

## *Innovatie in de agrarische sector*

# **“Je moet gewoon van elkaar durven leren.”**

*Een kwalitatieve analyse van de rol die innovatie speelt in de bedrijfsvoering in de agrarische sector*



Arjen Bouma  
s2234858  
Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen  
Rijksuniversiteit Groningen

Begeleiders:  
Prof. Dr. D. Strijker  
Ir. B. M. Boumans

## **Samenvatting**

Door de jaren heen heeft de agrarische sector zich in een hoog tempo ontwikkeld. De opbrengsten werden hoger, de productkwaliteit werd beter en de efficiëntie werd groter, terwijl het aantal personen dat werkzaam is in de agrarische sector alsmaar is afgenomen. Innovatie is een breed begrip binnen de agrarische sector en overkoepelt alle veranderingen die een boer binnen zijn bedrijf doorvoert om de bedrijfsvoering op een positieve manier te beïnvloeden. Precisielandbouw, ICT en geavanceerde machines zijn hier voorbeelden van. De sector ontwikkelt zich rap, en boeren worden min of meer gedwongen tot innovatie om klaar te zijn voor de toekomst.

De centrale vraag in het onderzoek is hoe toepassing van innovatie de bedrijfsvoering van Nederlandse boeren beïnvloed heeft. De vraag is beantwoord door via semi-gestructureerde diepte-interviews eerst vier deelvragen te beantwoorden. De interviews zijn getranscribeerd en daarna gecodeerd om de gegevens uit de data te verzamelen. De uit de interviews verkregen gegevens werden onderling en met secundaire data vergeleken.

In dit onderzoek is door het afnemen van interviews kwalitatieve data verkregen bij boeren van verschillende bedrijfsoorten. De participanten is gevraagd naar hun mening over en ervaring met innovatie op het eigen bedrijf en in de sector als geheel. Er spelen veel factoren mee die van invloed kunnen zijn op de mate van innovatiebereidheid bij een boer. De innovatiebereidheid bepaalt uiteindelijk in welk stadium een innovatie wordt toegepast (of niet), hoe hoog de maximale investering zou mogen zijn en of het rendement hoog genoeg geacht wordt.

De bereidheid tot het delen van informatie is voor boeren belangrijk om een hoge mate van innovatie te bewerkstelligen. Ook zijn boeren geneigd tot het wachten met instappen in een nieuwe innovatie omdat die vaak zijn effect en dus waarde niet heeft bewezen. Veel boeren hebben niet de behoefte hebben om als proefkonijn te fungeren, dus innovaties kunnen soms moeilijk op gang komen. Transparante communicatie met leveranciers en collega's die in dezelfde innovatie zijn gestapt is dus essentieel voor de evaluatie ervan. Verder hebben een hoog opleidingsniveau, een jonge boer met toekomstperspectief binnen het bedrijf en de bedrijfsgrootte allemaal een positieve impact op de innovatiebereidheid.

Inhoudsopgave	
<b>Hoofdstuk 1: Inleiding</b>	<b>Blz. 4</b>
1.1 Achtergrond	Blz. 4
1.2 Onderzoeksvraag	Blz. 4
1.3 Structuur	Blz. 5
<b>Hoofdstuk 2: Theoretisch kader</b>	<b>Blz. 6</b>
2.1 Kenmerken agrarische sector en innovatie	Blz. 6
2.1.1 Maatschappelijke context	Blz. 6
2.1.2 Unieke kenmerken agrarische sector	Blz. 6
2.1.3 Soorten innovatoren	Blz. 6
2.2 De perceptie van boeren over innovatie	Blz. 6
2.2.1 Samenwerking boeren en leveranciers	Blz. 6
2.2.2 Samenwerking boeren onderling	Blz. 7
2.2.3 Economische factoren	Blz. 7
2.3 Individuele factoren	Blz. 7
2.3.1 Invloed persoonskenmerken	Blz. 7
2.3.2 Invloed bedrijfskenmerken	Blz. 7
2.3.3 Gebruiksgemak innovatie	Blz. 7
2.4 Financieel verschil vroeg of laat innoveren	Blz. 8
2.5 Reflectie	Blz. 8
2.6 Conceptueel model	Blz. 8
<b>Hoofdstuk 3: Methodologie</b>	<b>Blz. 10</b>
3.1 Onderzoeksmethode	Blz. 10
3.2 Ethiek	Blz. 11
3.3 Locaties participanten	Blz. 12
<b>Hoofdstuk 4: Resultaten</b>	<b>Blz. 13</b>
4.1 Kenmerken agrarische sector en innovatie	Blz. 13
4.2 De perceptie van boeren over innovatie	Blz. 13
4.3 Toepassingswijze innovatie	Blz. 15
<b>Hoofdstuk 5: Conclusie</b>	<b>Blz. 16</b>
5.1 Conclusie	Blz. 16
5.2 Aanbevelingen	Blz. 16
<b>Hoofdstuk 6: Referenties</b>	<b>Blz. 17</b>
Bijlage 1: Interviewguide	Blz. 19
Bijlage 2: Codeerlijst	Blz. 20
Bijlage 3: Transcripten	Blz. 21

## **1. Inleiding**

### **1.1 Achtergrond**

Wereldwijd heeft de agrarische sector zich de laatste decennia volop ontwikkeld. Politieke, economische en technologische ontwikkelingen liggen hieraan ten grondslag. De wereldbevolking groeit en zal in de toekomst een dieet volgen dat rijker is aan dierlijk eiwit (Long et al., 2015). Emissies moeten beperkt blijven en er moet zo efficiënt mogelijk geproduceerd worden om de agrarische sector zo duurzaam mogelijk te houden. Met minder middelen moet er dus meer geproduceerd worden, dankzij innovatie in de agrarische sector is door de jaren heen de efficiëntie gegroeid en de verwachting is dat die efficiëntie zich door zal zetten (Porceddu en Rabbinge 1997). Als zoon van een akkerbouwer heeft de auteur bedrijven in de regio en ontwikkelingen in de sector als insider beleefd.

Volgens het CBS (2014) en Verkerk et al. (2012) is daarnaast de totale hoeveelheid grond die in de Nederlandse agrarische sector gebruikt wordt tussen 1993 en 2012 afgenomen van 23755 km<sup>2</sup> tot 22522 km<sup>2</sup>. Dat is een daling van bijna 5,2%, terwijl tussen 2000 en 2014 het aantal agrarische bedrijven is afgenomen van ongeveer 97500 tot 65500, wat een vermindering van 32,8% van de agrarische bedrijven inhoudt. Het gemiddelde areaal van Nederlandse bedrijven in de agrarische sector is in diezelfde periode toegenomen van 20 hectare naar 28 hectare. In de totale oppervlakte cultuurgrond die gebruikt werd voor de akkerbouw was slechts een lichte daling zichtbaar, van 19760 km<sup>2</sup> naar 18390 km<sup>2</sup>. De gemiddelde bedrijfsgrootte van een akkerbouwbedrijf in Nederland groeide tussen 2000 en 2014 dus van 54,9 ha naar 96,8 ha.

Grote stakeholders in de agrarische sector zijn de boeren, die zich in de Europese Unie in een structuur van subsidies, (veranderend) beleid en, dankzij schaalvergroting, een toenemende concurrentiedruk bevinden terwijl consumenten steeds kritischer worden. Daarbovenop kan klimaatverandering de komende decennia agrarische bedrijfsvoering flink beïnvloeden (Long et al., 2015). Al deze factoren dragen bij aan het dynamische karakter van de agrarische sector. Deze dynamiek vertaalt zich naar de bedrijven in de sector, waarvan er veel de afgelopen decennia grote veranderingen hebben doorgemaakt.

Over de manier waarop agrarische bedrijven zich hebben ontwikkeld, welke rol innovatie daarin heeft gespeeld, en de manier waarop bedrijven en de agrarische sector als geheel zich dankzij innovatie blijven ontwikkelen bestaat geen eenduidigheid. Boeren waren de afgelopen jaren nauw betrokken bij de ontwikkeling van hun eigen bedrijf, dus zijn ze in staat om een inschatting te geven over de manier waarop innovatie hun bedrijf in de toekomst zal doen veranderen, of dat bij andere bedrijven ook het geval zal zijn en de manier waarop dat invloed heeft op de agrarische sector als geheel.

### **1.2 Onderzoeksvraag**

De hoofdvraag die in dit onderzoek centraal staat is: Hoe heeft innovatie de bedrijfsvoering van Nederlandse boeren beïnvloed? Het is mogelijk dat boeren bewust gekozen hebben om innovatie op actieve wijze, dus vroeg in de productielevenscyclus, in hun bedrijfsvoering te implementeren. Het kan ook zijn dat boeren juist de trends en ontwikkelingen van de sector en de markt volgden en op een later punt in de productielevenscyclus voor implementatie kozen.

In het geval van het bewust in een vroege fase van de productielevenscyclus innoveren is het denkbaar dat daarbij sprake is geweest van struikelblokken. Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden, kunnen een aantal subvragen gesteld worden:

1. In welke mate en hoe heeft innovatie de afgelopen tien jaar de bedrijfsvoering van de boer beïnvloed?
2. Welke barrières hebben boeren die in een latere fase innoveerden afgehouden van intensievere innovatie?
3. Is er op basis van persoons- en bedrijfskenmerken een verschil waarneembaar tussen boeren wat betreft hun mening over innovatie?

4. Hoe zien boeren de invloed van innovatie op hun bedrijfsvoering op lange termijn voor zich?

Door deze vragen te beantwoorden wordt er hopelijk inzicht verkregen in de manier waarop boeren tegen de dynamiek die innovatie binnen de agrarische sector met zich meebrengt aankijken.

### **1.3 Structuur**

Deze scriptie is opgebouwd in vier delen. Als eerste is een inleiding gegeven, en zijn de onderzoeksvragen opgesteld. Daarna volgt het theoretisch kader, die de belangrijkste concepten verheldert en de relevantie ervan aanduidt. Hoofdstuk 3 beschrijft de onderzoeksmethode, aan de hand waarvan de onderzoeksvragen later kunnen worden beantwoord. In hoofdstuk 4 worden de data geanalyseerd en resultaten gepresenteerd. De relevante theorieën uit hoofdstuk 2 worden gekoppeld aan en vergeleken met de verkregen data. In hoofdstuk 5 worden vervolgens conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek. Tot slot volgen de referenties.

## **2. Theoretisch kader**

### **2.1 Kenmerken agrarische sector en innovatie**

#### **2.1.1 Maatschappelijke context**

Met de toenemende vraag naar voedsel dat op duurzame wijze wordt geproduceerd (Good Agricultural Practises), zoals omschreven door De Baerdemaeker (2013), worden thema's als duurzaamheid en voedselveiligheid dankzij toenemende belangstelling bij consumenten steeds belangrijker. Ontwikkelaars spelen in op de vraag door te streven naar het ontwikkelen van innovatie op meerdere facetten. Het economische perspectief heeft bij boeren de overhand, omdat zij streven naar het vergroten van de productie en het reduceren van kosten. Het valt dus te verwachten dat ook bij ontwikkelaars die factor het speerpunt zal blijven, en dat het duurzame aspect niet de voornaamste pull-factor voor innovatie wordt. Volgens Swaminathan en Kesavan (2012) mag die duurzame prioriteit hoger komen te liggen, volgens Pachauri en Reisinger (2007) zal de gemiddelde temperatuur wereldwijd stijgen met 1,4 tot 5,8 graden Celsius gedurende de loop van de 21e eeuw. Wereldwijd is de agrarische sector verantwoordelijk voor 13,5% van de uitstoot van broekasgassen, terwijl de sector zelf potentieel het meeste onder klimaatverandering heeft te lijnen op lange termijn (Ibid.). Tot slot noemen Aubert et al. (2012) nog dat innovatie kan leiden tot een kwantitatieve en/of kwalitatieve toename in informatie, waarop boeren keuzes die ze maken in het belang van hun bedrijf kunnen baseren.

#### **2.1.2 Unieke kenmerken agrarische sector**

De agrarische sector verschilt van andere beroepssectoren door de manier waarop clustering tot een zekere mate onmogelijk is. Op lokale schaal is een bepaalde hoeveelheid gewasopbrengst gekoppeld aan een bepaalde hoeveelheid grond (Biggs en Clay, 1981). De uitwisseling van kennis en ervaringen kan daarmee bijna onmogelijk hetzelfde niveau bereiken als bij andere sectoren het geval is, en de uitwisseling van human capital en ideeën zal op andere manieren moeten plaatsvinden (Tassoul en Buijs, 2007).

#### **2.1.3 Soorten innovatoren**

Van der Meer en van Galen (2015) onderscheiden vier categorieën waarin boeren kunnen worden ingedeeld: de innovatoren, die als eerste een innovatie doorvoeren; de vroege volgers, die relatief snel daarna dezelfde innovatie implementeren; de late volgers, die niet meteen inspringen maar wachten tot de innovatie zijn waarde bewezen heeft bij de vroege volgers; en tot slot de niet-vernieuwers, waarin alle bedrijven die in een jaar geen vernieuwingen hebben doorgevoerd. De bedrijven worden per jaar gecategoriseerd, het is dus theoretisch mogelijk dat een bedrijf in twee opeenvolgende jaargangen als innovator en niet-vernieuwer wordt bestempeld. Bij bijna alle verschillende subsectoren in de landbouw in Nederland nam in 2013 het gehalte procesvernieuwing, waarbij bijvoorbeeld geïnvesteerd wordt in nieuwe machines, gemiddeld 90% in beslag. In de glastuinbouw is het aandeel van productvernieuwing, waarbij er bijvoorbeeld sprake is van nieuwe marktconcepten en/of rassen, relatief hoog (Ibid.).

Het innovatieproces kan dus zeer geleidelijk verlopen, daarnaast kan innovatie op elk moment in het productieproces voorkomen (Vanclay et al., 2014). Voordat de ene innovatie commercieel op grote schaal wordt toegepast zal de volgende innovatie zich aandienen.

### **2.2 De perceptie van boeren over innovatie**

#### **2.2.1 Samenwerking boeren en leveranciers**

Possas (1996) beweert dat de landbouwsector een *supplier-dominated* sector is. Leveranciers bepalen in grote lijnen hoe er geïnnoveerd wordt, dit vertaalt zich terug in de ontwikkeling van bijvoorbeeld kunstmest en pesticiden. Boeren hebben niet de middelen en kennis om zich zelf bezig te houden met de ontwikkeling daarvan. Boeren zijn dus afhankelijk van de leveranciers en als losse bedrijven is hun inspraak te overzien, de grootste investeringen zijn afkomstig van de overheid (Ibid.).

Er wordt door boeren waarde gehecht aan een gespecialiseerde partij die de boer en zijn bedrijf kent, daaruit een vertrouwensband opbouwt en zo samen met de boer tot de beste toepassing van de innovatie komt. Onderzoek van Pignatti et al. (2015) bevestigt de theorie van Dexter (1977). In het verkleinen van dit

gat is een grote rol weggelegd voor de (onderzoeks-)instituten, omdat het beter is om het onderzoek naar en de ontwikkeling van innovatie aan te passen op de agrarische sector dan vice versa. Porceddu en Rabbinge (1997) zeggen dat het innovatieproces breder georiënteerd moet zijn dan de huidige, productiegeoriënteerde opvattingen die er momenteel heersen. De bedrijven waarmee wordt samengewerkt bevinden zich volgens Van der Meer en Van Galen (2015) nagenoeg allemaal in de agrarische sector, er vindt nauwelijks kruisbestuiving plaats met andere sectoren. Long et al. (2015) vermelden als mogelijke innovatiebarrière een wantrouwendheid tegenover een leverancier. Het wantrouwen kan groeien bij gebruik van jargon, of als een boer het gevoel krijgt dat de leverancier liever de innovatie wil verkopen dan dat de boer er daadwerkelijk baat bij heeft. In hetzelfde onderzoek geven ook leveranciers aan dat ze regelmatig te maken krijgen met boeren die sceptisch zijn over de beloofde effecten van een innovatie.

### **2.2.2 Samenwerking boeren onderling**

Boeren hechten waarde aan gedeelde ervaringen en kennis die door collega's zijn opgedaan volgens Dexter (1977), Pignatti et al. (2015) en Van der Meer en Van Galen (2015). De informatie die boeren van collega's krijgen wordt beschouwd als transparanter en dus betrouwbaarder.

### **2.2.3 Economische factoren**

Hoge initiële kosten, verborgen kosten of een lange terugverdientijd zijn volgens boeren risicofactoren die kunnen leiden tot het afzien van innovatie, terwijl ook bankkrediet een rol speelt (Aubert et al., 2012). Als de innovatie zich verder ontwikkelt, zich bewijst als rendabel neemt het risico af en staan boeren welwillender tegenover innovatie. (Long et al., 2015).

## **2.3 Individuele factoren**

### **2.3.1 Invloed persoonskenmerken**

Daarnaast kunnen verschillende persoonskenmerken bij boeren onderling ook een rol spelen bij de bereidheid tot innoveren. Er is aangetoond dat een stijging in leeftijd een afname in bereidheid tot innovatie met zich meebrengt (Aubert et al., 2012). Een verklaring hiervoor kan zijn dat relatief oude boeren, met name degenen zonder opvolger, minder bezig zijn met langetermijnplanning voor hun bedrijf dan jongere collega's. Van der Meer en van Galen (2015) tonen aan dat er nauwelijks een verschil in de gemiddelde leeftijd van boeren die vroeg of juist laat innoveren is waar te nemen. Een hoog opleidingsniveau van de boer kan ook gekoppeld worden aan een hogere bereidheid tot innoveren. Deze correlatie kan ook negatief worden toegepast, in dat geval kan er worden gecompenseerd door de gedeelde kennis en positieve ervaringen van leidende agrarische bedrijven in de regio (Ibid.).

### **2.3.2 Invloed bedrijfskenmerken**

Ook bedrijfsgrootte is een onafhankelijke factor bij het schetsen van innovatiebereidheid. Er is aangetoond dat de innovatiebereidheid toeneemt naarmate het bedrijf groter wordt (Ibid.). Boeren achten bij grote bedrijven het risico kleiner (Pignatti et al., 2015). Door een grotere hoeveelheid arbeidskrachten is de kans dat een werknemer de specifieke human capital bezit om met nieuwe technologie uit de voeten te kunnen groter. Daarnaast werken grotere ondernemingen met een groter budget en kunnen ze makkelijker trainingen faciliteren. Deze factoren werken risicobeperkend en dus innovatiebereidheidsbevorderend. Ook kunnen fysisch-geografische factoren een beperkende werking hebben op de toepassing van innovatie. Onregelmatigheden of een helling op een perceel kan een probleem zijn bij het werken met robots (Ibid.).

De schaalvergroting in de landbouw moet dankzij een geïntensiveerde kennisuitwisseling leiden tot een hogere bereidheid tot innovatie volgens zowel Aubert et al. (2012) als het CBS (2014) en Verkerk et al. (2012). De schaalvergroting zorgt zo voor een stimulans aan de sector op het gebied van innovatie zonder dat daar expliciet clustering met bijbehorende agglomeratievoordelen aan te pas komt. De theorie van Biggs en Clay (1981), zoals genoemd bij 2.1.2 wordt zo gecompenseerd.

### **2.3.3 Gebruiksgemak innovatie**

Boeren kunnen een negatieve opvatting jegens innovatie aannemen als de technologieën te ingewikkeld

zijn om als er sprake is van een gebrek aan expertise of training (Pignatti et al., 2015). Één slechte ervaring met een specifieke innovatie kan leiden tot een overheersend negatief gevoel richting eventuele volgende innovaties. Als de begeleiding goed is en de eerste ervaring met onbekende technologie daarmee ook vergroot dat de kans dat de boer verder gaat innoveren. Voor het daadwerkelijk doorvoeren van de innovatie in een bedrijf in de agrarische sector is de eerste stap om de behoeftes of een mogelijk probleem van een boer te herkennen, en te oriënteren op mogelijke oplossingen daarvoor (Ibid.).

De belangrijkste voorwaarde voor innovatie kan daarmee worden omschreven als de toegankelijkheid ertoe. Dit behelst ook de verenigbaarheid tussen de bestaande bedrijfsstructuur en de innovatie. Het is daarom noodzakelijk dat de innovatie dynamisch van aard is, en flexibel richting de voorkeuren en standaarden van de boer. Het rendement op de investering moet hoog genoeg zijn en de initiële kosten moeten betaalbaar zijn (Ibid.).

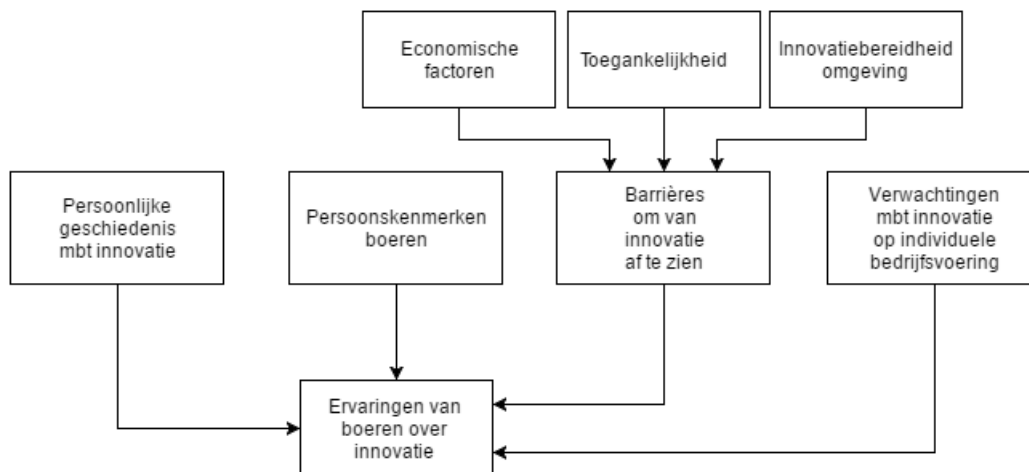
#### 2.4 Financieel verschil vroeg of laat innoveren

Van der Meer en Van Galen (2015) tonen aan dat innovatoren en vroege volgers gemiddeld een hoger inkomen realiseren dan de late innovatoren. Dit kan mede verklaard worden uit het feit dat innoverende bedrijven vaak groter zijn en hun productieproces beter kunnen optimaliseren. Long et al. (2015) tonen juist aan dat vroege innovatoren extra kosten maken doordat de innovatie nog niet geoptimaliseerd is, wat als een innovatiedrempel kan gelden.

#### 2.5 Reflectie

Er is weinig bekend over de manier waarop boeren naar de toekomst van hun bedrijf kijken en hoe ze de invloed van innovatie daarop inschatten. Sommige artikelen uit het theoretisch kader zijn gebaseerd op onderzoek naar de mening van boeren over de invloed van innovatie op hun bedrijf en welke factoren meespelen in de bereidheid om te innoveren. Ook worden in nagenoeg alle wetenschappelijke artikelen alle boeren over één kam geschoren, er wordt geen onderscheid gemaakt op basis van bedrijfstype of bedrijfsgrootte.

#### 2.6 Conceptueel model



*Afbeelding 1: Conceptueel model*

In het conceptueel model wordt weergegeven hoe de relatie is tussen de hoofdvraag en de verschillende deelvragen. Bij persoonlijke geschiedenis met betrekking tot innovatie wordt de mate waarin de boer het afgelopen decennia heeft geïnnoveerd bedoeld. Een boer die op actieve wijze zijn bedrijf succesvol heeft geïnnoveerd heeft een positievere opvatting over innovatie dan een boer die dat niet heeft gedaan. Onder persoonskenmerken worden onder andere leeftijd, opleidingsniveau en bedrijfsgrootte verstaan. Ook het hebben van een opvolger kan hier onder worden geschaard, maar die variabele kan ook van invloed zijn op de verwachtingen met betrekkingen tot innovatie op individuele bedrijfsvoering.



