal en Methode

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden werden eerst de deelvragen beantwoord. Tijdens het onderzoek werd er op verschillende manieren informatie ingewonnen. Per deelvraag wordt de methode van onderzoeken beschreven en wordt er toegelicht waarom er bepaalde keuzes zijn gemaakt.

Deelvraag I werd beantwoord door middel van een literatuuronderzoek. Om het antwoord te vinden op de deelvraag II werden er 10 diepte-interviews afgenomen. Door middel van een landelijk verspreide enquête werd deelvraag III beantwoord. In [Bijlage I Interview](#) zijn de interviewvragen opgenomen en in [Bijlage II Enquêtevragen](#) zijn de enquêtevragen opgenomen.

Het voordeel van interviews ten opzichte van enquêtes is dat er dieper doorgevraagd kan worden bij de geïnterviewde. De resultaten zijn dus diepgaander. Het nadeel van het houden van interviews is dat het tijdrovend is. Er zijn hierdoor minder respondenten, wat het onderzoek minder betrouwbaar maakt. Het voordeel van een enquête is dat er meer respondenten zijn, waardoor de betrouwbaarheid van het onderzoek stijgt. (Baarda & de Goede, 2006)

Bij gebruik van enquêtes zal het onderzoek een kwantitatief onderzoek worden. Dat wil zeggen: een grote hoeveelheid informatie waar sterke conclusies aan kunnen worden verbonden. Als er gebruik wordt gemaakt van interviews, zal dit onderzoek een kwalitatief onderzoek worden. Dat wil zeggen dat er relatief weinig informatie is met veel diepgang, alleen kunnen aan deze antwoorden geen sterke conclusies worden verbonden. Dit soort onderzoek is bedoeld om een beeld te schetsen van de zaken die zouden kunnen spelen. Bij een kwalitatief onderzoek gaat het niet om grote aantallen of dat er een significante analyse plaatsvindt. In dit onderzoek worden twee soorten onderzoek gedaan. Allereerst worden er interviews afgenomen. Dat is een kwalitatief deel. Vervolgens worden er melkveehouders geënquêteerd. Dit is een kwantitatief deel. (Baarda & de Goede, 2006)

In dit onderzoek is het belangrijk dat er een goede indruk ontstaat van sociaal-culturele factoren die van invloed zijn op de beslissing van de melkveehouder om wel of niet te weiden.

2.1 Deelvraag I

Welke sociaal-culturele factoren zijn relevant voor het thema van het onderzoek?

Het doel van het antwoord op deze deelvraag is het inzichtelijk maken van de verschillende sociaal-culturele factoren. Er werden diverse bronnen geraadpleegd om zo veel mogelijk verschillende factoren te beschrijven. Vervolgens werd een schifting gemaakt in de verschillende sociaal-culturele factoren welke het meest actueel zijn voor de melkveehouders. Aan de hand van deze inventarisatie wordt de vragenlijst samengesteld. Deze inventarisatie wordt in het vooronderzoek samengesteld en vervolgens in het afstudeerwerkstuk verwerkt in de statistieken. Het is belangrijk om van tevoren een goed beeld te hebben van de sociaal-culturele factoren die mee kunnen spelen bij de melkveehouder, omdat er dan een zo compleet mogelijk diepte- interview ontstaat.

De term sociaal-cultureel is een onderdeel van de DEPEST-analyse (managementgoeroes.nl, 2014). Deze analyse wordt gebruikt om de macro-omgeving van een bedrijf in kaart te brengen. De macro-omgeving houdt de omgeving van een bedrijf in waar men geen invloed op heeft. DEPEST staat voor Demografisch, Economisch, Politiek, Ecologisch, Sociaal-cultureel en Technisch. In dit onderzoek wordt alleen de term Sociaal-cultureel gebruikt omdat de overige termen niet relevant zijn voor het onderzoek. De sociaal-culturele factoren worden via literatuur gezocht. De literatuur bestaat uit algemene bronnen van het internet, maar ook uit vakliteratuur. Er zijn een aantal onderzoeken gedaan waarbij gekeken is of persoonlijke waarde van de melkveehouder een rol speelt bij het uitoefenen van weidegang. Deze onderzoeken kunnen een rol spelen bij het literatuur onderzoek.

Na het literatuuronderzoek is er een lijst opgesteld met de factoren die van belang zijn voor het onderzoek. De lijst met factoren is van belang voor het beantwoorden van deelvraag III.



2.2 Deelvraag II

Welke sociaal-culturele factoren zijn belangrijk voor melkveehouders?

Deelvraag II is erop gericht om inzicht te krijgen in de mindset van een selectieve groep melkveehouders. De doelstelling is om een indruk te krijgen van de factoren die meespelen bij de melkveehouder als de beslissing wordt genomen om wel of niet te weiden. Het is belangrijk dat er een goede indruk ontstaat van de factoren die meespelen bij de beslissing van de melkveehouder. Deze factoren zijn essentieel voor de beantwoording van deelvraag III. Het doel van het interview is dat het duidelijk wordt wat de drijfveren van de melkveehouder zijn. Dus waarom worden bepaalde beslissingen genomen, en hoe komt de melkveehouder tot deze beslissing. Om dit goed in beeld te krijgen worden er 10 interviews gehouden bij melkveehouders. De interviewvragen zijn toegevoegd in [Bijlage I Interview](#). Na elk interview werd er gelijk een verslag geschreven. Dit is belangrijk omdat het gesprek dan nog goed re-presentabel is. Ook worden er, wanneer de geïnterviewde daar toestemming voor geeft, geluidsopnamen gemaakt van het interview zodat het interview terug te luisteren is. Hierdoor kunnen details van de gesprekken goed worden omschreven tijdens het uitschrijven van de interviews.

Van de 10 melkveehouders weiden er vijf en vijf melkveehouders hebben de koeien jaarrond op stal. Er wordt voor deze verhouding gekozen zodat er een goed beeld ontstaat van de melkveehouders die opstallen en de weidende melkveehouders. Het doel van het onderzoek is namelijk het vinden van sociaal-culturele factoren bij zowel melkveehouders die weiden als melkveehouders die opstallen. Via stichting Weidegang zullen adressen worden gevraagd van melkveehouders die geschikt zijn voor de interviews.

Stichting Weidegang is een stichting die weidegang probeert te stimuleren bij melkveehouders. Door middel van Weidecoaches worden er cursussen aangeboden aan melkveehouders waarbij men dieper ingaat op welke weidesystemen er zijn en waarbij de melkveehouders leren hoe er succesvol geweid kan worden. Deze stichting heeft dus veel contacten verspreid over heel het land, daardoor kan de stichting geschikte adressen aanleveren.

2.2.1 Soort interview

Er zijn verschillende soorten interviews: gestandaardiseerde interviews, half-gestandaardiseerde interviews en open interviews. Bij een gestandaardiseerd interview wordt van tevoren het interview tot in detail uitgewerkt. Daarbij liggen de vragen en de volgorde van de vragen van tevoren vast. Deze manier van interviewen dwingt de geïnterviewden in een bepaalde gedachtegang. De antwoorden zijn dan vaak politiek gewenst en de uitslag is van tevoren te beredeneerden. Een open interview is een interview waarbij de geïnterviewden de gang van het interview bepalen. Van tevoren staat alleen het onderwerp vast. Daarna wordt de gedachtegang van de geïnterviewden gevolgd. Het gesprek kan licht gestuurd worden door het stellen van aanvullende vragen en gerelateerde onderwerpen aan te dragen. Het open interview richt zich met name op diepgang. Het half-gestandaardiseerde interview is een tussenweg tussen een open interview en een gestandaardiseerd interview. Bij deze manier van interviewen staat het onderwerp en een groot deel van de vragen van tevoren vast, maar aan de hand van de antwoorden van de geïnterviewden kan er nog wel worden afgeweken van de volgorde. Deze vorm van interviewen geeft vrijheid aan de geïnterviewden, maar biedt ook een kader en richt zich op volledigheid. (van der Velde, Jansen, & Telting, 2000)

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een half-gestandaardiseerd interview omdat deze vorm van interviewen voldoende diepgang biedt, maar ook voldoende structuur biedt, zodat alle onderwerpen die besproken moeten worden tijdens het interview ook besproken worden. Een open interview kan meer diepgang bieden, alleen de volledigheid van de interviews is dan onzeker. Een gestandaardiseerd interview dwingt de melkveehouder in een bepaalde gedachtegang. Dat is niet de bedoeling van het interview omdat het belangrijk is dat de geïnterviewde zijn mening weergeeft en niet een politiek correct antwoord geeft.



2.2.2 Eisen deelname aan interview

Voor het diepte-interview zijn melkveehouders benaderd die moesten voldoen aan de volgende voorwaarden:

- i. *Geen biologische bedrijfsvoering;*
- ii. *De melkveehouders voeren hun bedrijfsactiviteiten voornamelijk uit in de provincie Gelderland of Overijssel*
- iii. *Minder dan 12 koeien per beweidbare hectare;*
- iv. *De veestapel bestaat voor 85% uit het ras Holstein;*
- v. *Tussen 1 januari 2012 en 1 januari 2017 moet er een grote verandering zijn geweest in de bedrijfsvoering.*

Biologische melkveehouders hebben de verplichting om te beweiden. Daarbij is het niet van belang wat de melkveehouder van weidegang vindt, omdat biologische melkveehouders de verplichting hebben om te beweiden. Daardoor zijn deze melkveehouders niet interessant voor dit interview.

De definitie van weidegang is dat de koeien minimaal 1 kilo droge stof per koe per dag op kunnen nemen. Als de koeien dit niet op kunnen nemen wordt het geen weidegang meer genoemd. Daarom worden bedrijven waarbij de koeien minder dan 1 kilo droge stof op kunnen nemen uit weidegras niet meegenomen in dit onderzoek. Omdat deze norm niet duidelijk is voor veel melkveehouders is de volgende voorwaarde opgesteld. Deze voorwaarde is dat de melkveehouder niet meer dan 12 koeien per beweidbare hectare heeft. Dit aantal koeien staat gelijk aan de norm van minimaal 1 kilo droge stof opname per koe per dag. In de praktijk blijkt dat, wanneer er meer dan 12 koeien per beweidbare hectare aanwezig zijn, er nog steeds wordt geweid door melkveehouders. Deze groep is echter zo klein dat de focus van dit onderzoek hier niet op wordt gericht. (van den Pol- van Dasselaar, et al., 2015)

Om het uitvoeren van de interviews te kunnen doen binnen de daarvoor gestelde termijn is het niet mogelijk om de interviews te houden in heel Nederland. Daarom is ervoor gekozen om het uitvoeren van de interviews te beperken tot de provincies Gelderland en Overijssel. Voor deze provincies is gekozen omdat de provincies binnen korte reisafstand liggen, maar vooral om de diversiteit binnen deze provincies. In de provincies zijn veel melkveehouders die beweiden, de infrastructuur van deze bedrijven zijn zeer variabel. Ook de bedrijfsgrootte van de bedrijven in de provincies is zeer variabel.

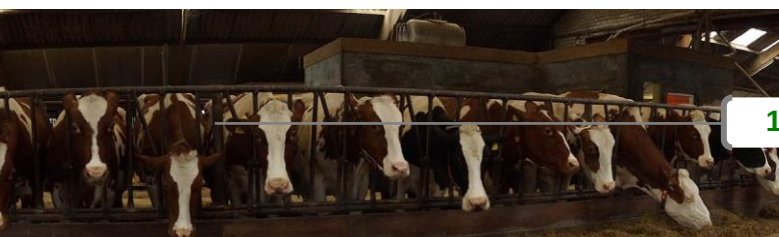
Het ras koe dat de melkveehouder heeft is bepalend voor een deel van de bedrijfsvoering. Om invloed van een ander ras uit te sluiten is de voorwaarde gesteld dat minimaal 85% van de veestapel bestaat uit het ras Holstein. Dit is het meest gebruikte ras in Nederland. Daarom is dit ras interessant voor het onderzoek. Andere rassen zouden ook interessant kunnen zijn omdat het management van rassen anders is, echter, hier richt dit onderzoek zich niet op.

Het laatste criterium is dat er in de afgelopen jaren, van 1 januari 2012 tot 1 januari 2017, een grote verandering zijn geweest in de bedrijfsvoering van de geïnterviewde. Voor deze eis is gekozen zodat de melkveehouder een bewuste beslissing heeft moeten nemen om wel of niet te gaan weiden. Een grote verandering wordt als volgt gespecificeerd: er is een andere stal gebouwd, er is een inperking/uitbreiding van het beweidingsoppervlakte van minimaal 5%, er heeft een bedrijfsovername plaatsgevonden, het aantal koeien is met minimaal 10% gekrompen of gegroeid of er heeft een herverkavelingsproject plaatsgevonden. De melkveehouder is veranderd van melksysteem (van melkstal naar robot of van robot naar melkstal) Deze veranderingen zijn ingrijpend voor de bedrijfsvoering, waardoor er vaak een (her)overweging voor de keuze om te gaan weiden wordt gemaakt.

2.2.3 Opbouw interview

Er worden afspraken met de melkveehouders gemaakt om een interview af te nemen. Deze afspraken worden gemaakt door de melkveehouder te bellen. Tijdens het telefoongesprek zullen een aantal vragen worden gesteld om te beoordelen of de melkveehouder geschikt is voor het interview.

Bij het interview worden eerst inleidende vragen gesteld zodat de geïnterviewde zich op zijn gemak gaat voelen. Vragen waar men dan aan moet denken zijn bijvoorbeeld: hoeveel koeien worden er gemolken? Wat is uw leeftijd? Wat is uw gezinssamenstelling? Na deze inleidende vragen worden de



dieperliggende vragen omtrent de mindset van de melkveehouder gesteld. Als afsluiter van het interview worden enkele stellingen aan de melkveehouder voorgelegd. De diepte-interviews worden bij de melkveehouder thuis gehouden. Hier wordt voor gekozen omdat de melkveehouder dan in zijn eigen omgeving is, zodat de melkveehouder zich beter op zijn gemak voelt. Ook wordt er nog een ronde over het bedrijf gedaan. Dit is de werkomgeving van de melkveehouder, daar waar de melkveehouder trots op is. De verwachting is dat daar nog meer wordt verteld omdat de stal het eigen terrein van de melkveehouder is. Dit is het vertrouwde terrein van de melkveehouder. De melkveehouder zal daar, naar verwachting, beter op zijn gemak voelen, waardoor de melkveehouder opener zal zijn.

2.2.4 Analyse interview

Direct na het interview wordt het gesprek uitgewerkt in Word. Hiervoor is gekozen zodat de gesprekken nog vers in het geheugen zitten en de kans op verkeerde interpretaties en verwarring van gegevens zo minimaal mogelijk wordt. Na de uitwerking worden de gesprekken geanalyseerd. Allereerst wordt de irrelevante informatie uit het verslag verwijderd. Dit gebeurt door de tekst door te halen, maar niet door de tekst te verwijderen. Want op het eerste gezicht overbodige informatie kan later van belang zijn. Na de verkorting van het interviewverslag worden de uitspraken van de melkveehouder gefragmenteerd. Zo ontstaat er een overzichtelijk beeld van wat de melkveehouder bedoeld in het interview. Deze fragmenten zijn indelingen van de tekst in korte, los van elkaar te lezen, stukken van het interview. Na het fragmenteren wordt de tekst gelabeld, wat inhoudt dat de fragmenten voorzien worden van labels. De labels zijn de sociaal-culturele factoren die door de melkveehouder genoemd worden. De manier van labelen is de gefundeerde-theorie benadering. De benadering is het maken van nieuwe, gekozen labels voor de fragmenten. Voor deze benadering wordt gekozen omdat er nog geen theorie bestaat waarmee de interviews kunnen worden vergeleken. Op deze manier ontstaat er een overzichtelijke tabel met soorten factoren die voor de melkveehouder van belang zijn. In alle gevallen wordt het originele bestand met daarin het uitgetypte interview bewaard zodat later terug kan worden gekeken wat de oorspronkelijke uitspraak was en de daarbij horende context kan worden nagezien. De uiteindelijke labels zijn het antwoord op deze deelvraag. De labels vormen namelijk de sociaal-culturele factoren die van belang zijn voor de melkveehouder. (Baarda, de Goede, & Teunissen, Basisboek Kwalitatief Onderzoek, 2005)

In Tabel 1 is weergegeven wat de indeling wordt van het eindproduct na analyse van de interviews. De volledige uitwerking van de opzet is toegevoegd in weidegang III. Hier zullen alleen de gelabelde antwoorden worden opgenomen zodat de anonimiteit van de geïnterviewden gewaarborgd blijft.

Tabel 1 Weergave van de uitgewerkte interviewtekst

Stap 1		Stap 2	Stap 3	Stap 4
Vraag	Volledig antwoord	Antwoord zonder irrelevante informatie	Gefragmenteerd antwoord	Gelabeld antwoord

2.2.5 Indeling bij analyse

Op basis van literatuur worden een aantal indelingsmogelijkheden van de groepen melkveehouders geformuleerd. De volgende bronnen worden gebruikt: Beweidbare oppervlakte en weidegang op melkveebedrijven in Nederland (van den Pol- van Dasselaar, et al., 2015), Economisch Weiden (van den Pol- van Dasselaar, Philipsen, & de Haan, 2013), 2013 en Convenant weidegang. (Duurzame zuivelketen, 2017)

De groepen van melkveehouders moet duidelijk in te delen zijn op basis van feiten. Want op die manier is het eenvoudig om onderscheid te maken tussen de melkveehouders. Het vermoeden bestaat dat de indeling van melkveehouders een goed beeld kan geven tussen de verschillende types melkveehouder. Op basis van de types kan er een analyse van de sociaal-culturele factoren plaatsvinden.



2.3 Deelvraag III

Wat voor weging wordt er aan de sociaal-culturele factoren gegeven door melkveehouders, waarbij de technische en economische haalbaarheid van weidegang bij melkveehouders verschillend is?

Met de beantwoording van deze deelvraag is het duidelijk wat voor waarde een grotere groep melkveehouders hecht aan de factoren, die als uitkomst van deelvraag III kwamen. De doelstelling van deze deelvraag is het maken van een schaal waarin wordt aangegeven welke factoren belangrijk zijn voor melkveehouders, en welke factoren minder belangrijk zijn.

Deze deelvraag wordt beantwoord door middel van een enquête die wordt uitgezet. De enquête is een onderdeel van een grotere enquête voor het onderzoeksproject Inno4Grass. Dit project gaat in op de innovaties die in Europa plaatsvinden op het gebied van graslandmanagement. De enquête wordt alleen in Nederland verspreid via de landelijke nieuwsbrief van LTO. Deze nieuwsbrief is onder 12.500 melkveehouders verspreid. De enquêtevragen worden opgesteld naar aanleiding van de uitkomsten van de interviews die worden gehouden. De vragen zijn toegevoegd in [Bijlage II Enquêtevragen](#). De opzet van de enquête zal wel hetzelfde blijven. Er is gekozen voor een korte enquête omdat de respons terug zal lopen als de enquête te groot is. Daardoor kan de betrouwbaarheid van de uitslag van de enquête afnemen. Er zijn ongeveer 375 respondenten nodig om de enquête uitslag als representatief te beschouwen.

2.3.1 Opbouw enquête

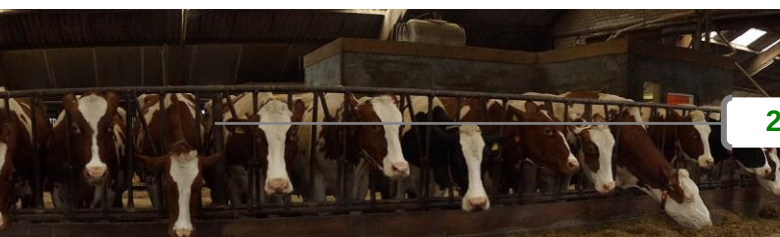
De vraagstructuur van de enquête is gestructureerd. Dat houdt in dat van te voren bekend is welke informatie nodig is om het onderzoek voort te kunnen zetten. In dit geval houdt dat in dat er een weging van de termen als antwoord wordt gezocht. De vragen zijn op een directe manier gesteld omdat de geënquêteerden een lijst voor zich zullen krijgen waarin een aantal stellingen zijn opgenomen waarop ze een weging moeten geven. De gegevens die daarmee verkregen worden zijn niet-categorische gegevens. Dat wil zeggen: de gegevens zijn niet beperkt tot twee of drie mogelijkheden, maar er zijn verschillende wegingen mogelijk. Het verschil tussen de wegingen is per melkveehouder verschillend omdat de perceptie van de melkveehouder ten opzichte van de getallen verschillend kan zijn. Er zijn ordinale verschillen tussen de gegevens want er is sprake van meer of minder invloed op de melkveehouder, maar de verhouding tussen meer of minder ligt niet vast. (Baarda & de Goede, 2006)

In de enquêtes worden er eerst een aantal algemene, open vragen om een beeld te krijgen wat het voor type bedrijf de melkveehouder heeft. Vervolgens worden er een aantal factoren, die uit de interviews zijn gekomen, voorgelegd aan de melkveehouder. De enquêteopzet is als volgt: uit de interviews die met de melkveehouders zijn gedaan zijn een aantal sociaal-culturele factoren gekomen die belangrijk zijn voor deze melkveehouders. De belangrijkheid van de factoren worden bij een grote groep melkveehouders getoetst. Daarnaast moeten de melkveehouders hun algemene gegevens (plaats, aantal koeien, aantal beweidbare hectare en grondsoort) invullen om de melkveehouders te kunnen groeperen.

De melkveehouder moet de factoren scoren met een getal tussen 1 ten 5, waarbij 1 betekent dat de factor niet belangrijk is voor de melkveehouder en 5 betekent dat de factor heel belangrijk is voor de melkveehouder. Voor deze schaal is gekozen zodat er een bredere spreiding van de antwoorden ontstaat. Daarnaast is er bij een aantal opties geen middenweg mogelijk. Bovendien is 1 tot 5 een veel gebruikte schaal in Nederland. Hierdoor hebben de melkveehouders “hoogtegevoel” van waar ze hun keuze op moeten baseren, waardoor verstoring verminderd wordt. Bij elke factor kan de melkveehouder een toelichting invullen, dit is niet verplicht om zo de respons van de enquête zo hoog mogelijk te houden.

2.3.2 Analyse enquête

Het begin van de analyse houdt in dat de uitkomsten van de enquête vergelijkbaar zijn met de Nederlandse melkveehouder. Daarbij wordt gekeken naar de samenstelling van het bedrijf, het aantal dieren en de leeftijdsopbouw van de respondenten. Dit wordt vergeleken met de gemiddelde cijfers in Nederland. Vervolgens worden de gegevens geanalyseerd. De analyse van de gegevens die verkregen

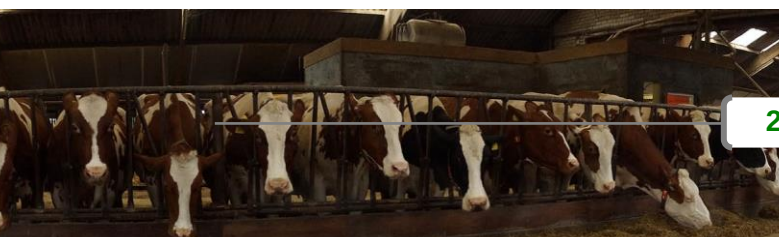


worden, wordt met het programma SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) gedaan. Dit is een programma met verschillende statistische toetsen. Voor dit onderwerp worden de Independent Samples T-Test en de Chi kwadraat toets gebruikt. Met de toets Independent Samples T-test kan het verschil binnen de factoren worden getest over de twee groepen. Dit houdt in dat bijvoorbeeld getoetst kan worden of de factor burens verschillend is voor melkveehouders die wel of niet weiden. Met de Chi kwadraat toets kan het verband over 3 groepen worden getoetst.

2.3.3 Indeling bij analyse

Op basis van literatuur worden aantal indelingsmogelijkheden van de groepen melkveehouders geformuleerd. De volgende bronnen worden gebruikt: Beweidbare oppervlakte en weidegang op melkveebedrijven in Nederland (van den Pol- van Dasselaar, et al., 2015), Economisch Weiden (van den Pol- van Dasselaar, Philipsen, & de Haan, 2013) en Convenant weidegang (Duurzame zuivelketen, 2017). Aan de hand van deze rapporten wordt bepaald wat de definitie is van verschil in technische en economische mogelijkheden bij weidegang.

De groepen van melkveehouders moet duidelijk in te delen zijn op basis van feiten. Want op die manier is het eenvoudig om onderscheid te maken tussen de melkveehouders. Het vermoeden bestaat dat de indeling van melkveehouders een goed beeld kan geven tussen de verschillende types melkveehouder. Op basis van de types kan er een analyse van de sociaal-culturele factoren plaatsvinden. Daarnaast is het voor het onderzoek ook van belang dat er onderscheid tussen de melkveehouders plaatsvindt om een helder en goed beeld te krijgen van de score op de factoren. Daarom moeten er meerdere groepen worden gemaakt om inzichtelijk te maken welke score belangrijk zijn voor melkveehouders.



Hoofdstuk 3 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek weergegeven. De behaalde resultaten zullen per deelvraag worden beantwoord.

3.1 Deelvraag I

Welke sociaal-culturele factoren zijn relevant voor het thema van het onderzoek?

Deze literatuurstudie heeft als doel om een indruk te geven van de mogelijke factoren die een rol kunnen spelen bij de besluitvorming van de melkveehouder ten opzichte van de keuze om wel of niet te gaan beweiden.

“Met Sociaal culturele factoren bedoelen we factoren die met de cultuur en sociale normen en waarden van een land te maken hebben. In dit onderdeel van de DESTEP analyse ga je dus nadenken of jouw product of dienst soms conflicten met de heersende cultuur in het betreffende land kan hebben. Uiteraard ga je ook kijken welke kansen er wellicht liggen.” (managementgoeroes.nl, 2014).

De resultaten van de literatuurstudie zijn in [Bijlage III Sociaal-culturele factoren](#) weergegeven. De bijbehorende bronnen zijn achter de gevonden factoren vermeld. De factoren die zijn weergegeven zijn allerlei soorten factoren. De factoren die worden benoemd zijn op basis van de kenmerken van de factor geselecteerd. Dit is een theoretische benadering. Het hoeft niet zo te zijn dat de melkveehouders al deze factoren benoemen als zijnde belangrijk voor de besluitvorming omtrent weidegang. De factoren zijn op alfabetische volgorde weergegeven. Daarbij is geen rekening gehouden met de belangrijkheid van de factoren.

Er vele sociaal-culturele factoren te benoemen. Echter, deze factoren zijn, logischerwijs, niet allemaal relevant voor melkveehouders bij de beslissing om te beweiden. Zo is de mening over hoe een verjaardagstaart eruit hoort te zien niet relevant voor melkveehouders omdat ze bij de beslissing om wel of niet te gaan weiden weinig tot niet te maken krijgen met de opvattingen van Nederlanders over hoe een verjaardagstaart er uit hoort te zien. Daarom zijn er een aantal bronnen benoemd die belangrijk kunnen zijn voor de melkveehouders. Dit is bepaald door te antwoorden op de vraag: zou een melkveehouder met deze factor te maken *kunnen* krijgen bij het nemen van de beslissing om wel of niet te gaan weiden? Als de vraag positief beantwoord kon worden is de factor opgenomen in de lijst met factoren.

De sociaal-culturele factoren die zijn gevonden worden tijdens de interviews niet voorgelegd aan de melkveehouders. Hiervoor wordt gekozen zodat de melkveehouders niet beïnvloed worden in het benoemen van factoren bij hun keuze voor wel of niet weiden. Aan de hand van de gegeven antwoorden van de melkveehouders is een indeling gemaakt naar de factoren.

3.2 Deelvraag II

Welke sociaal-culturele factoren zijn belangrijk voor melkveehouders?