De barrières met betrekking tot innovatie kunnen in drie subcategorieën worden verdeeld: ten eerste de economische factoren zoals rendabiliteit, risico en bankkrediet. Ten tweede toegankelijkheid, daarmee wordt de omvang van het gat tussen boer en aanbieder/ontwikkelaar van innovatie bedoeld. Des te groter het gat, des te groter de barrière. Tot slot kan een innovatiegezinde omgeving een positief effect hebben op de innovatie van een individueel bedrijf. Voorwaarde is dan wel dat de innovatie een positieve invloed heeft op de bedrijfsvoering.

Als laatste zijn er de verwachtingen met betrekking tot innovatie op individuele bedrijfsvoering. Deze variabele heeft overlap met de andere variabelen. Zo kan het vergroten van de toegankelijkheid een barrière doen wegvallen, en daarmee consequenties hebben voor het innovatiebeleid van een individuele boer. Zo werkt het ook met de innovatiebereidheid in de omgeving.

Door voor alle blokken per boer informatie te verzamelen kan uiteindelijk een beeld geschetst worden van de ervaringen die de boer bij innovatie in de agrarische sector heeft.

### 3. Methodologie

#### 3.1 Onderzoeksmethode

Om de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden worden er semi-gestructureerde diepte-interviews afgenomen bij meerdere boeren. Als er sprake is van een maatschap is het mogelijk dat er meerdere boeren tegelijk worden geïnterviewd. Het streven is om in totaal ongeveer vier interviews af te nemen, bij boeren van verschillende bedrijfsoorten, bedrijfsgroottes, leeftijden en opleidingsniveau's. Door het aantal participanten laag te houden, is de onderzoeker beter in de gelegenheid om tijdens de interviews dieper door te vragen (waardoor de interviews in veel gevallen langer worden) en verschillende transcripten diepgaander te analyseren. De participanten worden geselecteerd op een basis van een selecte steekproef en benaderd via e-mail of sociale media. Helaas is het niet mogelijk om voor alle mogelijke combinaties van bedrijfskenmerken en persoonskenmerken interviews af te nemen. Door boeren te selecteren waarvan deze kenmerken verschillen kunnen de onderlinge resultaten makkelijker vergeleken worden. In één geval schoof aan het einde van een interview (2A) een participant uit Hongarije (2B) aan, die ook als ondernemer actief is in de agrarische sector. Omdat zijn marktsituatie afwijkt van en dus vergeleken kan worden met die van Nederlandse boeren, is hij ook geïnterviewd op dezelfde locatie als participant 2A. Participant 1 heeft een akkerbouwbedrijf, participant 2A teelt sierbloemen in Nederland, participant 2B teelt sierboemen en pootaardappelen in Hongarije en participant 3A is een biologische melkveehouder.

Volgens Longhurst (in Clifford et al., 2010) zijn interviews een geschikte manier om in data te verkrijgen over onderwerpen waar bij participanten meningen uiteen kunnen lopen. Door open vragen te stellen wordt ruimte geboden voor een discussie waardoor, in tegenstelling tot een kwantitatieve onderzoeksmethode, de interviewer het gesprek kan sturen. Er kan hierdoor dieper worden ingegaan op bepaalde onderwerpen, en minder relevante onderwerpen of onderwerpen die de respondent niet wil bespreken kunnen desnoods worden overgeslagen. Ook kan tussen interviews de vragenlijst worden aangepast. Het is goed mogelijk dat boeren de invloed van innovatie op hun bedrijfsvoering niet louter rationeel beschouwen. Er kan ook sprake zijn van invloed op de perceptie op hun eigen werkzaamheden en de perceptie van buitenstaanders op hun bedrijf of de agrarische sector in het algemeen. Zulke data is moeilijk te vangen bij een kwantitatieve onderzoeksmethode. Alle interviews worden getranscribeerd en gecodeerd. De lijst met codes, aan de hand waarvan de resultaten zijn vergeleken, is te vinden in bijlage 2.

De verkregen primaire data wordt vervolgens vergeleken met secundaire data uit case-studies om deelvraag 1, 2 en 3 te kunnen beantwoorden. Er kan op die manier worden vastgesteld in welke mate de bevindingen overeen komen met de genoemde drijfveren en barrières uit het theoretisch kader (Long et al., 2015 en Aubert et al., 2012). Het is met name van belang om voor de derde deelvraag respondenten te selecteren die van elkaar verschillen qua persoonskenmerken, zodat hun neiging tot innovatie vergeleken kan worden.

Het interview wordt grofweg opgedeeld in drie blokken. Het eerste blok is bedoeld om algemene informatie te verkrijgen over de boer en zijn bedrijf. Om de persoonskenmerken van de boer te achterhalen wordt gevraagd om een korte persoonlijke introductie, waarin bijvoorbeeld de leeftijd en het opleidingsniveau van de boer wordt achterhaald. De focus wordt daarna snel verlegd naar het bedrijf zodat er wederom via een korte introductie kan worden vastgesteld wat de bedrijfsgrootte en bijbehorende bedrijfsstructuur is. Ook de geschiedenis van het bedrijf is relevant. In veel gevallen is er sprake van een familiebedrijf, wat insinueert dat de boer op een bepaald punt de verantwoordelijkheid heeft overgenomen van zijn voorganger. Het is denkbaar dat de verantwoordelijkheid bij de boer geleidelijk toenam en die van zijn voorganger in hetzelfde tempo afnam. De tijd waarin dat is gebeurd bepaalt de historische context en dus de innovaties die in dat tijdperk op kwamen zetten en de mogelijke toepassing ervan. Ook is het met het oog op de vierde deelvraag nodig om te achterhalen hoe het met eventuele opvolging binnen het bedrijf zit, of die opvolger zich al heeft aangediend, wat zijn of haar toekomstvisie voor het bedrijf is en hoe dat mogelijk de innovatiekeuzes van de huidige boer beïnvloedt.

Het tweede blok zal draaien om de veranderingen die zich binnen het bedrijf hebben voorgedaan op het gebied van innovatie. De twee onderwerpen die centraal staan zijn de mogelijke drijfveren tot innovatie en

de barrières die mogelijk leiden tot het afzien van innovatie. Met de persoonskenmerken in het achterhoofd kun de theorieën uit hoofdstuk 2 vergeleken worden met de uitkomsten. Er moet geschetst worden op welke wijze de boer heeft geïnnoveerd binnen het bedrijf, en welke redenen voor hem doorslaggevend waren om te innoveren. Er moet worden nagevraagd of collega's dezelfde innovatie hebben toegepast voordat de boer zelf innoveerde, en in hoeverre het succes van de betreffende innovatie beslissend was voor het doorvoeren ervan binnen het eigen bedrijf. Ook is het van belang om te achterhalen in welke fase van de productielevenscyclus de innovatie werd toegepast, zodat de boer voorzichtig kan worden ingedeeld bij de vroege of late innovatoren. Ten slotte wordt er gevraagd hoe de boer de werking van de innovatie binnen zijn bedrijf heeft ervaren. Het kan zijn dat de innovatie minder opleverde of minder effect had dan gewenst. Daarnaast kunnen onderhoudskosten hoger uitvallen dan vooraf gedacht. Als één of meerdere van deze factoren negatiever uitvallen dan de verwachtingen van de boer wordt de terugverdientijd groter, dat heeft als potentieel nadeel dat er bij toekomstige innovaties barrières ontstaan.

Bij het afzien van innovatie is er sprake van barrières. Die kunnen organisatorisch, economisch of principieel van aard zijn. Een organisatorische barrière kan optreden als het kennisniveau van de boer niet hoog genoeg is of er geen goede voorlichter in de vorm van een tussenpartij is tussen ontwikkelaar en boer. Omtrent het kennisniveau is het noodzaak om te allen tijden de respondent respectvol te blijven behandelen. Bij de tweede categorie is het belangrijk om economische barrières voorzichtig ter sprake te brengen, gezien niemand graag over de financiën van zijn/haar bedrijf praat als het recent verlies heeft gedraaid. Economische barrières spelen waarschijnlijk een grotere rol bij kleinere bedrijven. Naar een principiele barrière kan gevraagd worden door de respondent te vragen naar de innovatiegeschiedenis binnen zijn bedrijf, en zal waarschijnlijk meer worden waargenomen bij oudere boeren.

Het laatste semi-gestructureerde blok richt zich op de toekomstvisie van de boer met betrekking tot de innovatie binnen zijn bedrijf. Naar aanleiding van de antwoorden op de vragen over drijfveren en barrières wordt gevraagd hoe de barrières kunnen worden afgebroken en welke betrokken partijen daar een rol in spelen. Daarnaast wordt aan de boer gevraagd of hij aan kan geven hoe de drijfveren tot innovatie vergroot kunnen worden. Net als eerder genoemd is het hebben van een opvolger, en diens opvattingen over innovatie en persoonskenmerken, waarschijnlijk een belangrijke factor voor toekomstige innovatie binnen het bedrijf. Er wordt afgesloten met een kleine evaluatie op het gesprek, er wordt gevraagd of de respondent nog iets wil mededelen en er kan eventueel worden ingegaan op onderwerpen die tijdens het gesprek ter sprake kwamen maar niet in één van de vooraf afgebakende blokken pasten.

De interviews worden afgenomen november en december. Landbouwbedrijven die op sociale media actief zijn kunnen op die wijze benaderd worden. De boeren die niet actief zijn op sociale media worden persoonlijk benaderd en gevraagd om hun medewerking. In dit geval is er telefonisch en via e-mail contact gezocht. De gekozen tijd van het jaar is voor veel boeren een drukke periode, veel boeren hebben volle agenda's die afhankelijk van de weersomstandigheden ook nog eens snel kunnen veranderen. Het op lange termijn vaststellen van een interviewdatum kan zodoende lastig worden en het is dus zaak om flexibel inzetbaar te zijn om interviews af te nemen. Het vierde interview zou vlak voor de kerstdagen plaatsvinden, maar dat werd op korte termijn afgezegd. Het was niet meer mogelijk om op zo'n korte termijn een nieuwe participant te vinden.

### **3.2 Ethiek**

Het streven is om de interviews af te nemen op het bedrijf van de respondent. Als de respondent zich in een bekende omgeving begeeft heeft dat een positief effect op de informele sfeer rond een semi-gestructureerd interview (Longhurst, in Clifford et al., 2010). Het interview heeft bovendien betrekking op de boer en zijn bedrijf, de omgeving is dus niet alleen vertrouwd maar ook relevant. Hopelijk heeft dat als gevolg dat de respondent vrijuit antwoord geeft op alle vragen.

Als de respondenten akkoord gaan is de beste manier om de data op te slaan het interview vast te leggen op een audio-opname. De interviewer kan zich dan beter mengen in het gesprek en hoeft geen aandacht te besteden aan het notuleren van antwoorden. Daarnaast moet, tenzij ze zelf iets anders aangeven, de

anonimiteit van de respondenten gewaarborgd worden, en als ze geïnteresseerd zijn in de onderzoeksresultaten moeten die beschikbaar gesteld worden. Zo snel mogelijk nadat het interview is afgesloten moet er getranscribeerd worden. Kort na afloop ligt de informatie nog vers in het geheugen van de interviewer, en wordt de kans dat er data over het hoofd wordt gezien of vergeten kleiner.

Door de transcripten te coderen kunnen de interviews beter onderling en met de theorie vergeleken worden. In de introductie kunnen verschillende persoons- en bedrijfskenmerken worden vastgesteld. Door de eerste deelvraag te beantwoorden kan er geanalyseerd worden hoeveel en op welke manier de respondent heeft geïnnoveerd, wat een indicator kan zijn voor hoe hij over het algemeen over innovatie denkt. Het is dan cruciaal om vast te stellen in welke fase de boer heeft geïnnoveerd, en ook op die manier het transcript te coderen. Bij de tweede en derde deelvragen, over drijfveren en barrières, kan naast de thema's ook een positieve en negatieve dimensie worden toegevoegd. Het moet hierdoor mogelijk zijn om de verschillende boeren en bedrijven te rangschikken van veel drijfveren tot veel barrières. Bedrijven kunnen op basis hiervan makkelijker met elkaar worden vergeleken. Ook bij de laatste deelvraag kan het optimisme of pessimisme van de respondent ten aanzien van toekomstige innovatie gepeild worden. Boeren die meer barrières dan drijfveren zien zouden hypothetisch ook een pessimistischere kijk op toekomstige innovatie moeten hebben.

### 3.3 Locaties participanten



Afbeelding 2: Participantenspreiding

Op afbeelding 2 wordt met groene punaises aangegeven waar de bedrijven van de participanten zich bevinden, met uitzondering van participant 2B. Hij is ondervraagd op dezelfde locatie als participant 2A.

## **4. Resultaten**

### **4.1 Kenmerken agrarische sector en innovatie**

Het geleidelijke verloop van het innovatieproces (Dexter, 1977) werd door de participanten bevestigd. Bij het toepassen van een nieuwe innovatie die als doel heeft de opbrengst te vergroten is zelden op korte termijn duidelijk wat het effect van de toepassing van de innovatie is geweest. Als de opbrengst na het toepassen van een innovatie hoger is dan op een vergelijkbaar perceel waarop een innovatie niet is toegepast, kan dat ook liggen aan de perceelskenmerken. Het is goed denkbaar dat bijvoorbeeld grondwaterstand, pH-waarde en neerslag het hele verschil in opbrengst voor hun rekening nemen, en dat de innovatie daar nauwelijks aan heeft bijgedragen. Het kan lang duren voordat een innovatie zijn waarde bewijst, en dat draagt bij aan het geleidelijke karakter van innovatie.

Het vroeg instappen in een innovatie die zich aandient kan voor een grotere economische boost zorgen dan bij de concurrenten het geval is, maar daarin schuilt tevens een risico als het effect van de innovatie niet zeker is. De Nederlandse participanten gaven aan dat ze hun collega's niet als concurrenten zagen. Door informatie met elkaar te delen kun je er als boer zelf op vooruit gaan. Een goede relatie met collega's onderhouden werd sterk gewaardeerd. De internationale participant begeeft zich echter in een compleet andere markt. In Hongarije is de schaalvergroting van agrarische bedrijven wel begonnen, maar nog steeds een relatief groot deel van de boeren, die in veel gevallen op leeftijd zijn, runt het bedrijf op een traditionele manier zonder veel te innoveren. Boeren zonder opvolger laten op termijn het land achter, wat voor de boeren die hun bedrijf willen laten groeien zorgt voor uitbreidingsmogelijkheden. In Nederland is er ook uitbreidingsdrang, maar die is minder groot omdat de grootste boeren allemaal azen op hetzelfde areaal zodra er een boerenbedrijf ophoudt. In een groeiende markt, zoals in Hongarije het geval is, is het beter om eerst zelf groter te worden om zo een grotere speler om de markt te worden. De groei is in absolute termen weliswaar niet de maximaal haalbare, maar het doel is om de grootst haalbare groei ten opzichte van de concurrentie te realiseren. Door geen informatie te delen hoopt de Hongaarse participant zijn concurrentievoordeel te behouden.

De participanten waren beide werkzaam op een bedrijf met percelen die in sommige gevallen relatief ver van de boerderij verwijderd lagen. Dat brengt een veranderend fysisch-geografisch patroon met zich mee, een boer die in een straal van 20 kilometer rond de boerderij percelen heeft kan van tijd tot tijd verschillen in de hoeveelheid neerslag verwachten. Dit kan naast de opbrengst ook invloed hebben op de manier waarop het gewas verzorgd dient te worden met betrekking tot bijvoorbeeld de doseringen van kunstmest en gewasbeschermingsmiddelen. Het is dus belangrijk om efficiënt deze middelen toe te kunnen passen, en precies te weten hoeveel van een middel je per perceel (of een nog kleinere oppervlakte-eenheid) kunt gebruiken voor een optimaal resultaat. De bedrijfsgrootte kan dus leiden tot een verhoogde noodzakelijkheid van innovatie.

Alle participanten waren het erover eens dat de economische afweging het belangrijkste is bij het toepassen van een nieuwe innovatie. Er werd weinig waarde gehecht aan de verduurzaming van het productieproces, des te meer aan het reduceren van kosten door efficiënter te kunnen doseren. Wel werd er door een participant aangegeven dat het belangrijk is om de kwaliteit van de grond te waarborgen, zodat ook in de toekomst mogelijk is om hoge opbrengsten te realiseren.

### **4.2 De perceptie van boeren over innovatie**

In tegenstelling tot de theorieën van Dexter (1977) en Pignatti et al. (2015) komt de innovatiedrang niet altijd van buitenaf, maar benaderen boeren ook regelmatig leveranciers met problemen waar ze zelf tegenaan lopen. Het is wel zo dat de grotere boerenbedrijven die erom bekend staan dat ze innovatiegericht zijn dankzij het opgebouwde netwerk vaker worden benaderd door leveranciers. Kleinere bedrijven zitten innoveren vaak minder, komen minder vaak in contact met leveranciers en blijven zo onder de radar. Vaak stappen de kleinere boeren dus pas in een later stadium van de productielevenscyclus in.

Om de cognitieve afstand tussen boer en leverancier te verkleinen is het belangrijk dat de relatie tussen

boer en leverancier goed is, en dat de leverancier bekend is met het bedrijf. Een voorstel dat vanuit het bedrijf komt wordt wel in overweging genomen, maar de leverancier wil vaak meedenken op een manier waarvan de boer niet denkt dat dat de meest rendabele optie is. Er wordt bijvoorbeeld een goedkoper alternatief voorgesteld terwijl de boer de investering wil doen om winst te drukken.

De informatie die boeren van leveranciers krijgen wordt zonder uitzondering bestempeld als minder nauwkeurig (en dus minder bruikbaar) dan informatie die bij collega's wordt ingewonnen. De collega's bieden volgens de participanten transparantere informatie. Het idee overheerst dat de leverancier vaker zijn eigenbelang, de verkoop, vooropstelt. Deze bevindingen zijn in lijn met de opvattingen van Pignatti et al. (2015). Om de interactie beter te kunnen laten verlopen is een omslag nodig van top-down naar bottom-up, oftewel het aanpassen van onderzoek en ontwikkeling naar de wensen van boeren die voortvloeien uit problemen waar ze tegenaan lopen en mogelijkheden die ze binnen hun bedrijf zien.

De Nederlandse boeren beschouwden hoge initiële kosten niet altijd als een drempel, mits de investering zich gaat terugverdienen doordat het resulteert in lagere kosten of een kwalitatief beter product. Ook de toepasbaarheid van de innovatie speelt daarin een rol, een bedrijf dat meerdere gewassen teelt kan dezelfde machine bijvoorbeeld niet altijd gebruiken voor verschillende gewassen. Als het areaal groot genoeg is gaat de rendabiliteit omhoog. Kleine boeren maken om die reden vaker gebruik van loonwerkers, die wél over de benodigde machines beschikken. In Hongarije is de situatie anders. Alle machines die in Nederland op de markt zijn zijn over het algemeen ook in Hongarije leverbaar, alleen is de service daar niet goed genoeg. Als een machine stukgaat, is het niet altijd mogelijk om die te laten repareren, of is een van de werknemers gekwalificeerd om het euvel te verhelpen. De productie staat dan een aantal dagen stil, wat een enorme risicofactor is die als grote innovatiedrempel geldt. Bij de aanschaf van een machine wordt dan ook vaak vastgelegd dat na een x-aantal jaren de leverancier de machine terugkoopt voor een afgesproken prijs.

Het sneller oogsten dankzij een geavanceerd machinepark is een belangrijke factor in het reduceren van de kosten. Een participant gaf aan dat hij liever wat meer geld besteedde aan gekwalificeerd, betrouwbaar en ervaren personeel dan de voorkeur te geven aan de goedkoopste arbeidskracht.

De participanten waren het eens dat jonge boeren binnen een bedrijf met toekomst (waarbij een opvolger aanwezig is) de grootste innovatiedrang hebben en de openmindedness hebben die vereist is voor het scheppen van optimale innovatievoorwaarden. Ook werd een hoog opleidingsniveau als positieve factor in de innovatiebereidheid ervaren door de participanten.

Bij de participanten kwam heel sterk naar voren dat innovatie vaak in kleine dingen zit. Grote innovaties dragen onvermijdelijk een risico met zich mee, zeker als die innovaties hun nut nog niet bewezen hebben en de initiële kosten hoog zijn. De respondenten kwamen met veel voorbeelden over de manier waarop ze het bedrijf beter hebben willen laten functioneren. Deze brede blik kan teruggedleid worden naar een hoge mate van openmindedness, die ervoor zorgt dat de innovatiebereidheid hoog is. De openmindedness garandeert vaak een hoge uitwisseling van informatie, want de participanten gaven aan dat als zij zelf veel informatie deelden met collega's, ze daar ook in veel gevallen bruikbare informatie voor terug kregen. De informatie over innovatie die van collega's werd ingewonnen werd bovendien als transparanter (en dus betrouwbaarder) geacht dan de informatie die van de leverancier werd verkregen.

De participanten waren allemaal van mening dat bedrijfsgrootte een positieve invloed heeft op de innovatiebereidheid. Ten eerste heeft een groter bedrijf vaak een grotere omzet, waardoor er meer kan worden geïnvesteerd. Daarnaast heeft een groot bedrijf vaak meer werknemers. Hoe groter de werknemerspool is, des te meer kwalificaties zich binnen het bedrijf verzamelen. Een medewerker met een technische achtergrond kan de onderhoudskosten drukken en de efficiëntieslag van machines vergroten. Grotere bedrijven zijn ook interessanter voor leveranciers om nieuwe innovaties op de markt te brengen. De kleine boeren die minder innoveren worden vaak op lange termijn uit de markt gedrukt, waardoor de

grote boeren overblijven. Op termijn zal de gemiddelde innovatiebereidheid dus stijgen, waardoor waarschijnlijk een grotere uitwisseling van informatie ontstaat.

#### **4.3 Toepassing innovatie**

Precisielandbouw is voor de participanten onlosmakelijk verbonden aan een verhoogde efficiëntie dankzij nauwkeurige dosering van gewasbeschermingsmiddelen en kunstmest. Een participant gaf aan dat er op het bedrijf een digitalisering gaande is, waarvoorheen met pen en papier werd gewerkt. Er werd aangegeven dat de data die in een systeem wordt opgeslagen altijd op te vragen is. Daar moet bij vermeld worden dat er wel altijd een werkwijze achter de hand wordt gehouden als er onverhoopt iets mis is met de innovatie.

De participanten zijn allemaal met hun bedrijf actief op zowel twitter als facebook. De participant die sierbloemen kweekt is bewust bezig met image-building via social media omdat er actiegroepen zijn die volgens de participant als doel hebben de bollenteelt in een kwaad daglicht te zetten. De bollenteelt beslaat een relatief klein deel van het Nederlandse landbouwareaal, en is daarom een makkelijker doelwit dan bijvoorbeeld de pootaardappelteelt. Om het verhaal van het bedrijf te delen met iedereen die de andere kant van het verhaal wil horen zorgt het bedrijf voor een goede zichtbaarheid middels borden op percelen en stickers op machines en tractoren. Er worden regelmatig rondleidingen gehouden en daaruit is merkbaar dat de discours richting de bollenteelt voor de boeren in positief opzicht verandert. Voor de participant die in de akkerbouw werkzaam is, is image-building veel minder aan de orde. Het social media-account is in handen van een jonge werknemer die het account als het ware hobbymatig bijhoudt. Twitter wordt wel gebruikt voor zakelijke doeleinden, door bijvoorbeeld collega's, fabrikanten en gedeputeerden te volgen.

## **5. Conclusie**

### **5.1 Conclusie**

Innovatie in de landbouw is iets van alle tijden. Toch kan naar aanleiding van dit onderzoek gezegd worden dat de technologische ontwikkelingen zich in een steeds hoger tempo lijken aan te dienen. Dankzij schaalvergroting worden veel boeren ertoe gedwongen om een geavanceerder machinepark aan te schaffen. Daarnaast is de opkomst van ICT erg belangrijk gebleken. De communicatiemogelijkheden en informatievoorziening van nu lijken ongekend als ze worden vergeleken met die van een decennia geleden. Dit faciliteert een snelle uitwisseling van informatie, zodat boeren uiteindelijk betere keuzes kunnen maken in hun bedrijfsvoering. Daarnaast is het ook makkelijker om in contact te komen met burgers, zodat er meer begrip voor de agrarische sector gecreëerd kan worden.

Voor veel boeren is de keuze om wel of niet te innoveren een rationele keuze waarbij het economische perspectief wordt afgewogen: instapkosten tegenover de verwachte terugverdientijd. Als de onzekerheid van het effect van de innovatie groot is wordt het risico groter wat als een innovatiebarrière kan fungeren. Het effect moet zich bewijzen voordat veel boeren zich aan de innovatie wagen, veel boeren kiezen er dus bewust voor om het proefkonijn-stadium over te slaan.

Het is aangetoond dat jonge boeren met veel toekomstperspectief binnen het bedrijf een hoge mate van innovatiebereidheid vertonen. De jonge boeren kunnen in veel gevallen beter met nieuwe technologieën werken dan de voorgaande generaties, waardoor ze beter met innovaties om kunnen gaan. Ook een hoog opleidingsniveau garandeert vaak een hoge mate van innovatiebereidheid, evenals bedrijfsgrootte. De belangrijkste factor volgens de participanten is echter niet in concrete data te vangen en laat zich het beste omschrijven door openmindedness: het openstaan voor nieuwe ideeën en uitwisseling van informatie met collega's en leveranciers om samen met elkaar voor de hele sector een optimale efficiëntie te kunnen bewerkstelligen.

Op lange termijn willen boeren de bedrijfsvoering efficiënter maken door de productiekosten te verlagen. Ook het waarborgen van de kwaliteit van de grond is een belangrijke factor die duurzame bedrijfsvoering belangrijk maakt voor boeren die op lange termijn denken.

Innovatie speelt zoals in veel bedrijfstakken een belangrijke rol, maar gecombineerd aan het unieke karakter van de agrarische sector, en de verschillen tussen bedrijven en boeren kan de toepassing van innovatie, als de bereidheid om samen te werken en informatie te delen hoog genoeg is, positieve effecten hebben op alle bedrijven binnen de sector. Hoewel niet bij alle bedrijven de mogelijkheid om fors te innoveren aanwezig is, druppelen de innovaties die bij de vroeg instappende grote boeren worden doorgevoerd uiteindelijk door bij de kleinere boeren, die kunnen profiteren van een nog verder geoptimaliseerde innovatie verderop in de productielevenscyclus.

### **5.2 Aanbevelingen**

Hoewel er niet veel interviews afgenomen zijn, is er wel gedetailleerde informatie ingewonnen. Of die data representatief is voor de hele agrarische sector is de vraag. Om het interview uit te bouwen en de betrouwbaarheid van de uitkomsten te vergroten kunnen er meer boeren van verschillende bedrijfsoorten naar hun mening over innovatie gevraagd worden.



## 6. Referenties

- Aubert, B. A., Schroeder, A., Grimaudo, J. (2011). IT as enabler of sustainable farming: an empirical analysis of farmers' adoption decision of precision agriculture technology. *Decision support systems*, 54(1), 510-520.
- Biggs, S. D., Clay, E. J. (1981). Sources of innovation in agricultural technology. *World development*, 9(4), 320-336.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2014). *CBS Statline – Landbouw; vanaf 1851*. Geraadpleegd op 2-10-2016 via <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=71904NED&D1=1,46&D2=149,153,163&HDR=G1&STB=T&VW=T>
- De Baerdemaeker, J. (2013). Precision agriculture technology and robotics for good agricultural practices. *IFAC proceedings volumes*, 46(4), 1-4.
- Dexter, K. (1977). The impact of technology on the political economy of agriculture. *Journal of agricultural economics*, 28(3), 211-219.
- Long, T. B., Blok, V., Coninx, I. (2015). Barriers to the adoption and diffusion of technological innovations for climate-smart agriculture in Europe: evidence from the Netherlands, France, Switzerland and Italy. *Journal of cleaner production*, 112(1), 9-21.
- Longhurst, R. (2010). Semi-structured interviews and focus groups. In Clifford, N., French, S. en Valentine, G. (Red.), *Key methods in geography* (103-115). Londen: SAGE.
- Meer, R.W. Van der, Van Galen, M.A. (2015). *Innovatie in de land-en tuinbouw 2014*. 140. Wageningen: LEI Wageningen UR
- Pachauri, R.K., Reisinger, A. (2007). *Climate Change 2007: Synthesis Report*. Rapport 4. Genève: IPCC.
- Pignatti, E., Carli, G., Canavari, M. (2015). What really matters? A qualitative analysis on the adoption of innovations in agriculture. *Journal of agricultural informatics*, 6(4), 73-84.
- Porceddu, E., Rabbinge, R. (1997). Role of research and education in the development of agriculture in Europe. *European journal of agronomy*, 25(1), 3-15
- Possas, M.L., Salles-Filho, S., Da Silveira, J.M. (1996). An evolutionary approach to technological innovation in agriculture: some preliminary remarks. *Research Policy*. 25(6), 933-945.
- Somers, S., Stapleton, L. (2012). Rethinking e-agriculture innovation using a human centred system lens. *IFAC proceedings volumes*, 45(10), 97-102.
- Swaminathan, M. S., Kesavan, P. C. (2012). Agricultural research in an era of climate change. *Agricultural research*, 1(1), 3-11
- Tassoul, M., Buijs, J. (2007). Clustering: An Essential Step from Diverging to Converging. *Creativity and Innovation Management*, 16(1), 16-26.
- Vanclay, F. M., Russell, A. W., Kimber, J. (2013). Enhancing innovation in agriculture at the policy level: The potential contribution of technology assessment. *Land use policy*, 31(3), 406-411.
- Verkerk, K., Groot, L., Luiten, J. (oktober 2012) *LTO Nederland fact check*. Geraadpleegd op 30-9-2016 via

<http://www.lto.nl/media/default.aspx/emma/org/10823947/LTO+factcheck+-+versie+6+-+7-1-2013.pdf>.  
LTO Nederland.

## Bijlage 1: Interviewguide

- 0. Voorstellen, toestemming vragen opname, start opname**
1. **Algemene info boer:** leeftijd, opleidingsniveau, aantal jaren werkzaam op bedrijf, bedrijfsovername
2. **Algemene info bedrijf:** bedrijfsgeschiedenis, familie/gezinsbedrijf, bedrijfssoort, grootte (absoluut/relatief)
3. **Innovatiegeschiedenis bedrijf:** Historie innovatie op bedrijf, toename innovatie door de jaren heen, een paar concrete recente voorbeelden, voorbeeld van een positieve innovatie, voorbeeld van een negatieve innovatie, vroeg/laat instappen
4. **Samenwerking:** Relatie met andere bedrijven, relatie met leveranciers, delen van informatie (en verhouding ontvangen/sturen), invloed op/van andere boeren op eigen innovatiestrategie, toegang tot informatie
5. **Innovatiedrijfveren:** Reduceren kosten, opbrengst verhogen, vergroten duurzaamheid, gekwalificeerd personeel, investeringsruimte, openmindedness, persoonlijke innovatiedrang, snelheid ontwikkelingen in de sector, subsidie, image-building, gebruiksgemak positieve ervaringen met innovatie, kleine cognitieve afstand tot producenten tijdstip instappen in productielevenscyclus
6. **Innovatiedrempels:** Hoge initiële kosten, lange terugverdientijd, verborgen kosten, onzekerheid effect, principiële bezwaren, negatieve ervaringen met innovatie, grote cognitieve afstand tot producenten, bedrijfsopvolging, ondergequalificeerd personeel, hoge onderhoudskosten, tijdstip instappen in productielevenscyclus
7. **Toekomst van innovatie binnen het bedrijf:** Volgende stappen, vooruitzichten, ambities, verwacht effect
8. **Toekomst van innovatie binnen de agrarische sector:** Toenemend belang van sommige factoren, publieke opinie, huidige snelheid ontwikkelingen, marktsituatie, innovatiedrijfveren vergroten, innovatiedrempels verkleinen
9. **WVTTK**
10. **Afsluiting, dankwoord, stop opname**

## **Bijlage 2: Codeerlijst op alfabetische volgorde**

Aantal jaren werkzaam als ondernemer	Mogelijke opvolger
Aantal jaren werkzaam op boerderij	Negatieve ervaringen met innovatie van collega's
Absolute bedrijfsgrootte	Negatieve publieke opinie
Afstemming van projecten met collega's	Nevenactiviteit
Bedrijfsopvolging	Ondergekwificeerd personeel
Bedrijfssoort	Onderscheidend product
Cognitieve afstand tot consumenten	Onzekerheid effect innovatie
Concurrentiedrang	Openmindedness
Externe factoren	Opvatting van mogelijke opvolger over innovatie
Familiebedrijf	Opvatting van mogelijke opvolger over runnen van het bedrijf
Fysisch-geografische drempels	Persoonlijk kennisniveau
Gebrekkige toegang tot informatie	Persoonlijke innovatiedrang
Gebruiksgemak	Persoonlijke negatieve ervaringen met collega's
Gekwalificeerd personeel	Persoonlijke negatieve ervaringen met innovatie
Grote cognitieve afstand tot producenten	Persoonlijke positieve ervaringen met collega's
Hoge initiële kosten	Persoonlijke positieve ervaringen met innovatie
Hoge onderhoudskosten	Politieke klimaat
Hogere opbrengsten	Positieve ervaringen met innovatie van collega's
Hoog bankkrediet	Principiële bezwaren
Hoogopgeleid	Reduceren van kosten
Image-building	Relatieve bedrijfsgrootte
Innovatiedrempels verwijderen of verkleinen	Snelheid ontwikkelingen in de sector
Innovatiedrijfveren toevoegen of vergroten	Subsidie
Invloed van mogelijke opvolger op eigen innovatiebeleid	Tacit knowledge
Kleine cognitieve afstand tot producenten	Tijdstip instappen in productielevenscyclus
Laag bankkrediet	Toepassingswijze innovatie
Laagopgeleid	Vergroten van duurzaamheid
Leeftijd	Verhouding gestuurde/initiatief-innovatie
Makkelijke toegang tot informatie	Verstandhouding met werknemers
Marksituatie	

### **Bijlage 3: Transcripten**

#### **Transcript 1**

*Voorafgaand aan het interview is toestemming gevraagd om een audio-opname te maken.*

Interviewer: Nou, 10 november 2016 en ik wil vragen of je jezelf kort wilt voorstellen.

Participant 1: Ik ben Participant 1, wij hebben een akkerbouwbedrijf, ik ben 32 jaar oud, met mijn ouders en twee broers, we hebben ook pluimvee en de focus ligt vooral op pootaardappelen.

Interviewer: Oké. Met drie broers en vader in maatschap dus?

Participant 1: En moeder.

Interviewer: Dus met z'n vijfen. Het familiebedrijf, hoe lang bestaat dat al? Ik ga er dan even vanuit dat je opa ook...

Participant 1: We zijn al zover je terug kan gaan in de agrarische sector actief, onze familie, en mijn opa is in de jaren, in '67 is hij vanuit het rivierengebied van gelderland hier naar Noord-Groningen gekomen. Toen heeft mijn vader dat later overgenomen met drie broers, en uiteindelijk zijn ze met z'n tweeën verder gegaan, en wij zijn in 1995 met mijn oom weer gesplitst. Toen zijn wij weer vader gegaan apart van mijn oom. Die zit hier vlak voor.

Interviewer: Maar er is nog wel samenwerking?

Participant 1: Er is nog een klein beetje samenwerking, we hebben absoluut geen ruzie of wat ook. Wel in goede verstandhouding. We hebben de eerte jaren met machines nog wat samengewerkt, en nu werken we op kleinere schaal samen, als ze gaan wortel- of bietenrooien gebruiken ze een kieper van ons, en andersom ook wel, uienrooien doen we samen maar verder geen grote dingen.

Interviewer: In principe kun je onafhankelijk van elkaar de bedrijfsvoering draaien?

Participant 1: Ja.

Interviewer: Oké. De grootte van het bedrijf, hoeveel hectare gaat erin om?

Participant 1: We hebben 325 bunder in eigendom, en we huren ongeveer nog 50-60 bij voor de teelt van pootaardappelen.

Interviewer: En in de toekomst nog overwogen om dat uit te breiden?

Participant 1: Nou, ehh, we zitten ook een beetje met het volgende probleem, we hebben het er toevallig net gisteren over gehad. De grond is op hier, en we huren zeker, dan moet je al naar hele slechte gronden waar je heel veel voor moet betalen, je moet je afvragen of je dat moet hebben, moet willen. Dus pootgoedareaal, we hopen dat we dat in de benen kunnen krijgen, de enige manier waarop ons pootgoedareaal stijgt is door grond kopen. Wat huren zie ik heel moeilijk.

Interviewer: Dan is het wachten totdat er hier een boer in de omgeving ophoudt?

Participant 1: Ja, of misschien toch wat in het buitenland ernaast of wat dan ook. Dat is allemaal toekomstmuziek maar we zijn nu wel, de laatste stap gezet, vier, drie jaar geleden, vier jaar geleden, een boerderij bijgekocht, en als je dan een aantal jaren draait dan ga je weer kijken, dan wordt het saai, dan ga je kijken van hoe kan het verder.

Interviewer: Ja precies, altijd dingen in het achterhoofd.

Participant 1: Ja, hoe kun je verder vooruit?

Interviewer: Oké. En die twee broers en jezelf, op een gegeven moment is er hier een die neemt het hier over, en die andere twee, hoe zit het verder met de opvolging daar nog onder in de toekomst?

Participant 1: We hebben alle drie ook al kinderen, ook al zoons, dus ja, inderdaad, dat is ook van de redenen dat je ook zo vooruit wil, omdat jouw, op den duur, we draaien nu goed, we draaien efficiënt, en door je omvang en door je efficiëntie kun je stappen nemen, maar als je gaat splitsen doe je dat eigenlijk teniet voor een heel groot deel. Want dan word je weer klein, dan word je weer minder efficiënt, en daar zitten we wel mee, hoe ga je dat op den duur in het vat gieten? Dus op dit moment is splitsen nog niet aan de orde, maar ik moet wel eerlijk zijn, de oudste zoon van mijn oudste broer die is negen, die is over tien jaar negentien, kijk dan zit die ook op school of is hij misschien uit huis of bijna uit huis, dan moet je wel een plan hebben.

Interviewer: Ja, precies. En uitbreiding daargelaten, je kunt natuurlijk ook, wat je net al zei, we draaien efficiënt, die efficiëntie vergroten.

Participant 1: Ja, dat probeer je. Dat probeer je wel, ja.

Interviewer: Waarin ligt voor jullie dan de grootste slag?

Participant 1: Op dit moment, waar wij de laatste jaren mee bezig zijn, dat is de arbeidsdruk verlagen. Dat komt neer op met minder mensen meer doen.

Interviewer: Automatisering?

Participant 1: Automatisering, deels, maar ook zorgen dat je goed gesteld staat, dus dat je... Kijk, efficiëntie kun je op twee manieren zien: de ene zegt met drie trekkers doe ik m'n hele bedrijf, wij doen het juist andersom, wij hebben er twaalf, want dan kun je zoveel mogelijk dingen naast elkaar laten lopen. Het is allebei efficiënt, maar het is maar net hoe je het bekijkt. Het enige probleem is; op 31 december moet het werk voor dat jaar klaar zijn. Kijk, en omdat we op ons bedrijf meerdere gewassen telen, we hebben ook uien, peen, suikerbieten, koolraap, daardoor heb je werkelijk een heel intensief bedrijf. En op 31 december moet het werk klaar zijn, je moet ook dingen tegelijk kunnen doen. Dus kunnen aardappelrooien maar ook ploegen en zaaien. Dus het moet wel kunnen, en dan is het wel leuk dat je met heel weinig mensen werkt, maar als je daar wat beter staat, doordat je een maand eerder gezaaid hebt en je hebt er minder regen in gehad, dan is dat in wezen winst.

Interviewer: Dan heb je daar de winst.

Participant 1: Dus dat is een heel moeilijk verhaal. Alleen wat we zeker met sorteren, we hebben een zakautomaat gekocht, die de zakken zo onderaan [vult], een andere elektronische kluitenscheider voor het eerst.

Interviewer: Voldoet die?

Participant 1: Nee. Toch niet.

Interviewer: Ik hoor het ook bij ons in de omgeving dat meer mensen zo'n ding ertussen hebben gehangen, die denken van oh, ideaal, we hoeven niet zelf aan de band te staan maar het resultaat...

Participant 1: We hebben alleen een kluitenscheider hoor, niet geen aardappels of wat ook wat. Ja nou, dat zijn allemaal van die dingen, dus daar ben je wat naar aan het kijken en dat is een beetje. Tot nu toe gaat dat best wel goed. We hebben grote kiepers, een zevenschaars ploeg, om maar snel en onder goede omstandigheden het werk klaar te krijgen. En tot nu toe...

Interviewer: Dus dat is dan, dat zou je dan zeg maar, het kopen van een nieuwe machine of de aanschaf van een nieuwe trekker, of weet ik het wat, zou je als drijfveer kunnen noemen dat je met minder materieel, maar wel groter, dat je toe kunt.

Participant 1: Ja of hogere snelheid, dat is nog goedkoper. We hebben nu met die zaaimachine die we geprobeerd hebben, die heeft zeven liter diesel per uur nodig en die levert op lichte grond supergoed werk, dus dan zeg je op den duur, hij is simpel, hij is eenvoudig, er zijn geen toeters en bellen bij, je pikt hem zo aan, en dan ga je rijden.

Interviewer: Dus ook een keuze gebaseerd op gebruiksgemak?

Participant 1: Ja, ook gebruiksgemak, maar ook efficiëntie. Want je kunt er elke trekker zo voor zetten, je hebt geen front, geen pijpen bij de cabine langs, dat zijn allemaal van die dingen dat je zegt van hè, het gaat weer makkelijker.

Interviewer: En als een machine dan te ingewikkeld zou zijn? Want ik weet nog, de eerste keer dat ik op een trekker reed, zal ook wel vijftien jaar geleden zijn inmiddels, zo'n oud David Browntje, als ik nu op een nieuwe New Holland stap, dat is net een spaceshuttle van binnen. Is dat ook een reden waarom je misschien iets niet door zou voeren? Een soort van argwandendheid daarover?

Participant 1: Nee, wij zijn niet bang voor nieuwe technieken, we zijn ook alleen... Waar we wel voor uitkijken is, we willen niet als eerste met iets zijn. Daar zijn we niet geschikt voor.

Interviewer: Eerst even bij de burens de kat uit de boom kijken?

Participant 1: Niet zozeer de burens. Deze hoek is met alle respect niet een van de meest innovatieve van Nederland, vind ik zelf.

Interviewer: Ik denk dat je wel in de hoek van Wageningen zit.

Participant 1: Als je puur naar de landbouw kijkt, waar mensen toch verder zijn met bodemverlichting, kijk ik zorg wel een beetje naar de polder maar ook wel de zuidwesthoek, daar zijn mensen eerder geneigd om iets nieuw te proberen en te investeren. Dus dat is wel de hoek waar je naar moet kijken, of naar moet kijken, naar kunt kijken. En ik merk dat onderling ook wel, bij de wat grotere bedrijven, die delen makkelijker informatie. De kleinere bedrijven zijn juist heel gesloten. Als ik, we hebben een trekker op rupsen gezet, maar door twee hele grote bedrijven ben ik gebeld hoe dat bevalt. Een kleinere boer zal dat veel minder snel doen. Een grotere boer is dan ook in zo'n gesprek, dat zijn vaak hele leuke gesprekken, want dan heb je het op den duur hierover en daarover en die zijn gewoon eerlijk, dit heb ik ervoor betaald, zoveel kreeg ik ervoor terug, zoveel doe ik per uur, ik denk er misschien over om het zo te doen, en dan kun je van elkaar ook heel veel leren.

Interviewer: Dus de informatie die je inwint bij collega's is dan betrouwbaarder dan bij bijvoorbeeld de leverancier?

Participant 1: Absoluut. Absoluut.

Interviewer: Want het is eerlijker? Transparanter?

Participant 1: Het is veel transparanter, ja. Dus dan kun je ook zeggen van ik bel die even want die doet het al jaren zo, of ik bel die even of die doet het zo.

Interviewer: Dus is dan de kloof tussen leverancier en ondernemer of boer niet te groot als je het zo bekijkt? Dat ze een soort van tegenstrijdige belangen hebben, want de leverancier wil verkopen en de boer die wil gewoon het beste voor een bedrijf.

Participant 1: Nee. Het is nog anders. Volgens ons is het nog anders. Wij denken dat de boeren verder voorop lopen dan de dealers. Wij hebben meerdere keren gehad dat we tegen een dealer zeiden, tegen een vertegenwoordiger zeiden, we willen het zo en zo, en jij moet het op papier zetten, en zij zeiden dat moet je niet doen, want dat gaat niet lukken, maar nee, dat moet je niet doen, veel te duur. Dus dat jij als ondernemer eigenlijk een stap verder denkt.

Interviewer: Dat je geremd wordt?

Participant 1: Nou, niet geremd, anders gaan we naar een ander. Maar dat zij ook zeggen van nou, nou, zou je dat nou wel doen op die manier? En is dat niet veel te duur voor jullie bedrijf?

Interviewer: Zonder kennis van zaken eigenlijk?

Participant 1: Met alle respect, voor iemand die loon krijgt, en die in een huis woont, en die toch wel moet kijken wat doe ik wel en wat doe ik niet, en die zit met jou om de tafel, en daar vraag je een offerte aan voor een rooimachine van, nou ja, zeg het maar, voor hun is dat heel anders. Die hebben geen idee wat Vamil of MIA, of dat je een keer winst moet drukken, dat is eigenlijk soms de remmende, dat kan een remmende factor zijn. Dat de dealer zegt van ik heb er daar een prijs in gelegd, maar dat doet hij toch nooit, en hij doet het wel, dat is niet handig.

Interviewer: En dat speelt niet alleen bij jullie, maar over de hele markt?

Participant 1: Dat speelt wel over de hele, hele...

Interviewer: ...sector?

Participant 1: Ja, en wat de laatste jaren heel belangrijk is, en in jullie hoek, waar jij vandaan komt is het een paar jaar ook heel nat geweest in de herfst.

Interviewer: Ja, nou komen we er goed vanaf dit jaar.