Er zijn door middel van het contact leggen met weidecoaches adressen gevonden waar de interviews zijn afgenomen. De uitgewerkte interviews zijn opgenomen in [Bijlage IV Uitwerking interviews](#). Deze interviews zijn geanonimiseerd en eventuele herkenning van situaties en/of personen berust op toeval. De interviews die gehouden zijn, zijn allemaal afgenomen door dezelfde persoon. Ook is de verslaglegging van de interviews gedaan door dezelfde persoon. De afwijking van de interviews is hierdoor zo klein mogelijk gemaakt. De interviews zijn afgenomen bij de melkveehouders op het bedrijf om voor de melkveehouders een vertrouwde omgeving te hebben. Doordat het interview over de melkveehouder zelf gaat, en niet perse over zijn bedrijf, is het noodzakelijk dat de melkveehouder open is en dat er een goede sfeer ontstaat. De interviews zijn in de maanden november en december van het jaar 2017 gehouden. Dit zijn de maanden dat de melkveehouders minder druk zijn omdat de landwerkzaamheden dan afgerond zijn. Voor deze periode is gekozen zodat de melkveehouder ook de tijd kan nemen voor een interview.





Figuur 3 Plaatsen waar de interviews gehouden zijn

De uitkomsten van de interviews worden eerst algemeen weergegeven. Vervolgens wordt er per sociaal-culturele factor dieper ingegaan op de gegeven antwoorden.

3.2.1 Algemene gegevens interviews

De geïnterviewde melkveehouders zijn alle actieve melkveehouders die voldoen aan de eisen zoals die in hoofdstuk 2.2.2. zijn omschreven. De bedrijfsgrootte van de geïnterviewde melkveehouders varieert van 120 tot 300 melkgevende koeien. Het areaal grond dat in gebruik is varieert van 40 hectare tot 135 hectare, waarvan het percentage beweibare oppervlakte varieert tussen de 28% en 75%. De bedrijfsvorm is vaak een familiebedrijf waar twee generaties aanwezig zijn, of dat er twee broers het bedrijf samen deden. De meeste bedrijven bevonden zich op zand of rivierklei. Opvallend was dat alle melkveehouders vonden dat ze vertrappings-gevoelige grond hadden en dat een andere grondsoort veel minder vertrappings-gevoelig zou zijn. In Figuur 3 is weergegeven waar de interviews zijn gehouden.

Van de 10 melkveehouders die zijn geïnterviewd passen er 5 in meer of mindere mate weidegang toe en 5 hebben de koeien jaarrond op stal.

Het aantal uren weidegang varieert van 720 uur tot 1280 uur. Alle melkveehouders noemden het mooiste van het weiden dat de koe buiten loopt. Vaak wordt het moment dat de koeien naar buiten gaan, of het moment dat de koeien worden opgehaald genoemd als mooiste momenten van het weiden. Als mooiste van het opstallen wordt de controle die dan mogelijk is benoemd. Melkveehouders vinden het grote voordeel van opstallen dat ze de koe goed kunnen monitoren. Dat is ook het meest gewaardeerde van opstallen.

Alle melkveehouders waar een interview is gehouden zijn getrouwd en hebben kinderen. Er was nog niet altijd potentie om het bedrijf over te nemen. De redenen daarvoor waren verschillend. Opvallend was dat, bij de veehouders waarbij één van de kinderen het bedrijf zou willen overnemen, de bereidwilligheid groter was om aanpassingen te doen in de bedrijfsvoering. Melkveehouders die (nog) geen bedrijfsopvolging hadden een zakelijkere denkwijze. Hierin was er geen verschil tussen melkveehouders die beweiding toepassen en melkveehouders die geen beweiding toepassen. De gehouden interviews worden geanalyseerd volgens de aangegeven methode. Allereerst worden de interviews met de melkveehouders die beweiding toepassen geanalyseerd, vervolgens de interviews met de melkveehouders die geen beweiding toepassen.

3.2.2 Uitkomst interview beweidende melkveehouders

De sociaal-culturele factoren die tijdens het interview zijn benoemd door melkveehouders zijn in de volgende opsomming weergegeven. De factoren zijn op alfabetische volgorde weergegeven. Na de opsomming wordt per factor toegelicht waarom de factor is gekozen.

- i. Arbeidsplezier*
- ii. Buren*
- iii. Eisen van afnemers*
- iv. Gezin en familie*
- v. Invloed van media*
- vi. Eigen waarden en normen*
- vii. Ondernemerschapstijl*
- viii. Overheid*



Algemeen

Van de weidende melkveehouders valt op dat de melkveehouders vooral intrinsiek gemotiveerd zijn. Er wordt beweiding toegepast omdat de melkveehouders het mooi vinden om te beweiden. In de interviews werd vooral benoemd dat het goed voor het dier is om in de weide te lopen. Ook vinden de melkveehouders het fijn als het dier natuurlijk gedrag vertoont zoals grazen in de weide. Er werd door één melkveehouder aangegeven dat hij eerst zijn koeien op stal had in verband met het gebruik van een melkrobot, maar dat er toch weer is gekozen voor een conventioneel melksysteem zodat de koeien weer beweide zouden kunnen worden. Daarbij werd heel duidelijk aangegeven dat er binnen het gezin nevenfuncties werden uitgevoerd, en dat dit ook van belang was bij de beslissing om te gaan beweiden.

Naast de intrinsieke waarden van de melkveehouders werd duidelijk tijdens de interviews dat de melkveehouders ook gingen weiden om de wet- en regelgeving een stap voor te blijven. De melkveehouders geven aan dat het belangrijk is dat de Nederlandse melkveehouder de vrije keuze moet hebben om te kiezen tussen verschillende bedrijfssystemen. Een aantal melkveehouders is bewust gaan beweiden om deze keuze te behouden. Dat doen deze melkveehouders niet alleen voor zichzelf, maar ook voor de sector in het algemeen.

Arbeidsplezier

Het arbeidsplezier wat de melkveehouder beleeft wordt als eerste en als grootste invloedfactor benoemd door de geïnterviewde melkveehouders. Alle melkveehouders vinden het belangrijk dat ze plezier in het werk blijven behouden. Eenvoudige zaken zoals het naar buiten doen van de koeien of het naar binnen halen zijn belangrijke zaken voor de meeste melkveehouders. Naast het daadwerkelijk werken met de koeien ervaren de melkveehouders die beweiding toepassen meer waardering vanuit de samenleving. Dit verhoogt het arbeidsplezier ook.

Buren

De melkveehouders die beweiding toepassen noemen de buurt als een van de drijfveren om te gaan beweiden. Ze vinden het belangrijk dat hun bedrijf mooi en opgeruimd is. Ook hoort daarbij dat de dieren buiten lopen. Wel geven de melkveehouders allen aan dat het wel meespeelt bij hun beslissing, maar dat de buurt geen doorslaggevende factor is. Als een onderdeel in de bedrijfsvoering past wordt het aangepast, maar als het niet in de bedrijfsvoering past wordt er geen rekening gehouden met de buurt. De melkveehouders die beweiding toepassen zijn over het algemeen wel bereid om hun bedrijfsvoering verder te veranderen ten behoeve van de buurt.

Eisen van afnemers

Een aantal van de melkveehouders die beweiding toepassen noemen zeer specifiek de eisen van de afnemers als zijnde de hoofdreden waarom er beweiding wordt toegepast. Deze melkveehouders geven aan dat ze bereid zijn om verregaande aanpassingen te doen aan hun bedrijfsvoering ten behoeve van de eisen van de afnemers. Er wordt nadrukkelijk bij genoemd dat het inkomen van de melkveehouder dan wel omhoog moet gaan, anders zijn de melkveehouders niet bereid om de aanpassing te doen. Een voorbeeld die door verschillende melkveehouders is genoemd is het zogenaamde VLOG melk. VLOG staat voor Verband Lebensmittel Ohne Gentechnik en het betekent dat het product volledig vrij is van genetisch gemodificeerd voer (Qlip, 2010). Veehouders kunnen hier aan meewerken door speciaal voer te voeren. Hierdoor is de melk die wordt geproduceerd vrij van GMO en kan het als VLOG melk worden bestempeld. Dit levert extra inkomen op voor de melkveehouder. Dit staat niet geheel los van beweiding, omdat afnemers als Bel Leerdammer en Friesland Campina van de melkveehouders die VLOG melk leveren eisen dat de deelnemende melkveehouders ook beweiding toepassen. Dus als een melkveehouder beweiding toepast, kan hij relatief makkelijk VLOG melk produceren. Deze beredenering is ook veelal gemaakt door de geïnterviewde melkveehouders. Er werd door een aantal melkveehouders benoemd dat er een sterke overweging was om ook VLOG melk te gaan leveren omdat er al een aanpassing aan de bedrijfsvoering is gedaan door de melkveehouders waardoor de stap naar een andere voermethode kleiner is. Er is door de melkveehouders aangegeven dat het belangrijk is dat er geproduceerd wordt voor de markt. Dat wil zeggen dat de melkveehouders het belangrijk vinden dat er geluisterd wordt naar wat de consument vraagt en dat daar ook op geanticipeerd wordt.



Gezin en familie

Voor de geïnterviewde melkveehouders is het gezin en de familie een belangrijke factor. Door één melkveehouder werd de impact van een gezin als volgt verwoordt: *“Als de koeien dan om het huis heen lopen, en mijn dochtertje bij het raam staat en roept: kijk eens papa, hoeveel koeien er nu buiten lopen! Dat vind ik prachtig en daar geniet ik ook echt van!”*

Een andere melkveehouder, die nu geen beweiding meer toepast, noemt het mooiste van het beweiden de momenten dat hij samen met zijn gezin de koeien ging ophalen. Dat werd echt een familiemoment, maar het feit dat de melkveehouder dan echt met zijn gezin bezig was, was op dat moment meer belangrijker dan het feit dat de koeien in de weide waren. Want op een later moment beschreef de melkveehouder dat hij tijdens het zomerstalvoeren dezelfde mooie momenten met zijn gezin bereikte.

Deze omschrijving geven de geïnterviewde melkveehouders ook. Het is belangrijk om tijd en energie aan het gezin en de familie te besteden, maar dit hoeft niet perse in de combinatie van beweiden. Daarom vinden de melkveehouders het gezin en de familie wel belangrijk, maar het geeft geen doorslag bij de beslissing om wel of niet te beweiden.

Invloed van media

De melkveehouders geven aan dat de invloed van de media groot is. Melkveehouders zijn over het algemeen niet actief op sociaal media, maar via de nieuwsmedia komen er veel berichten binnen over de veehouderijsector. Dit heeft invloed op het beeld wat de melkveehouders over hun collega's denken. Daardoor zou het beeld kunnen ontstaan dat veel andere melkveehouders een nieuwe techniek toepassen. Als veel anderen het doen, zijn de melkveehouders sneller geneigd om deze nieuwe techniek ook toe te gaan passen op hun bedrijf. De melkveehouders geven aan dat berichten in de media en in de nieuwsbladen nauwlettend gevolgd worden om op de hoogte te blijven van het laatste nieuws. De media wordt ook gevolgd om inspiratie op te doen voor nieuwe ideeën en verbeteringen in de bedrijfsvoering.

Eigen waarden en normen

De melkveehouders geven aan dat de eigen waarden en normen erg belangrijk zijn. Het antwoord wat het meeste wordt gegeven tijdens de interviews zijn: *“Ik vind het belangrijk dat ik het bedrijf over kan dragen aan mijn zoon. Afgelopen jaar was dat vooruitzicht er niet en dat vind ik heel erg moeilijk”* *“Het is belangrijk dat ik niet alle dagen alleen maar op het bedrijf ben. Ik wil er ook een keer tussenuit kunnen.”* Deze uitspraken geven aan dat de melkveehouders het belangrijk vinden dat hun eigen behoeften worden vervuld. Opvallend was dat geen van de melkveehouders per definitie vond dat de koeien moesten beweiden. Er werd altijd een nuance aangebracht waaruit bleek dat de melkveehouders vonden dat de koeien het in de stal ook erg goed hebben en dat weidegang niet noodzakelijk is om de eigen normen en waarden te overschrijden.

Ondernemersstijl

Ondernemersstijl speelt een belangrijke rol bij de melkveehouders. In elk interview werd benoemd dat de melkveehouder kiest voor beweiding omdat dit volgens hem past in zijn manier van ondernemen. Elke melkveehouder past wel of geen beweiding toe omdat dit binnen zijn manier van ondernemen past.

“Kijk, ik vind het leuk om te beweiden. Het is voor mij een uitdaging waarmee ik nu nog moet leren omgaan. Het past goed in ons systeem dat we een zo eenvoudig mogelijk management hebben.”

In de interviews werd nadrukkelijk benoemd dat het een keuze is voor het bedrijf om wel of niet te gaan weiden. Bij bedrijven waar de nadruk ligt op het zo goed mogelijk verzorgen van dieren en minder op het halen van een zo hoog mogelijk rendement wordt er sneller voor weidegang gekozen.

Er is verschil in types melkveehouders. Dit is logisch en is al eerder aangetoond door Van der Well, Gooijer & van der Schans (2008). Tijdens het interviewen werd ook opgemerkt dat de insteek van de melkveehouders, bij het nemen van de beslissing om wel of niet te gaan beweiden, verschillend is. Een aantal melkveehouders gaan voor het gemak dat de koeien zelf het gras ophalen en de mest weer wegbrengen. Die melkveehouders willen ook het liefste werken met een standweide, of met een weidesysteem die niet arbeidsintensief is. Andere melkveehouders gaan voor het economische gewin.



Dus het weiden moet zoveel mogelijk geld opleveren. Over het algemeen heerst de beleving dat weiden geld kost, maar omdat weidepremie hoog genoeg is, wordt er weidegang toegepast.

Een aantal melkveehouders hebben geen optimale bezetting van de melkrobot. Hierdoor konden deze melkveehouders nog beweiding toepassen, maar als de melkrobots vol waren werd zeer uitdrukkelijk gezegd dat de koeien dan niet meer buiten kwamen omdat dit economisch niet interessant zou zijn.

Overheid

De verplichting die vanuit de overheid dreigt om beweiding verplicht te maken is een van de meest genoemde factoren bij melkveehouders die beweiding toepassen. De melkveehouders geven allen aan dat dit zeker heeft meegespeeld bij de beslissing om te gaan beweiden. De melkveehouders willen allen voorkomen dat er een verplichting komt. De redenen hiervoor lopen uiteen. De melkveehouders willen voorsorteren op een verplichting. Daarom wordt gekozen voor beweiding. Dit wordt alleen gedaan zodat de koeien alvast gewend zijn aan weidegang. De keuze is dan een op het individu gerichte keuze.

Andere melkveehouders kiezen er bewust voor om te gaan beweiden met als doel om een verplichting te voorkomen, of voor te zijn.

“Ik heb bewust voor beweiding gekozen om zo een verplichting voor te blijven. Op deze manier help ik de sector een beetje om weer te gaan beweiden.”

“Door deze trend denk ik wel dat weidegang een keer een verplichting wordt. Dan hebben wij in ieder geval onze koeien buiten gehad, dus dan hebben we minder achterstand ten opzichte van de boeren die helemaal niets geweid hebben.”

De voorkeur van de veehouders gaat uit naar opstallen, maar omwille van de gehele sector wordt er toch voor gekozen om de koeien te beweiden. Deze keuze is een keuze in belang van de sector. Kanttekening bij deze omschrijving is dat de melkveehouders het beweiden een mooi vak vinden.

3.2.3 Uitkomsten interviews niet-beweidende melkveehouders

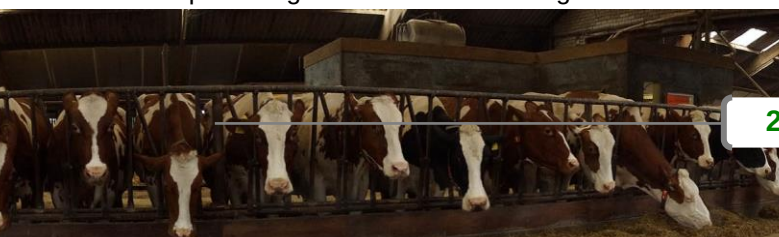
De sociaal-culturele factoren die worden genoemd door de melkveehouders die geen beweiding toepassen zijn als volgt:

- i. Arbeidsplezier
- ii. Eisen van afnemers
- iii. Eigen waarden en normen
- iv. Geloof in technische mogelijkheden
- v. Gezin
- vi. Intrinsiek gemotiveerd
- vii. Ondernemersstijl
- viii. Overheid
- ix. Toekomst

Deze factoren zijn op basis van de resultaten van de interviews gekozen. In dit hoofdstuk wordt een toelichting gegeven waarom deze factoren zijn gekozen.

Algemeen

De melkveehouders die geen beweiding toepassen zijn vaker precieze melkveehouders die graag zelf de controle over hun veestapel willen houden. De externe factoren die niet beïnvloedbaar zijn, moeten zoveel als mogelijk worden uitgesloten en/of beheersbaar worden gemaakt. De termen die tijdens de interviews vooral worden gebruikt zijn: controle, elke dag hetzelfde, precies werken en arbeidsextensief. Vaak hebben deze melkveehouders in het verleden wel weidegang toegepast, en hebben ze door omstandigheden de koeien één of meerdere jaren niet beweid. Deze keuze beviel goed, waardoor de melkveehouder niet meer is gaan weiden. Deze situatie is een kenmerk van de melkveehouders die geen weidegang meer toepassen. De melkveehouders geven sterk aan dat de controle die wordt ervaren met het opstallen één van de meest bepalende factoren is die wordt ervaren met het opstallen. Dit geeft aan dat de melkveehouders die de koeien opstallen minder goed kunnen omgaan met plotseling wisselende omstandigheden en dat ze moeite hebben met snel wisselen van een systeem.



Arbeidsplezier

De factor arbeidsplezier is zeker aanwezig bij de melkveehouders die bewust voor opstallen hebben gekozen. De melkveehouders zien beweiden als een groot risico voor de diergezondheid en de productie.

“Ik vind het belangrijk dat ik vrijheid heb. Ik ben niet het type persoon om alleen met 1 ding bezig te zijn. Het is fijn als er elk jaar wat veranderd op het bedrijf, om mijzelf te blijven uitdagen. Daarom ben ik ook ledenraadslid bij FrieslandCampina. Ook vind ik het belangrijk om als ondernemer bezig te zijn en niet zozeer met het melken van koeien alleen.”

Als belangrijkste in het leven geven de meeste veehouders aan dat ze het belangrijk vinden dat ze een mooi beroep hebben. Dit wordt bij deze melkveehouders positief beïnvloed als de bedrijfsresultaten goed zijn. Tijdens de interviews werden de technische resultaten met gepaste trots door de melkveehouders verteld. Aan de lichaamstaal van de melkveehouders was af te lezen dat daar de drive van de melkveehouder lag. De melkveehouders die zijn geïnterviewd waren er van overtuigd dat de technische resultaten niet goed waren geweest als de koeien buiten hadden gelopen.

Eisen van afnemers

Melkveehouders geven aan dat de melkfabriek waaraan de melk wordt geleverd erg belangrijk is bij de beslissingen die genomen worden. Een aantal melkfabrieken heeft afgelopen jaar de weidepremie verhoogd (Veeteelt.nl, 2016). Mede hierdoor is het percentage beweiding gestegen in 2017. Dit geeft aan dat de melkveehouders bereid zijn om aanpassingen te doen in hun bedrijfsvoering. Deze aanpassingen kunnen gedaan worden op het gebied van klimaat, duurzaamheid en landschapsbeheer. Melkveehouders geven aan dat er veel mogelijkheden zijn om op gebied van klimaat en duurzaamheid maatregelen te treffen, maar dat er geen bereidheid is om de koeien weer te gaan beweiden. Alleen als de weidepremie erg hoog wordt, gaan de melkveehouders weer heroverwegen om de melkkoeien te gaan beweiden. De melkveehouders geven aan dat er maatregelen kunnen worden genomen door bijvoorbeeld minder antibiotica te gaan gebruiken, zonnepanelen op het dak te plaatsen. De melkveehouders willen deze aanpassingen ook doen omdat de afnemers hierom vragen.

Eigen waarden en normen

De eigen waarden en normen zijn erg belangrijk voor de melkveehouders. De geïnterviewde melkveehouders geven allen aan dat op basis van de eigen normen en waarden de meeste beslissingen worden genomen. Bij een aantal melkveehouders is de vaste routine erg belangrijk. Volgens de melkveehouders kan deze vaste routine alleen bereikt worden als de koeien jaarrond opgesteld worden. Door het vaste ritme stellen de melkveehouders dat er meer tijd is voor andere belangrijke zaken in het leven zoals vrienden, familie, hobby's en ontspanning.

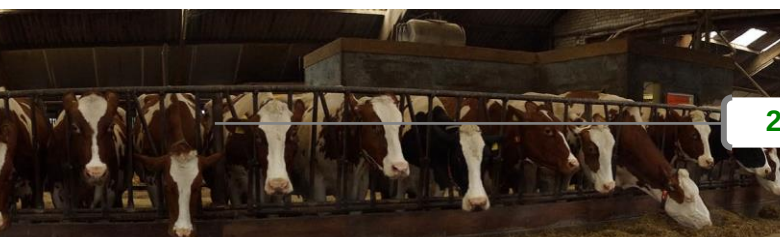
Geloof in technische mogelijkheden

Bij de melkveehouders die geen weidegang toepassen is het geloof in de technische mogelijkheden groot. Vaak hebben de melkveehouders de afgelopen jaren geïnvesteerd in nieuwere (grotere) gebouwen en zijn de omstandigheden op stal volgens de melkveehouder optimaal. Bij de bouw van de nieuwe stal is men vaak uitgegaan van een optimale omgeving van de koe. Dat is ook waar de melkveehouders zelf hun vertrouwen op hebben gesteld.

“De stal is een MDV (Maatlat Duurzame Veehouderij) stal, geen beton bij de koeien. Als je een oude stal hebt, dan moeten de koeien wel naar buiten. We hebben een diervriendelijke stal gebouwd, en dan moeten we de koeien in de hitte en regen zetten?”

“Toen we zijn gestopt met weiden zaten we nog in de oude stal. De productie ging niet eens naar beneden. Nu we de nieuwe stal hebben gebouwd gaat het nog beter. We hebben niet eens meer nagedacht over weidegang, zo goed gaat het opstallen.”

Bovenstaande citaten uit de interviews geven aan dat de melkveehouders ervan overtuigd zijn dat hun huisvesting optimaal is voor de koeien. Dit speelt mee in de beslissing, want als de melkveehouder ervan overtuigd is dat zijn technische omgeving goed is, zal de beslissing anders zijn dan wanneer hij niet gelooft dat zijn technische omgeving goed is.



Gezin

Melkveehouders die geen beweiding toepassen ervaren juist meer ruimte en tijd voor het gezinsleven. De melkveehouders geven aan dat voor hun de tijd die ze met het gezin kunnen doorbrengen heel erg bepalend is voor hun keuzes. Er wordt door de melkveehouders verondersteld dat, wanneer er weer voor beweiding zou worden gekozen, er te weinig tijd over blijft voor het gezin omdat beweiden volgens deze melkveehouders teveel tijd kost.

“Ik vind het geloof en mijn gezin erg belangrijk. Als er in de kerk taken zijn, pak ik die graag op. Daarom is het ook belangrijk voor mij dat er voldoende tijd over is voor mijn gezin. Ik heb twee jonge kinderen, en die zie ik graag. Dus ik zorg er ook altijd voor dat ik op tijd klaar ben zodat we s morgens even samen kunnen ontbijten. Ook wil ik na 1900 klaar zijn met het werk zodat ik dan tijd heb voor andere zaken in het leven.”

Bovenstaand citaat is door een melkveehouder verteld tijdens een interview. Dit geeft weer dat deze melkveehouder zijn gezin en sociale leven erg belangrijk vindt. Uit de interviews kan worden geconcludeerd dat alle melkveehouders met een gezin dit gezin erg belangrijk vinden. Dit werkt ook door in de keuzes die worden gemaakt door de melkveehouder. Alle melkveehouders noemden het planbare management van het opstallen als grote toegevoegde waarde voor het gezin. De keuze voor een planmatig in te plannen bedrijfsstijl komt voort uit de persoonlijke voorkeur om veel tijd te kunnen steken in het gezin of in de omgeving.

Intrinsiek gemotiveerd

Melkveehouders die geen beweiding toepassen zijn meer intrinsiek gemotiveerd dan melkveehouders die wel beweiding toepassen. Dat blijkt uit de interviews die gedaan zijn. Melkveehouders zijn meer gericht op het bedrijfsresultaat en het vervullen van de eigen ondernemerschapsideaal, dan dat de melkveehouder zich richt op de omgeving en het aanpassen aan de omgeving. Ook vinden de melkveehouders die geen weidegang toepassen belangrijker dat alles georganiseerd is. Als groot voordeel van het opstallen wordt de meer evenwichtige werkverdeling genoemd. Dit komt voort uit het verlangen van de melkveehouder om te weten waar hij aan toe is. De melkveehouders vinden het belangrijker dat er een vaste regelmaat is, dan dat het beeld naar buiten goed is:

“We vinden het mooi als de dieren gezond zijn, maar we hoeven niet te voldoen aan de maatschappelijke wens van de consument. We hebben ons eigen idee, en dat volgen we. Eventuele mensen die op ons erf komen om ons op andere gedachten te brengen hoeven we niet, en die zetten we er dan ook uit.”

“Die burger roept ook de hele tijd dat de koeien naar buiten gaan, speelt dat ook mee? Nee, het is in ons belang, verder niets. En roept die consument dat ook zo hard? Want ze hebben er geen lood verstand van. Als er een aantal droge koeien buiten lopen dan geloven ze het ook wel.”

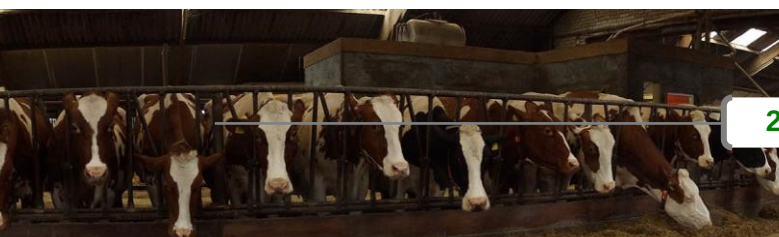
“We volgen vooral onszelf. Wat vinden wij leuk, wat vinden wij mooi? Daar zoeken we externe en interne adviseurs bij om ons bedrijf zo goed mogelijk in te richten. We huren ook een onafhankelijk adviseur in om zo te zorgen voor een goed en eerlijk advies.”

Uit deze uitspraken blijkt dat de melkveehouders intrinsiek gemotiveerd zijn. Dit is niet alleen het geval bij het onderwerp weidegang, maar ook bij andere onderwerpen. De melkveehouders nemen de beslissingen zelf en er wordt geen of weinig waarde gehecht aan de mening van andere personen.

Ondernemersstijl

De ondernemersstijl speelt een zeer belangrijke rol bij de beslissing om wel of niet te gaan beweiden. Deze stijl wordt door de melkveehouder bepaald, en heeft direct te maken met de mindset van de veehouder. Hoe een melkveehouder zijn keuze maakt heeft direct te maken met hoe hij in het leven staat, in wat voor emotionele stemming hij verkeerd en hoe zijn omgeving is.

Melkveehouders die geen beweiding toepassen hebben een meer economische denkwijze dan de melkveehouders die geen beweiding toepassen. De melkveehouders willen het management van de



veestapel zo constant mogelijk houden. Ook willen de melkveehouders zoveel mogelijk andere factoren uitsluiten. Tijdens de interviews werden de volgende uitspraken gedaan:

“Ik vind het belangrijk dat ik vrijheid heb. Ik ben niet het type persoon om alleen met 1 ding bezig te zijn. Het is fijn als er elk jaar wat veranderd op het bedrijf, om mijzelf te blijven uitdagen. Daarom ben ik ook ledenraadslid bij een melkverwerker. Ook vind ik het belangrijk om als ondernemer bezig te zijn en niet zozeer met het melken van koeien alleen.”

“Met opstallen heb je veel onder controle. Dat vindt de eerdere generatie erg prettig. Geen verrassingen, altijd hetzelfde. Vroeger veel weiden. Veel regen, koeien binnen, kuil openmaken. En alles in de war. De eerdere generatie vindt opstallen veel relaxter en makkelijk te managen. De verrassing van het weer is minder groot.”

“Nee, ik zie het eigenlijk niet zitten om te gaan beweiden. Dit heeft puur met het feit te maken dat ik de manier van werken op deze manier wel heel erg prettig vind, en dat alle dagen voor de koeien hetzelfde zijn. Dat is voor mij een heel erg belangrijk feit.”