Participant 1: Bij jullie is het vaak nat geweest de laatste tien jaar. Je ziet dus ook dat bedrijven bij jullie in de buurt, daar rijden veel meer zelfrijders als bij ons. Er is veel meer slagkracht met bietenrooiers zoals hier. Omdat het hier net even beter ging. En dat is tegenwoordig heel belangrijk, en daar moet je niet alles aan ophangen, maar als je bijvoorbeeld iets investeert en je krijgt de aardappels er wel uit, dan rekent het heel snel naar je toe. Alleen ben je eerst het geld kwijt. Maar dat is ook wel in het gebied, we hebben een rooier op rupsen en een trekker op rupsen gezet, ja, dat zijn stappen, wij zijn daar blij mee, maar het is gewoon wel hartstikke duur. Wij denken ook door de bodem te ontzien, levert het aan het einde van de rit gewoon geld op. Want ik ben nu 32, maar ik moet over 32 jaar nog boer zijn, en dan moet die grond nog zorgen dat ik geld verdien.

Interviewer: Ja, precies

Participant 1: Dus dan moet ik nu zorgen dat ik goed voor de grond ben, dan is die straks goed voor mij. Weet je wel?



Interviewer: Maar het langetermijndenken- [Participant 1's telefoon gaat, hij neemt op, voert een kort gesprek en hangt weer op]

Participant 1: Nee, maar dat is op den duur, dat is het belangrijkste en dat is ook deels de efficiëntieslag, dus ja, eigenlijk gebaseerd op met minder mensen het werk klaar krijgen en aan de andere kant probeer je ook voor de bodem zo goed mogelijk te zijn in wezen, het klinkt een beetje zweverig. Je hebt hele zware machines, en die heb je nodig eigenlijk om het werk klaar te krijgen tegenwoordig. Aan de andere kant is bodemverdichting, dat weet je zelf ook wel, dat is een heel groot probleem. Dus je zit altijd op het keerpunt, en wij hebben nu dus gekozen, nou ja, misschien wel omdat je een bepaalde omvang hebt, door rupstrekker, boven over ploegen, weinig met de aftakas meer te doen, dus zo weinig mogelijk meer de grond fijn te maken, dus dat zijn allemaal dingen, dat ja, je hoopt dat er wat voor terug komt. Veel groenbemesters.

Interviewer: Maar dat is wel allemaal, voornamelijk op langere termijn, je productievolutionen goede komt.

Participant 1: Daar maken wij ons op het bedrijf heel veel zorgen over, van hè, hoe gaat dit zo door. Daar zijn we wel mee bezig. Terwijl dit natuurlijk, waar wij nu hier zitten, dat is poldergrond. Het is ingepolderd, dit is 250 jaar terug ingepolderd, en onze jongste polder is in de oorlog ingepolderd, die zit hier natuurlijk tegen de zeedijk aan, dat is dus jonge grond, daar kan alles, net als in de polder. Maar we weten ook dat, in de polder, dat het hard achteruit loopt. En dat moet je dus zien te voorkomen, dat je hier over twintig jaar nog wel wortels en uien en aardappels kan verbouwen.

Interviewer: Oké. Even over de voorlopers, en zeg maar de partijen die wat later innoveren. Je zei van in de Noordoostpolder bijvoorbeeld lopen ze nog wat meer voorop dan hier, maar hoe is het hier in de regio? Rekenen jullie jezelf wel tot de voorlopers?

Participant 1: Ja. Ja, ik denk het wel. Ik denk wel dat wij... Wij zijn niet de allereerste, want dan steek je heel veel energie in dingen waarvan je nog niet zeker weet of het gaat werken, dat doen we bewust niet, dus we zijn geen trendsetters, maar we zijn wel in bepaalde dingen zijn we hier, niet om op te scheppen, maar we zijn wel de eerste die met drieassers reden, we zijn de eerste die met rupsen beginnen, we zijn de eerste met een zesmeter frees, met minder bodembereik, nou ja, pootmachinebesturing, waren we een van de eersten mee, bovenoverploegen, met zakkenaanhangen, de eerste van de normale boeren die dus een man bespaart die dat werk doet. We zijn wel bezig met dat soort dingen, maar niet dat we, waar we wel mee bezig geweest zijn de laatste jaren is om zonder kopeg wintertarwe te zaaien, daar zijn we ook mee aan het experimenteren geweest, zo komen we ook op die zaaimachine, ja, dat zijn wel dingen. We hebben dus die Zetor-trekker gekocht voor 95, drie liter, om de grond helemaal aan te drukken, dat zijn wel dingen die doet de gemiddelde boer niet. Dus ik denk dat je in dat opzicht wel een van de innovatievere boeren bent zeg maar. Maar het is geen wedstrijdje, elk bedrijf moet gewoon zorgen dat ie geld verdient, en doordat je veel zaait en veel, kun je dat ook doen, we hebben ook een aanaarder gekocht om de aardappels niet meer aan te frezen maar gewoon aanaarden. Kijk, en wij konden zo'n ding komen, want we hebben 60 bunder grond waarbij dat sowieso wil. Dus die frezen we niet, en de rest wel. Een bedrijf die 40 bunder aardappels heeft, en die twintig of tien bunder, hè, die koopt niet zo'n ding, en die heeft ook gelijk want dat is veel te duur. Dus dat zijn allemaal dingen.

Interviewer: Het moet wel binnen je mogelijkheden passen, het is geen prestigestrijd.

Participant 1: Nee, en wij gaan ook rekenen als wij iets doen. Je gaat ook rekenen van hè, wat kan, en het is inderdaad geen wedstrijd, wij doen het zo, en wat een ander daarvan vindt, ja, helaas pindakaas. En we zitten wel, dat moet ik wel, ondanks, we hebben hier natuurlijk altijd veel werk, we proberen wel te kijken wat er speelt, ook, nou ja, ik ben zelf dan namens het bedrijf en ook namens mezelf actief op twitter, daar volg je heel veel van anderen, boeren vooral, maar we gaan ook wel naar beurzen en daar proberen we wel

tijd voor te maken, en je spreekt, doordat je ook wat een interessante partij bent voor heel veel dealers en heel veel fabrikanten spreke je ook heel veel mensen en dan word je ook elke keer weer op nieuwe ideeën gebracht.

Interviewer: Je zit wat dieper in het circuit dan de kleinere boeren.

Participant 1: Ik denk het wel, ik denk het wel. Plus dat mensen weten dat je veel investeert.

Interviewer: Dus ze komen naar jou toe.

Participant 1: Ze komen naar jou toe, jij hoeft niet elke keer naar hen toe. Ook wel, sommige bedrijven. Ze hebben een lijstje van bedrijven die eventueel geïnteresseerd zijn, en als je daar dan op staat.

Interviewer: Je wordt dan beter op de hoogte gehouden van nieuwe ontwikkelingen.

Participant 1: Ja, absoluut.

*[Een medewerker loopt de ruimte binnen en stelt een vraag aan Participant 1.]*

Interviewer: En voor de komende jaren, zijn er concreet dingen waar jullie zeggen van, nou, dat zouden we wel willen implementeren in onze bedrijfsvoering, maar waar het nu nog te vroeg voor is?

Participant 1: Dat is optisch sorteren, dat noemde je zelf al, er zitten bij jullie een paar voorlopers op dat gebied, voorlopers zijn soms dus ook doodlopers. Dat het niet werkt en dat het eruit gaat, en dat moet je ook niet willen want dat kost iedereen geld. Dat moet je niet hebben. Wij denken, optisch sorteren en precisielandbouw ook, maar daarmee, in de pootgoedteelt is het probleem eigenlijk dat, met sensoren door de lucht vliegen is geweldig mooi, maar pootgoed, het seizoen is er gewoon te kort voor. Want als je echt wat kan zien aan het loof, dat is begin juni, misschien eigenlijk zelfs dat ze het gewas dichtzetten is 21 juni, maar 21 juli gaan ze al dood. Dus de bemesting moet eigenlijk voor de tijd zijn.

Interviewer: Dus je hebt een heel klein window.

Participant 1: Dus je hebt eigenlijk, kijk met consumptie kun je wel duidelijk daarop sturen. Dat is ook wel bekend, en bieten zal ook wel gaan, maar biet is natuurlijk niet een gewas wat heel goed saldeert. Ja, wel een goede teelt, maar niet zoals pootaardappelen. In de pootaardappelteelt, eerst is men daar heel voorzichtig mee, en wij ook zeker.

Interviewer: Dan moet eerst de technologie verder doorontwikkeld worden zodat het z'n waarde bewijst.

Participant 1: Ja, plus dat is, het ene jaar doe je het zus en dan gaat het heel goed, en het andere jaar doe je het zo en dan gaat het helemaal niet goed. Met pootgoed. Dit jaar was onze zware grond het beste, en de lichte gronden slecht qua opbrengst. Normaal was het altijd andersom. Dus je kan wel iets doen, maar je weet helemaal niet of dat nou positief is of niet.

Interviewer: Nee, en die afhankelijkheid, dat speelt daarin dan een bepalende rol?

Participant 1: Jawel, ja. Kijk, ik denk dat als er een duidelijk plan is, of duidelijke gegevens dat iets enorm goed werkt, dan zijn wij ook een van de eersten die erin stappen. Maar dan moet er wel...

Interviewer: Zeker weten wat het rendement is, wanneer je het eruit hebt.

Participant 1: Kijk, om in de graanteelt zoveel geld te stoppen, dat heeft voor ons geen zin. Dat heeft voor

ons gewoon geen zin, dat moet je al doen om je bodem homogener te krijgen, dan heeft het misschien wel zin. Dus ja, dat zijn allemaal, en ja, verder zien wij nog wel meer in de arbeidsverlichting, we hebben behoorlijk ingezet op gesloten pootgoedteelt, dus miniknollen en proberen zo weinig mogelijk selectiewerk. Dus dan heb je wat hogere kosten, maar wel beter product waar je eigenlijk ook niet meer in hoeft te selecteren. Nou ja, dat zijn dingen, en dat gaat goed. Onze spuit hebben we uitgerust, die is wel klaar voor precisielandbouw, die hebben we uitgerust met een paar dingen dat je toch weer wat minder middel kan gebruiken, dat is nu ook met die nieuwe techniek, het spuiten, eigenlijk vaak mee bezig is, dat volgen we ook.

Interviewer: Dat je het efficiënter kunt doseren.

Participant 1: Ja. Dat volgen we wel, maar ja.

Interviewer: Maar dat het ook nog te vroeg is daarvoor.

Participant 1: Ja. Dat is dus bij ons wel zo, het moet eigenlijk wel praktijkrijp zijn, anders is het eigenlijk niet interessant.

Interviewer: Oké, en al die drijfveren en barrières tot het wel of niet doorvoeren van een zekere innovatie, is dat door de laatste jaren heen veranderd? Stonden jullie daar tien of vijf of twintig jaar geleden anders in dan nu?

Participant 1: Ja, heel anders. Omdat het bedrijf behoorlijk gegroeid is de laatste tien jaar, maar ook omdat, dat klinkt heel cru, maar ook omdat er de laatste jaren heel veel geld verdiend wordt. Kijk, als er geen geld te verdienen is, is dat het eerste waar je mee stopt. Dan ga je het niet meer doen. Er moet wel geld zijn om iets mogelijk te maken.

*[Een medewerker loopt de ruimte binnen en stelt een vraag aan Participant 1.]*

Participant 1: Ja, dat is wel veranderd, er moet gewoon geld zijn. En als het dan goed gaat, en je bedrijf groeit, dan creëer je ook weer mogelijkheden om daar wat op te zetten, en plus, dat is een punt waar we het nog helemaal niet over hebben gehad, dat is de beschikbaarheid van de arbeid, die wordt gewoon lastiger. Ook in dit gebied. Goede mensen vinden, en we hebben het nu over innovaties, maar om met innovaties te werken moeten mensen ook weer beter gekwalificeerd zijn, of in elk geval beter zijn.

Interviewer: Je kunt niet zomaar even de buurjongen op de bietenrooier zetten.

Participant 1: Nu ook met die kiepers, je kunt er niet iedereen meer op zetten. Vroeger kon je met 80 pk-trekker en 10-tons kieper, kon iedereen wel mee rijden, kwam ook wel goed. Die tijd is over. Dus je moet echt goede mensen hebben. We hebben nu iemand die ploegt met die rupstrekker, en ik verwacht ook van hem dat hij dus in de gaten houdt dat de rupsen niet aanslijten, en dat dit, en dat dat, en dat hij zorgt dat de ploeg op tijd gesmeerd wordt. Ik ga dat niet elke dag tegen hem zeggen.

Interviewer: Nee, dat word je gauw zat.

Participant 1: Ja, en daar moet je wel voor zorgen, ook binnen een groter wordend bedrijf, dat mensen zichzelf kunnen redden. Niet dat ze zomaar wat doen, dus je moet wel altijd gesprekspartner blijven, je moet niet zeggen op maandag van ga maar ploegen en ik zie je vrijdag wel weer, dat moet je absoluut niet hebben, maar je moet ze wel kunnen vertrouwen en ze moeten zichzelf kunnen redden. Dus je moet ook een beetje, als wij een nieuwe trekker kopen dan vragen we heb je nog wensen? Als hij er vaak dan op zit, dan vragen we heb je wensen? We hebben nou een nieuwe heftruck gekocht en die jongen die erop zit vroeg om een extra dure stoel. Die stoel kost duizend euro extra, maar die jongen heeft last van de rug en ik

wil dat hij over tien jaar nog op de heftruck zit. Dus dan kan ik wel zeggen van ik geef die duizend euro niet uit...

Interviewer: ...maar dan heb je uiteindelijk jezelf ermee.

Participant 1: Dan heb je uiteindelijk jezelf ermee! En ik heb er niks aan als hij helemaal blij is met die stoel, dan heb iemand die veel beter om te gebruiken is. Dan verdien ik in tien jaar zeker die duizend euro wel terug. Dus het is heel betrekkelijk, je moet wel zorgen dat je zelf baas blijft, maar je moet wel een bepaald wij-gevoel creëren zeg maar. Dat vind ik zelf wel heel belangrijk.

Interviewer: Dus dat over alle werknemers van het bedrijf, dat de inspraak-

Participant 1: Nou, inspraak, kijk, je moet dat wel verdienen. Maar die jongens die hier al lang lopen, die veel vast werk doen, die moet je gewoon dat werk gunnen.

*[Er loopt een klant het kantoor binnen. Participant 1 helpt hem en het gesprek wordt hervat.]*

Interviewer: Personeelszaken dacht ik.

Participant 1: Ja, we hadden het nu over personeel.

Interviewer: Hoeveel man hebben jullie hier, behalve jullie zelf met vijf dan, fulltime in dienst?

Participant 1: Drie.

Interviewer: Drie.

Participant 1: Ja. Die zijn allemaal vrij jong, en dat gaat goed.

Interviewer: Die lopen ook al een tijd mee?

Participant 1: Ja, de meesten wel. Die jongen die net, met die muts op, dat was mijn broer. Maar die daarvoor, die was net in dienst. Die moet nu nog wat, deels wel ingewerkt worden, maar die andere jongens, die zijn, die ene is nu aan het ploegen, die werkt zes jaar bij ons, die andere tien. En die is 27, die werkt al tien jaar bij ons. Vanaf zijn zeventiende, die weet alles. Kijk, het is natuurlijk, aan de andere kant, een bedrijf wat een grotere omvang heeft, vraagt ook meer van de mensen, want het oogstseizoen duurt vrij lang en het werk is eigenlijk nooit klaar. 'S winters is het ook druk met sorteren en alles.

Interviewer: Dat is wel iets wat herkenbaar is volgens mij over de hele sector, dat je zeg maar, de mensen die in loondienst zijn, op welk bedrijf dan ook, dat dat wel mensen zijn die dan minstens... Ik ken er weinig die er korter dan vier jaar aan de slag zijn.

Participant 1: Nee, ik ook bijna niet.

Interviewer: Tenminste, in mijn leeftijdscategorie dan.

Participant 1: Ja. Dat klopt.

Interviewer: Nemen jullie op korte of lange termijn in overweging om misschien nog extra arbeidskracht aan te trekken?

Participant 1: Nee, niet zozeer, dat is niet een doel op zich. Als wij verder niet groeien, dan is dat niet, kijk,

dan moet er ook verloop zijn. We zijn vorig jaar een medewerker verloren, die is verongelukt, een jongen van 22, en een maand daarna ging een andere jongen van 22 met het bericht dat hij thuis aan het werk ging, toch, dat zou eerst nog een paar jaar duren, maar die is dus direct thuis gegaan. Dat zijn min of meer tegenvallers. Dat zijn dan, en toen kwam er een jongen, die al een jaar bij een loonbedrijf, die kwam toch weer terug, dus ja, dan... Maar het probleem investeren in mensen is gewoon heel belangrijk, dat de jongens dus op jonge leeftijd hier komen, dat ze meelopen, en dat je ook een keer zegt, en ik had het er vanmorgen met iemand anders over, ehh, nou dwalen we misschien wel af hoor, dat kan.

Interviewer: Dat maakt niet uit.

Participant 1: Ik had het er vanmorgen ook nog met iemand over en die zei, die was bij een boer weggegaan, want die mocht dan 's avonds niet ploegen, want dan kon de buurjongen goedkoper en die hoefde dan, in januari kon hij wel een maand thuis zitten, ondanks dat het een pootgoedbedrijf was, want er kwam een afgekeurd iemand, die dus in de bijstand zit, of afgekeurd is, weet ik veel, die kwam dan lezen voor een paar euro, zwart, hij zei maar ik zat thuis. Kijk, zo moet je niet met elkaar omgaan weet je wel? Dus ik ga echt niet zeggen tegen de jongen die nu op de ploeg zit, die kost bijvoorbeeld 22 euro, maar ik ga echt niet zeggen, die jongen die op school zit, onze stageloper, ga jij vanavond maar even en je krijgt vijf euro zo en klaar, bij wijze van. Dat doen we absoluut niet. Dat moet je niet willen, want je moet dus een beetje creëren dat mensen ook voor jou wat willen doen. En als ze zeggen, je kunt vanavond oprotten want er kan een goedkoper iemand op, dan is de werksfeer gauw weg.

Interviewer: Het is wat geven en nemen.

Participant 1: Dus het is wel geven en nemen, maar daar moet je wel wat voor terugkrijgen uiteindelijk aan de andere kant. Als zij dan zeggen van ik kan dan niet, ik wil dan niet, en bekijk het maar, weet je wel, dan is het ook gauw klaar.

Interviewer: Dus mensen zijn in die zin vergelijkbaar met bijvoorbeeld die trekker die jullie op rupsen hebben gezet-

*[Een medewerker loopt de ruimte binnen en stelt een vraag aan Participant 1.]*

Interviewer: – op kortere termijn kost het je misschien een paar centen, of ben je goedkoper uit, het is maar hoe je het ziet, maar op langere termijn heeft je bedrijfsvoering daar meer profijt van.

Participant 1: Absoluut. Ja, en je moet, kijk, dat is ook als je een groter bedrijf bent, als iemand bijvoorbeeld een kras ergens op rijdt, moeten die jongens daarvan balen. Want daar baal ik van, maar daar moeten zij ook van balen, zij moeten dan zoiets hebben van hé, wie heeft dat gedaan, waarom is dat, waar is dat gebeurd? En je moet niet denken van de boer betaalt wel. Dat is heel belangrijk. Dus als een van die jongens tegen me zegt van als je die trekker koopt dan wil ik er vloerbehang in hebben, dan krijg jij er toch een vloerbehang in, weet je wel. Dat zijn dingen, ja, wat kan mij dat schelen? Of, wat kan mij dat schelen, maar dat is echt een ondergewaardeerd punt in de landbouw, want landbouwonderwijs werkt ook niet helemaal mee, vind ik, over het algemeen.

Interviewer: Hebben jullie daar veel samenwerking mee? In de vorm van stagairs of zo?

Participant 1: Nou, het is nu wat beter, maar... Ik ken bedrijven hier in de buurt, en ik keur dat zelf helemaal niet goed, maar ik ken bedrijven hier in de buurt, die dus stagelopers uit het dorp niet willen hebben. Dus jongens van de middelbare landbouwschool, die thuis geen bedrijf hebben, komen daar niet te stagelopen.

Interviewer: Dat is...

Participant 1: Dat is niet goed.

Interviewer: Scheef.

Participant 1: Het is wel herkenbaar. Want wat is het probleem? Vroeger, als je bij het dorp aan het wortelrooien was, stonden er vijf, zes van die kleine jongentjes naar te kijken, want dat was geweldig. Tegenwoordig niet meer, want ze zitten achter de computer. Of ze reden met de skelter over het land om wortels te zoeken voor het konijn, of wat ook. Dat is over. Dus jongens komen hier met zestienjarige leeftijd, die hebben hun handen nog nooit smerig gehad. En dat is gewoon wel een probleem. Terwijl we ook wel jongens hebben van veertien, vijftien, die wel bij je willen werken, en wat wel goed gaat, maar je moet onderaan beginnen. Als je op zestienjarige leeftijd nog helemaal niks kan...

Interviewer: Dan kom je niet gelijk op de dikste trekker.

Participant 1: Dan kom je er niet meer tussen, nee, maar dan mis je dus wel twee, drie jaar in je ontwikkeling. Dus als je op je dertiende of veertiende al een keer met een bezem begint op zaterdagmiddag, en je mag een keer de heftruck even verzetten, een keer pallets verzetten, een trekker schoonspuiten, dan leer je dat. Je leert met andere mensen omgaan, dat vind ik zelf heel belangrijk. En dat soort jongens zien het werk ook, die leer je ook, als je met de boxenvuller in de schuur staat vol te draaien, dan leer je van die hele kleine dingen, kabel even goed leggen, als je de boel gaat verzetten, aardappels voor het wiel weg, dat soort dingen, het klinkt heel simpel en het is ook heel simpel maar ze moeten het wel even zien. Want als je elke keer tegen een jongen van zestien moet zeggen: doe dat even, doe dat even, doe dat even, ben je gauw zat van. Wat gebeurt er dan? Dan ga je niks meer zeggen. Dan vind je het allang best als hij zo in de hoek van de schuur staat, maar dan leert hij helemaal niks meer. Dus dan wordt het alleen maar erger, weet je wel? Dat is wel een probleem waar wij nu mee zitten. De jongens die hier nu lopen, die komen allemaal uit het dorp eigenlijk, die zijn allemaal op hele jonge leeftijd, waren ze altijd bij een boer, of bij een neef, of bij een oom. Altijd op de rui.

Interviewer: Dus allemaal wel een achtergrond.

Participant 1: Dus die zijn allemaal wel, die hebben altijd, en al heel jong hebben ze allemaal dingen geleerd, gedaan. Dus die zijn gewoon in het voor. En dat is wel iets wat je eigenlijk, ja, vanuit de landbouw, die jongens die thuis het bedrijf willen, wel, maar je hebt heel weinig aanloop meer, van familiejongens, buiten het feit dat, nou ja, er worden ook geen kinderen meer geboren natuurlijk. Vroeger had een gezin vijf of zes kinderen, en dan was er natuurlijk ook niet al te veel geld dus dan moesten ze wel, wat geld bijverdienen, tegenwoordig is dat niet meer zo. Ze hebben twee of drie kinderen, en alles kan. Dus, er is geen ouder meer die tegen z'n vijftienjarige zegt, ga maar tulpen koppen. Dat is goed voor je, dan kun je geld verdienen. Ze zeggen allemaal, hier heb je een tientje...

Interviewer: En zoek het maar uit.

Participant 1: Als ze zaterdagavond op stap gaan krijgen ze geld mee. Dat was twintig jaar terug niet aan de orde. Dan moest je toch echt zorgen dat...

Interviewer: Ik herken het, ja.

Participant 1: En dat is ook niet verkeerd, dat is alleen maar goed. Want dan creëer je dus dat ze dingen leren, ze leren met oudere mensen omgaan, ze leren een beetje hiërarchie, ze leren een beetje, ze leren afspraken te maken, op tijd te komen, want daar word je op afgerekend. En dat is heel belangrijk, en dat mis je tegenwoordig gewoon. Ja, dat vind ik zelf heel jammer. En dat is ook het probleem, niet alleen van de landbouw, maar ook voor... Kijk naar al die jongens die vrachtwagenchauffeur willen worden, van achttien, negentien, die vrachtwagenchauffeur willen worden. Die wisten allemaal al op hun twaalfde dat ze dat

wilden worden. Je kunt wel zeggen: dat is simpel. Nee, dat is een goede zaak, want die jongens wisten wat ze wouden. En die zijn er geïnteresseerd in, die zijn dat gaan doen. En met de landbouw moet dat eigenlijk ook meer zo. Nou ja.

Interviewer: Is dat misschien ook een van de redenen waarom jullie actief zijn op sociale media met de maatschap?

Participant 1: Wat ik gister uitlegde, dat is een jochie dat daarvan droomt, maar ik sta daar zelf wel achter. Kijk, in de landbouw is het natuurlijk ook een probleem, mensen zijn heel bang om op te vallen in wezen hè? Dus zo'n facebookpagina, heel veel mensen staat dat eigenlijk wat tegen. Er staan wat foto's van materiaal op, dat lijkt opschepperig, dit en dat. Aan de anere kant is het zo, als je een verhaal wilt vertellen, en als je dus mensen wilt laten zien wat je doet, en ook de mensen in het dorp een beetje feeling geeft, met van he, die weg is zo smerig, maar het kan niet anders, weet je wel? Dan zeggen ze vaak van: zo had ik het nog helemaal niet bekeken. Dus daarom moet je eigenlijk wel wat doen. Ik woon zelf, wij hebben ook een boerderij vlakbij het dorp, daar woon ik zelf, daar loopt een fietspad achterlangs. Als mensen mij aanhouden, zo van, dan ben ik hier mee bezig, oh nee, zo had ik het nog nooit bekeken. Dus, op social media, kom je die mensen niet te spreken, maar ze kunnen wel een beetje een idee creëren van hé, ja...

Interviewer: Hoe de vork in de steel zit.

Participant 1: Ja, ja, ja. Want als je mensen op een verjaardag of een feestje tegenkomt, die in de stad wonen, die een hoge studie hebben gedaan of wat dan ook, en dan zeg je van zoveel van het bruto nationaal product is landbouw-gerelateerd, dan zeggen ze hé, en van elk gemiddeld akkerbouwbedrijf zijn er zeven of acht gezinnen die ervan leven, dan zegen ze van hé, zo had ik dat nooit bekeken. Dat is toch wel belangrijk. Ja, het is ook belangrijk. Veertig procent, dat hoef ik jou niet te vertellen, maar veertig procent van transport op de weg, van het wegtransport is landbouw-gerelateerd. En dat is gewoon heel erg veel. En dan zeggen ze heel makkelijk: de landbouw moet in Nederland verdwijnen, maar dan kan heel Nederland de deuren wel sluiten.

Interviewer: Ja. Dus die beeldvorming-

Participant 1: Die klopt helemaal niet. Maar ja, social media...

Interviewer: Maar ik bedoel, het is meer voor de leuk dan dat het echt functie heeft misschien?

Participant 1: Ja, maar er zijn wel mensen die aan de hand daarvan eens vragen, van he, ja, zo gaat dat dus, en waarom gaat dat zo, en ja.

Interviewer: Het creëert wel interactie?

Participant 1: Een beetje wel ja. Kijk, en op twitter zit ik gewoon, op twitter ben ik gaan zitten om, daar zitten over het algemeen redelijk ondernemende of andersdenkende boeren op. Maar er zitten bijvoorbeeld ook biologische boeren op, en daar kun je gewoon wel van leren. Je kunt altijd wel zeggen van iedereen is stom, maar soms zie je ook dingen van hé, wat simpel, waarom doe ik dat niet zo? En dat is juist belangrijk. En je ziet dus, wat ik net ook al zei, kleinere bedrijven zijn vaak intern gericht, zo van, ik doe het zo, ik doe het al jaren zo, mijn opa deed het zo, en dat is goed. Maar bij grotere bedrijven zie je juist van hé, die doet het zus, of hé, waarom doet die zo? En dat mis je hier in de regio eigenlijk wel een beetje, dat je van elkaar kan leren. Want als ik dus zie dat bij mijn buurman iets goed gaat, waarom zou ik dat dan ook niet doen? Als ik zie als bij mijn buurman iets verkeerd gaat, dan weet ik dus dat ik dat niet moet doen. Of anders moet doen. Kijk, en dat is wel het mooie van bijvoorbeeld twitter. Er zijn nu ook mensen die bijvoorbeeld zeggen van: mijn uien staan slecht. Kijk, die mensen hebben door dat als ze een fotootje maken, en die zetten ze op twitter, als genoeg mensen dat doen, dat je stemming creëert. Van oh, die uien staan slecht. Maar als ik hier in het hok blijf zitten, of ik blijf hier ploegen en ik bel niemand en ik spreek

niemand, dan weet ik dat niet. Want ik kan daar mijn eigen keuzes ook, of ik mijn uien wel verkoop, of dat ik bijkoop, of niet, of wel, daar kan ik dus onderling dus ondernemersbeslissingen op baseren. Dus het is heel belangrijk te weten wat er bij een ander en wat er bij de rest speelt. Vind ik. En daar is zo'n facebookpagina, ik volg zelf ook facebookpagina's van mensen weet ik veel waar, dat als het iets tegen valt of dat als ik die peen zie, die peen zie ik grof, of die peen zie ik fijn, daar kan ik niet direct wat mee, want ik weet niet of het representatief is, maar je kunt wel een beetje beeld vormen.

Interviewer: Het is wel informatie die je her en der op een relatief makkelijke manier ergens vandaan kunt halen.

Participant 1: Ja. Ja. Het is heel belangrijk dat je in de omgeving, dat je plannen maakt en ook andersom, mensen komen hier ook wel eens, is dat wat voor mij, of is dat niets voor mij, ja, misschien wel, misschien niet, en andersom ook, als wij een idee hebben wil ik ook graag met iemand die dat al doet of zo over praten, want ja, is dat iets voor ons bedrijf, of niet, of wel, dat is gewoon belangrijk. En dan moet je jezelf wat lager opstellen, zeker als je innoveert moet je heel openminded zijn.

Interviewer: De persoonlijke instelling of persoonlijke mindset van iemand kan dan een obstakel zijn daarvoor?

Participant 1: Dat kan, ja. Aan de andere kant is het zo dat, dat is toevallig bij een aantal grote boeren, ook bij jullie in de buurt, daar wordt heel veel over gepraat hè? Kijk, en dat is wel een beetje jammer, want het zijn bedrijven die toch wel wat bereikt hebben, en aan de andere kant wordt er dan weer over gezegd, van daar zit vast geld van die in of van die, weet je wel, of wat doen ze nou weer, dit verkeerd...

Interviewer: Er is altijd geroddel.

Participant 1: En dat denk ik wel. Waarom?

Interviewer: Dat soort kantinepraat.

Participant 1: Ja, dat ja. En dat gaat over ons ook wel, ik hoor op een feestje ook wel eens van, die rooier van jullie bevalt niet want je had stortkegels. Weet ik niks van. Ja nee, je hebt twee schuren leegge??. Ik zei: die aardappels zijn allang opgezegd, die zijn weg. Dus ik weet niet wat je... Weet je wel? Dus dat is wat mensen graag horen, ook collega's. Dan denk ik van ja, wat jammer. Als een buurman toch pech heeft, als die een trekker in de sloot heeft dan zeg ik toch wat jammer voor hem, dat kost hem geld en het werk staat een halve dag stil. Daar heeft niemand toch wat aan? Er zijn ook mensen die vinden het schitterend. En dat is bij innovaties wel, dan hebben we het weer over innovatie, wel een probleem, dat er vaak heel veel over gepraat wordt, maar niemand weet duidelijk hoe het zit. Weet je wel? Dan heeft iemand wat nieuws, en dan zegt iemand van oh, dat is er allang uit, dat bevalt helemaal niet. Terwijl het juist wel heel goed bevalt. In het begin moet je even wennen, misschien dat dat het probleem is en wat ook, en dat is wel jammer, want dat verhindert soms innovaties.

Interviewer: Dat je het verkeerd gebruikt.

Participant 1: Ja, of dat het aan iets anders ligt.

*[Participant 1 wordt gebeld, hij neemt op en een kort telefoongesprek volgt.]*

Participant 1: Dus dat is... Tja...

Interviewer: Over het gebruiksgemak van verschillende technieken, hoe is dat veranderd in de loop der jaren? Want ik kan me voorstellen dat naarmate hoe meer high-tech het wordt, hoe lastiger het wordt om



mee te werken.

Participant 1: Nou, wij hebben het tegenwoordig juist allemaal wat simpeler. Aan de andere kant is het zo, als ik kijk hoe kinderen van drie, ik heb een zoontje van drie, maar die kan het weerbericht laten zien op die telefoon. Terwijl mijn vader van 64, die kan dat niet. En dat is natuurlijk een verschil, wij kochten twintig jaar terug een kistenvuller met touchscreen, een Miedema-kistenvuller met touchscreen, ik was toen dertien. Ja, toen was ik dertien. Dan kwamen wij uit school en zei mijn vader: hoe zat dat ook alweer? Wil jij eens kijken? En wij hadden dat zo klaar. En dat is nog zo. Kijk, wij gingen daar wel in mee, maar voor jongere kinderen gaat dat nog veel sneller, dus bedieningsgemak en computers enzo, je denkt heel logisch en je krijgt het wel klaar.

Interviewer: Als je er eenmaal in thuis bent.

Participant 1: Ja, dat is voor ons geen probleem. En het leukste, dat ben ik nog vergeten te vertellen in het hele verhaal, mijn broer die hier net binnenliep, dat is de machineman, die heeft MTS-landbouwtechniek gedaan, die is helemaal van de electronica, die is ook een machinefreak. Als wij een nieuwe machine kopen neemt hij het boek mee, en als hij dan tijd over heeft of op zondagmiddag of 's avonds een keer spit hij het hele boek uit en hij kan je alles vertellen. Plus dat je natuurlijk wel een beetje, dat is eigenlijk wel elke akkerbouwer, je bent wel een klein beetje een machinefreak.

Interviewer: Ja precies, maar dat speelt ook wel weer mee in de grootschaligheid van je bedrijf, dat je zo iemand ertussen hebt zitten. Die expertise dan.

Participant 1: Ja, die zoekt het uit, en kijk, dat scheelt gewoon. Dus we hebben bijvoorbeeld ook een medewerker die heeft zich helemaal in GPS verdiept, mijn broer ook, hem kan ik ook zo bellen. Ik ben er zelf ook wel handig mee hoor, ik heb er ook aardigheid aan, maar als er echt iets is waar eigenlijk normaal een monteur voor moet komen, dan kan ik hem of mijn broer krijgen, maar er hoeft eigenlijk nooit een monteur erbij. Eigenlijk nooit.

Interviewer: Dus dat scheelt je ook in de portemonnee.

Participant 1: Dat scheelt, ja.

Interviewer: Oké.

Participant 1: Plus, dat ook, die spuit dan, nieuw gekocht van het jaar, die heeft nou al vijfduizend manuur gespoten. Ja dan kun je ook wel een keer wat kopen zeg maar. Die vorige was tien jaar oud, die had zesduizend uur, ja, die hebben we gebruikt gekocht, drie jaar oud, die was vier seizoenen oud, zes seizoenen mee gespoten. En op 65 duizend euro afgeschreven. Dus dan rijd je gewoon ondanks je omvang heel goedkoop met zo'n ding, zeker als je dat per bunder gaat berekenen. Kijk, deze was veel duurder in de aanschaf, dus dat gaan we met deze niet redden. Als we deze op 160 of 180 afschrijven over tien jaar, dan hebben we helemaal niet duur gespoten over die bunders niet. En we doen nog een heel klein beetje loonwerk, mijn broer die had vorig jaar bij een, gister toevallig bij een andere boer wortels geroid met onze aardappelrooier, industriewortels, en bij een andere buurman vijftien bunder consumptie geroid. Ging met hun eigen niet. En nou wat vroege consumpties geroid, bij ???. Dus ja, we spuiten bij een ander bedrijf nog wel eens wat, uienrooien doen we nog wel eens bij een ander, dus al met al doen we ook nog wel, voor dertigduizend euro omzet in het veld, en met opslag ook nog zoiets. Voor anderen opslag, sorteren een beetje nog. Vroeger was dat meer, maar dat is gelukkig wat teruggelopen. Omdat ons eigen areaal gegroeid is, maar we doen nog wel wat erbij zeg maar. En dan kun je wel zeggen: waarom doe je dat? Dat is eigenlijk een goede, want wat je bij een ander doet blijft bij jezelf liggen, want hier moet nog heel veel schoon en moet op het moment nog heel veel gebeuren, maar aan de andere kant is het zo: in een slecht jaar blijft dat. In een slecht jaar kun je die factuur wel sturen voor het opzakken. En dan komt er wel

bruto geld binnen zeg maar, het is geen winst maar er komt wel wat extra binnen. Plus als je 's avonds op de bank zit verdienen je ook niks.

Interviewer: Nee, dat is ook zo.

Participant 1: Dat is maar net hoe je het bekijkt.

Interviewer: Als je tijd over hebt...

Participant 1: Nou, dat zeg ik niet...

Interviewer: Of tijd overhebben, als je je tijd nuttig besteedt houd je ergens anders wat over en of dat tijd is of geld in dit geval.

Participant 1: Ja, en dat creëer je dus ook, dat werk komt je op den duur ook een beetje aanwaaien. Van het jaar was het een hele mooie herfst, maar toch heb je nog 25 bunder bij een ander gerooid, en nog wat wortels bij een ander gerooid, terwijl eigenlijk het weer helemaal niet een spelbreker was. Dus dat heb je puur gedaan omdat je zo'n machine hebt. Dus, wij kopen hem absoluut niet voor een ander, maar als je dan toch in een jaar dat je wat tijd hebt, als het weer mooi is wat kan meepakken, dan is dat prima. (Pauzeert) Ik voorzie wel in innovaties, of ik voorzie, ik voorzie, ik zal je een mooi verhaal vertellen. Ik heb elf jaar geleden heb ik bij PPO stage gelopen in Lelystad. En daar was een onderzoeksbedrijf, en ik moest op precisielandbouw onderzoek doen, op allerlei projecten. Wij dachten toen, of we dachten daar, van hé, GPS is hartstikke leuk, want we gaan straks variabel mest strooien, we gaan variabel dit, we gaan variabel poten, we gaan variabel kunstmest strooien, binnen drie jaar doet elke boer dat. Maar recht rijden, dat is veel te duur. Dat dacht dus Wageningen, die dacht dat, en ik, en iedereen dacht dat. 't Is juist andersom gegaan. Dat bleek dus, er waren toen wel een paar voorlopers op precisielandbouw, maar het was gewoon helemaal nog niet klaar. Nu zie je juist dus, iedereen rijdt recht, en verder doen ze er niks mee. Dus zo gek kan het helemaal gaan, dus die innovatie op het gebied van precisielandbouw heeft eigenlijk stilgestaan. Want toen was er al een sensor op precisielandbouw, toen was er al opbrengstmeting, dat is al twintig jaar leverbaar op de combine. Het komt nu links en rechts, maar niemand doet er wat mee daadwerkelijk. Het gaat nu wel hard, maar ook loonwerkers zijn niet bereid te investeren en boeren hebben de middelen niet om daar op grote schaal geld in te steken. Dus dan vervolgens zijn de mogelijkheden er wel, maar de randvoorwaarden nog niet om dat op te pakken. Dat was heel grappig, want toen zaten we van dat is zo klaar, het levert geld op en dat kon je allemaal zo uitrekenen. Je kon zo uitrekenen dat het uitkon.

Interviewer: Maar het liep wel anders.

Participant 1: Het liep honderd procent anders. Dus zo gek kan het gaan. En dat is met heel veel zo, met kiepers ook, we hebben drie van die grote kiepers. Dat is een heel simpel rekensommetje en iedereen zei: je bent gek. Wie steekt nou zestigduizend euro in een kieper? De kiepers zijn nou negen seizoenen oud en we konden twee jaar terug ze inruilen, dan boekten we vijftienduizend af. Kregen we er nog vijfenveertig voor. Ten eerste heb je dan niet duur gereden, ten tweede, we zitten in een vrij grote straal om het bedrijf heen, anders moetsen we met vijf trekkers, dus vijf man, vijf trekkers, vijf kiepers, wel goedkopere kiepers, maar je moest wel met z'n vijfen rijden, nu rijd je met drie, nu is het allemaal strak, simpel, duidelijk. Terwijl iedereen zei: die mensen zijn gek.

Interviewer: En als je een rooier hebt met een bunker capaciteit die het aankan.

Participant 1: Ja, dat gaat goed. Dat zijn allemaal... Maar ja, we zullen zien waar het op den duur heen gaat, dat denk ik, dat arbeidsbesparing blijft een hele belangrijke en precisielandbouw ook. Wij gaan ons bedrijf daar zeker wel, zeker optisch sorteren, ik denk dat dat de volgende stap is, alleen dat is hetzelfde verhaal, dat ligt eigenlijk ook al acht jaar nagenoeg stil. Er zijn eigenlijk geen ontwikkelingen in op dit moment.

Interviewer: Maar goed, het kan opeens heel hard gaan.

Participant 1: Ja, dat is het, dat is het.

Interviewer: Want hoe meer het gebruikt wordt, hoe efficiënter je het ook kunt doorontwikkelen.

Participant 1: Ja, ja. Nu zitten we nog vast en heeft iedereen zo'n verhaal van het gaat er ergens uit, en het werkt niet, en het heeft geen capaciteit, ja.

Interviewer: Dan begint het ook niet.

Participant 1: Nee, dan gaat het ook niet verder. Aan de andere kant, wij hebben nou die zakkenaanhangen, en het bedrijf dat dat ding bouwt die zei ik heb er slapeloze nachten van gehad, ik denk waar ben ik aan begonnen? Hij zei, ik had de tijd wel terug willen draaien. Uiteindelijk kwam het dan toch te lopen. De eerste ook, hij zei ik heb zoveel storingen gehad. Heb er nachten van wakker gelegen, toen begon het op den duur te lopen, en dan gaat het zo, maar het kost je gewoon vijf jaar van je leven. De aanhouder wint, zeggen ze. Maar dat stadium willen we bewust eigenlijk overslaan, het proefkonijn-stadium, dat moet je echt liggen. Als bedrijf en als mens. Plus, met sorteren kun je gewoon geen risico's lopen. Als die auto komt, moeten er aardappels in. Dan kun je niet zeggen: dat ding is stuk, kom volgende week maar weer. Dat is ook een hele belangrijke.

Interviewer: De betrouwbaarheid van het materieel.

Participant 1: Ja.

Interviewer: Ja, want hoe ingewikkelder de technologie... Kijk, als je hier iemand hebt met een technische achtergrond, dan kun je het nog op korte termijn oplossen in dit geval, ik weet niet waar jullie monteur zit.

Participant 1: Hier wel dichtbij, maar het meeste doen we dus intern.

Interviewer: Die moet dan wel tijd hebben, die moet hier dan naar toe.

Participant 1: Ja. En stilstand is dus ook iets wat je niet wil.

Interviewer: Oké. Ik heb volgens mij wel alles, alle info die ik wou hebben. Is er verder nog iets wat je zelf kwijt wil?

Participant 1: Nou, ik denk dat we alles wel gehad hebben. Het probleem met innovatie is gewoon: innoveren kun je op een bepaalde manier, en dat is misschien wel iets wat ik kan noemen, zonne-energie hebben we naar gekeken maar dat vinden we op dit moment niet... We hebben wel zo'n kleine vijftien-meter windmolen gekocht. We willen zo'n grote molen hier, maar we hebben voor een ander bedrijf, waar mijn broer woont, daar hebben we een kleine molen gekocht, en ook om zelf daar de stroom te produceren zeg maar. Daar zit voor ons meer muziek in als zonne-energie. Voor ons bedrijf in elk geval, en dat zijn wel dingen, of innovatief, dat gebeurt meer. Het zijn van die dingen, dan kijk je naar een ander, van hé, die doet dat en....

Interviewer: Kan dat bij ons ook?

Participant 1: Is dat, nou, kijk, en zo, ik denk dat het juist heel belangrijk is om op een positieve manier, ik denk dat dat in de sector eigenlijk te weinig gebeurt, om op een positieve manier van elkaar te leren zeg maar. Dat je ook een keer durft te zeggen van ik heb dit gedaan maar daar heb ik spijt van, dat zou ik niet weer zo doen. Of hé, en ook, je hebt veel bedrijven die willen wat van jou weten, maar zelf willen ze niks

vertellen. En dan doe je jezelf gewoon tekort. Ik denk dat openheid en eerlijkheid, en zeker als je zelf vrij ondernemend en vooruitstrevend in het leven staat, dan moet je gewoon durven te delen en van elkaar proberen te leren. Hier in de buurt was een LTO-voorzitter, en die zei op den duur van: als LTO dit en dat, en toen sprak ik hem op een open dag of zo en toen zei hij: we zijn allemaal concurrenten van elkaar. Ik zei: dan mag jij van mij wel stoppen als LTO-voorzitter. Dan heb je het volgens mij niet helemaal goed begrepen. Weet je wel? Zo wordt dus nog steeds gedacht, terwijl je allemaal in dezelfde pool zit, je zit bij de coöperatie, bietenfabriek, wij zijn geen concurrenten van elkaar. Want het beetje wat hier meer of minder geroid wordt... Als mijn buurman twee procent meer opbrengt heeft dan heb ik er echt geen cent minder om, weet je wel? En dat wordt helaas dus toch wel vaak gedacht. Dus ja...

Interviewer: Oké. Nou, volgens mij kunnen we dan wel afsluiten. Dan bedankt voor de vrijgemaakte tijd, en dan heb ik nog iets wat hier hopelijk wel in de smaak valt, kijk eens.

Participant 1: Kijk! Ik zal de koffie nog even pakken, dat zijn we helemaal vergeten. Had niet hoeven trouwens!

*Einde opname.*

## Transcript 2

*Voorafgaand aan het interview is toestemming gevraagd om een audio-opname te maken.*

Interviewer: Nou, top, dan leg ik hem mooi in het midden, dan hoop ik dat we beide wat verstaanbaar zijn, eh, 23 November, aan tafel met Participant 2A en ik wil je graag even vragen om jezelf even kort voor te stellen.

Participant 2A: Ik ben Participant 2A. Ik ben 24 jaar oud en sinds 2014 zit ik hier thuis in maatschap. Daarvoor heb ik agrarische bedrijfskunde gestudeerd aan de CHA Dronten. Gedurende mijn studie heb ik wat pioenrozen geteeld, dat is nou een beetje wat opgeschaald, dat heb ik samen met mijn broertje gedaan. Die hebben we in 2014 ingebracht in de maatschap en, ja... Wat wil je nog meer weten over me?

Interviewer: Nou, ja, dat was het wel zo'n beetje, laten we het hebben over het bedrijf, ik heb begrepen dat het een familiebedrijf is?

Participant 2A: Ja. Mijn opa is hier ooit eens begonnen op deze locatie, die heeft, op de site staat een jaartal, die weet ik ook niet uit mijn hoofd.

Interviewer: '55 uit mijn hoofd.