“Wij zijn vooral gericht op het met zo veel mogelijk ruwvoer zo veel mogelijk melk te produceren. We vinden het mooi als de dieren gezond zijn, maar we hoeven niet te voldoen aan de maatschappelijke wens van de consument. We hebben ons eigen idee, en dat volgen we. Eventuele mensen die op ons erf komen om ons op andere gedachten te brengen hoeven we niet, en die zetten we er dan ook uit.”

Uit deze uitspraken blijkt dat de melkveehouders het belangrijk vinden dat de technische resultaten van hun bedrijf goed zijn. In hun opinie past daar geen weidegang bij omdat er dan teveel wisselingen zijn voor de koeien. Daarnaast blijkt tijdens de interviews dat de melkveehouders het bedrijfsresultaat belangrijker vinden dan de mening van de burger. Ook wordt er geen tot weinig waarde gehecht aan de boodschap van de burger omdat dit of niet wordt geloofd, of omdat de melkveehouder dit niet belangrijk vindt.

Overheid

De factor overheid speelt bij de melkveehouders die geen weidegang toepassen een matige rol. De melkveehouders geven aan dat er wel besluitvoering is geweest op basis van de maatregelen die een overheid treft, maar dat dit vaak gedwongen is. De belangrijkste factor die bij de melkveehouders meeweegt zijn de maatregelen van afgelopen jaar om de fosfaatreductie te realiseren. Overige besluiten, zoals de uitspraak van staatssecretaris Van Dam over het percentage dieren dat in 2020 weidegang moet krijgen, worden niet toegepast door de melkveehouders.

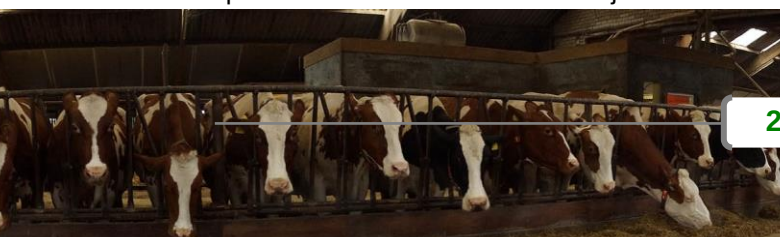
De melkveehouders die geen weidegang toepassen zijn resoluut in hun opvatting ten opzichte van de eventuele verplichting van weidegang. Er wordt unaniem genoemd dat dit een zeer domme beslissing is die het dierwelzijn niet ten goede zal komen. Maar voorsorteren op deze verplichting willen de melkveehouders ook niet. *“Wij laten ons door niemand de les lezen”* wordt genoemd. De melkveehouders vinden het onvoorstelbaar dat de politiek zulke persoonlijke en bedrijfsspecifieke beslissingen als weidegang verplicht wil stellen.

Toekomst

De toekomst is de factor waar alle melkveehouders mee bezig zijn. Maar de beslissingen die genomen worden, worden niet altijd op basis van het verwachte toekomstperspectief gemaakt omdat melkveehouders, als het gaat over weidegang, niet vaak beslissingen nemen op de lange termijn. Tijdens de interviews is het thema verplichte weidegang vaak aan de orde gekomen. Melkveehouders zagen dit niet als bedreiging en absoluut niet als reden om de koeien op dit moment weidegang te geven. Er werd beargumenteerd dat de melkveehouders geen verplichting aan zien komen, of dat men niet na wou denken over deze verplichting en op het moment dat er wel een verplichting komt, wordt de beslissing om op te stallen herzien.

3.2.4 Verschil tussen melkveehouders

Tussen de melkveehouders die wel weidegang toepassen en de melkveehouders die geen weidegang toepassen is een verschil te omschrijven. De melkveehouderbedrijven in Nederland zijn in twee groepen



in te delen: melkveehouders die beweiding toepassen en melkveehouders die geen beweiding toepassen.

De melkveehouders die beweiding toepassen zijn vaak meer gericht op de maatschappelijke wens. In deze tijd is dat weidegang, dus dan willen de melkveehouders gaan weiden om bij het maatschappelijke beeld te passen. Eerder was de maatschappelijke wens om zoveel mogelijk melk te produceren. Deze melkveehouders hebben aan deze opdracht voldaan. Nu vind er een omvorming plaats naar meer 'duurzaam' produceren, dus de melkveehouders richten zich daar nu op. Deze manier van werken, dus met de trend meegaan, vinden de melkveehouders ook belangrijk. Binnen de groep melkveehouders die de koeien laten weiden zijn twee subgroepen te definiëren: Efficiëntie gericht en extensief gericht. Efficiëntie gerichte melkveehouders zijn gericht op een resultaat wat met efficiënte middelen is bereikt. In de ogen van de meeste melkveehouders hoort daar geen weidegang bij, maar om diverse redenen wordt er toch voor weidegang gekozen. Deze redenen zijn variabel, de melkveehouder vindt belangrijk voor het imago, of weiden levert een hoger saldo. Weidegang is niet meer per definitie een vast gegeven voor een melkveehouder. Er wordt zeer bewust een keuze gemaakt om wel of niet te beweiden.

Melkveehouders die ervoor kiezen om de koeien op te stallen, zijn vaak melkveehouders die grotere en intensievere bedrijven hebben. Deze melkveehouders vinden het rendement van het melkveebedrijf belangrijker dan het maatschappelijk belang. De melkveehouders zijn dan vaak ook bezig met grootschalige en intensieve productie. De melkveehouders vinden factoren als controle, regelmaat, arbeid belangrijk. Doordat weidegang moeilijk bij deze factoren past, wordt er sneller gekozen voor opstallen. De melkveehouders die opstallen kunnen gekenmerkt worden als "harde melkers". Dat wil zeggen, de efficiëntie van de dieren is leidend bij strategische beslissingen op het bedrijf. Weidegang is in de ogen van deze melkveehouders niet efficiënt, dus willen deze melkveehouders geen weidegang toepassen. De melkveehouders die geen beweiding toepassen zijn vaak intern gemotiveerd om goede resultaten te behalen. Externe boodschappen over weidegang zijn niet van belang voor deze melkveehouders.

3.2.5 Sociaal-culturele factoren in enquête

De volgende factoren worden opgenomen in de enquête. Na de opsomming volgt een toelichting waarom deze factoren zijn gekozen.

- i. *Adviseurs*
- ii. *Non-gouvernementele organisaties*
- iii. *Invloed van media*
- iv. *Consument*
- v. *Buren*
- vi. *Afnemers*
- vii. *Imago*
- viii. *Eigen waarden en normen*
- ix. *Overheid*
- x. *Familie*

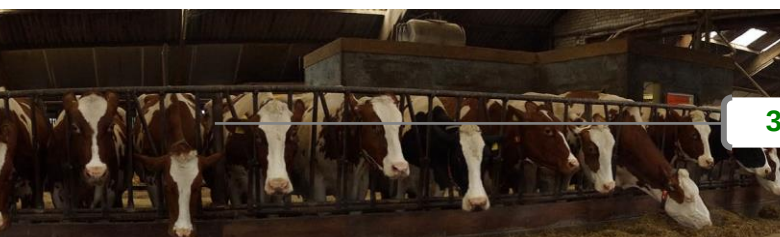
Deze factoren zijn op basis van de resultaten van de interviews gekozen. In dit hoofdstuk wordt een toelichting gegeven waarom deze factoren zijn gekozen.

Adviseurs

De factor adviseur is gekozen omdat de melkveehouders aangeven dat een deel van de beslissingen die genomen worden, worden gedaan op basis van het advies van een adviseur. Door het stellen van de vraag hoeveel invloed hebben adviseurs op uw beslissing omtrent grasland, kan worden gemeten hoe belangrijk melkveehouders een advies, dat wordt gegeven door een persoon die niet direct bij het bedrijf is, vinden.

Non-gouvernementele organisaties

Non-gouvernementele organisaties kunnen een grote invloed uitoefenen op de besluiten van een melkveehouder. De melkveehouders zeggen in de interviews dat deze organisaties geen rol spelen bij de beslissing om wel of niet te gaan beweiden, maar omdat deze organisaties claimen dat ze grote



invloed hebben op de (melk)veehouderij, is het wel interessant om de invloed van deze organisaties te bevragen in de enquête.

Invloed van media

De melkveehouders geven aan dat de invloed van de media groot is. Via de sociale media en nieuwsmedia komen er veel berichten binnen over de veehouderijsector en over de mening van de consument over de melkveehouderij. Dit heeft invloed op het beeld wat de melkveehouders over hun collega's denken en wat de melkveehouders van hun eigen bedrijf denken. Indirect heeft dit ook effect op de beslissingen die genomen worden door de melkveehouders.

Consument

De sociaal-culturele factor consument kan een belangrijke factor zijn bij de melkveehouder. De consument laat zich veelvuldig horen in allerlei debatten over dierwelzijn. Ook zijn er politieke partijen die het geluid van de consument versterken en graag willen dat het aan veehouderijbedrijven in Nederland sterk gereduceerd wordt. (Partij voor de Dieren, sd) In hoeverre de consument daadwerkelijk invloed heeft als het gaat om de beslissing of de koeien beweiden gaan worden, of juist niet, moet uit de enquête blijken.

Buren

De buurt is vaak belangrijk voor melkveehouders. Niet alleen omdat het in de regel nog mede-melkveehouders zijn, maar juist de buren die geen affiniteit hebben met de melkveehouderij zijn belangrijk voor de melkveehouders. Uit de enquête moet blijken hoe belangrijk melkveehouders de buurt vinden en of de melkveehouders bereid zijn om voor de buurt aanpassingen te doen in de bedrijfsvoering.

Afnemers

De afnemers van de melkveehouders zijn de melkfabrieken. Uit de interviews blijkt dat deze een grote invloed hebben op de beslissingen van de melkveehouders. Als een afnemer bijvoorbeeld vraagt om VLOG-melk te produceren, zijn de melkveehouders bereid om de bedrijfsvoering hier op aan te passen. Door deze factor in de enquête op te nemen, kan gemeten worden of de melkveehouders in Nederland deze bereidheid ook bezitten.

Imago

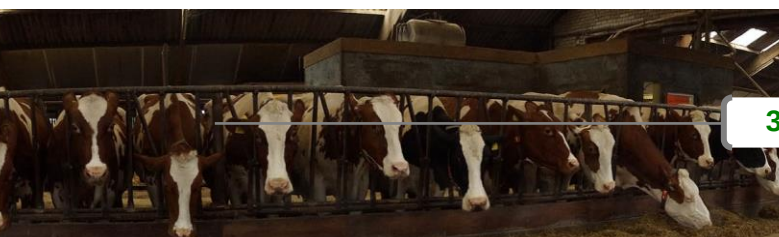
Het imago van de melkveehouderij is een gevoelig punt van de melkveehouders. Uit de interviews blijkt dat een deel van de melkveehouders het belangrijk vindt om aan het imago te werken, maar dat een ander deel het niet belangrijk vindt. Het deel wat het belangrijk vindt om aan het imago te werken wil daar ook aanpassingen in de bedrijfsvoering voor doen. Om te meten in hoeverre melkveehouders in Nederland aanpassingen aan de bedrijfsvoering wil om het imago van de melkveehouderij te verbeteren is deze factor in de enquête opgenomen.

Eigen waarden en normen

De eigen waarden en normen zijn naar verwachting de meest beslissende factor waarvan melkveehouders zeggen dat het de meeste invloed heeft op de beslissingen die genomen worden in de bedrijfsvoering. Deze factor is voor de geïnterviewde melkveehouders van belang omdat dit vaak een drijfveer is om met levende dieren te werken.

Overheid

De geïnterviewde melkveehouders geven aan dat de overheid een gedwongen invloed factor is. Door veranderende wet- en regelgeving worden de melkveehouders gedwongen om aanpassingen te doen in de bedrijfsvoering, maar dit is niet vrijwillig. De melkveehouders geven aan dat er wel rekening wordt gehouden met het beleid van de overheid, maar dat het beleid dusdanig wisselend is, dat er geen definitieve beslissingen of grote investeringen voor worden gedaan.



Familie

Doordat de familie van de melkveehouders nauw betrokken is bij het melkveebedrijf is het een vrij logisch verband dat de familie ook wordt betrokken bij het melkveebedrijf. Daarbij geldt: hoe dichterbij de familie staat, hoe groter de invloed is. De geïnterviewde interviewers geven aan dat het gezin en de familie belangrijke mede-beslissers zijn bij beslissingen die genomen worden.

3.3 Deelvraag III

Wat voor weging wordt er aan de sociaal-culturele factoren gegeven door melkveehouders, waarbij de technische en economische haalbaarheid van weidegang bij melkveehouders verschillend is?

De enquête is verstuurd naar 12.500 melkveehouders via een nieuwsbrief van LTO Nederland. Ook is de enquête op Melkweb geplaatst. Dit is een site voor melkveehouders die lid zijn van de coöperatie FrieslandCampina. De enquête is ook op de Facebookgroep “koeien” geplaatst. 587 melkveehouders hebben de enquête ingevuld en de vragen beantwoord. De enquêtevragen zijn opgenomen in [Bijlage II Enquêtevragen](#). De uitslag van de enquête is opgenomen in [Bijlage V Uitkomsten enquête](#). De statistische verwerking van de enquêtes zijn opgenomen in [Bijlage VI: Statistische verwerking enquête](#).

De respondenten worden in groepen ingedeeld om te testen of er verschil is tussen de groepen. De volgende indeling wordt gehanteerd:

- i. Veehouders die weiden en minder dan 720 kilogram droge stof opname uit vers gras kunnen behalen en een hogere veebezetting dan 6 koeien per hectare hebben.*
- ii. Veehouders die weiden en meer dan 720 kilogram droge stof opname uit vers gras kunnen behalen en een lagere veebezetting dan 6 koeien per hectare hebben.*
- iii. Veehouders die niet weiden*

De norm van 720 kilogram droge stof opname per jaar wordt gehanteerd omdat uit onderzoek blijkt dat dit de grens is om weidegang economisch aantrekkelijk te laten zijn voor de veehouder. (van den Pol- van Dasselaar, Philipsen, & de Haan, 2013). Daarbij is geen rekening gehouden met de te ontvangen weidepremie, dus het economisch rendement is in de praktijk hoger dan dat er in de onderzoeken wordt weergegeven. Bovendien wordt beweiden weidegang genoemd als de koeien minimaal 1 kilo droge stof per uur aangeboden krijgen. Om aan de norm van het Convenant Weidegang te voldoen moet er dus minimaal 720 kilo droge stof per koe per jaar worden aangeboden. De norm 6 koeien per beweidbare hectare is gekozen omdat uit onderzoek blijkt dat dit aantal koeien maximaal is om voldoende grasaanbod te hebben als er 120 dagen per jaar en 6 uur per dag wordt geweid. (van den Pol- van Dasselaar, et al., 2015)

Groep één is zeer interessant voor het onderzoek omdat de veehouders die in deze groep vallen weidegang waarschijnlijk zeer belangrijk vinden en dat ze, ondanks de nadelen, toch blijven weiden. Groep twee is belangrijk voor het onderzoek omdat dit, naar verwachting, de situatie van een groot gedeelte van de veehouders is. De laatste groep is interessant voor het onderzoek omdat deze groep waarschijnlijk zeer sterke nadelen ervaart van het weiden, waardoor er gekozen wordt voor opstallen. De volgende aantallen van de enquête horen bij de indeling van de groepen:

Groep 1: 58 melkveehouders
Groep 2: 333 melkveehouders
Groep 3: 109 melkveehouders

Dit is geen gelijke verdeling. Daarom zal er bij de statistische analyse eerst een berekening worden gemaakt om de verdeling gelijk aan elkaar te maken.

3.3.1 Statistiek

De data die is verzameld door middel van de enquête is in het statistiek programma SPSS verwerkt. Met behulp van het programma wordt eerst getoetst of de enquête een representatieve weergave is van de melkveehouders. Dit is met behulp van twee beschrijvende toetsen van SPSS gedaan: Frequences



en Descriptives. De toets Descriptives geven de gemiddelden, standaardafwijking en de standaardfout van de uitkomsten weer. De toets Frequences geeft de frequenties van de uitkomsten weer.

Vervolgens is er een statistische analyse gemaakt over het verschil tussen melkveehouders die wel en niet beweiden. Deze analyse is gemaakt met behulp van de Independent Sample T-test. Deze test toetst eerst of de verdeling van de groepen normaal verdeelt is. Vervolgens wordt er getoetst of de verschillende waarden van de groepen significant zijn tussen de groepen. Dit is toegepast op de groepen melkveehouders met en zonder weidegang. De output van SPSS zijn vermeld in [Bijlage VI: Statistische verwerking enquête](#).

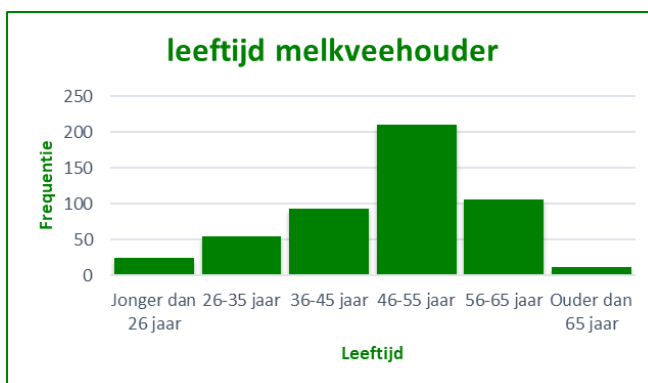
Daarna is er een statistische analyse gemaakt met als doel te toetsen of er een significant verschil is aan te tonen tussen de groepen melkveehouders op basis van intensiteit van beweiden. Voor deze analyse is gebruik gemaakt van de toets Chi kwadraat. Met deze toets kan het verschil tussen de onderlinge groepen worden getoetst. De Chi kwadraat toets geeft weer of het verschil tussen de groepen significant is.

3.3.2 Algemeen

De enquête is geopend door 587 personen. 82 personen hebben de enquête niet volledig ingevuld. Daarnaast zijn er een aantal uitsluitingen waarbij mensen vermoedelijk een fout hebben gemaakt met het invullen. Welke respondenten dit zijn wordt in hoofdstuk 3.3.3 uitgelegd en toegelicht. Van de respondenten zijn er 500 bruikbaar.

Leeftijd

De leeftijdsopbouw van de personen die de enquête hebben ingevuld is weergegeven in Figuur 4 Leeftijdsopbouw van respondenten. De meeste personen zijn tussen de 46 en 55 jaar. Deze leeftijdsopbouw komt wel overeen met de Nederlandse melkveehouders.



Figuur 4 Leeftijdsopbouw van respondenten

Gemiddeld hebben de respondenten 110 koeien. De Nederlandse melkveehouder heeft gemiddeld 104 koeien (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017). Het aantal hectares dat de gemiddelde respondent in gebruik is, is 50 hectare. De gemiddelde Nederlandse melkveehouder heeft 52 hectare in gebruik. (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017)

Weidegang

21% van de respondenten passen geen beweiding toe op hun bedrijf. 79% past in meer of mindere mate beweiding toe. In Nederland past 80,4% van de melkveehouders beweiding toe. (Stichting Weidegang, 2018).

Scores op factoren

De scores die melkveehouders hebben gegeven op de factoren is weergegeven in Tabel 2. De factoren zijn allemaal normaal verdeeld, al is er wel een verschil op de gemiddelde score. Er kan geen waarde worden gehecht aan de gemiddelde score omdat dit een ordinale waarde betreft, maar het gemiddelde laat, in combinatie met de standaard afwijking, zien hoe er binnen de factor is gescoord.



Tabel 2 Frequentie en gemiddelde score op factoren

	Adviseur	NGO	Media	Consumenten	Buren	Afnemers	Imago van de sector	Waarden en Normen melkveehouder	Overheid	Familie
Erg onbelangrijk	22	177	55	28	58	21	13	8	36	50
Onbelangrijk	53	127	131	76	112	32	23	8	54	93
Neutraal	167	147	219	168	192	133	119	55	192	220
Belangrijk	238	43	86	195	120	266	279	293	181	124
Erg belangrijk	20	6	9	33	18	48	66	136	37	13
Gemiddeld	3,36	2,15	2,73	3,26	2,86	3,58	3,72	4,08	3,26	2,91
Standaard afw.	0,888	1,039	0,934	0,988	1,026	0,904	0,845	0,764	0,995	0,966

Eigen normen en waarden heeft de hoogste score gekregen van de melkveehouders. Deze is gescoord op 4,08 punten, met een standaardafwijking van 0,764. Dat wil zeggen dat 95% van de antwoorden een score heeft tussen de 3 en 5. De invloed van Non-gouvernementele organisaties hebben de melkveehouders het laagste gescoord, namelijk 2,15, met een standaard afwijking van 1,039. Er is dus voornamelijk tussen de 1 en 3 punten gescoord.

Het valt op dat de score neutraal relatief vaak is gegeven, in veel gevallen zelfs het meest gegeven antwoord. Deze scores zijn nog niet goed te interpreteren omdat dit de antwoorden zijn van alle respondenten. Om een beter beeld te krijgen van de antwoorden wordt er eerst een analyse uitgevoerd.

3.3.3 Uitsluitingen

Van de 587 gestarte enquêtes zijn er 500 bruikbaar. De volgende uitsluitingen zijn gedaan:

- i. *Alle niet volledig ingevulde enquêtes (83 stuks)*
- ii. *Regel 3: Niet serieus ingevuld. Alle factoren als erg onbelangrijk gescoord, wel weiden, geen beweibbare hectares.*
- iii. *Regel 27: Dagen weidegang is 18. Dit is een waarde die teveel afwijkt.*
- iv. *Regel 202: Dagen weidegang is 4. Dit is een waarde die teveel afwijkt.*
- v. *Regel 369: Extra hectare bij weidegang: 417 ingevuld, terwijl totaal aantal hectare 25 is.*
- vi. *Regel 427: Aantal koeien: 1000. Een waarde die teveel afwijkt.*

Regel drie is uitgesloten omdat deze respondent de enquête niet serieus heeft ingevuld. Op alle factoren is score 1 ingevuld. Bovendien is opgegeven dat er beweid wordt, terwijl er geen beweibbare hectares opgegeven zijn. Regel 27, 202 en 369 zijn uitgesloten omdat er een fout in de enquête zat. Er zijn respectievelijk 18 en 4 weidedagen opgegeven. Dit is waarschijnlijk niet reëel. Regel 427 is uitgesloten omdat er waarschijnlijk een fout is gemaakt met het invullen van het aantal dieren. Er is 1000 ingevuld, waarschijnlijk had het 100 moeten zijn.

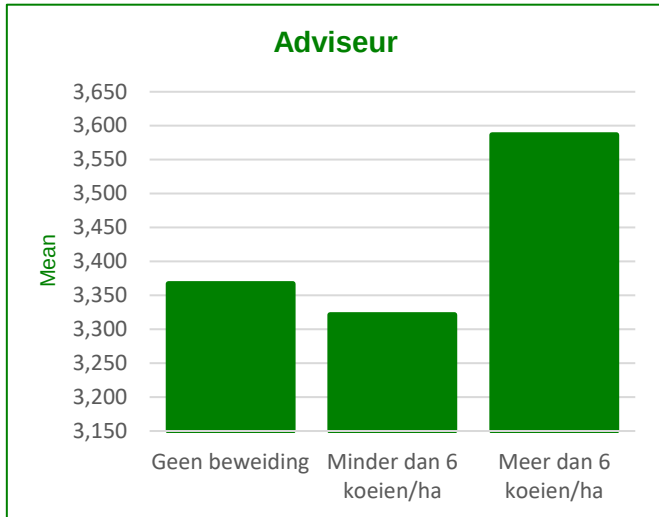
3.3.4 Verschil tussen melkveehouders met verschillende beweidsintensiteit

Er wordt getoetst of er verschil bestaat tussen de belangrijkheid van de factoren bij melkveehouders tussen drie verschillende groepen, namelijk: melkveehouders met meer dan 6 koeien per beweibbare hectare, melkveehouders met minder dan 6 koeien per beweibbare hectare en melkveehouders die geen beweiding toepassen. Per factor wordt er een grafiek weergegeven waarbij de score van de geënquêteerde melkveehouders vermeld wordt. Daaronder wordt een toelichting gegeven of er significant verschil is gevonden. De uitkomsten van de analyse in SPSS is in Bijlage VI: Statistische verwerking enquête [C](#) weergegeven.



Invloed van adviseurs

In Figuur 5 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor adviseurs hebben gegeven.

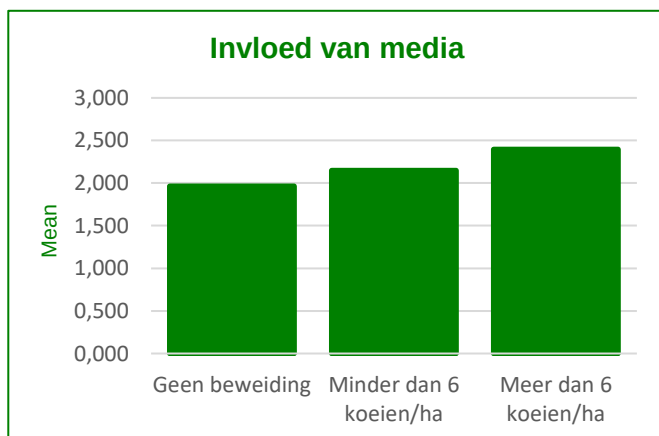


Figuur 5; Invloed van adviseurs

De invloed van adviseurs wordt door melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweidsbare hectare hebben ($M=3,586$, $SD=0,795$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die geen beweiding toepassen ($M=3,367$, $SD=0,920$) en melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweidsbare hectare hebben ($M=3,321$, $SD=0,889$) $P < 0,050$.

Invloed van media

In Figuur 7 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor invloed van media hebben gegeven

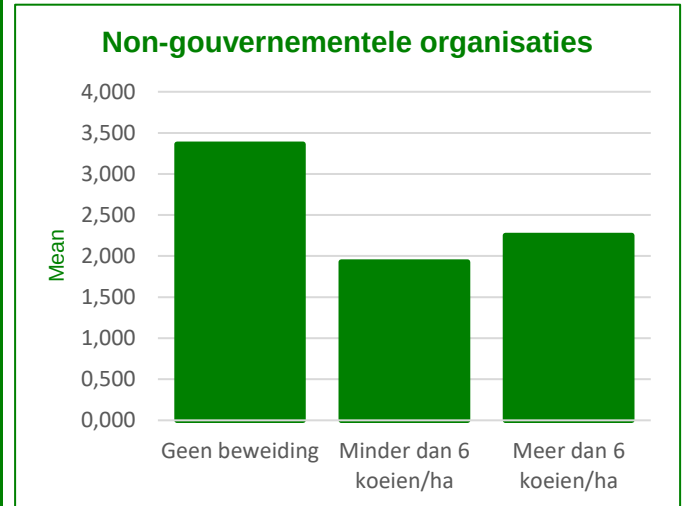


Figuur 7; Invloed van media

De invloed van media wordt door de melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweidsbare hectare hebben ($M=2,394$, $SD=0,972$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die beweiden en minder dan

Invloed van non-gouvernementele organisaties

In Figuur 6 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor non-gouvernementele organisaties hebben gegeven.

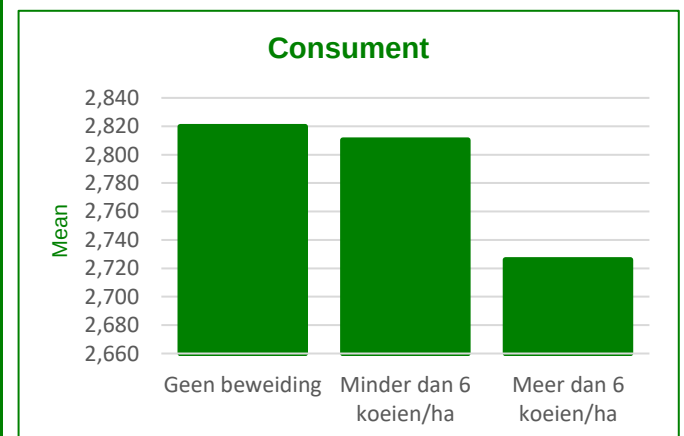


Figuur 6; Invloed van non-gouvernementele organisaties

De invloed van non-gouvernementele organisaties wordt door melkveehouders die geen beweiding toepassen ($M=3,362$, $SD=0,888$) *niet significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweidsbare hectare hebben ($M=2,252$, $SD=1,045$) en melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweidsbare hectare hebben ($M=1,927$, $SD=0,979$) $P > 0,050$.

Invloed van consumenten

In Figuur 8 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor consumenten hebben gegeven



Figuur 8; Invloed van de consument

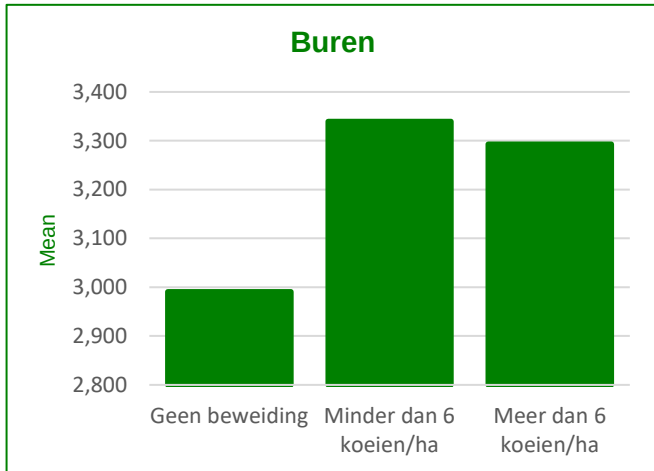
De invloed van consument wordt door melkveehouders die geen beweiding toepassen ($M=2,820$, $SD=0,897$) *niet significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweidsbare



6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=2,148$, $SD=1,039$) en melkveehouders die geen beweiding toepassen ($M=1,966$, $SD=1,042$) $P= <0,050$.

Invloed van buren

In Figuur 9 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor buren hebben gegeven

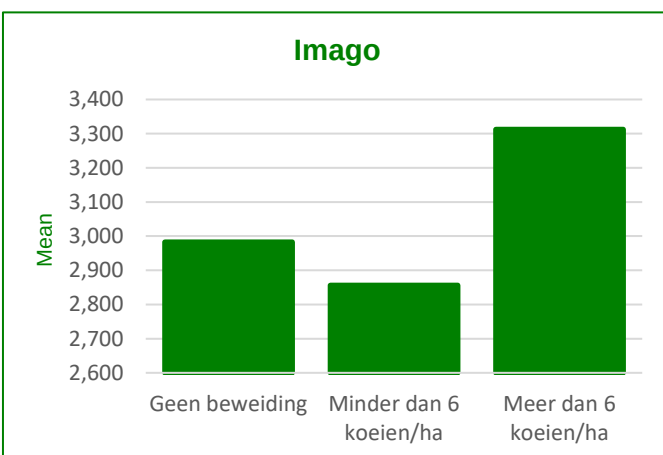


Figuur 9; Invloed van buren

De invloed van media wordt door de melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=3,339$, $SD=0,952$) *niet significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=2,670$, $SD=1,046$) en melkveehouders die geen beweiding toepassen ($M=2,991$, $SD=1,005$) $P= >0,050$.

Invloed van imago

In Figuur 11 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor imago hebben gegeven.



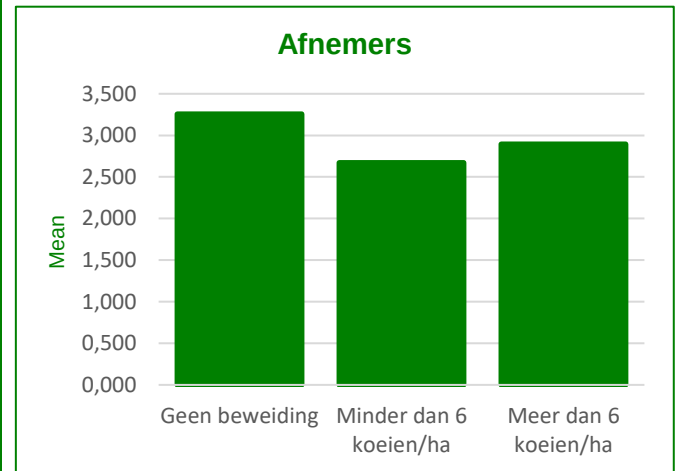
Figuur 11; Invloed van het imago

De invloed van imago wordt door de melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=3,312$, $SD=1,016$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die geen beweiding

hectare hebben ($M=2,810$, $SD=0,45$) en melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=2,726$, $SD=0,634$) $P= >0,050$.

Invloed van afnemers

In Figuur 10 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor afnemers hebben gegeven

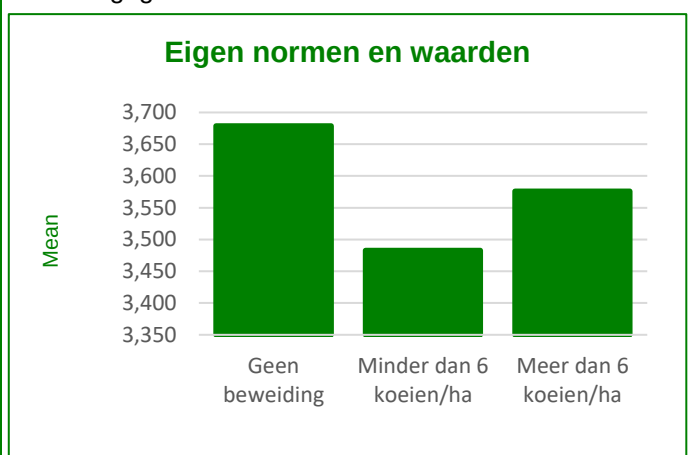


Figuur 10; Invloed van afnemers

De invloed van afnemers wordt door de melkveehouders die geen beweiding toepassen ($M=3,258$, $SD=0,983$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=2,895$, $SD=0,993$) en melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=2,991$, $SD=1,005$) $P= <0,050$.

Invloed van eigen waarden en normen

In Figuur 12 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor eigen normen en waarden hebben gegeven.



Figuur 12; Invloed van eigen waarden en normen

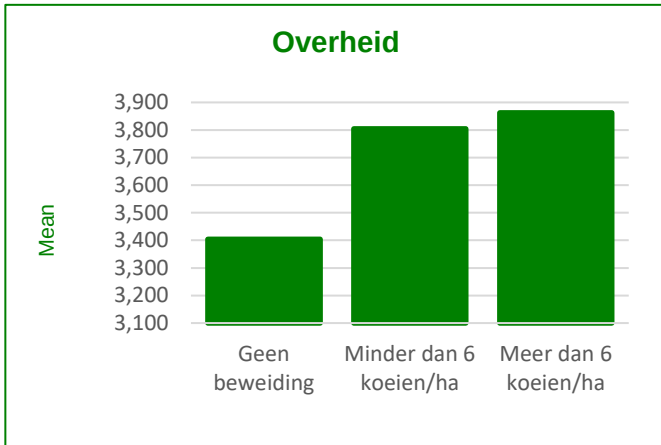
De invloed van eigen normen en waarden wordt door de melkveehouders die geen beweiding toepassen ($M=3,679$, $SD=0,848$) *niet significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien



toepassen ($M=2,983$, $SD= 1,147$) en melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=2,856$, $SD=1,026$) $P= <0,050$.

Invloed van overheid

In Figuur 13 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor overheid hebben gegeven.



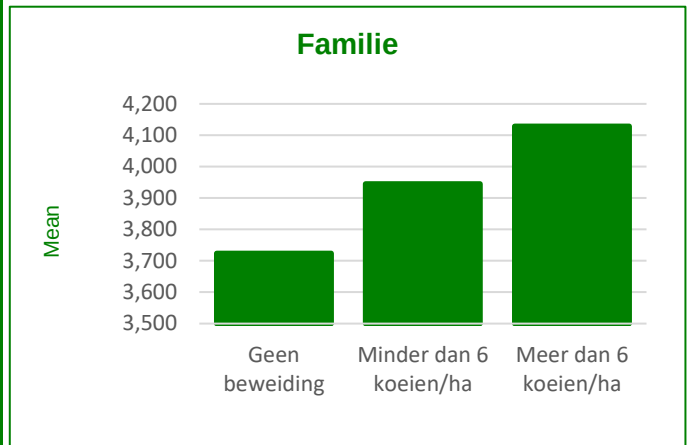
Figuur 13; Invloed van de overheid

De invloed van media wordt door de melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=3,862$, $SD=0,782$) *niet significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=3,805$, $SD 0,800$) en melkveehouders die geen beweiding toepassen ($M=3,404$, $SD=0,934$) $P= >0,050$.

per beweidbare hectare hebben ($M=3,576$, $SD= 0,904$) en melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=3,483$, $SD=0,903$) $P= >0,050$.

Invloed van familie

In Figuur 14 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor familie hebben gegeven.



Figuur 14; Invloed van familie

De invloed van familie wordt door de melkveehouders die beweiden en meer dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=4,129$, $SD=0,714$) *niet significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die beweiden en minder dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben ($M=3,945$, $SD 0,837$) en melkveehouders die geen beweiding toepassen ($M=3,724$, $SD=0,845$) $P= >0,050$.

Op de volgende factoren is de score die de melkveehouders hebben gegeven significant verschillend:

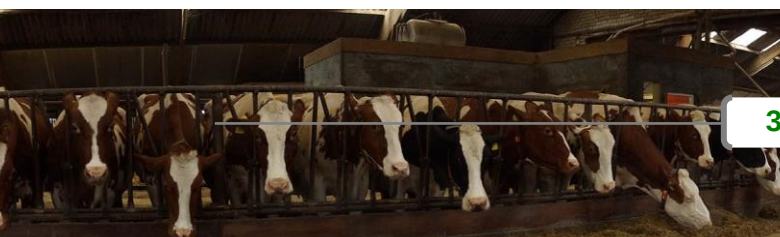
- i. Adviseurs
- ii. Media
- iii. Afnemers
- iv. Imago

Opvallend is dat melkveehouders met een intensief weidesysteem (meer dan 6 koeien per beweidbare hectare) op de factoren adviseur, media en imago een hogere score hebben gegeven en melkveehouders die geen beweiding toepassen de hoogste score hebben gegeven op imago.

Bij de overige factoren is er geen significant verschil aangetoond.

Op basis van deze resultaten zou er gesteld kunnen worden dat er het verschil tussen melkveehouders die intensief beweiden (meer dan 6 koeien per beweidbare hectare) en extensief beweiden (minder dan 6 koeien per beweidbare hectare) significant zou kunnen zijn. Na het uitvoeren van een Independent Sample T-Test is gebleken dat het verschil tussen de factoren niet significant is. Alleen de factor Adviseurs is significant. De statistische analyse is weergegeven in Bijlage VI: Statistische verwerking enquête B. Op basis van deze analyse kan worden gesteld dat er een verschil tussen de drie groepen is.

Er zijn nog zes factoren waarvan het verschil van scores niet significant is aangetoond. Om die reden is er een vervolg analyse gemaakt die breder is dan de analyse over drie groepen. De analyse wordt gemaakt over de groepen wel of geen weidegang. Verwacht wordt dat het verschil tussen de groepen wel significant is.

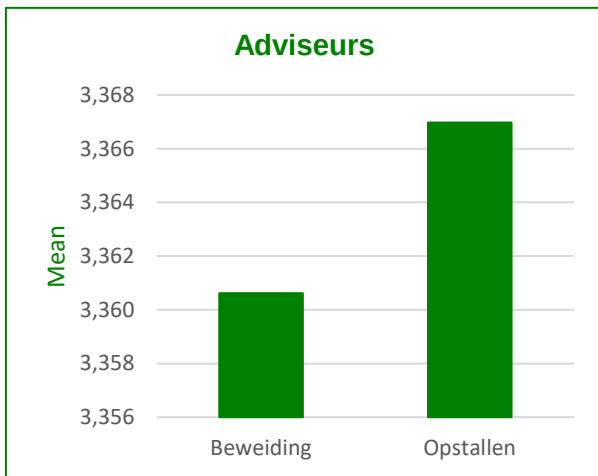


3.3.5 Verschil tussen melkveehouders met en zonder weidegang

Er wordt getoetst of er verschil bestaat tussen de belangrijkheid van de factoren bij melkveehouders die wel weidegang toepassen en die geen weidegang toepassen. Per factor wordt er een grafiek weergegeven waarbij de score van de geënquêteerde melkveehouders vermeld wordt. Daaronder wordt een toelichting gegeven of er significant verschil is gevonden. Er wordt een vergelijk gemaakt tussen de groepen melkveehouders die beweiden of opstallen. Hiervoor is gekozen om aan te tonen of er verschil in de belangrijkheid van de factoren bestaat tussen melkveehouders die beweiding toepassen en melkveehouders die geen beweiding toepassen. De statistische analyse is weergegeven in [Bijlage VI: Statistische verwerking enquête B](#)

Invloed van adviseurs

In Figuur 15 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor adviseurs hebben gegeven.

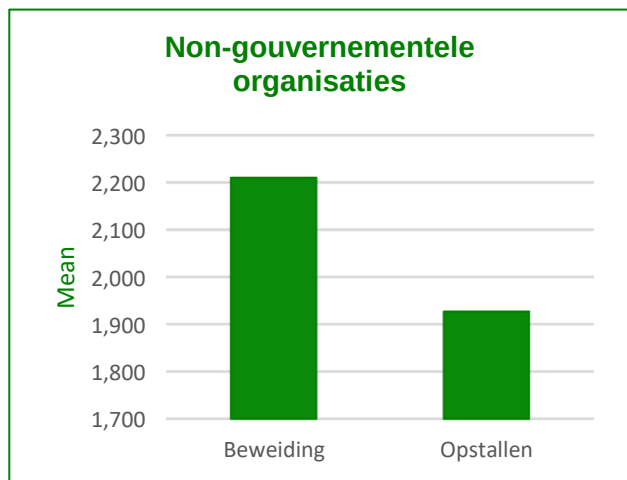


Figuur 15 Invloed van adviseurs

De invloed van adviseurs wordt door melkveehouders die niet beweiden. ($M=3,367$, $SE=0,088$) *niet significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die beweiden ($M=3,361$, $SE=0,045$). $T = -0,066$, $P = >0.050$

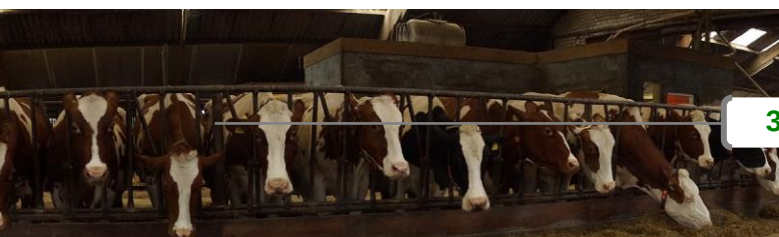
Invloed van non-gouvernementele organisaties

In Figuur 16 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor non-gouvernementele organisaties hebben gegeven.



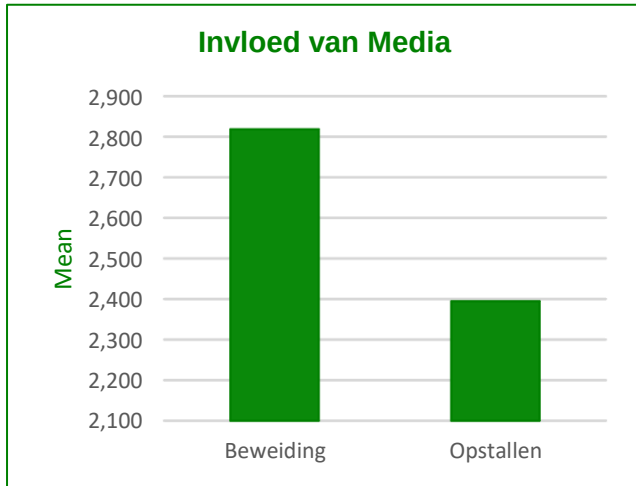
Figuur 16; Invloed van non-gouvernementele organisaties

De invloed van non-gouvernementele organisaties wordt door melkveehouders die beweiden ($M=2,210$, $SE=0,053$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die niet beweiden. ($M=1,927$, $SE=0,094$). $T = 2,528$, $P = <0.050$



Invloed van media

In Figuur 17 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor invloed van media hebben gegeven.

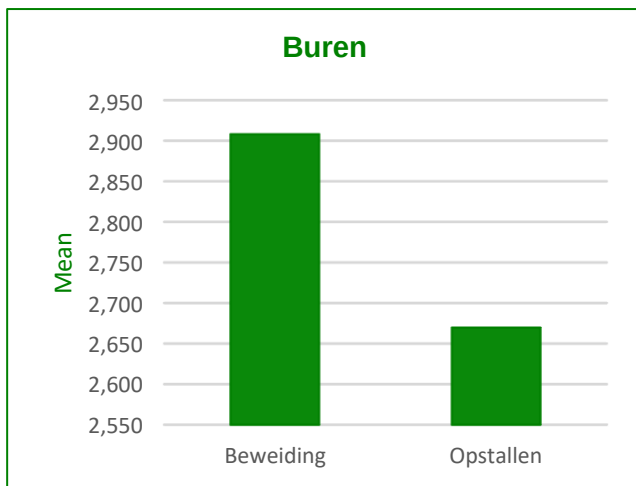


Figuur 17; Invloed van media

De invloed van de media wordt door melkveehouders die beweiden ($M=2,818$, $SE=0,046$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die niet beweiden. ($M=2,394$, $SE=0,093$). $T=4,088$, $P<0.050$

Invloed van burelen

In Figuur 19 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor burelen hebben gegeven.

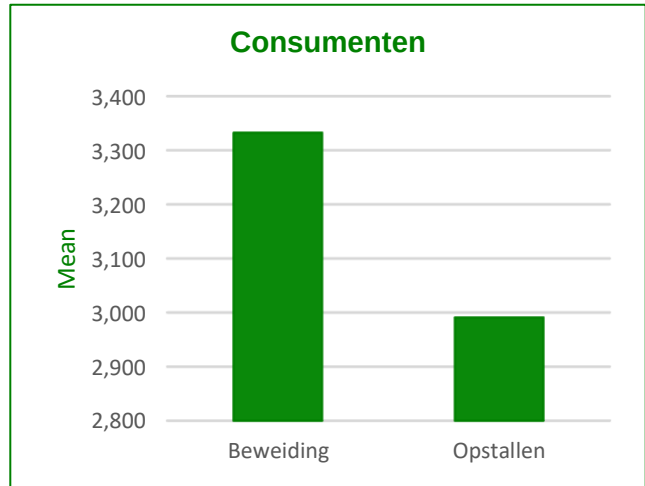


Figuur 19; Invloed van burelen

De invloed van burelen wordt door melkveehouders die beweiden ($M=2,908$, $SE=0,051$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die niet beweiden. ($M=2,670$, $SE=0,100$). $T=2,151$, $P<0.050$

Invloed van consumenten

In Figuur 18 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor consumenten hebben gegeven.

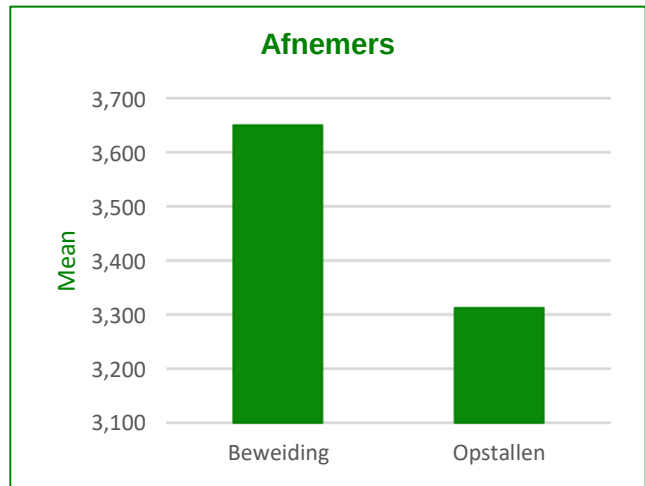


Figuur 18; Invloed van de consument

De invloed van consumenten wordt door melkveehouders die beweiden ($M=3,332$, $SE=0,049$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die niet beweiden. ($M=2,991$, $SE=0,096$). $T=3,241$, $P<0.050$

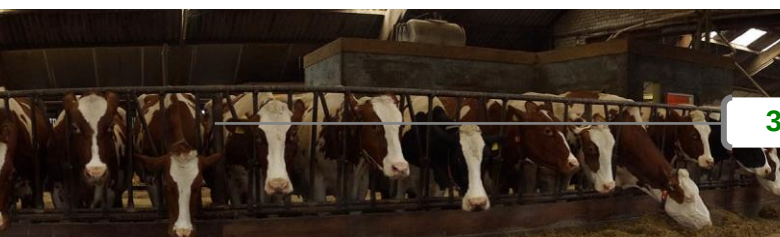
Invloed van afnemers

In Figuur 20 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor afnemers hebben gegeven.



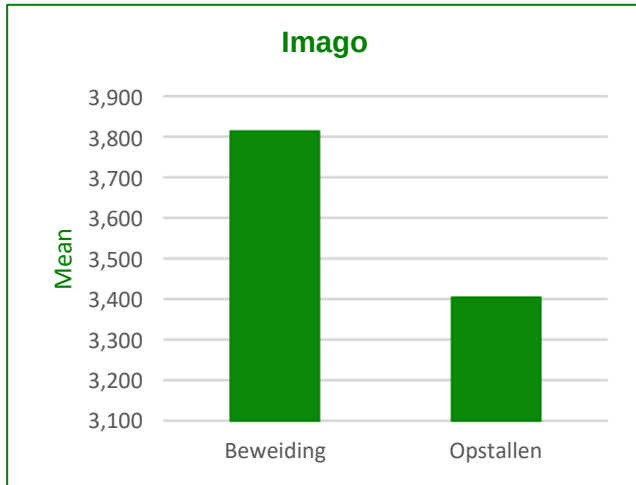
Figuur 20; Invloed van afnemers

De invloed van afnemers wordt door melkveehouders die beweiden ($M=3,650$, $SE=0,043$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die niet beweiden. ($M=3,312$, $SE=0,097$). $T=3,170$, $P<0.050$



Invloed van imago

In Figuur 21 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor imago hebben gegeven.

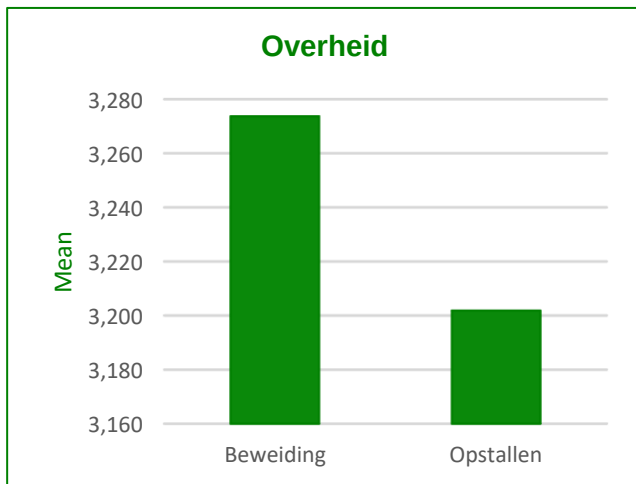


Figuur 21 Invloed van het imago

De invloed van het imago wordt door melkveehouders die beweiden ($M=3,813$, $SE=0,040$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die niet beweiden. ($M=3,404$, $SE=0,089$). $T=4,175$, $P<0.050$

Invloed van overheid

In Figuur 23 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor overheid hebben gegeven.

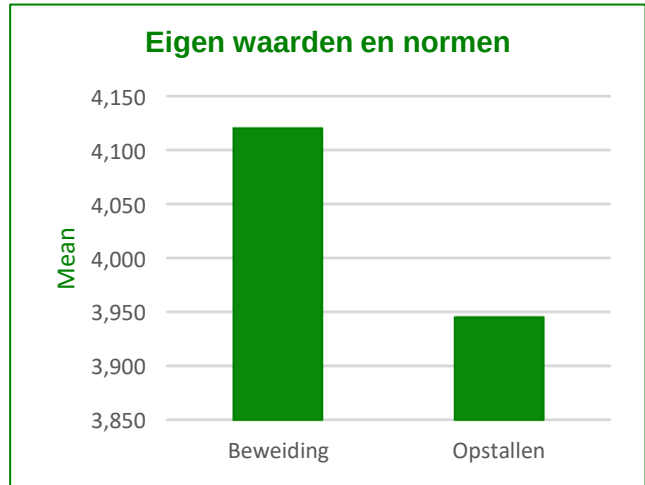


Figuur 23 Invloed van de overheid

De invloed van de overheid wordt door melkveehouders die beweiden ($M=3,274$, $SE=0,084$) *niet significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die niet beweiden. ($M=3,202$, $SE=0,112$). $T=0,590$, $P>0.050$

Invloed van eigen waarden en normen

In Figuur 22 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor eigen normen en waarden hebben gegeven.

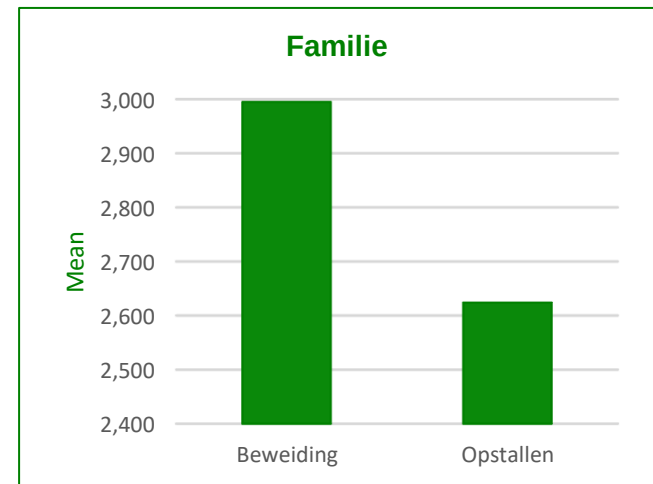


Figuur 22 Invloed van eigen waarden en normen

De invloed van eigen waarden en normen wordt door melkveehouders die beweiden ($M=4,120$, $SE=0,037$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die niet beweiden. ($M=3,945$, $SE=0,080$). $T=2,124$, $P<0.050$

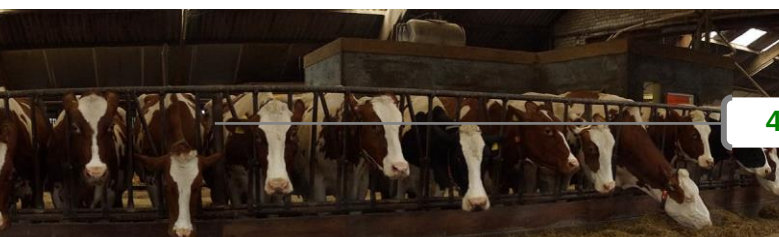
Invloed van familie

In Figuur 24 wordt weergegeven wat voor score de melkveehouders op de factor familie hebben gegeven.



Figuur 24; Invloed van familie

De invloed van non-gouvernementele organisaties wordt door melkveehouders die beweiden ($M=2,995$, $SE=0,048$) *significant* belangrijker ervaren dan melkveehouders die niet beweiden. ($M=2,624$, $SE=0,094$). $T=3,523$, $P<0.050$



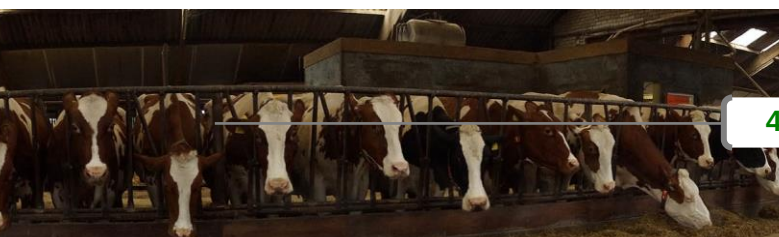
Bij de volgende factoren is het verschil tussen de groepen significant:

- i. *Non-gouvernementele organisaties*
- ii. *Media*
- iii. *Consumenten*
- iv. *Buren*
- v. *Afnemers*
- vi. *Imago eigen normen en waarden*
- vii. *Familie*

Opvallend is dat bij alle factoren waar het verschil tussen de groepen significant is, de groep melkveehouders die beweiding toepassen de factor significant belangrijker ervaren dan de groep melkveehouders die geen beweiding toepassen.

Voor de factoren adviseurs en overheid is het verschil niet significant.