Participant 2A: Dat zou goed kunnen. Die is hier begonnen, die heeft hier toen wat varkens gehad en wat pootaardappels en wat andere dingen, toen is mijn vader, die is begonnen in de bloemen, met droogbloemen, [...], dat ging toen best wel heel goed maar de droogbloemen-periode stopte op een gegeven moment, dat was gewoon in één keer over zeg maar, en toen heeft hij ervoor gekozen om de lelies in te gaan. Toen hebben we heel veel geluk gehad dat we toen een man getroffen hebben, die had een vader zeg maar, die vond dat zijn broer het heel goed deed, hijzelf had een heel groot bedrijf in komkommers die hij zelf helemaal aan stukken sneed. Dat ging best wel heel goed, ik denk dat hij misschien wel twintig keer zoveel omzet maakte in winst als zijn broertje dat deed, maar toch deed zijn broertje het beter omdat hij lelies had, en toen dacht hij ik begin wel met lelies. Die man had op een gegeven moment meer vermeerderingsmateriaal staan dan gewoon bollen voor de verkoop, want het groeit hier bizar hard, en daar zijn wij in die jaren gewoon op meegelift. Gewoon niet te benauwd, elke keer maar ja zeggen en maar zien hoe het komt.

Interviewer: Het instappen in nieuwe dingen dat zit er wel in?

Participant 2A: Ja, dat zit er wel in, maar gewoon, nou ja, als je dat soort mensen treft zeg maar, daar lift je op mee. Die man begint met één bunder, een jaar later zegt hij doe er maar zes, en een jaar later zegt hij doe er maar 25. Dan ga je wel met hele sprongen vooruit, daar moet je wel in mee groeien. En als je het allemaal dan een beetje lukt zeg maar, dan gaat het gewoon hard.

Interviewer: Ja, op hoeveel bunder zitten jullie nu?

Participant 2A: We hebben nu ongeveer 100 bunder lelies, 30 bunder tulpen en 35-40 bunder aardbeien, en dan 25 hectare pioenen. Nog wat bieten, wat koren en wat mais.

Interviewer: Maar dat is voor de rotatie?

Participant 2A: Ja, ook meer, omdat we best veel land ruilen zeg maar, we moeten alles bij elkaar telen we zo'n 300 hectare, we hebben zelf maar 90 in eigendom. We moeten dan een hele hoek bijhuren. Als je dan hier in het gebied met een heleboel koeienboeren zit, vooral die kant op, dan moet je wel flexibel zijn in dingen, dus als je soms een beetje mais hebt, en zo'n man zegt van ik heb een beetje weinig voer, dan is van het jaar niet aan de orde, maar dan heb je weer een kaart in handen zeg maar, daar kun je wat mee ruilen, wat mee spelen.

Interviewer: Je kunt het altijd kwijt, als je er mais op zet.

Participant 2A: Nou, het is meer, als die man een probleempje heeft, kun je het voor die man oplossen, en dan doe je weer wat goeds voor die man, en dan misschien mag je een jaar later wel weer een bundertje meer doen.

Interviewer: Dus de focus ligt op lelieteelt en de meeste grond is niet in eigendom.

Participant 2A: 1/3 van de grond is in eigendom, de andere 2/3 niet. De focus, onze core business is lelieteelt, daar komt gewoon de meeste omzet weg. De aardbeienteelt is voornamelijk op contract, dus elk uurtje is een factuurtje, dat is met de lelies ook zo. Voor 70% is het op contract, er wordt gewoon per zoveel meter, bestaat een bedrag voor. Dertig bunder is voor onszelf. De tulpen zijn allemaal van onszelf, en de helft van de pioenen zijn van onszelf.

Interviewer: Kijken jullie in de nabije toekomst nog om meer grond aan te kopen? Of gaat het prima met deze constructie deel in eigendom/deel huren?

Participant 2A: Nou, we zitten wel zeg maar, op zich, eigen grond willen we wel graag in groeien, maar de laatste 7 jaar, elk jaar tussen de 6 en de 8 bunder grond gekocht. Dat houdt je wel kort.

Interviewer: Dat groeit stabiel, zeg maar?

Participant 2A: Dat proberen we wel te doen, ja.

Interviewer: Familiebedrijf, dus opa is begonnen, en diens kinderen hebben het overgenomen, en nu zijn jullie dan de volgende generatie. Verder nog ooms, tantes betrokken bij het bedrijf?

Participant 2A: Ja. De broer van mijn vader werkt hier in het bedrijf, die zit hier gewoon op de spuit en op de trekker. Dan hebben we nog een neefje, zijn zoon weer, die werkt hier ook op dezelfde manier. De broer van mijn vriendin werkt hier ook. Een achterneef werkt hier ook nog. Het is wel, het zijn allemaal wel mensen die we persoonlijk op een of andere manier kennen.

Interviewer: Het is dus geen gezinsbedrijf maar echt een familiebedrijf.

Participant 2A: Ja, maar er zijn ook mensen die daar niet bij zitten, buiten de familie om. Het is net een beetje hoe dat loopt. Het moet wel een beetje klikken zeg maar.

Interviewer: Ik las dat jullie acht mensen vast in dienst hebben?

Participant 2A: Ja.

Interviewer: En daarnaast seizoenswerkers? Want ik kwam hier het terrein oplopen, ik zag wat Poolse kentekens staan.

Participant 2A: Op het moment lopen we hier met 12 Nederlanders ongeveer, en zeg 25 Poolse medewerkers.

Interviewer: Maar die zijn niet het hele jaar door actief?

Participant 2A: De meesten beginnen, 15 man zitten hier gemiddeld van half februari tot aan kerst. Die hebben we ook vast op papier zeg maar.

Interviewer: Nou, prima. Jullie zijn het enige bedrijf dat in de bloemeteelt zit hier in de regio, of zijn er meer?

Participant 2A: Nee, er zijn hier wel een stuk of acht, negen lelietelers. Er zijn nog wel een paar bloementelers. Er zitten wel veel meer bedrijven hier in de regio.

Interviewer: Hoe is de samenwerking daarmee, onderling?

Participant 2A: Heel flexibel, we zijn allemaal wel open en eerlijk naar elkaar. Echt concurrenten is het niet, we proberen samen wel verder te komen hier in het gebied.

Interviewer: Zijn jullie groter dan de meeste bedrijven, of ontstijgt jullie bedrijfsgrootte het gemiddelde van lelietelers?

Participant 2A: Er zijn er wel een paar kleiner, er zal er ook wel eentje meer lelies hebben. We zijn wel het breedste bedrijf qua producten. Dat dan weer wel ten opzichte van de meeste lelietelers. Gewoon een beetje normaal, klein beetje richting groter misschien als gemiddeld, maar niet de grootste.

Interviewer: Maar niet dat je een monopolie hebt.

Participant 2A: Nee, helemaal niet. Dat is zeker niet het geval.

Interviewer: Die samenwerking ertussen, heb je daar misschien een concreet voorbeeld van, hoe jullie dan elkaar helpen? Is dat met machines of met informatie of?

Participant 2A: Van alles en nog wat. Als wij hier een verreiker stuk hebben zeg maar, en ik vraag een collega: ik moet hier even een verreiker hebben, of ik moet even dit, dan kan ik die negen van de tien keer ophalen als ze hem even niet hoeven te gebruiken. Als ze een frees nodig hebben halen ze die hier op, van alles qua machines wel. Maar ook als ik met m'n spuit weg moet en ik heb toevallig twee liter van een bepaald middel tekort, dan kan ik die daar vaak ook wel even ophalen, als ik het weer terugbreng. Ook qua markt informatie, tuurlijk praten we wel met elkaar, hoe het een beetje gaat en wat iedereen z'n gevoel erbij is. Op allerlei fronten is het wel.

Interviewer: Die vertrouwensband is wel groot en door die interactie houd je die ook groot?

Participant 2A: Ja, maar die is wel per bedrijf verschillend. Met de een kun je beter mee als met de ander.

Interviewer: Ja, helder. Hoe lang denk je nog dat je ouders doorgaan met het bedrijf, of op termijn komen die wat meer op de achtergrond en dan zullen jij en je broer wat meer op de voorgrond treden.

Participant 2A: Nou, wat we nou een beetje doen, mijn moeder doet al het kantoorwerk, en mijn broertje doet de mechanisatie. Die doet alle machines bijhouden en repareren en doen. Mijn vader en ik moeten de rest een beetje regelen zeg maar, de normale organisatie, wat er op de dag gebeurt, ook qua land en al het contact met handel, dat soort spul zeg maar. Mijn vader en moeder doen op het moment de meeste handel nog. Over het algemeen doe ik het meeste de jongens een beetje aansturen, wat er overal gebeurt. Dat is redelijk uitwisselbaar. Als hij een dag weg moet, of hij moet een dag ergens met iemand praten, gister was ik in Hongarije, gister vloog ik terug zeg maar, dan doet hij dat allemaal zelf zeg maar. En andersom, als hij eens even weg is doe ik dat allemaal zeg maar. Dat is een beetje hoe we die rolverdeling hebben, nou is het wel zo, mijn vader is 49 en mijn moeder is 47. Mijn vader zei altijd: als ik 50 ben houd ik ermee op, maar hij vindt het nog veel te leuk. Dus hij, ik denk dat hij de komende vijf jaar wel een beetje zo doorgaat en dat het dan wel langzamerhand deze kant op gaat. Mijn vader gaat wel, eerder zeg maar ging hij ook niet weg, 's

middags om een uur of vier of vijf, maar nu gaat hij wel eens een keer kleiduiven schieten of eens wat leuks doen. Hij durft er wat meer bij weg te lopen. En dat zal steeds erger worden.

Interviewer: Ja, ik ken weinig boeren die in één klap ophouden, want ja.

Participant 2A: Ja, dat kan ook niet. Er gebeurt hier best wel wat. Ik red het ook niet in één keer om het allemaal direct goed te doen.

Interviewer: Tuurlijk, daar moet je ook in groeien.

Participant 2A: Ja.

Interviewer: Oké. Wat kun je vertellen over de manier waarop jullie hier bij de maatschap tegenover het toepassen van nieuwe technieken staan?

Participant 2A: We staan er altijd wel voor open, we worden er ook wel redelijk toe gedwongen, als je nou de laatste tijd kijkt hoeveel tijd er op gewasbescherming is, helemaal in dit gebied, hier is toch een beetje de bollenboos, heb je misschien ook wel eens wat, die zit hier misschien een paar kilometer verderop, die is gewoon persoonlijk zich op ons bedrijf aan het richten hebben we het gevoel. Dat is gewoon [...]. Dus ja, daar zijn we wel druk mee bezig, dan praat je op allerlei fronten, we zijn nu bezig met een middel als QUAL. Ken je dat?

Interviewer: Dat zegt me niks.

Participant 2A: Dat zegt je niks. Dat is een middel, antidriftmiddel, dat is heel apart zeg maar, als je begint te gieten en je trekt het kannetje weer omhoog dan blijft het doorstromen. Dat is heel bizar.

Interviewer: Ik heb het nog nooit meegemaakt.

Participant 2A: Dat spul moet dus drift verminderen, daar zijn we dan eens wat proeven mee aan het doen. Maar ja, voor ons heeft een hectare lelies die het een beetje goed doet, die heeft een omzet van tussen de 50 en 70 duizend euro. Als je daar een middel op spuit wat denk dat je goed is maar na vier jaar kom je erachter dat het niet goed is, voor een virus of verandering, want daar gaat het wel om. Om risico's, daar zijn we best wel voorzichtig mee om eens wat te proberen. We geloven er wel in, maar je doet het wel, principieel doen we het een jaar, dan volg je de partij wat langer, kijk je ernaar wat er precies mee gebeurt, we zitten nu met een nieuw virus, Plam-V. Dat is een virus dat mechanisch overgebracht wordt, voornamelijk door contact met water. Dat virus moeten we op een of andere manier de baas worden. Nou hebben we een aquabreder, dat is een machine die sorteert de lelies, daar kunnen we straks wel even bij kijken. Die knipt op een gegeven moment de wortels eraf. Dan krijg je van die sapstromen, wat uit die bol gaat, en die zouden dat virus kunnen overbrengen. Nou doen we dus, dat water zeg maar, van de laatste machine die ook die wortels eraf knipt, doen we op vers water en dat lozen we in de sloot. Maar het wordt nu gewoon een beetje door de vingers gezien, maar we moeten er straks wel een oplossing voor hebben. Nou zijn er mensen die zijn met cleanlight bezig, dat is een UVlamp, maar we geloven daar niet in omdat als we verder vragen naar andere bedrijven die op dezelfde techniek bezig zijn, die zijn gewoon, water, met een klein beetje verontreiniging van ijzer, daar kom je met de UV-installatie al niet zo in. Als wij gaan vergelijken wat die mensen zeggen, en wat voor intensiteit van lamp die moeten hebben. Dan komt het met dat andere apparaat niet helemaal uit de voeten. Dus we zijn er nu mee bezig om zo'n apparaat te krijgen die dat wel voor ons kan verzekeren dat dat goed is. Dat virus, de mensen die de bollen kopen willen het liefste gewoon nul [...] van 0,4 naar 2-3 procent, dan kun je die partij op de porriehoop gooien omdat ze die bollen niet meer willen hebben. Als de markt dan meezit dan zullen ze het nog wel een keer doen, maar als er dan net even te veel bollen zijn, dan is die partij de laatste die aan de beurt komt. Die risico's moet je op een of andere manier indammen. Daar zijn we dan eens wat mee bezig. We hebben wat, zo zijn we ook wel met



andere technieken bezig. Kale schubben, dat zijn lelies, die pel je uit elkaar en alle schubjes plant je weer in de grond, die activeer je dus grotendeels op basis van warmte. Dan proberen we die heel ondiep te planten. Dat spul staat twee jaar op het land, het eerste jaar wordt het een bolletje en het tweede jaar groeit hij groter. In het tweede jaar wil hij graag een klein beetje dieper, en ook heb je als je meerjarig teelt, krijg je op een gegeven moment poteritissporen, die vallen weer op je grond. Die sporen hebben direct weer een infectiekant zeg maar, voor het volgende jaar, want die sporen schieten al het ware die dingetjes, die sporen weg, die komen net weer aan de onderkant van het blad waar je dan ook al niet zo goed bij komt, die maken direct weer schade in het begin. Dat is altijd een moeilijke periode, met nachtvorst en dan is het gewas ook zwak zeg maar, dat is een redelijk risico. Dus nou hebben we een machine bedacht die net weer een laagje grond eroverheen gooit, die de sporen bedekt en de bol iets dieper onder de grond stopt, en dat de paadjes dieper zijn zodat je meer waterbuffer krijgt voor in de winter. Dat zijn zo even drie dingen waar we de laatste jaren mee bezig zijn.

Interviewer: Dus jullie zijn wel happig op nieuwe technieken maar het proefkonijn-stadium is misschien niet aan jullie besteed, met het voorbeeld met de UV-lamp, met de aqua...

Participant 2A: Het ligt er een beetje aan hoe we het zien zeg maar, we kijken altijd een beetje naar wat is het risico, je moet het wel in verhouding blijven zien.

Interviewer: Je grootste bron van informatie zijn dan andere bedrijven in de regio?

Participant 2A: Of collega's. Als een collega iets doet zeg maar, die gaat iets proberen zeg maar, en dat horen wij, dan gaan wij dat niet doen. Als je met z'n allen hetzelfde wiel probeert uit te vinden, daar schiet je geen reet mee op. Als hij wat anders probeert, dan horen we dat wel weert en dan doen wij wat anders.

Interviewer: En die informatie die jullie inwinnen bij collega's, die achten jullie betrouwbaarder dan van de leverancier zelf?

Participant 2A: Ja natuurlijk, die leverancier probeert zijn product te verkopen. Die is altijd een klein beetje bevooroordeeld. Dat is altijd zo, ja. Over het algemeen zal er wel een kern van waarheid in zitten, maar je moet wel een beetje in blijven schatten wat wel of niet kan.

Interviewer: Wat voor je bedrijf wel of niet werkt?

Participant 2A: Ja. We hebben vorige week, was hier iemand die over water zeg maar, voor de spuitmiddelen zeg maar, dat een beetje beter, dat je pH een beetje beter, op een vlakker niveau krijgt, dat de waterdeeltjes [...] creëert, dat je een betere opname krijgt en dat de plant het later beter opneemt. Zoiets, daar staan we best wel voor open om het eens te proberen zeg maar. Zo'n man moet er wel aan mee willen werken. Als hij zegt: je moet dit kopen, [...] betalen zeg maar, en nog nooit ergens geprobeerd, ja, dan, hij moet er zelf ook een beetje achterstaan en zelf vertrouwen hebben en ook er financieel een beetje in willen zitten. Anders hebben we gauw het gevoel dat het praatjes zijn.

Interviewer: Dus de economische haalbaarheid, of het werkt voor je bedrijf, staat voorop.

Participant 2A: Uiteindelijk moet het op een of andere manier moet het zich terugverdienen, of het moet beter zijn op een of andere manier. Je kwaliteit moet omhooggaan, dat je daarom makkelijker handel doet of iets. Er moet ergens een verbeterpunt zijn, anders doe je het niet.

Interviewer: Hoe is het contact tussen de leverancier en jullie zelf? Is dat meer van de kant van de leverancier of stappen jullie ook naar een fabrikant toe van hé, we lopen hier tegenaan, we zijn op zoek naar zo'n en zo'n oplossing, hebben jullie daar iets voor?

Participant 2A: Zoals met die lamp zeg maar, zijn we zelf op zoek gegaan. Gewoon omdat we zelf het gevoel hadden dat het niet klopte. Dan gaan we zelf vragen bij andere mensen, hoe denken jullie erover? Gewoon een waterzuiveringsbedrijf eens gevraagd. Daar zijn we actief in gegaan, maar dat is een probleem waar we zelf mee zitten. Van kut, daar moet iets voor komen. Daar zijn we zelf actief achteraan gegaan. We zijn ook met een of andere bioloog bezig die zegt: ik heb hier een concept en ik kan tulpen en lelies biologisch telen. Nou ja, leg het maar op tafel en dan gaan we het misschien wel proberen. Dat doe je dan, net een beetje hoe dat loopt. Als je een groot probleem hebt gaan we actief op zoek...

Interviewer: En alles wat verder op je pad komt...

Participant 2A: Ja, daar ga je dan over nadenken, en dan denk je [...] zien we misschien wel wat in, het is een klein beetje, tja... De meeste dingen zijn eigen ideeën, en daar gaan we actief achteraan, of er komt iemand gewoon op je pad en die zegt ik heb dit, kun je er wat mee?

Interviewer: Want je broer zit in de mechanisatie, die neemt die grootste taak op zich, is hij dan ook degene die het sterkst van invloed is op dat soort beslissingen?

Participant 2A: Ehh, als het echt over machines gaat, je hebt zelf ook wel eens iets waarvan je denkt, dat staat me niet naar het zin, of weet ik het wat, laat ik dit eens zo maken of zo maken zeg maar, dat wel, maar gaat het over dingen over processituaties zeg maar, dat het over virus gaat of weet ik het wat, dan komt het idee vaak, we moeten er iets aan doen, komt bij ons weg. Als het niet te ingewikkeld wordt, als het vrij simpel opgelost kan worden, dan voert mijn broertje het vaak uit. Dat is over en weer.

Interviewer: Dus het speelt wel mee op een positieve manier dat je een groot bedrijf hebt dat je verschillende personeelsleden hebt die gekwalificeerd zijn op verschillende manieren.

Participant 2A: Ja, tuurlijk. Hier, een jongen bij de spoelerij, die heeft ook gezegd van nou, dan staat hij weer eens een jaar van nou dit kan net even beter al je het zo en zo doet. Dan geef je hem daar echt wel de ruimte in. Van doe dat lekker.

Interviewer: Dat is iemand die hier al langer meeloopt neem ik dan aan?

Participant 2A: Ja.

Interviewer: Daar hebben jullie veel mensen van? Hoe lang is de gemiddelde werknemer in dienst?

Participant 2A: We hebben hier, de jongen die hier bij de spoelerij zat loopt hier vanaf zijn 16e, die is hier al wel 16-17 jaar, mijn oom loopt hier, misschien wel 25 rond. Die andere neef misschien een jaar of 8-9, en dan nog 2 jongens en jaar of 4-5, en dan hebben we ook nog twee jongere jongens die lopen nu net een jaar tot een half jaar in dienst.

Interviewer: Dus over het algemeen zijn ze behoorlijk bekend met het bedrijf?

Participant 2A: Ja.

Interviewer: Dus dat speelt daar wel in mee?

Participant 2A: Tuurlijk. Het is gewoon, daar staan we wel voor open als iemand denkt: het moet eventjes zo, al is het maar een klein dingetje, van ik wil hier even een schrapertje of een plankje, doe dat lekker. Bij andere dingen, als hij zegt, ik wil dat op een andere manier.

Interviewer: Alleen maar goed dat je meerdere meningen hebt van mensen die weten hoe de vork hier in

de steel zit, wat wel en niet zou kunnen werken.

Participant 2A: Ja, klopt. Zie, en uiteindelijk ligt de beslissing wel weer bij ons, mensen die meedenken zeg maar, daar worden we wel vrolijk van.

Interviewer: Ik zag hier dit net ook liggen, dit is iets wat jullie dagelijks uitprinten? [weerbericht]

Participant 2A: Ja, elke dag.

Interviewer: En hoe helpt dit jullie in je bedrijfsvoering, of andere informatiebronnen die jullie gebruiken?

Participant 2A: Dit is net nieuw, het is overgegaan en iemand anders heeft het overgekocht, waar we mee aan het werk waren, hier zijn we iets minder over te spreken. In deze tijd van het jaar kijken we vooral naar de neerslag, nou is het gewoon allemaal 0, dan is er niks aan de hand. Mocht er nou in een keer staan dat er 70 millimeter komt op zaterdag, dan rekken we de dagen en dan gaan we 3-4 uur langer en zetten we meer voorraad in de schuur. Zoals hier staat de min/max temperatuur, als die naar -10 gaat of -5, dan doen we hetzelfde. Dat is de beslisvorm waar je hier naar kijkt. In de zomer letten we heel erg op de windkracht, gewoon qua spuiten, dat het niet kan. We letten ook op de bladnatperiode, vanaf wanneer kunnen we ongeveer weg, [...] gaan rijden, en ik kijk ook een beetje naar de werking van de middelen. Zie, hier zeggen ze bepaalde dingen over het middel, of het goed werkt in de middag of avond of iets. Als je zegt, het werkt niet, dan kun je net zo goed thuis blijven.

Interviewer: Zijn dit allemaal minnetjes of is dit geen data?

Participant 2A: Twee minnetjes is zeer slecht, minnetje is slecht, nul is gemiddeld, plus is goed, plus plus is zeer goed. Daar zit ook weer een beslisvorm, als het nou de hele week heel kut lijkt, dan ben je tevreden met een minnetje, en als het de hele week goed lijkt kun je beter op een moment aan de gang gaan dat het ook echt goed is.

Interviewer: Dus je stemt wel je planning daar op af.

Participant 2A: Ja. Met de natuur, je moet altijd...

Interviewer: Je bent altijd afhankelijk.

Participant 2A: Je bent altijd afhankelijk, je moet elke dag moet je flexibel zijn en een beslissing nemen op wat er komen gaat.

Interviewer: Hoe betrouwbaar is die info gebleken, in de tijd dat jullie ermee werken?

Participant 2A: Deze zijn we heel slecht over te spreken, deze is altijd veel te positief, die we hiervoor hadden waren we vrij content mee. Klopte altijd gewoon wel redelijk. Redelijk betrouwbaar.

Interviewer: Die oude maken jullie geen gebruik meer van?