Voor de factor overheid is het verschil tussen melkveehouders die wel of geen beweiding toepassen niet significant aangetoond. Dit houdt in dat melkveehouders de invloed van de overheid even groot ervaren. Voor de factoren adviseur, media, afnemers en imago is het verschil in score voor deze factoren significant aangetoond. Dit houdt in dat melkveehouders die geen beweiding toepassen, melkveehouders die intensief beweiden en melkveehouders die extensief beweiden deze factoren meer of minder invloed laten uitoefenen bij de beslissingen die genomen worden omtrent weidegang.



Hoofdstuk 4 Discussie

In dit hoofdstuk worden een aantal punten aangedragen die invloed kunnen hebben op de conclusies. Per deelvraag worden er zaken aangedragen die invloed hebben op de conclusies.

4.1 Deelvraag I

Deelvraag I is opgesteld aan de hand van een literatuurstudie. In deze studie zijn een aantal aannames gedaan die bediscussieerd kunnen worden. Zo is het antwoord op de vraag: is deze factor relevant voor de melkveehouderij?, een suggestief antwoord waarbij de onderzoeker een positie inneemt en waarbij de onafhankelijkheid uit het oog kan worden verloren. Daarnaast is er geen uitgebreide literatuuronderzoek gedaan, maar is in beperkte tijd gezocht naar relevante factoren. Hierdoor zouden er een aantal (essentiële) factoren onderbelicht kunnen blijven. Deze deelvraag is goed voor het oriënteren naar de mogelijke antwoorden van melkveehouders, maar het antwoord van deze deelvraag is niet van essentiële waarde voor het bijdragen aan het zoeken naar een antwoord op de hoofdvraag.

4.2 Deelvraag II

Er zijn interviews gehouden met 10 veehouders als basis voor de enquête. Door het stellen van een aantal vragen die in een bepaalde richting gaan kan het zijn dat de melkveehouders die geïnterviewd zijn een bepaalde mening is opgedrongen. Dit kan bewust of onbewust worden gedaan door de interviewer, maar het kan ook liggen aan de bepaalde stijl van vragen. Om dit te testen is de volgende situatie gecreëerd: de non-gouvernementele organisaties zijn niet benoemd door de interviewer tijdens de interviews. Uit de enquête blijkt dat deze organisaties weinig tot geen invloed hebben op beslissing van de melkveehouders die de enquête hebben ingevuld. Dit toont aan dat de melkveehouders en de interviewer een voldoende kwaliteit interview hebben gehouden. De uitkomsten van de interviews en de enquête komen overeen qua beantwoording van de vragen.

De 10 melkveehouders zijn allen gevestigd in Gelderland en Overijssel. Hierdoor is deze selectie geen goede weergave van alle melkveehouders in Nederland. Melkveehouders die bijvoorbeeld zijn gevestigd in Friesland of in Brabant zouden een hele andere kijk op bepaalde factoren kunnen hebben, of andere factoren kunnen aandragen welke belangrijk zijn voor die melkveehouders. Hierdoor kan niet worden geconcludeerd dat deze factoren gelden voor alle Nederlandse melkveehouders. Ook de spreiding van de melkveehouders over deze provincies is niet optimaal. Om een goed beeld te krijgen zouden de melkveehouders juist heel erg geclusterd moeten zijn om invloeden van buitenaf uit te sluiten, of heel erg verspreid over de provincies om een breed beeld te krijgen van de melkveehouders. De onderzoeker heeft geen invloed gehad op de spreiding van de geïnterviewde melkveehouders omdat er contactgegevens zijn verkregen via de weidecoaches die actief zijn in het gebied.

Daarnaast is het aantal wat is gekozen, 10 melkveehouders, is een relatief laag aantal om daar sterke conclusies uit te kunnen trekken. Hier is echter wel het vervolg van het onderzoek op gebaseerd. Melkveehouders hebben in de enquête ook niet kunnen aangeven of er andere factoren een grote rol spelen bij de beslissingen omtrent hun graslandmanagement. Hierdoor zou het kunnen zijn dat de melkveehouders een andere factor die niet is opgenomen in de vragenlijst veel belangrijker vinden, maar deze is dan buiten beeld gebleven.

Er is gekozen voor een kwalitatief deel voor het opstellen van de factoren die relevant zijn voor het onderzoek. Het voordeel van een kwalitatief onderzoek is dat dit soort onderzoek vaak diepgaand is. Er kan veel informatie worden verzameld die ook betrouwbaar is. Een nadeel van kwalitatief onderzoek is dat er relatief weinig respondenten kunnen worden benaderd. Hierdoor kan niet de mening van een grote groep worden gevraagd. Voor dit deel van het onderzoek is het echter van belang dat er goede en betrouwbare informatie werd verzameld omdat de informatie die nodig was voor dit onderzoek als zeer persoonlijk kan worden ervaren. Als deze informatie werd gevraagd via een niet-persoonlijke benadering is te betwijfelen of er voldoende betrouwbare informatie kon worden verzameld. Dat dit



onderzoek een onderzoek is met informatie die als persoonlijk wordt ervaren door melkveehouders is gebaseerd op het feit dat diverse personen geen informatie wouden delen over het vinden van adressen.

Om aan adressen te komen voor het interviewen van diverse melkveehouders zijn Weidecoaches benaderd. Deze personen komen veel bij melkveehouders thuis en kennen ook de situatie van de melkveehouder, maar bovenal de melkveehouder zelf. Daarom waren deze personen goede tussenpersonen om met geschikte melkveehouders in contact te komen omdat de weidecoaches de melkveehouders kennen. De weidecoaches kunnen van te voren een selectie maken welke melkveehouders geschikt zijn voor dit onderzoek. De weidecoaches zijn benaderd met een uitgebreide mail met daarin uitgelegd wat de bedoeling van het onderzoek is. Op deze mail zijn diverse telefonische reacties gekomen met vragen, waardoor het doel van het onderzoek nog duidelijker werd. De weidecoaches hebben vervolgens adressen aangeleverd waar een interview gehouden kon worden. Op dit proces van adressen zoeken is geen invloed uitgeoefend door de onderzoeker. Hierdoor zou er een selectie geweest kunnen zijn door de weidecoach, waardoor er alleen een bepaald type melkveehouder is geïnterviewd. Om dit uit te sluiten zijn er van vier verschillende weidecoaches adressen gebruikt, waarvan een bepaald deel van de melkveehouders is geïnterviewd. De selectie van welke melkveehouders geïnterviewd is willekeurig geweest. Er zijn zes weidecoaches benaderd om adressen aan te leveren. Vier weidecoaches hebben gereageerd. De andere twee weidecoaches wouden geen adressen aanleveren omdat ze vonden dat het onderzoek te persoonsgericht was. Deze weidecoaches wouden niet dat hun naam met dit onderzoek verbonden was.

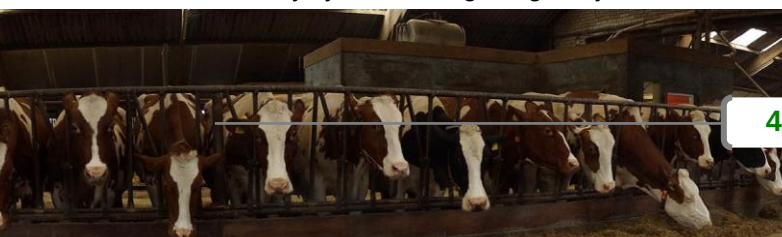
Kortleve (2007) toonde in haar afstudeeronderzoek aan dat persoonlijke waarden erg belangrijk zijn voor melkveehouders die een intensief beweidingssysteem hebben. Uit de interviews bleek dat de melkveehouders het belangrijk vonden dat de persoonlijke waarden en normen nagestreefd werden. De melkveehouders gaven aan dat persoonlijke waarden erg belangrijk zijn voor ze, maar dat externe factoren de uitvoering van de persoonlijke waarden beïnvloeden. De melkveehouders die zijn geïnterviewd voor dit onderzoek gaven aan dat persoonlijke waarden erg belangrijk zijn voor de beslissingen die er genomen worden. De andere factoren zijn ook belangrijk voor de melkveehouders, maar de interpretatie van de factoren wordt gebaseerd op de normen en waarden van de melkveehouders. Daarbij was er geen verschil tussen de melkveehouders die wel of geen beweiding toepassen. Uit de enquête blijkt ook dat melkveehouders normen en waarden ook als belangrijke invloed factor hebben benoemd.

De theory of planned behaviour is van toepassing op de melkveehouders die zijn geïnterviewd omdat melkveehouders die aangaven dat weidegang moeilijk is, of lastig toepasbaar is voor de melkveehouder minder snel geneigd waren om weidegang toe te gaan passen.

Van der Well *et al.* hebben vier verschillende types melkveehouders gevonden: de genietende, traditionele, de zakelijke en de overtuigde melkveehouders. Deze groepsindeling is gemaakt aan de hand van 25 stellingen waar de melkveehouders antwoord op moesten geven. In dit onderzoek zijn drie verschillende groepen melkveehouders te onderscheiden. De melkveehouders die hun koeien opstallen en de melkveehouders die hun koeien beweiden. Binnen de groep melkveehouders die de koeien laten weiden zijn twee subgroepen te definiëren: Efficiëntie gericht en extensief gericht. Efficiëntie gerichte melkveehouders zijn gericht op een resultaat wat met efficiënte middelen is bereikt. In de ogen van de meeste melkveehouders hoort daar geen weidegang bij, maar om diverse redenen wordt er toch voor weidegang gekozen. Deze redenen zijn variabel, de melkveehouder vindt belangrijk voor het imago, of weiden levert een hoger saldo. Weidegang is niet meer per definitie een vast gegeven voor een melkveehouder. Er wordt zeer bewust een keuze gemaakt om wel of niet te beweiden.

4.3 Deelvraag III

De enquête is uitgezet bij leden van LTO Nederland. Dit is een belangorganisatie van de melkveehouders in geheel Nederland. Omdat de melkveehouders lid zijn van een belangenorganisatie die staat voor het sectorbelang, zullen de melkveehouders eerder geneigd zijn om te kiezen voor het sectorbelang, dan te kiezen voor het individueel belang. Hierdoor kan de verhouding tussen weiders en niet weiders niet representatief zijn voor heel Nederland. Daarnaast zullen deze melkveehouders waarschijnlijk eerder geneigd zijn om hun omgeving zwaarder mee te laten wegen in hun



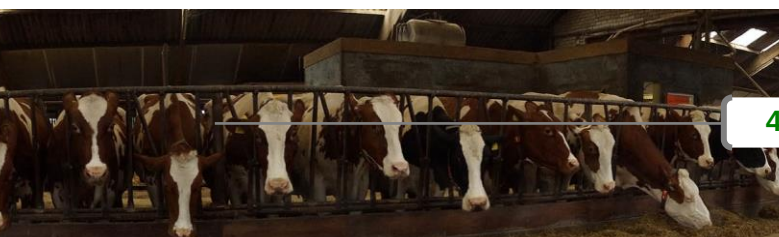
bedrijfsvoering. Daarnaast is de enquête uitgezet onder melkveehouders die lid zijn van FrieslandCampina. Deze coöperatie is de grootste melkverwerker in Nederland. Melkveehouders zijn lid van de N.V. FrieslandCampina. Dat betekent dat de winst van de onderneming direct terugvloeit naar de melkveehouders. Dit kan invloed hebben op de score “afnemers” omdat melkveehouders die eigenaar zijn van een bedrijf eerder geneigd zullen zijn om meer naar de wens van hun afnemer te luisteren. Echter, er zijn 11.000 melkveehouders lid van FrieslandCampina (Friesland Campina U.A., 2017). Dit is (11.000/16.800) 65% van alle melkveehouders. Daarmee zijn deze melkveehouders een goede weergave van de sector.

Om de statistische analyse uit te voeren is gebruik gemaakt van 2 verschillende toetsen in het programma SPSS, en de diverse discrepante en frequentie toetsen. Er zouden veel meer resultaten en verbanden kunnen worden gevonden als er de tijd en de mogelijkheid was om meer met SPSS te kunnen doen omdat er nog data beschikbaar is waarmee eventuele verbanden zouden kunnen worden ontdekt.

Läpple, Hennessy, & O'Donovan (2012) toonde in hun onderzoek, onder Ierse melkveehouders, aan dat het aantal weidedagen per jaar niet alleen afhankelijk is van bedrijfskarakteristieken zoals huiskavel, intensiviteit en verkaveling, maar dat deze ook afhankelijk is van de eigenschappen van de melkveehouder. In een vergelijkbaar Nederlands onderzoek is aangetoond dat het combineren van technische en sociale factoren 47% van de variatie in de mate van beweiding zou kunnen uitmaken. Op basis van de uitkomsten van de enquête kan niet worden vastgesteld dat melkveehouders die intensiever beweiden de invloed van factoren bij de beslissingen over weidegang hoger waarderen. Dit zou kunnen betekenen dat de mindset van de melkveehouder geen invloed heeft op de lengte van het weideseizoen, maar wel invloed zou kunnen hebben op de beslissing of een melkveehouder wel of niet weidegang gaat toepassen.

In de enquête werd de vraag die het meest gebruikt is als volgt geformuleerd: Wat is de invloed van de volgende van onderstaande partijen op beslissingen over uw grasland? Als u wilt, kunt u een toelichting geven. Daarbij werd niet specifiek gevraagd naar de beslissing over weidegang. Echter, in het vooronderzoek zoals dit is goedgekeurd is de vraag meer gericht op weidegang. Melkveehouders zouden daardoor meer gericht kunnen zijn op het graslandgebruik in het algemeen, zonder dat men bij het beantwoorden van de vragen specifiek rekening heeft gehouden met weidegang. Echter, in de voor aankondiging zoals die op Melkweb is geplaatst, stond wel specifiek vermeld dat de enquête over weidegang in combinatie met de mindset van de melkveehouder ging. Maar omdat de enquête samengevoegd was met een andere enquête voor Inno4Grass, was het meer van belang dat de melkveehouders de vragen niet alleen maar invulden met de gedachte: dit is gerelateerd aan beweiding.

Melkveehouders die weidegang toepassen geven een andere waardering aan de invloed van de factoren dan melkveehouders die geen weidegang toepassen. Het verband tussen de waardering van de factoren en wel of geen weidegang toepassen is aangetoond. Dit wil echter niet zeggen dat melkveehouders die hoger scoren per definitie weiden. Ook is er niet aangetoond dat, als een melkveehouder weidegang toepast, hij daardoor een hogere score geeft op de factoren.



Hoofdstuk 5 Conclusie en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden conclusies getrokken en wordt de hoofdvraag van het onderzoek beantwoord. De hoofdvraag van het onderzoek luidt: *Op welke wijze zijn sociale-culturele factoren van invloed op de strategische keuze van de melkveehouder om wel of niet te weiden, waarbij de technische en economische mogelijkheden van weidegang verschillend zijn?* Vervolgens worden er aanbevelingen gedaan voor eventueel vervolgonderzoek. Het onderzoek is in drie fases uitgevoerd: allereerst is er een literatuuronderzoek gedaan naar eventuele sociaal-culturele factoren die een rol zouden kunnen bij melkveehouders die de strategische keuze maken om wel of niet te gaan beweiden. Vervolgens zijn bij 10 melkveehouders interviews afgenomen om te onderzoeken welke sociaal-culturele factoren een rol zouden kunnen spelen bij hun beslissing om wel of niet te gaan weiden. Daarbij zijn er vijf interviews gehouden bij melkveehouders die beweiden en zijn er vijf interviews gehouden bij melkveehouders die geen weidegang toepassen. Als laatste is er een enquête verspreid onder melkveehouders om te vragen hoe de sociaal-culturele factoren, die de geïnterviewde melkveehouders opsomden, de beslissingen omtrent hun graslandmanagement beïnvloeden. De gegevens die met de enquête verkregen zijn, zijn met het programma SPSS geanalyseerd.

5.1 Conclusies

De hoofd- en deelvragen worden beantwoord en er worden conclusies getrokken die een antwoord geven op de hoofdvraag van het onderzoek.

5.1.1 Deelvraag I

Welke sociaal-culturele factoren zijn relevant voor het thema van het onderzoek?

Er zijn verschillende factoren relevant voor de melkveehouders. Dit zijn de volgende factoren: Sociale factoren: Adviseurs, Arbeidsplezier, Buren, Communicatie, Consumptiegedrag, Culinaire cultuur, Culturele cultuur, Eisen van afnemers, Eisen van consument, Familie, Fysieke gesteldheid, Fysieke omgeving, Geloof in technische mogelijkheden, Gezin, Gezondheid van de omgeving, Imago, Individualisatie, Invloed media, Invloed ondernemingen, Leefstijl, Levensstijl, Mechanisatiebedrijf, Medemelkveehouders, Milieu bewust, Non-Gouvernementele Organisaties (NGO's), Normen en waarden omgeving, Normen en waarden ondernemer, Ondernemersstijl, Opleidingsniveau, Overheidsbemoeienis, Religie, Sectorverantwoordelijk, Sociale gesteldheid, Sociale omgeving, Toekomst, Trends in het land en Voerleverancier. Het hoeft niet zo te zijn dat alle factoren door de melkveehouders als invloedrijk worden ervaren. Deze factoren zijn in theorie allemaal belangrijk als mogelijke invloedfactoren.

5.1.2 Deelvraag II

Welke sociaal-culturele factoren zijn belangrijk voor melkveehouders?

Na het houden van de interviews kan er geconcludeerd dat er verschillende soorten sociaal-culturele factoren van belang zijn voor de melkveehouders als hij de strategische keuze maakt om wel of geen weidegang toe te passen. De factoren komen voor een deel overeen bij de melkveehouders en voor een deel zijn de factoren verschillend.

Voor melkveehouders die weidegang toepassen zijn de volgende factoren van belang bij hun beslissing om weidegang toe te passen: Arbeidsplezier, Buren, Eisen van afnemers, Gezin en familie, Invloed van media, Eigen waarden en normen, Ondernemersstijl en Overheid.

Voor melkveehouders die geen weidegang toepassen zijn de volgende factoren van belang bij hun beslissing om geen weidegang toe te passen: Arbeidsplezier, Eisen van afnemers, Eigen waarden en normen, Geloof in technische mogelijkheden, Gezin, Intrinsiek gemotiveerd, Ondernemersstijl, Overheid en Toekomst.

De melkveehouders die zijn geïnterviewd kunnen in drie groepen worden opgedeeld: De melkveehouders die hun koeien opstallen en de melkveehouders die hun koeien beweiden. Binnen de groep melkveehouders die de koeien laten weiden zijn twee subgroepen te definiëren: Efficiëntie gericht



en extensief gericht. Efficiëntie gerichte melkveehouders zijn gericht op een resultaat wat met efficiënte middelen is bereikt. In de ogen van de meeste melkveehouders hoort daar geen weidegang bij, maar om diverse redenen wordt er toch voor weidegang gekozen. Deze redenen zijn variabel, de melkveehouder vindt belangrijk voor het imago, of weiden levert een hoger saldo. Weidegang is niet meer per definitie een vast gegeven voor een melkveehouder. Er wordt zeer bewust een keuze gemaakt om wel of niet te beweiden.

5.1.3 Deelvraag III

Wat voor weging wordt er aan de sociaal-culturele factoren gegeven door melkveehouders, waarbij de technische en economische haalbaarheid van weidegang bij melkveehouders verschillend is?

Melkveehouders vinden een aantal factoren belangrijk. Er zijn op verschillende niveaus toetsen uitgevoerd.

Voor de volgende factoren is het verschil tussen de scores die gegeven zijn significant: adviseur, media en imago. Er is getoetst voor de volgende groepen: Melkveehouders die meer dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben, melkveehouders die minder dan 6 koeien per beweidbare hectare hebben en melkveehouders die geen beweiding toepassen.

Er is een verband gevonden tussen melkveehouders die wel of geen weidegang toepassen en de score op de factoren. Er is een significant verschil gevonden op de score van melkveehouders die wel weidegang toepassen en de score van melkveehouders die geen weidegang toepassen voor de volgende factoren: Non-gouvernementele organisaties, Media, Consumenten, Buren, Afnemers, Imago eigen normen en waarden en Familie.

5.1.4 Hoofdvraag

Op welke wijze zijn sociale-culturele factoren van invloed op de strategische keuze van de melkveehouder om wel of niet te weiden, waarbij de technische en economische mogelijkheden van weidegang verschillend zijn?

Er kan geconcludeerd worden dat melkveehouders die weidegang toepassen een hogere score geven aan de belangrijkheid van de meeste factoren dan melkveehouders die geen weidegang toepassen. Melkveehouders zijn bereid om aanpassingen te doen aan hun bedrijfsvoering als de afnemer of de consument daar om vraagt. Melkveehouders die weidegang toepassen zijn sneller geneigd om aanpassingen te doen in hun bedrijfsvoering dan melkveehouders die geen weidegang toepassen.

Melkveehouders kunnen ingedeeld worden in drie categorieën: melkveehouders die hun koeien opstallen en de melkveehouders die hun koeien beweiden. Binnen de groep melkveehouders die de koeien laten weiden zijn twee subgroepen te definiëren: Efficiëntie gericht en extensief gericht. Efficiëntie gerichte melkveehouders zijn gericht op een resultaat wat met efficiënte middelen is bereikt. In de ogen van de meeste melkveehouders hoort daar geen weidegang bij, maar om diverse redenen wordt er toch voor weidegang gekozen.

De factoren die bij de melkveehouders zijn gevraagd zijn voor de melkveehouder die weidegang toepast belangrijker dan voor de melkveehouder die geen weidegang toepast.

5.2 Aanbevelingen

Er worden verschillende soorten aanbevelingen gedaan. Ten eerste worden er aanbevelingen gedaan ten behoeve van eventueel vervolgonderzoek. Vervolgens worden er aanbevelingen gedaan voor melkveehouders en voor erfbetreders.

5.2.1 Onderzoek

Uit de dataset die is opgebouwd ten behoeve van dit onderzoek kan meer informatie worden gehaald. Er kunnen nog verschillende verbanden nader bekeken worden. Zo kan er worden onderzocht of het aantal uren weidegang verband heeft met de score die wordt gegeven op de factoren. Ook kan er



onderzocht worden of melkveehouders die aangeven niet te kunnen weiden ook hoger scoren op de factoren. Dit zou wel zo moeten zijn omdat die melkveehouders wel de wil tonen om te gaan beweiden, maar dit door de situatie op hun bedrijf niet mogelijk is.

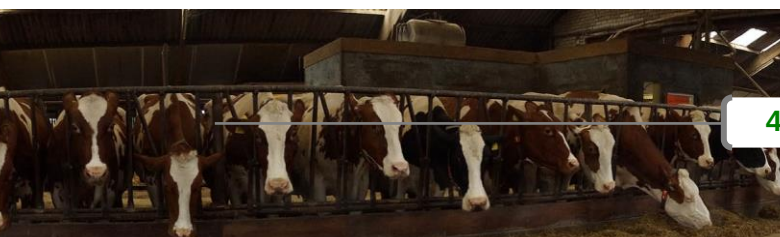
In dit onderzoek is gebruik gemaakt van de mening van 10 verschillende melkveehouders in Gelderland en Overijssel. Dit zou een vertekend beeld kunnen geven van de gehele sector. Er kunnen sociaal-culturele factoren uitgesloten zijn, waardoor er verkeerde beeldvorming is. Om dit te voorkomen is het aan te bevelen dat deze studie wordt herhaald in alle provincies van Nederland. Zo kan er uitgebreider worden bestudeerd welke factoren een rol zouden kunnen meespelen bij de beslissing van de melkveehouder over weidegang. Ook kan er, als er een onderzoek per provincie komt, een goed vergelijk worden opgesteld om de verschillen tussen de provincies te verklaren.

Het is aan te bevelen om in alle provincies in Nederland een vergelijkbaar onderzoek te doen. Dit onderzoek zou dan uitgebreider kunnen worden waardoor er een uitgebreid beeld ontstaat van hoe een Nederlandse melkveehouder zijn beslissingen neemt. Dit zou dan niet alleen over weidegang hoeven te gaan, maar het zou meer op het bredere managementniveau kunnen worden uitgevoerd. Want door een bedrijf breder te analyseren kunnen er andere verbanden worden ontdekt.

5.2.2 *Melkveehouders en erfbetreders*

Voor melkveehouders is het goed om zich te beseffen dat de keuzes die worden gemaakt ten aanzien van weidegang niet vaak worden gebaseerd op rationele keuzes, maar vaak te maken met emotie en gevoel wat bij het thema past. Kortleve (2007) zegt dat veel op basis van ratio wordt besloten, maar uit dit onderzoek blijkt dat het gevoel meer meespeelt. Het is goed voor de melkveehouder om te beseffen welke factoren er meespelen bij de beslissingen die worden genomen, zodat de melkveehouder hier ook over kan nadenken.

Voor erfbetreders is het van groot belang om te realiseren dat een melkveehouder de keuzes die hij maakt ook gebaseerd worden op normen en waarden en de omgeving van de ondernemer. Dit lijkt een logisch feit te zijn, maar dit onderzoek benadrukt dit nogmaals. Daarom is het voor erfbetreders goed om zich te realiseren met wat voor verhaal hij de melkveehouders benaderd. Het is goed om zich aan te passen aan de melkveehouder, maar ook aan zijn omgeving. Wat zijn normen en waarden van de melkveehouder? Hoe staat hij in het leven? In wat voor omgeving beweegt de melkveehouder zich? Dit zijn belangrijke zaken om rekening mee te houden tijdens het benaderen van een melkveehouder.