Participant 2A: We hadden niet zoveel keus, want dit bedrijf, infoplaza, heeft weeronline gewoon overgekocht. Dus het abonnement wat we hadden, staat nu bij hun in het bestand. Dat is overgezet. Dus we zien het nog eventjes aan en anders gaan we op zoek naar een ander denk ik.

Interviewer: En meer van dit soort programma's verder?

Participant 2A: Buienradar kijken we qua weer nog wel een boel naar.

Interviewer: Werken jullie ook met CROP?

Participant 2A: Nee.

Interviewer: Oké. Dat is bij ons in de hoek wordt dat wel heel veel gebruik, dat is voornamelijk voor het spuiten, wanneer welk middel het meeste effect heeft, deze geeft je van -- tot ++, dus van 1 tot 5, en die geeft je tot 20, dus nog net even wat gedetailleerder, er zijn vrij veel mensen over te spreken, maar verdere systemen niet dus.

Participant 2A: We hebben er wel eens naar gekeken, maar het probleem is, ons gebied is van hier tot aan huis tot 25-30 kilometer die kant op en 25-30 km die kant op. De laatste paar jaar helemaal, er zitten zulke extreme verschillen in zeg maar, als je dan hier gaat bekijken of het wel of niet goed is, kan het hier heel goed wezen en 25 kilometer verderop heel slecht. Het is voor ons niet te doen om het per plek te gaan bekijken, en om dan te zeggen om 10 uur moet je daar zijn, om 11 uur moet je daar zijn, en vanmiddag om 4 uur hier en om 5 uur daar zijn. Dat is niet te doen. Zie, we hier alles in een straal van 5 kilometer om je boerderij hebt liggen, dan is dat allemaal een beetje hetzelfde, ons gebied is gewoon groter en dan zitten er best veel verschillen in. Dat is hetzelfde, we kunnen ook op aal gaan kijken zeg maar, we zitten best wel met penetrante aal, trichadoris aal zeg maar, dat ie best veel schade kan doen in onze lelies aan beworteling. Maar dan kunnen we elk perceel gaan monstereën, ik zeg boven de zoveel pp planten we er geen lelies. Maar als je, we moeten zoveel grond bij elkaar scharrelen, als je dan echt een harde grens zet van 100 pp, dan kun je net zo goed ophouden want dat vind je niet bij elkaar. Dan is het net, hoe scherp leg je die grens? Wij zelf, door ervaring heb je wel een beetje gevoel, op een hele lichte zandkop, en je hebt dan 200 pp dan heb je best veel schade, als er voor de eerste keer lelies staan zie je er niks van weer. Heb je een hoger humusgehalte, dan gaat het ook wel weer goed. Dan kijken we alleen de percelen op de grondlaag, de historie ervan, die percelen kijken we wat er ja of nee gebeurt. Op de andere percelen niet, daar slapen we alleen maar slecht van. Dat is met dit wel een beetje hetzelfde zo, als we de grens te hard neerleggen, dan is het veel minder te doen. Dat spuiten vinden we wel heel belangrijk, we hebben vier van die krengen op de dam, wat we in anderhalve dag moeten spuiten, pakken we gewoon het beste moment. Maar zoals van het jaar bijvoorbeeld gaan we echt wel een uur of twee uur te vroeg weg, gewoon omdat die omstandigheden [...], daarom kiezen we er ook voor om zo strak op zo'n plan te gaan zitten, nog een klein beetje op ons eigen gevoel omdat we het anders slechter doen vinden we. Deze kan het ook wel precies weergeven op de computer zeg maar, dan zegt ie ook wel een klein beetje wat op welke plekken ook precies doet per perceel, maar tot nu toe vond ik dat een beetje te ingewikkeld en niet praktisch toepasbaar.

Interviewer: Dus dat zou nog een verberpunt kunnen zijn, het gebruiksgemak van software in dit geval.

Participant 2A: Ja, ik vind het wel vaker zo dat de dingen in theorie heel mooi klinken, ik denk ook wel dat het beter kan zijn, maar het moet wel praktisch uitvoerbaar blijven, en dat is wel eens lastig. Als zo'n computer zegt: je moet daar om zo laat staan en hier om zo laat, maar als je toevallig een bepaalde lelie moet dit middel op, en een andere moet dat middel op, dat is niet elke keer gelijk. Dan rijdt ie van daar naar daar en dan komt ie weer terug, maar als hij dan ook nog daar rekening mee moet houden krijg je teveel dingen, en ik vind dat... We hebben het wel eens geprobeerd om daar meer naar te kijken maar dat doen we nog niet. Het enige wat we volgend jaar wel gaan gebruiken met betrekking tot gewasbescherming is een programma die zegt wanneer dingen wel kunnen en niet kunnen. Als jij zo vaak een middel spuit, dat het dan op een gegeven moment zegt: nou is het teveel. Dat gaan we wel gebruiken. We deden het eerst altijd op papier, en eigenlijk is de enige reden, papier is gewillig, dat kun je weggooiden en overslaan, en een computer daar kun je het inzetten en dan is het altijd terug te vinden. Daar gaan we wel mee aan de gang, maar dat is meer op gemak [...]

Interviewer: En dat systeem gaan jullie eerst nog testen?

Participant 2A: We gaan het op het nieuwe seizoen nog proberen, als het dan niet bevalt gaan we op de ouderwetse manier verder.

Interviewer: Je zorgt wel dat je altijd wat hebt om op terug te vallen?

Participant 2A: Ja.

Interviewer: Oké. En het vergroten van het gebruikgemak, en gebrek aan praktische uitvoerbaarheid, komen jullie dat meer tegen, bijvoorbeeld als je overweegt een nieuwe machine aan te schaffen?

Participant 2A: Machines over het algemeen niet. Die bioloog komt dan, die heeft dan ook met de maan en de dingenstand te maken, die zegt: maandag na drie uur mag je dat spuiten. Dikke prima, het middel komt hij brengen, maar dan maandag om vier uur. Dat soort dingen, die mensen die wel een goed concept hebben, want het idee geloof ik wel in, dat je net even het organisatorische stapje mist, dat komen we wel eens tegen ja. Dat is heel persoons- en bedrijfsafhankelijk.

Interviewer: Die persoonlijke organisatorische factor kun je vanuit je eigen bedrijf moeilijk uitsluiten.

Participant 2A: Dat is altijd zo, je moet elkaar leren kennen en leren hoe je met elkaar om moet gaan. Sommige mensen zijn daar heel onhandig in, sommige mensen zijn er heel handig en die doen het goed. Wij verlangen altijd wel van mensen die iets willen proberen wel activiteit van diegene, die moet er zelf achteraan. Die moet niet van ons verlangen dat hij hier een middel neerzet dat wij vervolgens ons er maar mee redden. Hij moet er wel zelf actief in zijn, en zeggen van je moet een beetje zo doen of zo doen, dan zeg ik wel of het uitvoerbaar is op die manier ja of nee, en anders kom ik wel met een alternatief. Hij moet niet denken: ik gooi het hier neer en succes er mee, ik hoor het wel. Dan zijn we er gauw klaar mee. Zo werkt het in mijn beleving ook niet.

Interviewer: Dan proberen ze in feite wat aan je te verdienen.

Participant 2A: Ja. Dat klopt niet, daar krijg je een slecht gevoel van. Als je iets op de markt wilt zetten moet je er zelf dicht bovenop zitten. Dat is voor ons ook zo, als wij een nieuwe soort hebben moeten we ook vragen was het goed, of [...], daar moet je ook actiever mee zijn, daar moet je naar vragen en dat wordt ook gewaardeerd als je dat doet. Bij ons is dat natuurlijk ook zo.

Interviewer: Er zijn ook collega's die dan naar jullie toe komen om te vragen; he, hoe doen jullie dit of dat.

Participant 2A: Ja, en andersom net zo. Als wij daar eens wat zien van hé, wat zijn ze daar toch aan het doen? Dan heb ik iets van: wat doe je daar, en waarom doe je dat?

Interviewer: En werkt het?

Participant 2A: En werkt het.

Interviewer: Of werkt het, werkt het ook zoals verwacht?

Participant 2A: Ja, dat dan ook. Het moet een meerwaarde hebben op een of andere manier, uiteindelijk. Het is soms wel eens lastig om dat te achterhalen, ook als je bij onze lelies bijvoorbeeld, die zitten meer dan 1000 dagen in een cyclus, dus voordat je weet of iets beter gewerkt heeft ja of nee is wel eens moeilijk te zeggen. Dan ben je heel lang onderweg.

Interviewer: Ja, en in welk stadium het effect het grootste is geweest.

Participant 2A: Ja, en soms is die heel duidelijk, we zijn ook met een paar druppelslangen bezig geweest ten opzichte van nachtvorst, voor ons in het voorjaar met tweejarige lelies is nachtvorst een groot risico. Die nachtvorst, als het kouder wordt dan -2, -3, daar krijg je gewoon schade van. Nou proberen we dus in principe dus altijd met beregenen de grond nat te gooien, dan neemt de grond warmte op en die geeft ie 's nachts vrij. Net een graad of anderhalf kun je winnen. Nou wouden we dat eigenlijk vergroten, dus we hebben bedacht dat we druppelslangen leggen in het gewas, en dan doen we elke keer bronwater van tien graden de hele nacht door, door de slangetjes heen. Dan breng je warmte in het gewas, en dan gaat het goed. Dat hebben we van het jaar voor het eerst geprobeerd, de eerste ochtend na de nachtvorst zagen we direct het verschil. De lelies waren in principe natgegooid op de ouderwetse manier, dus die ernaast stonden, maar de lelies met druppelslang waren niet wit van de nachtvorst maar die ernaast wel. Nou was het niet een heftige vorst, maar toch zagen we later in het gewas een verschil. Of de opbrengst in grond een verschil heeft gaan we toevallig vandaag bekijken, vandaag wordt er gerooid en dan gaan we kijken of er meer kilo's onderweg komen, maar op het oog zit er al een verschil in van 10-20%. Dat is best wel een boel, helemaal als je zegt dat een kilo plantgoed van dat soort 3 euro 50 is. Als je net van 50 kilo 4 kilo meer wint, dat is echt wel een plus. Dat is dan vrij duidelijk. Maar nou zijn we met die qual bezig, maar je ziet er gewoon niks van. Waar we bang voor zijn is virus, dat wordt allemaal 0 of 0,4 wordt het opgeplant. Als het van 0,4 naar 0,5 gaat meet je niet. Of dat nou door dat middel komt of door een andere factor komt, dat blijft een beetje gissen. Voordat je dat zeker weet ben je een paar jaar verder. Nou is het niet zo dat wij de enige zijn die dat proberen, er zijn meer mensen die er ervaring mee krijgen, maar je moet er toch even mee bezig. Hier in de buurt is er iemand met een wingprayer, daar heb je vast ook wel eens van gehoord. Die gebruikt dat nu in lelies, maar ook met Plam-V, door sapstromen, door mechanisch contact overgebracht. Wij waren er een beetje bang voor dat het slepen door het gewas ook schade zou kunnen doen. Nou zijn we het zelf nooit tegengekomen, want spuitsporen doe je in principe zelf ook door het gewas rijden met je trekker, daar konden we nooit verschillen in meten, maar toch zijn we er voorzichtig in. Het risico is gewoon heel hoog. Als je in 2017 straks de wetgeving krijgt, voor drukregistratie met de spuit, dan moet je een optie hebben. Iedereen spuit allemaal 2,8 maar die driftrealiserende doppen van 0,5 tot 0,8 ofzo. Er is geen boer die zich daar aan de regels houdt. Daar moet je ergens naartoe, we zijn er wel mee bezig om dat in de gaten te houden, dat we een oplossing hebben dat we het die kant op kunnen doen, of we voor een luchtzak kiezen of voor zo'n ding gaan kiezen. We gaan denk ik ook zo'n ding aanschaffen om zelf ook wat meer vertrouwen te krijgen dat het goed gaat. Doordat we contact hebben met die andere man.

Interviewer: Denken jullie dat jullie opvattingen met betrekking tot innovatie representatief zijn voor de hele bedrijfssector?

Participant 2A: Dat weet jij straks beter als ik denk ik.

[hahahahaha]

Interviewer: Er zijn onderzoeken geweest, en over het algemeen is het zo dat grootschalige bedrijven met hoogopgeleide boeren die nog jong zijn, of met toekomst in het bedrijf, dus met een opvolger, dat die het meest zijn geneigd zijn om open te staan voor het doorvoeren van nieuwe dingen. Volgens mij zijn er niet zo heel veel kleinschalige leliekwekers?

Participant 2A: Weinig.

Interviewer: Dus over de hele bedrijfssector garandeert dat wel een hoge mate van ontwikkeling?

Participant 2A: Ja, dat denk ik ook wel. De meeste bedrijven hier in de buurt zijn ook wel vooruitstrevend. Dat proberen we zelf ook wel te zijn, maar iedereen doet het toch op zijn eigen manier. De ene is daar heel dapper in, en die zegt dat doen we gewoon, en we zien wel waar het schip strandt. Ik denk wel dat wij een

beetje terughoudender zijn met dingen, we proberen altijd wel te kijken: wat is het risico als het niet werkt. Je moet geen risico's nemen waarvan je bedrijf in een keer om kan vallen. Dat kan natuurlijk wel. Als jij een middeltje gebruikt en je denkt dit is veilig, en je doet het in één keer en je spuit al je lelies dood, dan zijn wij er ook niet meer. Dat zijn dingen waar je voorzichtig mee bent. Maar een machientje zeg maar, wij hebben nou zo'n opbruggetje gemaakt, gewoon proberen, kijken wat er gebeurt. Het is niet zo dat ik in één keer twintig bedden doe, ik probeer dan een bedje of twee. Als je er echt vertrouwen in hebt zijn er ook mensen die zeggen ik doe alles. Dat doen wij niet.

Interviewer: Jullie werken meer met dat soort proefjes?

Participant 2A: Ja, zo links en rechts overal eens, van alles en nog wat, een klein stukje, maar ook wel met een middeltje of iets, misschien werkt het wel, laten we het eens proberen en dan zien we wel weer. Elk jaar doen wel iets met sygenta of met bayer of alletwee, die dan een proefveldje ergens aanlegt hier. Er zijn altijd wel gewasbeschermingsleveranciers, die willen wel een proefje doen. Daar staan we wel heel erg open voor, kom alsjeblieft hier, dan leer je nog eens wat.

Interviewer: Je zei net, kleine dingen kun je altijd proberen. Het moet wel z'n waarde bewijzen. Het risico moet zo klein mogelijk zijn. Hoe kun je die barrières verkleinen?

Participant 2A: Juist door wel het proefje zelf te doen, eerst zelf te zien wat er gebeurt, en dan pas geloven dat het waar is.

Interviewer: En die transparante informatie inwinnen van collega's.

Participant 2A: Ja, ook wat hun ervaring er mee is. Als zij er ook wat mee doen, dan moet je erover praten wat het verschil is. De ene keer geloof je er in één keer in, dan is het verschil heel duidelijk, een andere keer is het een heel klein beetje, daar maak je een beslissing van. Doen we het nog een jaar of doen we het niet?

Interviewer: Jullie zijn ook actief op de sociale media, facebook en twitter, met name twitter, zitten jullie daar ook op zodat jullie de ontwikkelingen in de gaten kunnen houden?

Participant 2A: Twitter vinden wij een heel mooi medium omdat je heel snel... Als er nou iets aan de hand is, gewoon op provinciaal niveau of op gemeenteniveau of er is ergens kritiek op, dan lees je dat. Op een of andere manier zie je dat heel snel. Als er een of andere wet ingevoerd wordt, of er is een gedeputeerde die erover twittert dan lees je dat direct. Daar komen we wel vaak dingen tegen waar we actief op inspelen, dat we zelf ook eens gaan bellen: volgens mij komt het niet goed, of komt het wel goed. Daar gebruiken we twitter wel een heleboel voor. Voor de rest, twitter vind ik wel steeds meer een zakelijk iets worden. Het medium is niet meer zo sociaal als dat het eerder was, het wordt steeds zakelijker gebruikt. Op zich is het daar heel mooi voor, de wetgeving, dat je dat allemaal een beetje makkelijk volgt wat er allemaal gebeurt. Je laat ook een klein beetje zien wat je aan het doen bent gedurende de dag. Maar of daar nou het effect in zit weet ik niet, waar wij dan het grootste effect in zien is dat we lokaal het meeste doen, we krijgen vanmiddag ook een damesvereniging of Diever ofzo. Die komen hier dan met twintig dames het bedrijf bekijken. Daar zien wij de beste resultaten in, het persoonlijke ook weer. Je gezicht laten zien in de buurt, een open bedrijvendag, of een buurtvereniging uitnodigen. Dat soort dingen zien we meer in. Het voetbal sponsoren, dat soort dingen zeg maar, dat werkt beter. Twitter heeft daar het minste invloed op denk ik. Facebook werkt eerder. De website doet ook wel een beetje. Op een of andere manier moeten ze daarnaar verwezen worden.

Interviewer: Dat je via facebook wel je bedrijf toont, je zichtbaar opstelt voor je omgeving.

Participant 2A: Je moet te vinden zijn.

Interviewer: Als je aan het rooien bent, en die weg is vies, dat je ook laat zien waarom die weg zo vies is en dat het even niet anders kan bijvoorbeeld.

Participant 2A: Ja, of je zet er een bord bij. We willen naar alle percelen toe, maar we hebben vaak van die borden bij het land staan, vooral op plekken dicht bij het dorp of die niet heel erg achteraf liggen, waar mensen langs komen, daar zetten we zo'n bord bij. Op al onze trekkers en machines zitten vaak stickers.

Interviewer: Dus jullie zijn herkenbaar.

Participant 2A: We zijn herkenbaar en we proberen ook bereikbaar te zijn. Het grootste probleem is dus, een bollenboos ging in het verleden de deuren langs. Die ging gewoon als jehova's getuige langs de deur, van nou, bij jullie achter huis komen lelies en jullie gaan dood. Dat werd gewoon bijna op die manier letterlijk gezegd. Er werd gewoon gezegd: je krijgt kanker, dat soort uitspraken werden gewoon gedaan. Komt die mans nou eerst bij ons terecht om te vragen of het waar is, of gaat hij op internet op zoeken. Op internet is alles te vinden tegenwoordig. Als je wilt vinden dat het kankerverwerkend is dan kan dat. Wil je vinden dat het niet zo veel kwaad kan, dan kun je dat ook vinden. Het is net wat je wil. Onze grootste kracht moet wezen dat de mensen eerst bij ons komen, dat wij ons verhaal mogen doen. We moeten niet al 1-0 achter staan. Wat er nu begint te gebeuren, zo'n buurtvereniging komt bij ons. Vervolgens zitten die lui in het buurthuis, en de helft is er niet geweest en de helft wel. Vervolgens zegt iemand die er niet was, zegt iemand: ik krijg nu lelies achter mijn huis, en ik ben er helemaal niet blij mee. Zegt die buurman: zoveel kwaad kan het niet, we zijn op het bedrijf geweest, alles wat hartstikke netjes. Die middelen enzo, ik heb alle verpakkingen gezien, het valt best wel mee. Die man durft z'n mond niet meer los te trekken. Maar moet hij het verhaal van ons horen, dat het niet gevaarlijk is, dan gelooft hij ons niet. Zegt de buurman dat, dan gelooft hij het wel. Want die man denkt: die man zegt altijd dat het geen kwaad kan. Als zijn buurman het wel gelooft, en hij zegt het ook, dan komt het heel anders binnen op een of andere manier.

Interviewer: Van een onafhankelijke bron neem je dus meer aan?

Participant 2A: Ja. Dat is vooral wat nu een beetje langzaam begint te komen. Heel langzaam wordt dat beter, maar als er ook maar iets misgaat, of er is iets negatiefs in het nieuws dan gaat het ook heel snel weer terug. Het komt te voet en gaat te paard.

Interviewer: Dan barst het weer los.

Participant 2A: Het ging wel ver hoor, hier in het gebied. Die bollenboos reed op een gegeven moment, ze zeggen van niet, maar ze reden op een gegeven moment met auto's door ons gewas heen. We weten vrij zeker dat ze dat zelf geregeld hebben, hadden ze iemand van GGZ, van daar en daar is het gewas en daar moet je even doorheen rijden. Dat soort dingen gebeurden gewoon.

Interviewer: Dat is triest.

Participant 2A: Ja, dat is triest ja, dat vinden wij. Elke twee maanden zitten we met de gemeente en een groep bezorgde bewoners om tafel, om te kijken wat hen nou gerust kan stellen. Dat gaat nog niet vanzelf.

Interviewer: Nee, dat moet groeien, dat snap ik. Ik zit even naar mijn puntjes te kijken, en we hebben ze zo'n beetje wel allemaal gehad. Wat is de volgende stap die jullie toe zouden willen passen?

Participant 2A: Binnen ons bedrijf?

Interviewer: Ja.

Participant 2A: Wij willen zelf een beetje groeien in onze eigen lelieteelt, gewoon meer bollen voor onszelf



doen in plaats van op contract. De tulpenkraam zit een beetje onderin de markt, die willen we upgraden, met dezelfde oppervlakte gewoon 50000 euro meer omzet te kunnen maken.

Interviewer: De productiviteit verder vergroten.

Participant 2A: Ja, dus effectiever worden daarin. In de pioenen zijn we heel hard aan het groeien, dat is een beetje waar ik mee bezig ben, ook om ze in het buitenland te laten groeien. Vooral in Hongarije, het gaat nu voor het tweede jaar daar, als het een beetje mee zit zijn we daar vroeger, als het een beetje goed groeien wil zien we dat wel zitten, dan levert zo'n bloem gewoon meer op omdat het een seizoensproduct is. En vroeg is er gewoon minder. Daar willen we meer heen als het goed gaat. Die Plam-V elke keer een beetje meer de baas te worden, er beter mee om gaan op allerlei dingetjes, het water moeten we mee aan de gang. Dat is een beetje waar we qua groei heen willen, gewoon financieel, en dan, tja...

Interviewer: Dus vergroten van perceel in het buitenland en hier kwaliteit van je product waarborgen?

Participant 2A: Ja, de kwaliteit van je product waarborgen en ook meer op eigen risico gaan doen. Meer eruit kunnen halen zeg maar. En dat sociale aspect, waar we heel erg mee bezig blijven. Er heel actief in zijn, en proberen juist wel mensen op je bereik te krijgen. Deze ruimte ook, als de gemeente wat wil, die vergaderen ook wel eens ergens anders, dat we die gewoon verhuuren.

Interviewer: Ja, want het ziet er allemaal keurig uit. Het is niet je standaard kantine gewoon ergens bij een boer eigenlijk, zoals ik het dan gewend ben.

Participant 2A: Dat willen we op die manier ook. Het gaat om de mensen die dat ook willen, als ze hier een keer willen vergaderen en je krijgt een keer twintig van die gemeentelid op je pad, die zien toch weer waar je mee bezig bent, ook al is dat niet de bedoeling van die vergadering, ze zien het wel. Ze hebben weer een gezicht, en je doet weer wat netwerk op. Dat proberen we wel. Ik denk ook dat meer bedrijven dat zouden moeten doen.

Interviewer: Het energie steken in positief contact met gemeente en beleidsmakers.

Participant 2A: Gemeente, beleidsmakers, maar ook omwonenden, je burens. Wij zijn nou degene van de lelieteelt hier in het gebied die alles op zijn dak krijgt, maar in principe is dat de grootste onzin. Als wij het verliezen, dan is de aardappelteelt aan de beurt. Die stoppen echt niet, omdat de lelies dan weg zijn. De aardappelteelt gebruikt dezelfde middelen, die stap is dan heel makkelijk. Zij mogen niet, dan mogen zij het nou ook niet meer. Ik denk wel dat heel veel bedrijven in de agrarische sector dat vergeten. Je kunt er nu makkelijker wat aan doen. Als we het geweten hadden waren we liever tien jaar eerder begonnen. Het is vreselijk van belang voor de hele sector.