Literatuurlijst

- Baarda, D., & de Goede, M. (2006). *Basisboek Methoden en Technieken*. Groningen/Houten: Wolters Noordhoff bv.
- Baarda, D., de Goede, M., & Teunissen, J. (2005). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek*. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv.
- Centraal bureau voor de Statistiek. (2016, oktober 6). *Schaalvergroting leidt niet tot minder koeien in de wei*. Opgeroepen op oktober 10, 2017, van Website van Centraal Bureau voor de Statistiek: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/40/schaalvergroting-leidt-niet-tot-minder-koeien-in-de-wei>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017, november 30). *Statline.cbs.nl*. Opgeroepen op januari 29, 2018, van Landbouw; economische omvang naar omvangsklasse, bedrijfstype: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=80785NED&D1=a&D2=0&D3=0-1,8-10,12-13,15,19,22-23,25-27,31-37&D4=0,I&HDR=G1,T,G3&STB=G2&P=T&VW=T>
- De Heus Veevoerders. (2017, april 18). *Kennisbank*. Opgehaald van Kijk op gras: <https://www.de-heus.nl/veevoerders/rundvee/ruwvoer/producten/kijk-op-gras#showdata>
- Duurzame zuivelketen. (2017, november 20). *Weidegang*. Opgeroepen op januari 29, 2018, van Convenant weidegang: <https://www.duurzamezuivelketen.nl/onderwerpen/convenant-weidegang/>
- Friesland Campina U.A. (2017). Ledenvergadering. Bedum.
- Hin, K.-J. (2013, april). 'Melkveehouders zijn niet goed in beweiden'. *MelkveeMagazine*.
- Hoogteyling, W. (2015, december 15). *nrc.nl*. Opgeroepen op januari 23, 2018, van Koeien uit de wei, windmolens erin: <https://www.nrc.nl/nieuws/2015/12/15/koeien-uit-de-wei-windmolens-erin-1567307-a379471>
- Jansen, J. (2010). *Mastitis and farmer mindset*. Wageningen: Wageningen University.
- Kortleve, E. (2007). *Waardering van Weidegang*. Culemborg: CLM Onderzoek en Advies BV.
- Läpple, D., Hennessy, T., & O'Donovan, M. (2012). *Extended grazing: A detailed analysis of Irish dairy farms*. American Dairy Science Association.
- managementgoeroes.nl. (2014, januari 14). *Informatie over sociaal-culturele factoren*. Opgeroepen op februari 02, 2018, van managementgoeroes.nl: <https://www.managementgoeroes.nl/management-begrippen/sociaal-culturele-factoren/>
- Methorst, R. (2016). *Farmers' perception of opportunities for farm development*. Wageningen: PhD thesis.
- Oomes, M., Bosman, E., & Langerak, N. (2014). *Trends in de samenleving*. Den Haag: Sectorinstituut Openbare Bibliotheken.
- Partij voor de Dieren. (sd). *Standpunten*. Opgeroepen op januari 19, 2018, van Website van de Partij voor de Dieren: <https://www.partijvoordedieren.nl/standpunt/duurzame-veehouderij>
- Philipsen, B. (2017). *Stoomcursus Weidegang*. Wageningen: Stichting Weidegang.
- professionalacademy. (2017, november 01). *Professional Academy's Buzzword Busting Marketing Theory Blogs*. Opgehaald van MARKETING THEORIES – PESTEL ANALYSIS: <https://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---pestel-analysis>



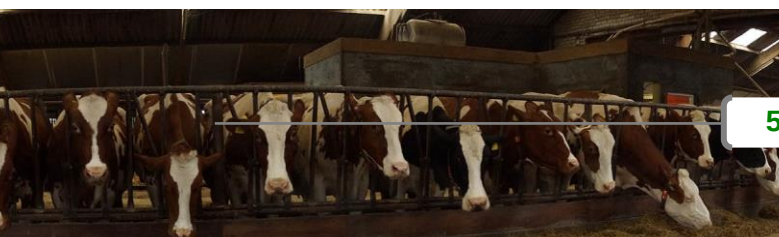
- Qlip. (2010). *VLOG certificering*. Opgeroepen op januari 8, 20018, van Website van Qlip, kwaliteitsborging in Agrofood: <https://www.qlip.nl/nl/over-qlip/vlog-certificering>
- Regeerakkoord tussen de fracties van VVD, CDA, D66 en ChristenUnie. (2017). *Regeerakkoord "Vertrouwen in de toekomst"*. Den Haag: Rijksoverheid. Opgeroepen op januari 29, 2018, van <https://www.rijksoverheid.nl/regering/regeerakkoord-vertrouwen-in-de-toekomst/3.-nederland-wordt-duurzaam/3.4-landbouw-voedsel-natuur-visserij-en-dierenwelzijn>
- Schoon, C. (2005). *De invloed van sociale en culturele factoren op mobiliteit en verkeersveiligheid*. Leidschendam: Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid SWOV.
- Stichting Weidegang. (2018). Weidegang 2017.
- Stomp, G. (2017, juni 13). *Healthy minds*. Opgeroepen op september 21, 2017, van <http://www.healthyminds.nl/beslissing-nemen/>
- van Dam, M. (2017). *Weidegang, reactie op moties*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- van den Pol- van Dasselaar, A. (2016). *Kijken met een weide blik*. Dronten: CAH Vilentum.
- van den Pol- van Dasselaar, A., Blokland, P., Gies, T., de Haan, M., Holshof, G., Naeff, H., & Philipsen, A. (2015). *Beweidbare oppervlakte en weidegang*. Lelystad: Wageningen UR Livestock Research.
- van den Pol- van Dasselaar, A., Philipsen, A., & de Haan, M. (2013). *Economisch Weiden*. Lelystad: Wageningen UR Livestock Research.
- van den Pol- van Dasselaar, A., Philipsen, A., & de Haan, M. (2016). *The effect of social factors on the extent of grazing*.
- van der Schans, F., Oerlemans, N., & van Well, E. (2006). *Nulmeting Koe & Wij*. Culemborg: CLM Onderzoek & Advies.
- van der Velde, M., Jansen, G., & Telting, I. (2000). *Bedrijfswetenschappelijk onderzoek: Van probleemstelling tot presentatie*. Baarn: Nelissen B.V.
- van der Well, E., & van der Schans, F. (2008). *Weideging in Nederland anno 2008, Eindmeting Koe & Wij*. Culemborg: CLM Onderzoek & Advies BV.
- van der Well, E., Gooijer, Y., & van der Schans, F. (2008). *Wat drijft jou*. Culemborg: CLM Onderzoek en Advies BV.
- van Gaalen, N., Loef, J., Duijvenstein, M., & Bouwknecht, R. (2016). *Communicatie Activatie Strategie Instrument*. Den Haag: Dienst Publiek en Communicatie, Ministerie van Algemene Zaken.
- Veeteelt.nl. (2016, September 16). *FrieslandCampina verhoogt weidepremie naar 1,5 cent*. Opgeroepen op januari 2018, 2018, van Website van Veeteelt.nl: <http://veeteelt.nl/nieuws/frieslandcampina-verhoogt-weidepremie-naar-15-cent>
- Verhagen, P. (2011). *Kwaliteit met beleid*. Bussum: Uitgeverij Coutinho BV.
- Vetvice.nl. (2010). *Melkrobotstallen*. Opgeroepen op januari 23, 2018, van Website van Vetvice.nl: <https://www.vetvice.nl/stallenbouw-advies/referenties/melkrobotstal>
- Vrolijk, M., & Gosselink, J. (2013). *Parels en Puzzels bij Weidegang*. Lelystad: Wageningen UR Livestock Research.
- Wijsman, E. (2013). *Psylogogie & Sociologie*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.



Wikimarketing.nl. (2017, oktober 30). *Consumentengedrag, culturele factoren*. Opgehaald van Wikimarketing.nl: <http://www.wikimarketing.nl/subject/39/2-consumentengedrag/2.3-culturele-factoren>

woordenboeken.nu. (2012-2017). Opgeroepen op september 21, 2017, van <https://www.woordenboeken.nu/betekenis/en/mindset>

Zakelijk.info. (2015, oktober 15). *Zakelijk.info*. Opgeroepen op november 01, 2017, van PESTEL-analyse: Definitie en voorbeelden: <https://zakelijk.infonu.nl/marketing/142331-pestel-analyse-definitie-en-voorbeelden.html>



Bijlagen

[Bijlage I Interview](#)

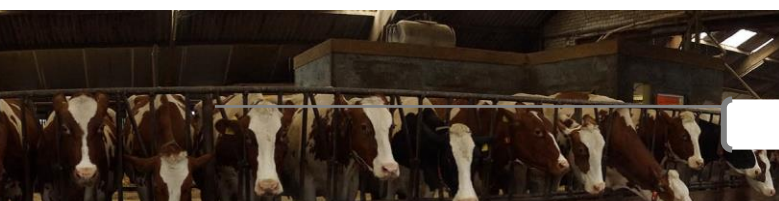
[Bijlage II Enquêtevragen](#)

[Bijlage III Sociaal-culturele factoren](#)

[Bijlage IV Uitwerking interviews](#)

[Bijlage V Uitkomsten enquête](#)

[Bijlage VI: Statistische verwerking enquête](#)



Bijlage I Interview

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wat is uw gezinssamenstelling?
3. Wat is uw hoogst genoten opleiding?

4. Hoeveel koeien melkt u?
5. Hoeveel hectare grond is er in gebruik?
6. Hoeveel daarvan is geschikt voor beweiding?
7. Wat is de grondsoort?

8. Kunt u mij in een paar minuten iets vertellen over de geschiedenis van het bedrijf?
9. Hoe lang bent u bedrijfshoofd?

10. Wordt (een deel van) de dieren ook geweid?
Zo ja:
 - a. Welke diergroepen?
 - b. Hoeveel dagen per jaar en hoeveel uur per dag past u weidegang toe?
 - c. Welk weidesysteem hanteert u?
11. Wat is de hoofdrede om wel/niet te beweiden? Zou u het een mogelijkheid vinden om op uw bedrijf te gaan weiden?

12. Kunt u uw karakter omschrijven?
Na deze vraag de geïnterviewde laten praten; eventueel doorvragen

13. Wat vindt u belangrijk in het leven?
Na deze vraag de geïnterviewde laten praten; eventueel doorvragen

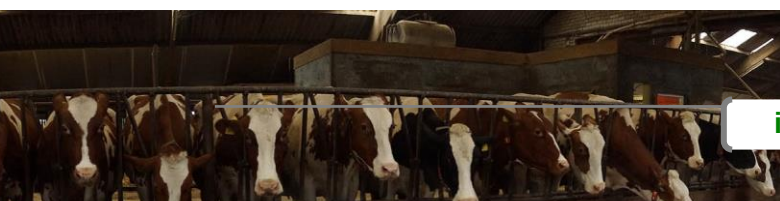
14. Als u een beeld schetst van het voor u ideale bedrijf, hoe zou dat er dan uitzien?
15. Wie zijn de belangrijkste mede-beslissers op uw bedrijf?
16. Wie of wat vindt u een groot voorbeeld voor uzelf?
17. Hoeveel invloed heeft dit voorbeeld gehad op de strategische keuzes op het bedrijf?
Na deze vraag de geïnterviewde laten praten; eventueel doorvragen

18. Vind u dat u goed kan weiden?
19. Wat vindt u het mooiste aan weiden/opstallen?
20. Wat vindt u het moeilijkste aan weiden/opstallen?

21. Wat vindt u van de trend van beweiding: minder koeien die geweid worden?
22. Heeft het feit dat er weidecoaches zijn, invloed gehad op uw beslissing om te weiden?
23. Wat vindt u van het feit dat er een weidepremie bestaat?

24. Van wie ontvangt u advies over het te volgens weidesysteem?
25. Door wie laat u uzelf voorlichten over weidegang?
26. Gaat u naar informatieavonden over weidegang?
27. Volgt u de adviezen ook altijd op?
28. Voor wie zou u uw bedrijfsvoering willen aanpassen?

Ga naar: [Opbouw interview](#)



Bijlage II Enquêtevragen



Hartelijk dank voor deelname aan deze enquête over factoren die voor u als ondernemer belemmerend of juist stimulerend zijn voor innovaties bij grasland.
 (Het invullen duurt enkele minuten; resultaten blijven anoniem)

Deze enquête is onderdeel van het project Inno4Grass. Dit Europese project van WUR, LTO Nederland, Aeres Hogeschool Dronten en partners in 7 andere landen laat vanaf 2018 innovaties op het gebied van grasland zien.

1



* Innovaties

	Erg onbelangrijk	Onbelangrijk	Neutraal	Belangrijk	Erg belangrijk
Hoe belangrijk is innovatie in het algemeen voor u?	☐	☐	☐	☐	☐
Hoe belangrijk zijn innovaties in grasland voor u?	☐	☐	☐	☐	☐
Hoe belangrijk zijn innovaties in beweidings voor u?	☐	☐	☐	☐	☐

2





Inno4Grass

* Wat is de invloed van onderstaande partijen op uw beslissingen over grasland? Als u wilt, kunt u een toelichting geven.

	Erg onbelangrijk	Onbelangrijk	Neutraal	Belangrijk	Erg belangrijk
Adviseurs	☐	☐	☐	☐	☐
NGO's (bijv Wakker Dier of Milieudefensie)	☐	☐	☐	☐	☐
Media	☐	☐	☐	☐	☐
Consumenten	☐	☐	☐	☐	☐
Buren	☐	☐	☐	☐	☐
Afnemers	☐	☐	☐	☐	☐
Imago bedrijf / sector	☐	☐	☐	☐	☐
Eigen waarden en normen	☐	☐	☐	☐	☐
Overheid	☐	☐	☐	☐	☐
Familie	☐	☐	☐	☐	☐

Toelichting (optioneel)

3



Inno4Grass

* Is het mogelijk om te innoveren op uw bedrijf?

- ☐ Er zijn veel belemmeringen
- ☐ Er zijn weinig belemmeringen
- ☐ Neutraal
- ☐ Er zijn mogelijkheden
- ☐ Er zijn veel mogelijkheden

* Wat zijn voor u de belangrijkste barrières voor innovatie? (u kunt 1-4 antwoorden aankruisen)

- ☐ Kennis / opleiding
- ☐ Tijd / beschikbare arbeid
- ☐ Wet- en regelgeving
- ☐ Geld / te hoge kosten / te weinig opbrengsten
- ☐ Mijn eigen houding (wil ik wel veranderen)
- ☐ Mijn omgeving
- ☐ Mijn leeftijd
- ☐ Mijn bedrijf leent zich niet voor verdere ontwikkeling
- ☐ Er is te weinig technologie op mijn bedrijf
- ☐ Risico's
- ☐ Anders, namelijk

4



* Wat zijn voor u de belangrijkste stimulansen voor innovatie? (u kunt 1-4 antwoorden aankruisen)

- ☐ Zorg voor mijn omgeving / het milieu
- ☐ Vragen van de consument
- ☐ Dierenwelzijn
- ☐ Winstgevendheid / beter inkomen
- ☐ Arbeidsbesparing / betere arbeidsomstandigheden
- ☐ Status
- ☐ Nieuwsgierigheid
- ☐ Mijn eigen houding
- ☐ Interactie tussen boer, adviseur en onderzoeker
- ☐ Wet- en regelgeving
- ☐ Bij de beste bedrijven willen horen
- ☐ Bedrijf snel aan kunnen passen aan veranderende omstandigheden
- ☐ Subsidies
- ☐ Anders, namelijk

5



Inno4Grass

* Als laatste onderdeel nog enkele vragen over u en uw bedrijf.
(al uw antwoorden worden anoniem en vertrouwelijk behandeld)

Wat is uw leeftijd?

- ☐ Jonger dan 26 jaar
- ☐ 26-35 jaar
- ☐ 36-45 jaar
- ☐ 46-55 jaar
- ☐ 56-65 jaar
- ☐ Ouder dan 65 jaar

* Hoeveel ha grasland heeft u in gebruik?

- ☐ Ik heb geen grasland in gebruik
- ☐ Ik heb grasland in gebruik, geef hieronder het aantal ha grasland in gebruik

6



V





Inno4Grass

* Voor welke dieren heeft u dit grasland voornamelijk?

- ☐ Melkvee
- ☐ Vleesvee
- ☐ Schapen
- ☐ Geiten
- ☐ Anders, namelijk

7



Inno4Grass

* Hoeveel melkkoeien heeft u?

* Beweidt u uw melkkoeien?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

8



vi





Inno4Grass

* Hoeveel ha grasland gebruikt u voor de beweiding van uw melkkoeien?

* Is het binnen uw bedrijf mogelijk om meer grasland te gaan gebruiken voor beweiding? (bijv. mais op de huiskavel omzetten in gras)

☐ Nee

☐ Ja, geef aan hoeveel extra er beweid zou kunnen worden (dus bovenop de ha's die u nu al gebruikt en bij de vorige vraag hebt ingevuld)

* Hoeveel dagen per jaar past u gemiddeld weidegang toe?

* Hoeveel uur per dag past u gemiddeld weidegang toe?

* Welk weidesysteem hanteert u voornamelijk?

☐ Omweiden

☐ Standweiden

☐ Stripweiden

☐ Rantsoenweiden

☐ Roterend standweiden

☐ Anders, namelijk

9



Inno4Grass

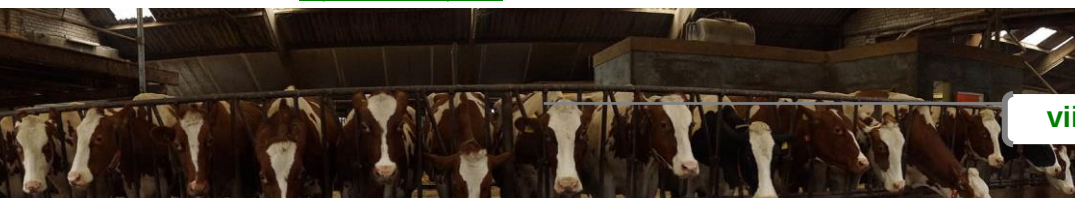
Hartelijk dank dat u de enquête heeft ingevuld!

U kunt hieronder nog een reactie geven als u dat wilt. Als u wilt dat wij contact met u opnemen, geeft u dan ook een mailadres of telefoonnummer, omdat wij u anders niet kunnen bereiken. U kunt ook op de knop "Gereed" drukken.

Als u meer informatie over het project Inno4Grass wilt, kunt u dit vinden op www.inno4grass.eu.

10

Ga naar: [Opbouw enquête](#)

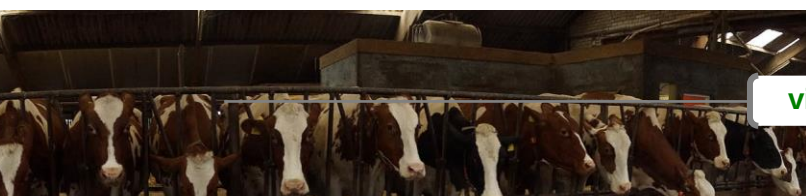


vii



Bijlage III Sociaal-culturele factoren

Sociale factor:	Bron:
Adviseurs	Philipsen, 2017
Arbeidsplezier	Kortleve, 2007
Buren	Kortleve, 2007
Communicatie	Philipsen, 2017
Consumptiegedrag	Zakelijk.info, 2017
Culinaire cultuur	managementgoeroes.nl, 2014
Culturele cultuur	managementgoeroes.nl, 2014
Eisen van afnemers	Friesland Campina U.A., 2017
Eisen van consument	Friesland Campina U.A., 2017
Familie	Kortleve, 2007
Fysieke gesteldheid	Schoon, 2005
Fysieke omgeving	Schoon, 2005
Geloof in technische mogelijkheden	van den Pol- van Dasselaar, Philipsen, & de Haan, 2016
Gezin	Kortleve, 2007
Gezondheid van de omgeving	professionalacademy, 2017
Imago	van der Well & van der Schans, 2008
Individualisatie	Verhagen, 2011
Invloed media	Verhagen, 2011
Invloed ondernemingen	Verhagen, 2011
Leefstijl	Zakelijk.info, 2017
Levensstijl	Verhagen, 2011
Mechanisatiebedrijf	van der Schans, Oerlemans, & van Well, 2006
Medemelkveehouders	van der Schans, Oerlemans, & van Well, 2006
Milieu bewust	managementgoeroes.nl, 2014
Non-Gouvernementele Organisaties (NGO's)	Verhagen, 2011
Normen en waarden omgeving	managementgoeroes.nl, 2014
Normen en waarden ondernemer	managementgoeroes.nl, 2014
Ondernemersstijl	Philipsen, 2017
Opleidingsniveau	Verhagen, 2011
Overheidsbemoeienis	Verhagen, 2011
Religie	managementgoeroes.nl, 2014
Sectorverantwoordelijk	Oomes, Bosman, & Langerak, 2014
Sociale gesteldheid	Schoon, 2005
Sociale omgeving	Schoon, 2005
Toekomst	Philipsen, 2017
Trends in het land	managementgoeroes.nl, 2014
Voerleverancier	van der Schans, Oerlemans, & van Well, 2006



Bijlage IV Uitwerking interviews

Op de volgende pagina's zijn de interviews weergegeven. Pagina iii en iv is een weergave van de labels van de bedrijven die geen beweiding toepassen, pagina v en vi is een weergave van de labels van de bedrijven die wel beweiding toepassen.

Vraag	Opstallen 1	Opstallen 2	Opstallen 3	Opstallen 4
Hoeveel koeien melkt u?	300 koeien	130 koeien	275 koeien	160
Hoeveel hectare grond is er in gebruik?	135	60 ha	100 ha	40
Hoeveel daarvan is geschikt voor beweiding?	40	28 ha	27.5 ha	15+15
% beweidbaar	30%	47%	28%	75%
Wat is de grondsoort?	Rivierklei	Zand	Vochtige dalgrond (zand)	Droge zandgrond
Kunt u mij in een paar steekwoorden iets vertellen over de geschiedenis van het bedrijf?		2010 nieuwe stal	Robot melken vanaf 2007	2011 stal gebouwd 2015 robots geplaatst
Hoe lang bent u bedrijfshoofd?		2011		
Wordt een deel van de koeien ook geweid?	Anti-weiden Leren weiden	Nee, uitgebreid -> stoppen weiden	Jongvee	Nee, past niet in bedrijfsvoering
Welke diergroepen worden geweid?				
Hoeveel dagen per jaar en uren per dag?	Premieweiden			
Welk weidesysteem wordt gehanteerd?	Standweiden			
Wat is de hoofdreden om wel of niet te weiden?	Economie Trend volgen Financieel voordeel Zakelijk denken	Structuur	Technische problemen Controle van factoren Bouw nieuwe stal niet nagedacht over weidegang	Arbeidsgemak Past niet in bedrijfsvisie
Zou u het een mogelijkheid vinden om op uw bedrijf te gaan beweiden?	Overtuiging	Nee Wisseling rantsoen Wisseling ritme	Nee, geen mogelijkheid	Nee, te arbeidsintensief
Wat voor type ondernemer bent u?	Harde cijfers interessant	Punctueel	Veel melk uit ruwvoer	Economisch Ondernemend Kansen pakken en hoppen Ambitieuze Verbreden
Wat vindt u belangrijk in het leven?	Arbeid/inkomen verhouding	Geloof en gezin voor bedrijf	Arbeidsplezier	
Als u een beeld schetst van het voor u ideale bedrijf; hoe zou het er dan uit zien?	Gezinsbedrijf		Keuzevrijheid koe	Routing optimaliseren
Wie zijn de belangrijkste medebeslissers op uw bedrijf?	Intern gemotiveerd	Gezin	Zelf beslissingen nemen	
Wie of wat vindt u een groot voorbeeld op uzelf?				



Hoeveel invloed heeft dit voorbeeld gehad op de strategische keuzes op het bedrijf?				
Vindt u dat u goed kan weiden?	Geen overtuigde weiders	Ja, wel verdiepen	Niet kunnen weiden	Ik kan en wil niet goed weiden
Wat vindt u het mooiste aan weiden?			Koe in de wei	Koe ophalen Tijdsbesparing
Wat vindt u het moeilijkste aan weiden?	Opstarten koe	Wisselingen	Koe-management	Opbranden van de koe
Wat vindt u het mooiste aan opstallen?	Controle	Structuur		
Wat vindt u het moeilijkste aan opstallen?			Infectiedruk	
Wat vindt u van de trend: minder koeien die geweid worden?	Zorgelijk Aankomende wetgeving		Jammer, maar pech	Boer specialiseert zich
Heeft het feit dat er weidecoaches zijn, invloed gehad op uw beslissing om te gaan weiden?	Intern gemotiveerd	Nee	Geen invloed	Nee, wel een plan, negatief uitpak
Wat vindt u van het feit dat de weidepremie bestaat?	Hoofdreden	Goed Stimuleren	Schandalig, oneerlijke inkomensverdeling	Herverdeling melkgeld
Van wie ontvangt u advies over uw weidesysteem/ manier van opstallen?	Intern gemotiveerd	Intern gemotiveerd	Wij laten ons door niemand de les lezen.	
Door wie laat u uzelf voorlichting over de strategische keuzes op het bedrijf?		Studieclubs	Wij laten ons door niemand de les lezen.	Ambitieu
Gaat u naar informatieavonden over weidegang?	Nee			
Volgt u de gegeven adviezen ook vaak op?				
Voor wie zou u uw bedrijfsvoering willen aanpassen?	Intern gemotiveerd	Gezin		

Ga naar: [Uitkomsten interviews niet-beweidende melkveehouders](#)



X



Vraag	Beweiden 1	Beweiden 2	Beweiden 3	Beweiden 4	Beweiden 5
Hoeveel koeien melkt u?	120	100 melkkoeien	125 koeien	120 koeien	70-85 melkkoeien 2 melkrobots Melkproductie belangrijk
Hoeveel hectare grond is er in gebruik?	57 hectare	45 hectare rondom het bedrijf	78 hectare	66 hectare	40 hectare
Hoeveel daarvan is geschikt voor beweiding?	19 hectare	20 ha, dit jaar 5 ha maïs op de huiskavel	45 hectare	16 hectare, volgend jaar 24	10 hectare
% beweidbaar	32%	44%	58%	36%	25%
Wat is de grondsoort?	Zand	Droogtegevoelige zand	klei	Klei op veen	Veen
Kunt u mij in een paar steekwoorden iets vertellen over de geschiedenis van het bedrijf?		2011 melkrobots	1911 boerderij gebouwd 2015 stal uitgebreid	Twee jaar melkrobots	45 jaar op bedrijf
Hoe lang bent u bedrijfshoofd?	20 jaar			Voorjaar vader overleden	15 jaar
Wordt een deel van de koeien ook geweid?	Ja	Ja, weidegang toegepast	Ja, altijd al beweide, 1 jaar binnen gehad ivm veranderingen	Altijd hebben geweid	Ja Matig positief Na 10 jaar opstallen weer weiden Rust voor koe
Welke diergroepen worden geweid?	Melkkoeien	Melkkoeien	Melkvee	Melkkoeien	Melkkoeien
Hoeveel dagen per jaar en uren per dag?	Zo vroeg mogelijk eruit en zo lang mogelijk doorgaan met weiden	720 uur	160 dagen, 4 u per dag	We weiden zolang het weer het toe laat	Geloer van de burenl Te weinig uren
Welk weidesysteem wordt gehanteerd?	Modern standweiden	Omweiden, 3 dagen	Standweiden	Roterend standweiden	Nu stripgrazen Straks standweiden Rust voor de koe
Wat is de hoofdreden om wel of niet te weiden?	Omgeving is erg belangrijk Dier mist iets, dat willen compenseren	Economisch interessant, vrouw vind weidegang mooi	Financieel rendement verhogen	Altijd al beweide Mooi voor de koe GMO vrije melk (VLOG)	Managementsysteem passend Mooie uitdaging Uitstraling bedrijf
Zou u het een mogelijkheid vinden om op uw bedrijf te gaan opstallen?	Arbeidsgemak	Wil graag opstallen, frustratie rondom het weiden	Ja, arbeidsefficiëntie verhogen	Nee, altijd blijven weiden	Ja, als robot vol is
Wat voor type ondernemer bent u?	Arbeidsgemak Werkvariatie Werkplezier	Koe moet het goed hebben, variatie in werk	Cijfers belangrijk Technisch en economisch goed draaien Ondernemersvrijheid	Saldo Arbeidsplezier Koe moet het goed hebben	Buiten het bedrijf actief Koe moet goed hebben Boterham verdienen Netjes en verzorgd bedrijf Aanblik/ imago
Wat vindt u belangrijk in het leven?		Boterham uit het bedrijf halen	Vrije tijd Brede blik		
Als u een beeld schetst van het voor u ideale bedrijf; hoe zou het er dan uit zien?	Ouderlijk bedrijf is mooi Infrastructuur			Meer snijmaïs	Geen ideaal, overal wel wat Huidige locatie is mooi
Wie zijn de belangrijkste mede-beslissers op uw bedrijf?	Gezin	Zoon en vrouw	Bedrijfseigenaren	Samen met vrouw en moeder	Gezin



Wie of wat vindt u een groot voorbeeld op uzelf?		Zichzelf, vader	Bedrijf in balans		
Hoeveel invloed heeft dit voorbeeld gehad op de strategische keuzes op het bedrijf?		Ja	Ja		
Vindt u dat u goed kan weiden?	Ja	Geen idee, frustratie rondom weidegang	Veel leren	Elke dag bijleren	Nee, veel leerpunten
Wat vindt u het mooiste aan weiden?	Uitzicht	Koe in de weide	Koe naar buiten	Arbeidsgemak	Koe
Wat vindt u het moeilijkste aan weiden?	Meer gras in de koe Weidesysteem vasthouden Leren beweiden	Weersinvloeden	Vaste ritme	Controle over koe	Voeraanbod
Wat vindt u het mooiste aan opstallen?		Management van de koe	Constant houden technische resultaten	Voldoende gras in koe	Managementsysteem is simpeler
Wat vindt u het moeilijkste aan opstallen?		Mooiste wat er is, controle lastig punt	Licence to produce	Imagoschade	Geen
Wat vindt u van de trend: minder koeien die geweid worden?	Zorgelijk Wetgeving is not-done	Logisch gevolg schaalvergroting	Jammer vanuit burger Begrijpelijk vanuit ondernemer	Begrijpelijk maar jammer Ondernemersvrijheid	Logisch gevolg schaalvergroting Toekomst sturen op milieudruk
Heeft het feit dat er weidecoaches zijn, invloed gehad op uw beslissing om te gaan weiden?	Nee, Voerleverancier bood weidecoach aan	Nee, wij zoeken mensen op ipv andersom	Nee, keuze al gemaakt	Nee, wel geoptimaliseerd	
Wat vindt u van het feit dat de weidepremie bestaat?	Over de streep getrokken	Reden voor weidegang	Moeilijk, inkomensongelijkheid		Overgehaald om te weiden
Van wie ontvangt u advies over uw weidesysteem/ manier van opstallen?	Voeradviseur Koe	Vrouw en zoon		Weidecoach Voerleverancier	
Door wie laat u uzelf voorlichting over de strategische keuzes op het bedrijf?	Zelfstandig Beperkte invloed omgeving	Wij zoeken mensen. Als ze niet doen wat ze beloven hebben ze een probleem	Betrouwbare voorlichters		Collega-veehouders en stagelopers
Gaat u naar informatieavonden over weidegang?	Ja				
Volgt u de gegeven adviezen ook vaak op?	Alleen als het arbeidsgemak oplevert	Alleen als ik er wat aan heb	Wat binnen de bedrijfsfilosofie past	Ja	
Voor wie zou u uw bedrijfsvoering willen aanpassen?	Gezin				Zoon, niet klakkeloos

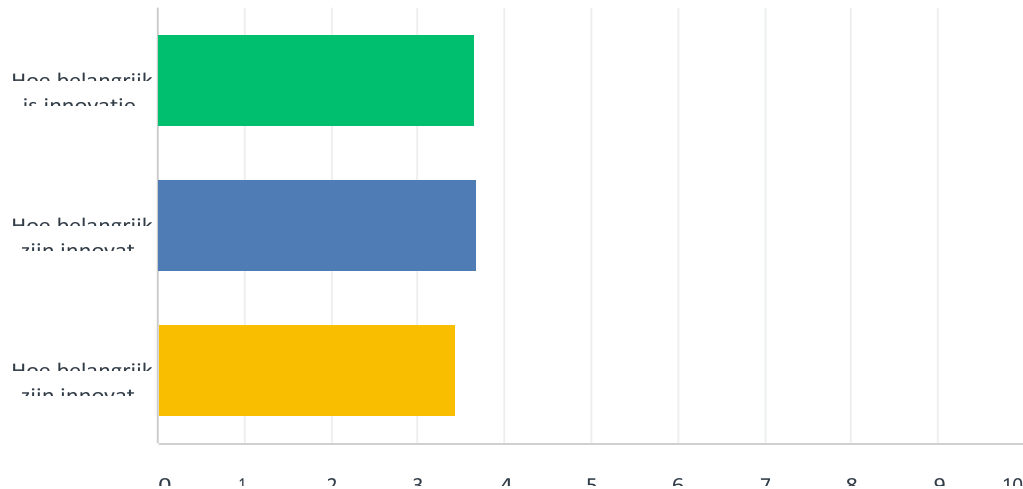
Ga naar: [Uitkomst interview beweidende melkveehouders](#)



Bijlage V Uitkomsten enquête

Q1 Innovaties

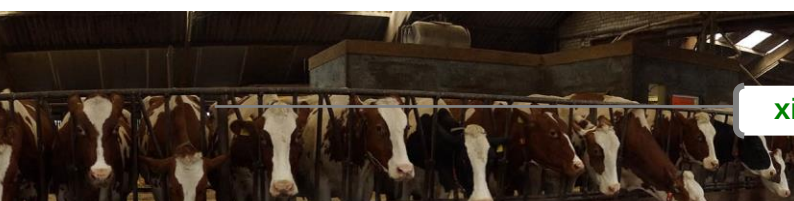
Beantwoord: 587 Overgeslagen: 0

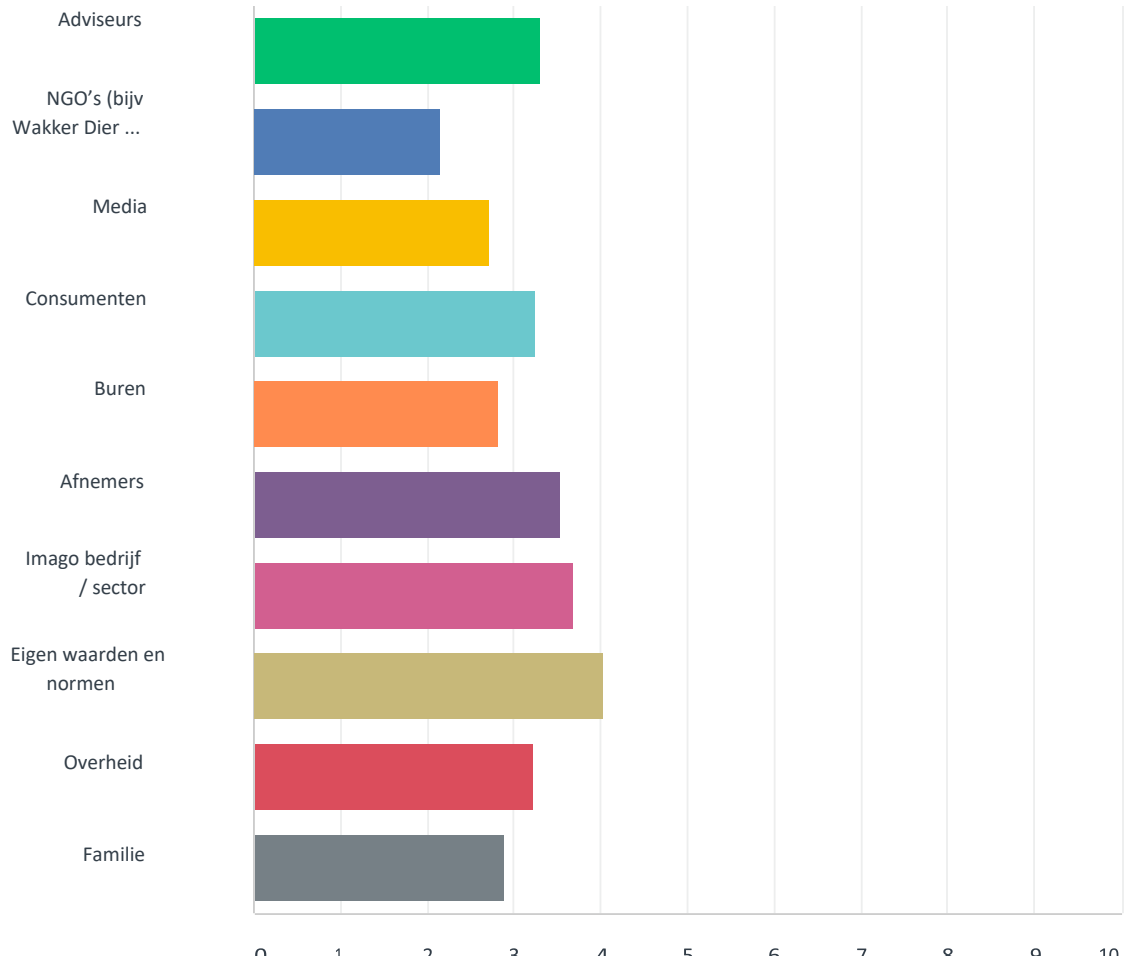


	ERG ONBELANGRIJK	ONBELANGRIJK	NEUTRAAL	BELANGRIJK	ERG BELANGRIJK	TOTAAL	GEWOGE GEMIDDE
Hoe belangrijk is innovatie in het algemeen voor u?	2,04% 12	2,73% 16	30,49% 179	55,71% 327	9,03% 53	587	
Hoe belangrijk zijn innovaties in grasland voor u?	2,39% 587	3,24% 3,68	27,43%	57,58%	9,37%		
14	19	161	338	55			
Hoe belangrijk zijn innovaties in beweiding voor u?	5,96% 587	11,24% 3,43	28,96%	41,23%	12,61%		
35	66	170	242	74			

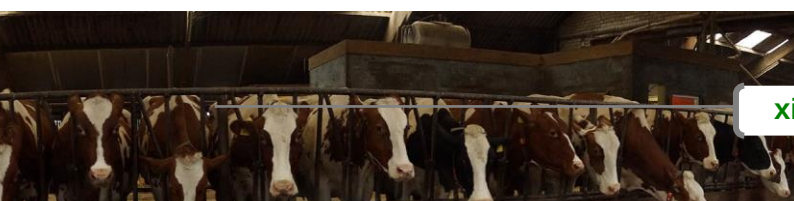
Q2 Wat is de invloed van onderstaande partijen op uw beslissingen over grasland? Als u wilt, kunt u een toelichting geven.

Beantwoord: 548 Overgeslagen: 39



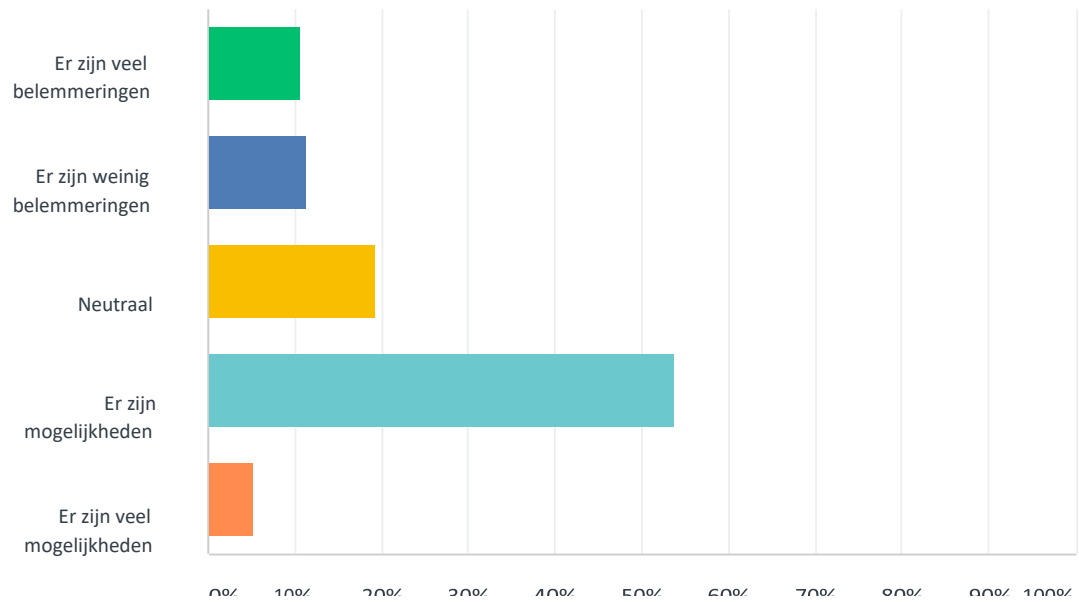


	ERG ONBELANGRIJK	ONBELANGRIJK	NEUTRAAL	BELANGRIJK	ERG BELANGRIJK	TOTAAL	GEWOGEN GEMIDDELDE
Adviseurs	5,66% 31	10,95% 60	34,12% 187	45,44% 249	3,83% 21	548	3,31
NGO's (bijv. Wakker Dier of Milieudefensie)	35,40% 194	24,64% 135	29,74% 163	8,94% 49	1,28% 7	548	2,16
Media	12,41% 68	24,82% 136	43,80% 240	17,34% 95	1,64% 9	548	2,71
Consumenten	6,20% 34	14,78% 81	34,85% 191	37,59% 206	6,57% 36	548	3,24
Buren	12,77% 70	22,81% 125	37,77% 207	23,36% 128	3,28% 18	548	2,82
Afnemers	5,11% 28	7,12% 39	26,46% 145	52,19% 286	9,12% 50	548	3,53
Imago bedrijf / sector	3,28% 18	4,93% 27	24,27% 133	54,93% 301	12,59% 69	548	3,69
Eigen waarden en normen	2,19% 12	2,19% 12	11,50% 63	57,85% 317	26,28% 144	548	4,04
Overheid	8,03% 44	11,31% 62	38,50% 211	35,04% 192	7,12% 39	548	3,22
Familie		10,58% 548 58	19,71% 2,88 108	43,98% 241	22,99% 126	2,74% 15	

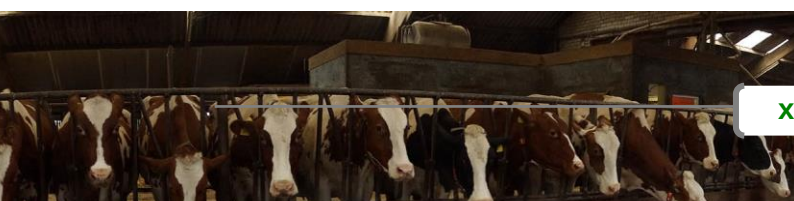


Q3 Is het mogelijk om te innoveren op uw bedrijf?

Beantwoord: 527 Overgeslagen: 60

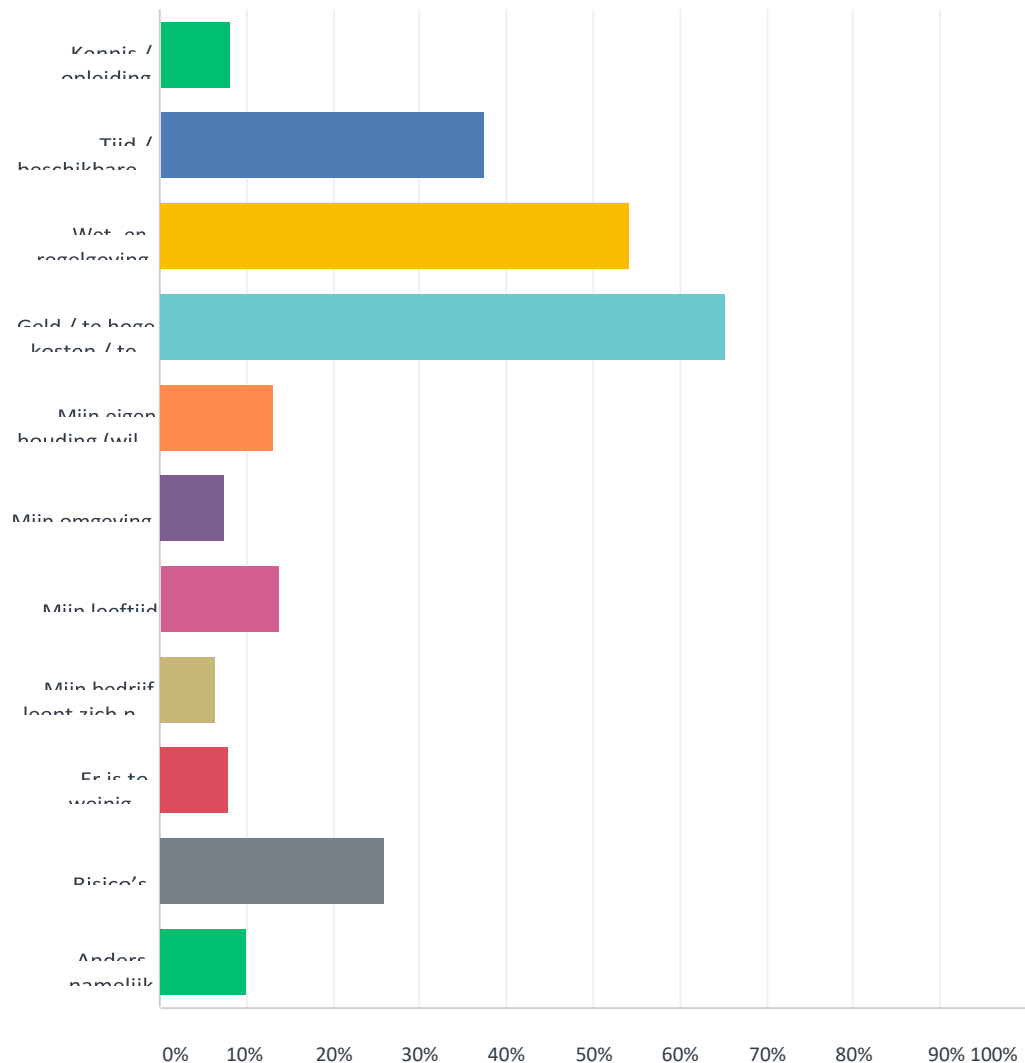


ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
Er zijn veel belemmeringen	10,63%
Er zijn weinig belemmeringen	11,20%
Neutraal	19,17%
Er zijn mogelijkheden	53,70% 283
Er zijn veel mogelijkheden	5,31%
TOTAAL	

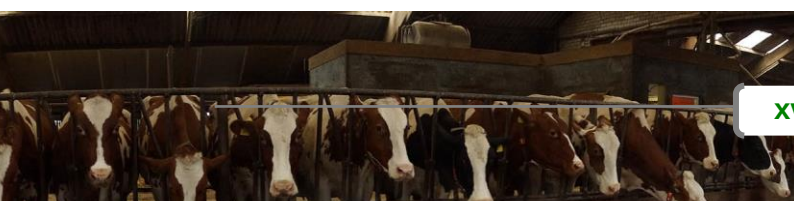


Q4 Wat zijn voor u de belangrijkste barrières voor innovatie? (u kunt 1-4 antwoorden aankruisen)

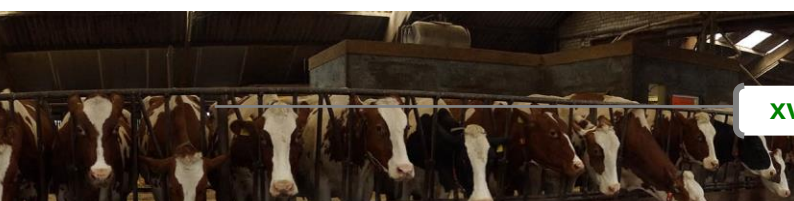
Beantwoord: 527 Overgeslagen: 60



ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
Kennis / opleiding	8,16%
Tijd / beschikbare arbeid	37,38%
Wet- en regelgeving	54,08%
Geld / te hoge kosten / te weinig opbrengsten	65,28%
Mijn eigen houding (wil ik wel veranderen)	13,09%
Mijn omgeving	7,59%
Mijn leeftijd	13,85%

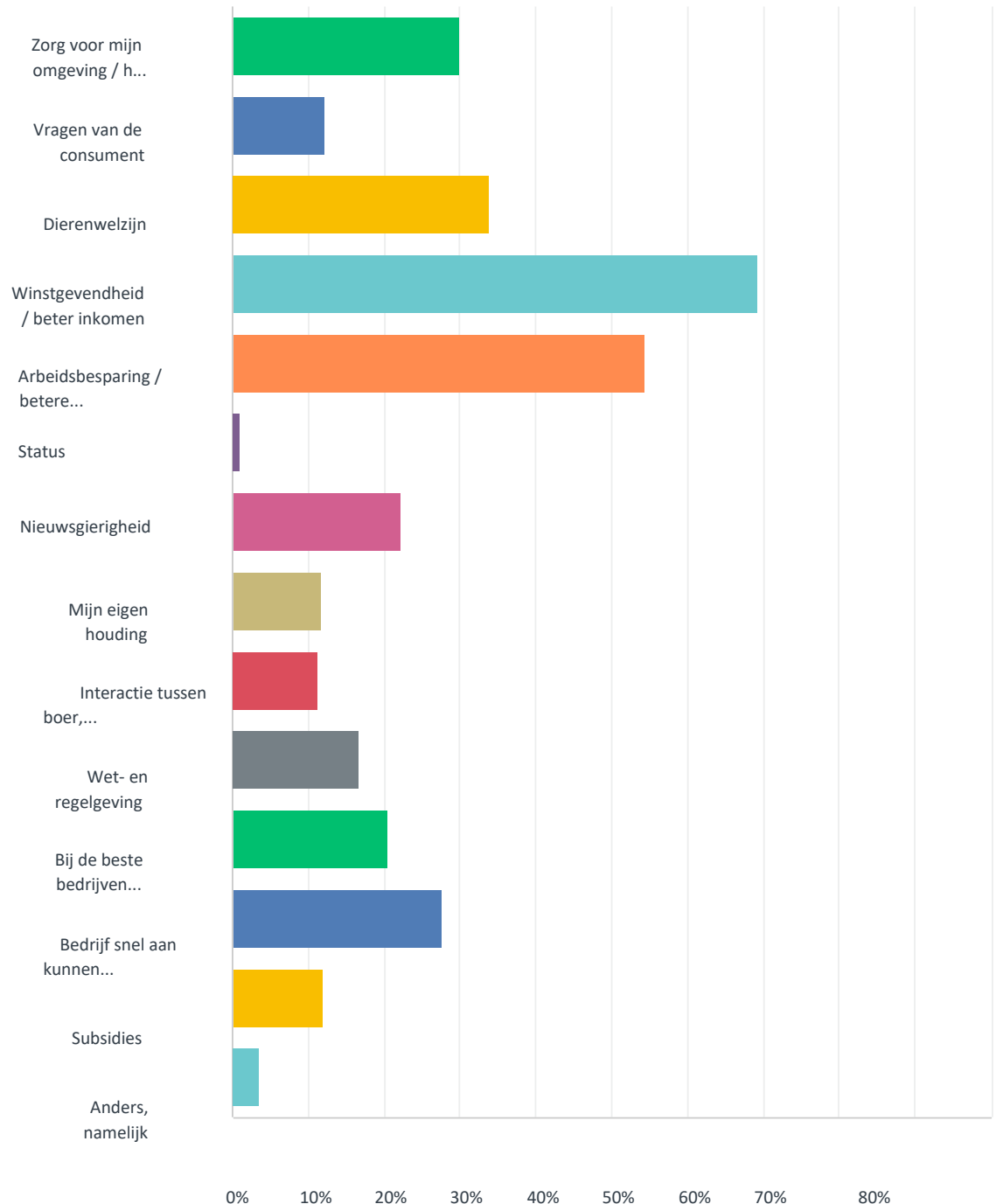


Mijn bedrijf leent zich niet voor verdere ontwikkeling	6,45%
Er is te weinig technologie op mijn bedrijf	7,97%
Risico's	26,00%
Anders, namelijk	10,06%
Totale aantal respondenten: 527	

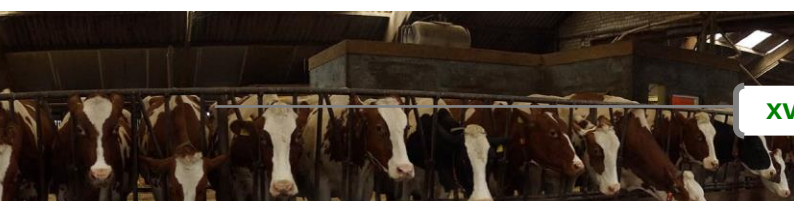


Q5 Wat zijn voor u de belangrijkste stimulansen voor innovatie? (u kunt 1-4 antwoorden aankruisen)

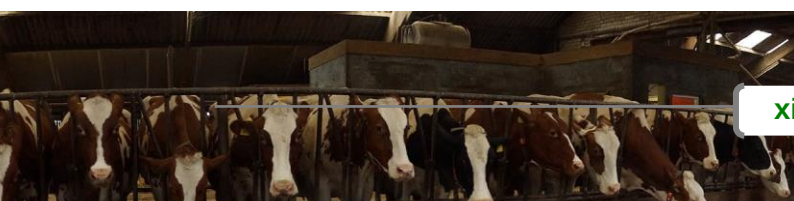
Beantwoord: 527 Overgeslagen: 60



Dierenwelzijn	33,97%	179
Winstgevendheid / beter inkomen	69,26%	365

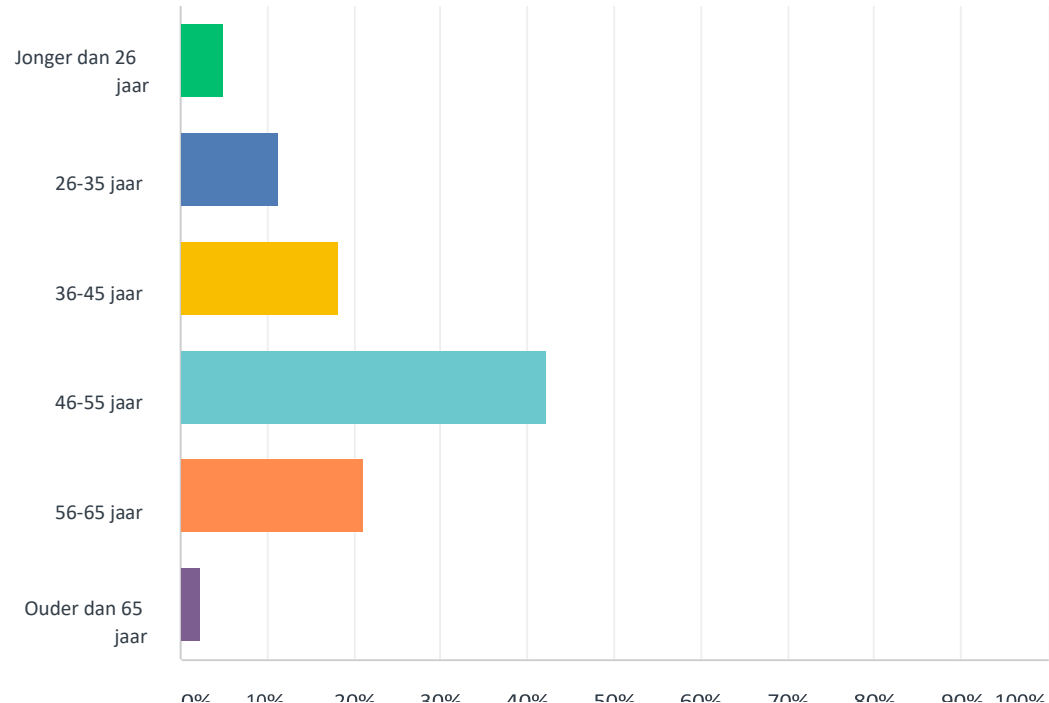


ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
Zorg voor mijn omgeving / het milieu	29,98%
Vragen van de consument	12,14%
Arbeidsbesparing / betere arbeidsomstandigheden	54,46%
Status	0,95%
Nieuwsgierigheid	22,20%
Mijn eigen houding	11,76%
Interactie tussen boer, adviseur en onderzoeker	11,39%
Wet- en regelgeving	16,70%
Bij de beste bedrijven willen horen	20,49%
Bedrijf snel aan kunnen passen aan veranderende omstandigheden	27,70%
Subsidies	11,95%
Anders, namelijk	3,61%
Totale aantal respondenten: 527	

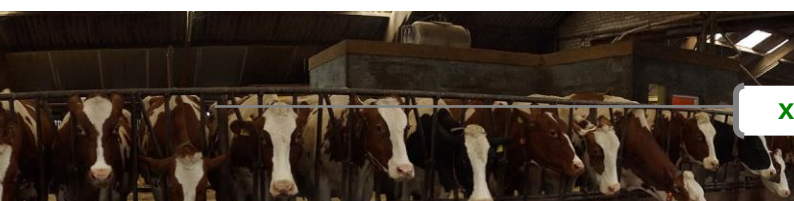


Q6 Als laatste onderdeel nog enkele vragen over u en uw bedrijf. (al uw antwoorden worden anoniem en vertrouwelijk behandeld) Wat is uw leeftijd?

Beantwoord: 524 Overgeslagen: 63



ANTWOORDKEUZEN	REACTIES	
Jonger dan 26 jaar	4,96%	
26-35 jaar	11,26%	59
36-45 jaar	18,13%	
46-55 jaar	42,18%	
56-65 jaar	21,18%	111
Ouder dan 65 jaar	2,29%	
TOTAAL		



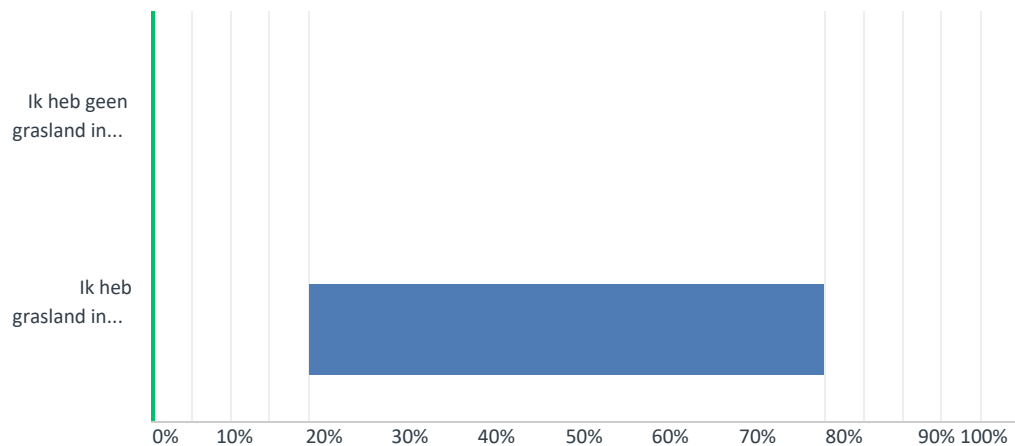
XX



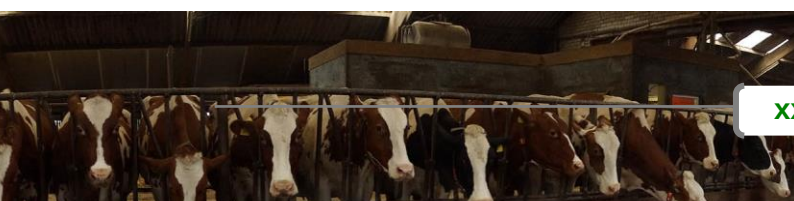
Q7 Hoeveel ha grasland heeft u in gebruik?

Beantwoord: 524

Overgeslagen: 63



ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
Ik heb geen grasland in gebruik	0,57%
Ik heb grasland in gebruik, geef hieronder het aantal ha grasland in gebruik	99,43%
TOTAAL	

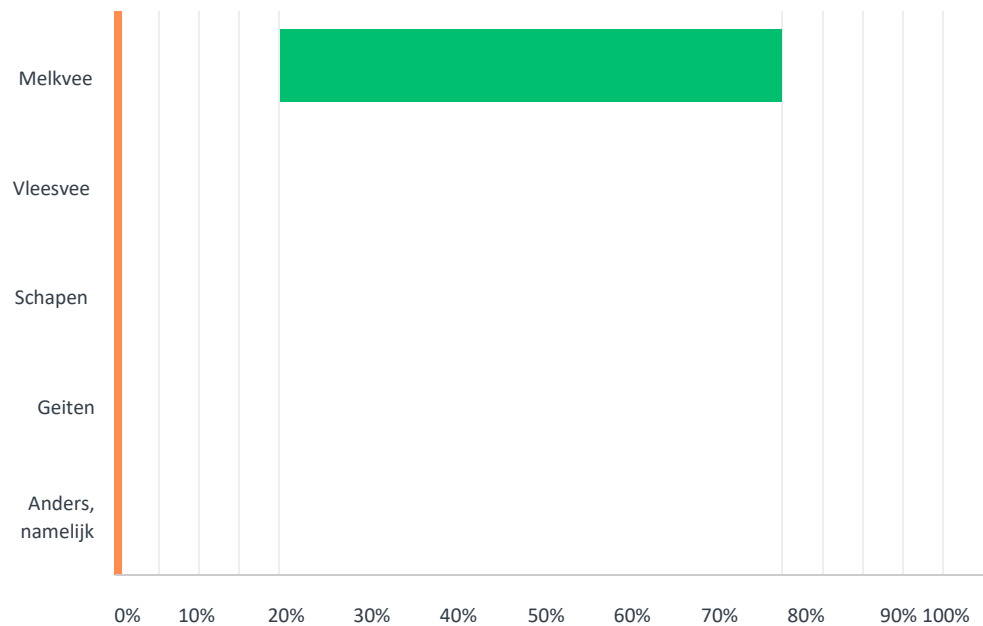


xxi

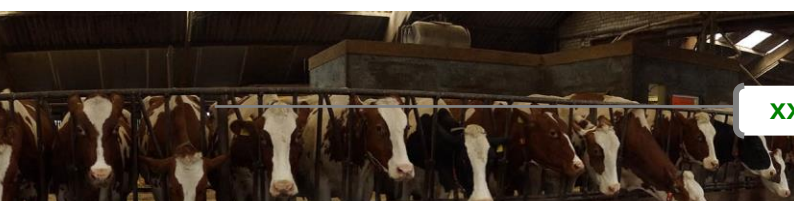


Q8 Voor welke dieren heeft u dit grasland voornamelijk?

Beantwoord: 521 Overgeslagen: 66

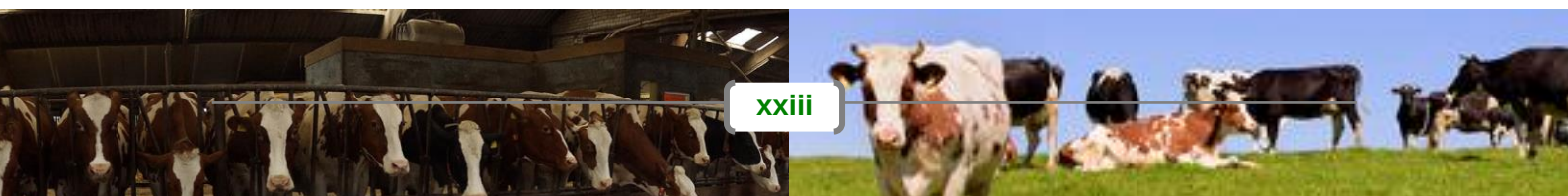


ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
Melkvee	97,89%
Vleesvee	0,19% 1
Schapen	0,77%
Geiten	0,19% 1
Anders, namelijk	0,96%
TOTAAL	



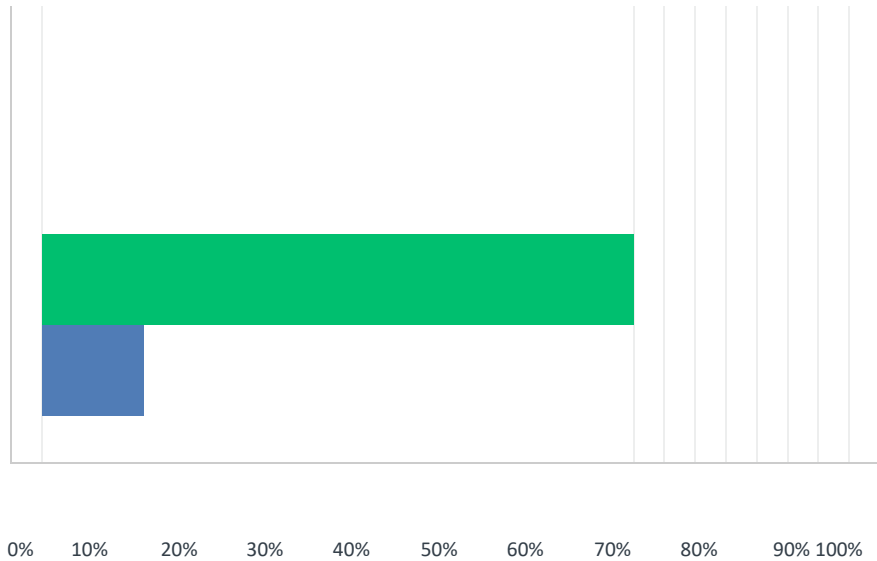
Q9 Hoeveel melkkoeien heeft u?

Beantwoord: 508 Overgeslagen: 79

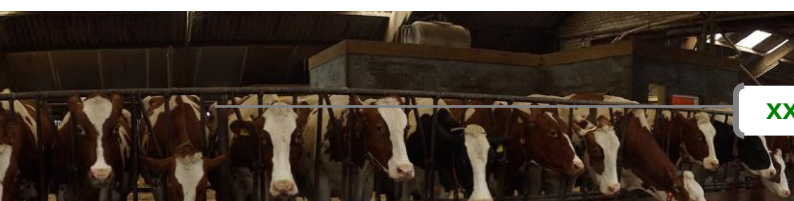


Q10 Beweidt u uw melkkoeien?

Beantwoord: 508 Overgeslagen: 79

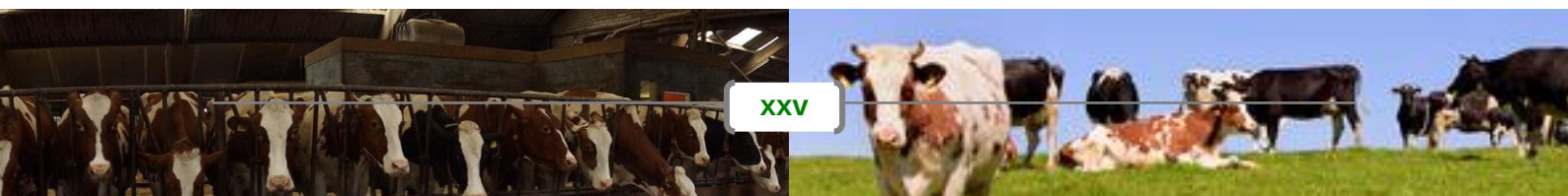


ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
Ja	78,35%
Nee	21,65%
TOTAAL	



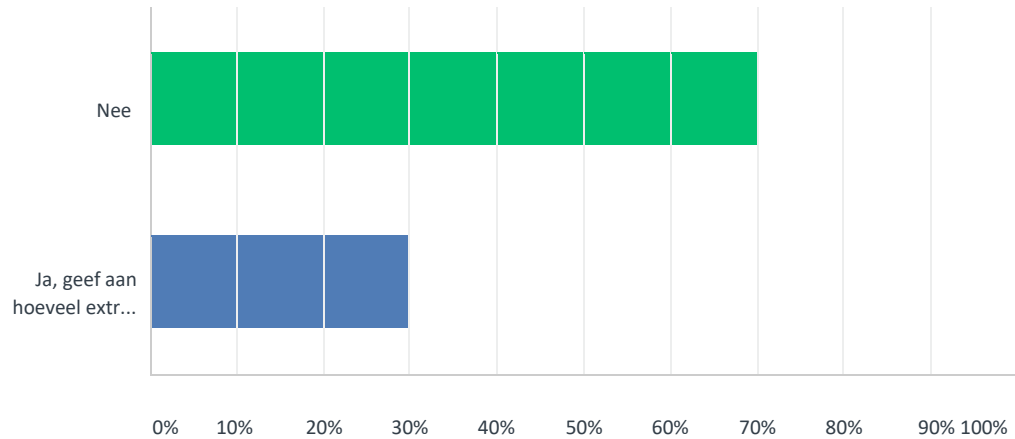
Q11 Hoeveel ha grasland gebruikt u voor de beweiding van uw melkkoeien?

Beantwoord: 390 Overgeslagen: 197



Q12 Is het binnen uw bedrijf mogelijk om meer grasland te gaan gebruiken voor beweiding? (bijv. mais op de huiskavel omzetten in gras)

Beantwoord: 390 Overgeslagen: 197



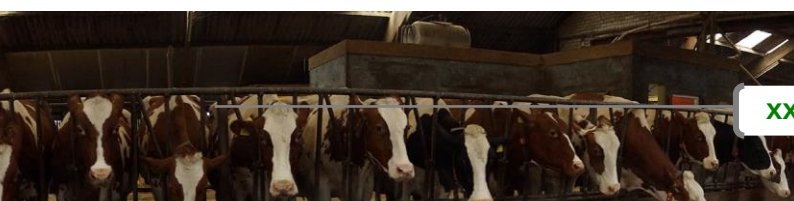
ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
	70,00%
Nee	
	30,00%
Ja, geef aan hoeveel extra er beweid zou kunnen worden (dus bovenop de ha's die u nu al gebruikt en bij de vorige vraag hebt ingevuld)	
TOTAAL	

Q13 Hoeveel dagen per jaar past u gemiddeld weidegang toe?

Beantwoord: 390 Overgeslagen: 197

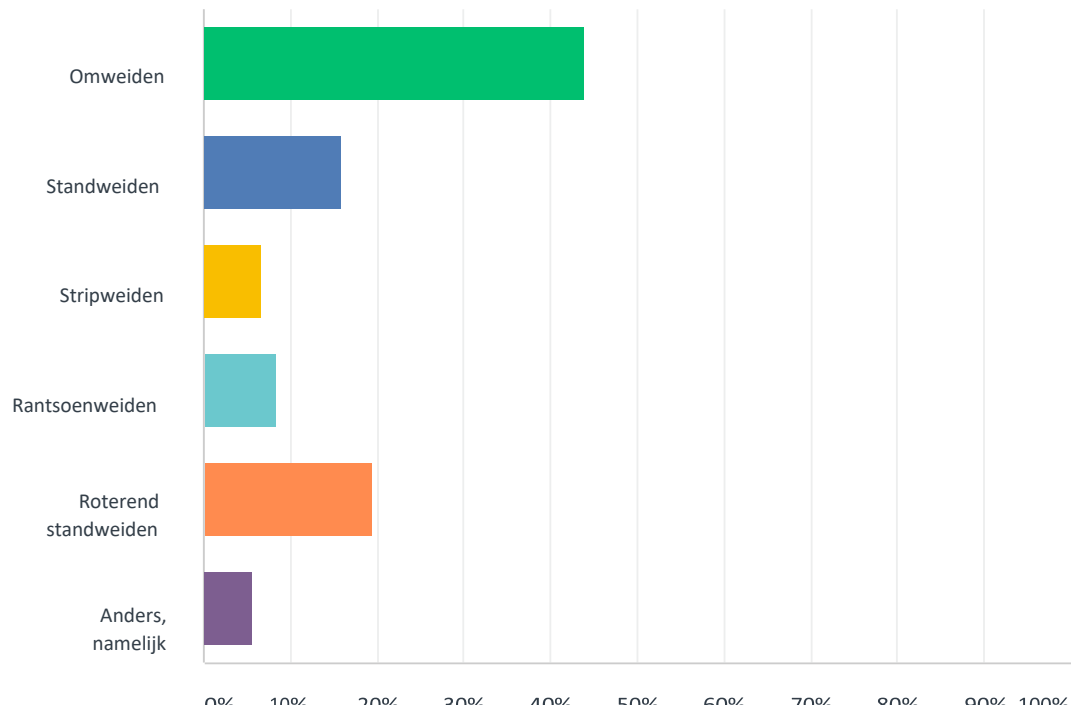
Q14 Hoeveel uur per dag past u gemiddeld weidegang toe?

Beantwoord: 390 Overgeslagen: 197



Q15 Welk weidesysteem hanteert u voornamelijk?

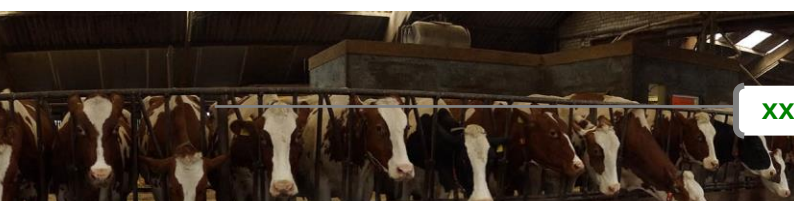
Beantwoord: 390 Overgeslagen: 197



ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
Omweiden	43,85%
Standweiden	15,90% 62
Stripweiden	6,67%
Rantsoenweiden	8,46%
Roterend standweiden	19,49% 76
Anders, namelijk	5,64%
TOTAAL	

Q16 Hartelijk dank dat u de enquête heeft ingevuld! U kunt hieronder nog een reactie geven als u dat wilt. Als u wilt dat wij contact met u opnemen, geeft u dan ook een mailadres of telefoonnummer, omdat wij u anders niet kunnen bereiken. U kunt ook op de knop “Gereed” drukken. Als u meer informatie over het project Inno4Grass wilt, kunt u dit vinden op www.inno4grass.eu.

Beantwoord: 48 Overgeslagen: 539

 Ga naar: [Deelvraag III](#)


Bijlage VI: Statistische verwerking enquête

A. Wel niet weiden

Group Statistics

	Worden uw koeien beweide?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Adviseur	Ja	391	3,36	,880	,045
	Nee	109	3,37	,920	,088
NGO	Ja	391	2,21	1,049	,053
	Nee	109	1,93	,979	,094
Media	Ja	391	2,82	,903	,046
	Nee	109	2,39	,972	,093
Consumenten	Ja	391	3,33	,964	,049
	Nee	109	2,99	1,005	,096
Buren	Ja	391	2,91	1,016	,051
	Nee	109	2,67	1,046	,100
Afnemers	Ja	391	3,65	,858	,043
	Nee	109	3,31	1,016	,097
Imago van de sector	Ja	391	3,81	,796	,040
	Nee	109	3,40	,934	,089
Waarden en Normen melkveehouder	Ja	391	4,12	,740	,037
	Nee	109	3,94	,837	,080
Overheid	Ja	391	3,27	,942	,048
	Nee	109	3,20	1,169	,112
Familie	Ja	391	2,99	,947	,048
	Nee	109	2,62	,979	,094

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Adviseur	Equal variances assumed	,036	,850	-,066	498	,947	-,006	,096	-,196	,183
	Equal variances not assumed			-,064	167,197	,949	-,006	,099	-,201	,188
NGO	Equal variances assumed	1,429	,232	2,528	498	,012	,283	,112	,063	,503
	Equal variances not assumed			2,629	183,016	,009	,283	,108	,071	,496
Media	Equal variances assumed	5,969	,015	4,261	498	,000	,424	,099	,228	,619
	Equal variances not assumed			4,088	163,616	,000	,424	,104	,219	,629
Consumenten	Equal variances assumed	,405	,525	3,241	498	,001	,342	,105	,135	,549
	Equal variances not assumed			3,167	167,570	,002	,342	,108	,129	,555
Buren	Equal variances assumed	1,690	,194	2,151	498	,032	,238	,111	,021	,456
	Equal variances not assumed			2,116	169,089	,036	,238	,113	,016	,460
Afnemers	Equal variances assumed	4,708	,030	3,486	498	,001	,338	,097	,147	,528
	Equal variances not assumed			3,170	153,552	,002	,338	,107	,127	,548
Imago van de sector	Equal variances assumed	9,684	,002	4,566	498	,000	,410	,090	,233	,586
	Equal variances not assumed			4,175	154,449	,000	,410	,098	,216	,603
Waarden en Normen melkveehouder	Equal variances assumed	,156	,693	2,124	498	,034	,175	,083	,013	,337
	Equal variances not assumed			1,981	158,058	,049	,175	,088	,001	,350
Overheid	Equal variances assumed	9,839	,002	,666	498	,506	,072	,108	-,140	,284
	Equal variances not assumed			,590	149,249	,556	,072	,122	-,169	,312
Familie	Equal variances assumed	4,700	,031	3,589	498	,000	,371	,103	,168	,574
	Equal variances not assumed			3,523	168,518	,001	,371	,105	,163	,579

Ga naar:



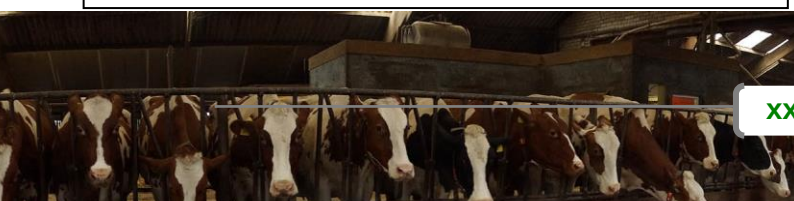
B. Meer/minder 6 koe/ha Group Statistics

	Aantal koeien per beweidbare ha gecodeerd	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Adviseur	minder dan 6 koeien/ha	333	3,32	,889	,049
	meer dan 6 koeien/ha	58	3,59	,795	,104
NGO	minder dan 6 koeien/ha	333	2,25	1,045	,057
	meer dan 6 koeien/ha	58	1,97	1,042	,137
Media	minder dan 6 koeien/ha	333	2,82	,897	,049
	meer dan 6 koeien/ha	58	2,81	,945	,124
Consumenten	minder dan 6 koeien/ha	333	3,34	,952	,052
	meer dan 6 koeien/ha	58	3,29	1,043	,137
Buren	minder dan 6 koeien/ha	333	2,89	,993	,054
	meer dan 6 koeien/ha	58	2,98	1,147	,151
Afnemers	minder dan 6 koeien/ha	333	3,68	,848	,046
	meer dan 6 koeien/ha	58	3,48	,903	,119
Imago van de sector	minder dan 6 koeien/ha	333	3,80	,800	,044
	meer dan 6 koeien/ha	58	3,86	,782	,103
Waarden en Normen melkveehouder	minder dan 6 koeien/ha	333	4,13	,714	,039
	meer dan 6 koeien/ha	58	4,07	,876	,115
Overheid	minder dan 6 koeien/ha	333	3,28	,930	,051
	meer dan 6 koeien/ha	58	3,24	1,014	,133
Familie	minder dan 6 koeien/ha	333	2,99	,943	,052
	meer dan 6 koeien/ha	58	3,02	,982	,129

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Adviseur	Equal variances assumed	1,270	,260	-2,125	389	,034	-,265	,125	-,510	-,020
	Equal variances not assumed			-2,298	83,841	,024	-,265	,115	-,494	-,036
NGO	Equal variances assumed	,210	,647	1,929	389	,055	,287	,149	-,006	,579
	Equal variances not assumed			1,933	78,308	,057	,287	,148	-,009	,582
Media	Equal variances assumed	1,003	,317	,074	389	,941	,009	,129	-,243	,262
	Equal variances not assumed			,071	75,972	,944	,009	,133	-,256	,275
Consumenten	Equal variances assumed	,629	,428	,337	389	,737	,046	,137	-,224	,316
	Equal variances not assumed			,315	74,456	,753	,046	,147	-,246	,338
Buren	Equal variances assumed	2,818	,094	-,607	389	,544	-,088	,145	-,372	,197
	Equal variances not assumed			-,549	72,640	,585	-,088	,160	-,407	,231
Afnemers	Equal variances assumed	,784	,376	1,608	389	,109	,196	,122	-,044	,435
	Equal variances not assumed			1,538	75,538	,128	,196	,127	-,058	,450
Imago van de sector	Equal variances assumed	,089	,765	-,505	389	,614	-,057	,113	-,280	,166
	Equal variances not assumed			-,513	79,177	,610	-,057	,112	-,280	,165
Waarden en Normen melkveehouder	Equal variances assumed	,404	,525	,571	389	,568	,060	,105	-,147	,267
	Equal variances not assumed			,495	70,813	,622	,060	,121	-,182	,302
Overheid	Equal variances assumed	,689	,407	,283	389	,778	,038	,134	-,226	,302
	Equal variances not assumed			,266	74,639	,791	,038	,143	-,246	,322
Familie	Equal variances assumed	,224	,636	-,195	389	,846	-,026	,135	-,292	,239
	Equal variances not assumed			-,189	76,418	,851	-,026	,139	-,303	,250

Ga naar: **Verschil tussen melkveehouders**



C. 3 groepen					Adviseur					Pearson Chi-Square				
Count					Aantal koeien per beweidebare ha gecodeerd					Value				
					Geen					df				
					minder dan 6 koeien/ha					Significance				
					meer dan 6 koeien/ha									
					Total									
Adviseur					Erg onbelangrijk					16,314 ^a				
					8					8				
					14					0				
					0					22				
					4					19,971				
					42					8				
					111					1				
					14					0,270				
					167									
					50					500				
					155									
					33									
					238									
					5									
					11									
					4									
					20									
Total					109									
					333									
					58									
					500									
a. 4 cells (26,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,32.														

NGO											
Count								Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
		Aantal koeien per beweidebare ha gecodeerd						Pearson Chi-Square	13,955 ^a	8	0,083
								Likelihood Ratio	15,387	8	0,052
		Geen	minder dan 6 koeien/ha	meer dan 6 koeien/ha	Total			Linear-by-Linear Association	1,050	1	0,305
NGO	Erg onbelangrijk	49	102	26	177			N of Valid Cases	500		
	Onbelangrijk	25	88	14	127			a. 4 cells (26,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,32.			
	Neutraal	30	105	12	147						
	Belangrijk	4	33	6	43						
	Erg belangrijk	1	5	0	6						
Total		109	333	58	500						

Media											
Count									Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
		Aantal koeien per beweidebare ha gecodeerd						Pearson Chi-Square	29,223 ^a	8	0,000
		Geen	minder dan 6 koeien/ha	meer dan 6 koeien/ha	Total			Likelihood Ratio	28,348	8	0,000
Media	Erg onbelangrijk	25	27	3	55			Linear-by-Linear Association	11,921	1	0,001
	Onbelangrijk	29	81	21	131			N of Valid Cases	500		
	Neutraal	42	157	20	219	a. 2 cells (13,3%) have expected count less than					
	Belangrijk	13	61	12	86						
	Erg belangrijk	0	7	2	9						
Total		109	333	58	500						

Consumenten									
Count							Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
		Aantal koeien per beweidebare ha gecodeerd				Pearson Chi-Square	12,776 ^a	8	0,120
		Geen	minder dan 6 koeien/ha	meer dan 6 koeien/ha	Total	Likelihood Ratio	13,642	8	0,092
Consumenten	Erg onbelangrijk	11	13	4	28	Linear-by-Linear Association	6,215	1	0,013
	Onbelangrijk	20	48	8	76	N of Valid Cases	500		
	Neutraal	39	111	18	168	a. 2 cells (13,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,25.			
	Belangrijk	37	135	23	195				
	Erg	2	26	5	33				
Total		109	333	58	500				

Buren								Value	df	Asymptotic Significanc			
Count													
		Aantal koeien per beweidbare ha gecodeerd					Pearson Chi-Square	10,965 ^a	8	0,204			
		Geen	6 koeien/ha	koeien/ha	Total		Likelihood	10,565	8	0,228			
Buren	Erg onbelangrij k	19	32	7	58		Linear-by-Linear Association	4,488	1	0,034			
	Onbelangrij k	24	75	13	112		N of Valid Cases	500					
	Neutraal	42	134	16	192		a. 2 cells (13,3%) have expected count less than						
	Belangrijk	22	80	18	120								
	Erg belangrijk	2	12	4	18								
Total		109	333	58	500								



Afnemers									
Count		Aantal koeien per beweibbare ha gecodeerd			Total	Value		df	Significanc
		Geen	minder dan 6 koeien/ha	meer dan 6 koeien/ha		Pearson Chi-Square	24,574 ^a		
						Likelihood Ratio	23,867	8	0,002
Afnemers	Erg onbelangrijk	10	8	3	21	Linear-by-Linear Association	4,129	1	0,042
	Onbelangrijk	6	21	5	32	N of Valid Cases	500		
	Neutraal	41	79	13	133	a. 3 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,44.			
	Belangrijk	44	187	35	266				
	Erg belangrijk	8	38	2	48				
Total		109	333	58	500				
Imago van de sector									
Count		Aantal koeien per beweibbare ha gecodeerd			Total	Value		df	Asymptotic Significanc e (2-sided)
		Geen	minder dan 6 koeien/ha	meer dan 6 koeien/ha		Pearson Chi-Square	27,598 ^a		
						Likelihood Ratio	26,346	8	0,001
Imago van de sector	Erg onbelangrijk	6	6	1	13	Linear-by-Linear Association	15,966	1	0,000
	Onbelangrijk	7	15	1	23	N of Valid Cases	500		
	Neutraal	42	64	13	119	a. 3 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,44.			
	Belangrijk	45	201	33	279				
	Erg belangrijk	9	47	10	66				
Total		109	333	58	500				
Waarden en Normen melkveehouder									
Count		Aantal koeien per beweibbare ha gecodeerd			Total	Value		df	Asymptotic Significanc e (2-sided)
		Geen	minder dan 6 koeien/ha	meer dan 6 koeien/ha		Pearson Chi-Square	7,421 ^a		
						Likelihood Ratio	7,003	8	0,536
Waarden en Normen melkveehouder	Erg onbelangrijk	3	3	2	8	Linear-by-Linear Association	2,127	1	0,145
	Onbelangrijk	2	5	1	8	N of Valid Cases	500		
	Neutraal	17	33	5	55	a. 4 cells (26,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,44.			
	Belangrijk	63	197	33	293				
	Erg belangrijk	24	95	17	136				
Total		109	333	58	500				
Overheid									
Count		Aantal koeien per beweibbare ha gecodeerd			Total	Value		df	Asymptotic Significanc e (2-sided)
		Geen	minder dan 6 koeien/ha	meer dan 6 koeien/ha		Pearson Chi-Square	14,622 ^a		
						Likelihood Ratio	14,026	8	0,081
Overheid	Erg onbelangrijk	13	20	3	36	Linear-by-Linear Association	0,166	1	0,684
	Onbelangrijk	14	31	9	54	N of Valid Cases	500		
	Neutraal	32	137	23	192	a. 2 cells (13,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,18.			
	Belangrijk	38	126	17	181				
	Erg belangrijk	12	19	6	37				
Total		109	333	58	500				
Familie									
Count		Aantal koeien per beweibbare ha gecodeerd			Total	Value		df	Asymptotic Significanc
		Geen	6 koeien/ha	koeien/ha		Pearson Chi-Square	13,036 ^a		
						Likelihood	13,030	8	0,111
Familie	Erg onbelangrijk	18	27	5	50	Linear-by-Linear Association	9,378	1	0,002
	Onbelangrijk	25	58	10	93	N of Valid Cases	500		
	Neutraal	47	149	24	220	a. 2 cells (13,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,44.			
	Belangrijk	18	89	17	124				
	Erg belangrijk	1	10	2	13				
Total		109	333	58	500				