Interviewer: Oké. En hoe zou je dat dan verder aan kunnen dragen onder de sector, zijn jullie daar actief mee bezig, dat jullie andere bedrijven aansporen van: wij doen zus en zo, en wij krijgen daar positieve reacties op, het heeft positieve invloed op onze eigen bedrijfsvoering.

Participant 2A: Ons verhaal, waar wij tegen aan lopen, dat vertellen we in ons netwerk. Alle boeren waar wij land van huren, die vertellen we dat wel. Wat ze er mee doen moeten ze zelf weten.

Interviewer: Zien jullie dan zelf dat ze ook actief worden?

Participant 2A: Sommige bedrijven wel, sommige bedrijven niet. Als je wat op social media doet in je eentje is er niemand die het opvalt. Als er honderd mensen zijn die het doen sta je opeens bovenaan op de een of andere manier. Als je je bedrijf op google boven bollenboos krijgt, en die staat niet meer op de eerste of tweede of derde pagina, dan vinden ze hem minder gauw, want ze kijken hem toch op de eerste pagina, of

twee drie dingen pas eigenlijk. Weet je die verder naar beneden te drukken, dan heeft het wel effect. Hoe meer bedrijven zich daarmee bezig houden, hoe makkelijker dat gaat. Het is echt niet zo dat je, nou ja, mijn moeder doet het meeste voor ons zeg maar. Die is er een halve dag tot een dag in de week mee bezig. Gewoon allemaal kleine dingetjes, gemiddeld weg. Het kost best een boel energie, al zouden ze allemaal maar een kwartiertje per dag wat doen, dan doe je al veel meer. Het is helemaal niet moeilijk om iets op twitter te zetten of op facebook. Stiekem doet het wel wat. Gewoon vragen zo'n buurtvereniging, kom eens bij me kijken. Doe het maar gewoon. Het is hartstikke leuk, je krijgt vaak alleen maar positieve reacties. Je hebt er vaak wel iemand bij zitten die het niet doet, maar wij denken wel dat het in de toekomst een steeds grotere rol gaat spelen in de agrarische wereld.

Interviewer: Denk je dat de schaalvergroting van de bedrijven daar ook een rol in speelt?

Participant 2A: Ja, als je op de media zo kijkt, wat er nu gebeurt, de grootste bedrijven, als je het nou over kippen, koeien of varkens hebt, over megastallen wordt vaak gezegd: dat kan niet. Die zijn altijd als eerste aan de beurt. Dat is bij ons ook zo, wij zijn de groep van liewetelers, dat is in principe maar een kleine groep, een klein oppervlak. Wij moeten er meer voor vechten dan een aardappelboer, want dat economisch belang is voor veel mensen groter op een of andere manier. Nou doet die bloembollensector echt wel wat in heel Nederland, maar toch is het een makkelijker doelwit dan een aardappelteler. Je kunt makkelijker met tien mensen om tafel zitten dan dat je honderden boeren tegenover je hebt. Dat is wel van belang. Dat blijft wel iets wat vreselijk belangrijk is, en in de toekomst wordt dat veel belangrijker, je krijgt toch steeds meer kritiek. Hoe beter het gaat, hoe meer mensen zich bezig gaan houden.

Interviewer: Terwijl je je ook nog aan een toenemende regelgeving moet houden.

Participant 2A: Ja, nou, dat is ook iets. Maar dat heeft ook met elkaar te maken. Als we met z'n allen een linkse regering kiezen, met de natuur en spul, dat gaat nu weer een beetje de goede kant op, maar als er heel veel links volk zit, dan gaat het met de natuur heel goed. Op de een of andere manier stuurt dat elkaar wel aan. Als iedereen precies snapt hoe het in elkaar zit, dan denk je van wat ze nou doen slaat nergens op. Ze hebben prachtige natuur, en nou gaan al die beesten dood omdat er veel te veel zijn. Ja, dat was een boer niet overkomen. Die ziet dat en denkt: dat zijn zoveel beesten, zo weinig voer in de winter, dat komt niet goed. Laten we maar een paar afschieten, dat is beter. Maar dat gebeurt dan niet, iedereen die in de stad zit denkt: duizend is beter dan honderd. Dat is natuurlijk dikke onzin. Maar het is wel de gedachtegang, die moet op een of andere manier duidelijk worden.

Interviewer: Dus het verkleinen van die kloof...

Participant 2A: Dat helpt ook in die regelgeving uiteindelijk. Als iedereen meer weet hoe het in elkaar zit, de gemeenteraden en spul die zien dat, die komen hier en die snappen ook hoe dat hier voor ons in elkaar zit. Dat werkt op een of andere manier dan wel weer zo. Dat politieke spel heeft daar op de complete bevolking toch stiekem wel een beetje invloed op.

Interviewer: Terwijl die mening niet altijd noodzakelijk berust op wat waar is.

Participant 2A: Nee, helemaal niet.

Interviewer: Of wat de beste oplossing is.

Alber: Nee, ik denk dat het 80 procent emotie is voor een heleboel dingen. Voor plofkippen ook, dat is ook allemaal emotie. Dat hoeft ik jou niet uit te leggen. Als je iemand uit de stad hebt, die denkt: die kip moet buiten lopen. De meeste kippen zitten allemaal binnen in stallen. Dat moet je wel even een keer zien. Als je denkt: die kip kan naar buiten lopen, die heeft vrije uitloop, maar toch zit tachtig procent binnen, en net die zwakke broeder, die niet goed is, die wordt naar buiten gestuurd door de rest. Dat is met koeien, als een koe

buiten is, dat is hartstikke mooi allemaal. Maar binnen heeft hij het ook niet slecht. Maar als er weer een plaatje op internet gegooit wordt door Wakker Dier, dat er net even een boer is die hem wel laat verwaarlozen, dat betekent niet dat iedereen dat doet. Dat is wel de foto die blijft hangen.

Interviewer: Ja, dat is wel een herkenbaar verhaal. Ik moet voor het interview zo objectief mogelijk blijven, maar...

Participant 2A: Maar zo is het wel.

[Participant 2B komt binnen]

Participant 2A: Dit is man met wie ik in Hongarije werk, daar teel ik nu mee. Dus als je het interessant vindt om hem nog wat vragen te stellen, dan kan dat ook. Het gaat over lokaal denk ik.

Interviewer: Ja, nou ja, waarom niet? You can join in, it's no problem.

Participant 2A: He's asking about innovation, he's also curious about what is happening in Hungary.

Interviewer: I'm studying social geography and planology at the university of Groningen, and I'm currently working on a research about innovation in agriculture. I'm trying to compare different sectors, someone that farms cows, pigs, lilies, potatoes [Koffie? - Lekker.]. And I'm trying to research the reasons why and how people innovate. I was told all about, you know, Participant 2A trying to set up a new business in Hungary, and I'm curious, could you please tell me a little bit more about that?

Participant 2B: About the pioneers? About the pioneers I don't know too much. We're cultivating it for one year, and now we see what's happening. It looks okay, the plant. Some hard things this year.

Interviewer: But overall it's looking good.

Participant 2B: I think it's looking good.

Participant 2A: The plants on the sand normally grow a little bit faster, and on clay a little bit slower, but on clay you're able to harvest for many more years flowers. Here we can harvest in the second, third, fourth and fifth year, flowers, but on clay soil they can harvest the third until the 20th year, doing a proper job.

Participant 2B: We have seen, there are twenty year old plantations. There are Dutch guys doing pioneers there, but I guess he's the only one in the country.

Participant 2A: You're also saying it was a popular flower in Hungary, you see that it's coming.

Participant 2B: Because in Hungary, somehow it's more like an everyday flower. Every garden has a bush of pioneers. And now it's mechanizing, everybody is moving to the city, Budapest is getting bigger and bigger, and no-one has a garden. Then the salaries are rising, also, in the Netherlands, on a everyday basis they want flowers on the table. In Hungary, they get more and more money, they want to spend it on something and flowers are a luxury thing and it's becoming more popular.

Interviewer: So there's a growing market and you're trying to fill in that gap?

Participant 2B: A little bit, yes. It will grow more for the Dutch market.

Participant 2A: I think the biggest purchase will go to the Netherlands, but if we have some trade there it's easier, when we can make on general, because most flowers have grown here, then the price there will be a

little bit higher. If we are able to sell there, a few flowers, then it's already good, you don't have the transport costs, we can have a fresher product there. So if you can market something there it would be great. Austria also is quite close.

Participant 2B: The guy who is growing pioneers there, he sells in Austria, all of the product.

Participant 2A: 60-70 percent.

Interviewer: And the rest of the crops go to Holland?

Participant 2B: Most of it. Some in Hungary.

Participant 2A: I think what is interesting in Hungary, more and more the black market is shifting to a white market.

Participant 2B: Yeah, flower is really a black thing in Hungary.

Interviewer: It is?

Participant 2B: Yeah, vegetables were also. I'm basically a vegetable farmer, my father started after the iron curtain fell down in 1991, when I was born, he started to go into farming. And basically he grew for the wholesale market. The wholesale market, they ask for the product and they pay in cash. No-one asks anything.

Interviewer: It's unregistered trade, basically?

Participant 2B: It was. You know, after the communism, there weren't supermarkets, just small groceries, every village has two or three or five, and everything was there. But the money went directly from the customers to the groceries to the farmers. No registering. After the year 2000 and when we connected to the EU, the supermarket changed, it came in, and the customers went more to the supermarket than to the grocery stores. The supermarket is registered, all on paper. They recognize that a lot of farmers still sell to the wholesale market, they like this black way. This is not the way. More than ten years ago, we started the supermarket chains, they came in, it has a lower price, much lower, at least with [...] in the wholesale there's always the same retail prices. And they got the brutto price, I also get the brutto price but I have to pay 80. In the short term, it was not good for us, but in long term it will be.

Interviewer: Because you think the whole market will shift away from the black market?

Participant 2B: Yeah, for sure. Imagine yourself, you go to Participant 2A Heijn, you go to Aldi, you don't go anywhere else for groceries.

Participant 2A: Op zich logisch, hij kan groeien want de supermarkt neemt steeds meer handel over. En omdat hij die connectie al gelegd heeft een paar jaar terug, is hij de eerste die aan de beurt komt. Dat is nou wat daar gaande is. Wat ik wel heel mooi vind is omdat hij hier internationaal op school gezeten heeft en hier ook komt, en kijkt, en ik neem hem ook mee naar andere aardappelboeren zeg maar, hij ziet hier dingen die hij daar toepast. Hij ziet direct de goeie dingen. Amistar zeg maar, dat gebruiken ze daar niet. Dat gebruikt hij nu ook. Gewoon omdat hij het hier ziet, en nou doen zij het, voor hem gaat het veel harder als voor z'n buurman omdat de kwaliteit bij hem veel harder omhoog gaat, en hij weet het resultaat te houden.

Interviewer: The foundation for innovation in Hungary is laid here? The things you see here, the things you pick up here?

Participant 2B: I think there is at least a ten year difference, something like that.

Participant 2A: You can look in the future here.

Participant 2B: Yes. The GPS, drone technology, the computer systems, and making maps on the field. It's even, it has more relevance in Hungary, making maps from the field. Because here the fields are more or less equal. We have one end of the field, and the down part is clay. You really have to fertilize it differently.

Interviewer: I can imagine you have more elevation in the land, so it has an influence on the way water gets the hill, and also in your crops.

Participant 2B: Yes.

Interviewer: So, basically, you'll need more advanced technology than here in that case.

Participant 2B: We will, I think so. The race is getting tougher, like, here, also there, the land prices are going so only the farmer can buy the land who is doing the best.

Participant 2A: When you start to look based on humus percentage, or on pH, you can see a very big difference also in fields over here. If you want to get an equal pH, you also can fertilize better. You get a more equal production, on general you can get a higher tonnage of potatoes. This is already here, but you don't see it because it looks equal, but it isn't. When you start measuring every ten square metres, then you are amazed how much big differences there are. But for you it will be much bigger, but it will be very easy. If you have a fertilizer (kunstmeststrooier) with GPS and you plan this map underneath and then you can say: here a little bit less, there a little bit more. But it's the same here. Then everything also is based on money, you have to buy these machines and it's not something you can do in one year.

Participant 2B: This is the goal, I see here what is the goal. I have to collect the money.

Interviewer: How is the availability of new technologies?

Participant 2B: Everything is there, but more expensive sometimes. The service is not... For example, if you want to buy a big harvester, there's no service. If something's broken...

Interviewer: You have to fix it yourself

Participant 2B: Yes.

Participant 2A: If you have an electrical problem, then you can wait for ten days. And you're screwed.

Interviewer: So that's a big risk that needs to decline if you're willing to buy one of those?

Participant 2B: Yes. And the whole vegetable and flower thing, here it's common. You can see like potato harvesters on the road, we see in Hungary grain harvesters. In Hungary there's ten thousand hectares of potatoes, not more. Here is only hundred thousand I guess.

Participant 2A: I really don't know.

Interviewer: Much more.

Participant 2B: Yes, one hundred thousand or more. For sure.

Participant 2A: But it's also in a smaller area. For Hungary, it's twice as big. And the roads are not that good.

Participant 2B: The infrastructure, everything has to improve. The whole country has to improve.

Participant 2A: You're lucky you're on the good place, close to Budapest.

Participant 2B: Yes. We are ten million, in Hungary, and three million is in Budapest, and the closer area, three and a half. So yeah, we are almost growing for the whole country. There's a big potential I think. Based on what I see here there's a big potential in Hungary.

Interviewer: Not just for you but for the whole sector?

Participant 2B: Ehh, well, who can recognize it for the whole sector? I think there will be much bigger farmers in case of vegetables also in Hungary. Because there's more chance to expand.

Participant 2A: Misschien dertig procent van zijn concurrent rooit aardappels met de hand. Dat ga je wel een keer winnen. Dan is arbeid nog maar twee en een halve euro, dat wordt nu al drie, maar dat gaat natuurlijk wel omhoog. Dat wordt steeds lastiger. Op een gegeven moment gaat de mechanisatie wel meehelpen, en als je het hier al een beetje ziet en een beetje weet wat er komen gaat of welke dingen er heel goed werken en welke dingen niet goed, dat gaat hem wel helpen in de toekomst.

Interviewer: Are there any other ways you're trying to create an advantage?

Participant 2B: How do you mean? From here?

Interviewer: Well, by winning information I mean. Not only from here, but other things you pick up. What's your main source of information in Hungary?

Participant 2B: It's different. In case of the market my main informant are the guys who are selling the seeds for me. Because I recognize that if you are in a good connection with them, treat them nice, just talk for one hour with them, they are in connection with all the big growers, because the best varieties, everyone is growing the best varieties, and they are selling it to them. If I go to the grower, he won't tell me anything or won't show me anything. From this guy who's selling the seed, he knows everything. What are the prices, how they are doing, what are they doing.

Interviewer: So you don't get a lot of information from colleagues?

Participant 2B: From colleagues, no.

Interviewer: Do you think that it would improve your own business if you would get that?

Participant 2B: Yes, we are thinking about it. Because I'm still attending on a master course in plant sciences, but the university really doesn't help.

Participant 2A: You're using amistar and your competition doesn't use it, you're going to tell it or not?

Participant 2B: No.

Participant 2A: So you're exactly the same as your neighbour.

Participant 2B: I guess.

Participant 2A: So if you are exactly the same as your neighbour, your neighbour never will start to tell you something. If you want them to tell you something, you have to tell something yourself.

Participant 2B: Yes.

Participant 2A: I'm not saying I would tell them either.

Participant 2B: Hahaha, now I see that I have a big advantage from this, that's why.

Interviewer: You want to protect your own business and maybe that's why....

Participant 2B: No, I just want to grow faster than the other ones. And the things I saw here, I think it's easier, and I think Participant 2A has known me for four years now, or maybe three years.

Participant 2A: Yes, three or four, I think three.

Participant 2B: And he also sees that it's improving over there.

Participant 2A: The differences are becoming bigger and bigger between farmers. You can see about everything with farmers who's doing well and who's not.

Interviewer: Yes, we talked about this before and about the importance of sharing information because the information you get from colleagues is way different than the one you buy from, it's more transparent. But it's different in a growing market than in a market that's already, you know, well, not full potential, but at this moment it's full potential. It can grow, but not in the way you can grow maybe.

Participant 2B: From the college, the college is very different in Hungary than here. There's, I feel, in the college there is even no money for pen for the table. It's really hard. I think the big growers has to feedback some money to the college and it doesn't happen. It's registrated by a law or something.

Participant 2A: But you speak about college as in politics and he speaks about your neighbours.

Participant 2B: College or colleagues?

Interviewer: Colleagues.

Participant 2B: Okay. I thought college, as in university. Colleagues, okay.

Participant 2A: Like here, I share a lot of information with my neighbours, to reach a higher goal together. But in your area it's the other way around.

Participant 2B: Yes, there's no goal together. I mean with the old ones, because if you see the structure of the agriculture, now there's nine million hectares in Hungary and all seven million is cultivated by 60-70 year old persons. They don't let any space to their children. For the children it's better to go to Budapest and do something there. They have money because their father's giving it, but I think my generation in farming will be 50 percent, I mean the number of farmers.

Participant 2A: Compared to the number now?

Participant 2B: Yes. I'm sharing information with my friends, with my generation.

Interviewer: But the generation above, that's rarely the case.

Participant 2B: They don't even listen to you. Because now they start to think about it, like for years ago we had forty hectares, now we have two hundred, in four years. Now they are seeing that something is happening.

Interviewer: But it's too late for them to join in?

Participant 2B: They still don't want, they are bull-headed, all the farmers. Before the communism, they were nobody and they've built it for themselves. They are protecting it.

Interviewer: They're more like: I'm doing it this way, I've done it this way for years, my dad did it this way and I'm going to continue this.

Participant 2B: Yes. It's really hard. I know farmers who treat their children like Polish workers. There's no space for making new business, new techniques, they are not listening. It's difficult.

Interviewer: And that can change with the new generation that's better educated, which has more accessibility to information?

Participant 2B: With addition in case of the agriculture, they are not better educated. They are learning what they are seeing on the field with their father I think. And it will be hard for them, because suddenly maybe their father dies, and they get everything in their neck and what to do with it, and nobody taught it.

Interviewer: There is no overlap?

Participant 2B: No.

Interviewer: They can't gradually grow into the business?

Participant 2B: Exactly.

Interviewer: Okay.

Participant 2B: It's very different. I was really amazed when I came here for the first time, and how big the gap between is. My father and the old farmers said, here are better circumstances to grow, and they grow better. It's impossible to race with it, but it's not true. In case of potatoes, transport costs are three cent per kilo. Three cent is a big portion in case of a thousand tonnes. It's not possible to grow better with three cent per kilo.

Participant 2A: You can reach this year your best crop at sixty-eight stone of potatoes. You can get very, very good results on your ground, your circumstances are even... It's not better or worse. There is just a [...] on average a little bit better.

Participant 2B: I know this, the other farmers don't know. The secret is in little things, like they are spraying herbicides more times, less dose, and it's much more efficient than spray one time with a large dose. And they care about the crops.

Interviewer: But you know what you said before, one of the most difficult thing is to get good service for more advanced machinery.

Participant 2B: You can buy the machinery, it's working well for three, four years, and then at the first problem it's broken. A lot of big companies in Hungary are doing like, they're using machines for three to



five years and they change for a new one. They agreed with the supplier.

Interviewer: Because they're afraid it will break down and it will stop the production?

Participant 2B: Yes. For example, there is one big harvester in Hungary, and they agreed that after five years they take it back at fifty-five percent and bring a new one.

Interviewer: So they buy on contract and they include an arranged selling price?

Participant 2B: They know exactly what will be the selling price. This is the solution now. Then you have to be bigger.

Participant 2A: Het wordt wel eens wat, zo.

Interviewer: That's, well, when you walked in we were already almost done, I just asked Participant 2A if there was anything more you could say or add, then you walked in, so I'd like to ask the same to you. Is there anything you want to add or contribute, something that you would think that might be useful when it comes to innovation, agriculture and ways you can improve the rate of innovation or the efficiency of your own business?

Participant 2B: So what I want to add in the future?

Interviewer: Yes.

Participant 2B: The system with your own GPS, to measure all the fields, what is in the field, and fertilize more specific. There's a lot of costs in seed and fertilizer. We can use it better.

Participant 2A: De efficiëntie.

Interviewer: Ja, een veel terugkerend thema.

Participant 2B: There's one more big difference between the Netherlands and Hungary, and this is the potential in Hungary. Because here the potato growers are growing on contract. And it's better for Hungary, the biggest part of potato growers, they're growing and selling directly to the wholesale market. It gets you better profits, so that is what I want to add, better packaging, more value.

Participant 2A: Maybe a chips factory.

Interviewer: Okay, well, I think that's the end of it. I'd like to thank you and Participant 2A as well for your time and for sharing all this, it was really helpful. I'm going to stop my recording now.

*Einde opname*

### **Transcript 3**

*Voorafgaand aan het interview is toestemming gevraagd om een audio-opname te maken.*

Interviewer: Goedemorgen, negentiende van december en ik wil je even vragen of je je even kort zou willen voorstellen.

Participant 3A: Participant 3A, getrouwd met Linda, drie kinderen, ik woon aan Beetsterdyk 1 in Oldeboorn. Onze familie boert bijna 200 jaar op deze locatie. We hebben een melkveebedrijf met 75 koeien, jongvee, 53 hectare. Sinds 1 september 2016 biologisch. We doen aan agrarisch natuurbeheer, zo'n tien hectare. Drie plas-drassen. We hebben hier het agrarisch kinderdagverblijf It Keallekampke, voor vijftien kinderen per dag. De dagopvang met BSO. Ik ben bestuurlijk vrij actief. Dat is Participant 3A .

Interviewer: Tweehonderd jaar, al op deze plek?

Participant 3A: Ja, dat klopt ja.

Interviewer: Alleen, of met z'n tweeën, of verder mensen nog in dienst?

Participant 3A: Nee, het melkveebedrijf heeft verder geen mensen in dienst, mijn vader springt bij. Dit jaar hebben we het wel overgenomen, en de afspraak met mijn vader is dat hij nog ongeveer vier jaar, tot zijn 65e, zich zal blijven inzetten zoals we dat altijd deden.

Interviewer: Ja, langzaam wat afbouwen.

Participant 3A: Precies. Het kinderdagverblijf heeft 2,3 FTE volgens mij. Dat zijn 2 of 3 dames.

Interviewer: Oké, 75 koeien en jongvee?

Participant 3A: Ja.

Interviewer: Die grootte, is dat de afgelopen jaren gegroeid of kleiner geworden?

Participant 3A: Die is kleiner geworden. Op 1 januari 2015 hebben we, nee, ik kan beter 2 juli zeggen, vanwege de fosfaat... Op 2 juli hadden we 110 GVE, 1 oktober, de andere peildatum, hadden we 89. Dus we zijn 21 GVE gekrompen. Dat heeft puur te maken met de biologische omschakeling. Het is een heel bewuste keuze geweest.

Interviewer: Ja, ik heb er van alles over gelezen op jullie profiel.

Participant 3A: Ja, bèst genôch.

Interviewer: Zo ben ik hier ook terecht gekomen. Jullie missie is het dichten van de kloof tussen burger en boer, zoals jullie het zelf omschrijven. Leg dat eens uit?

Participant 3A: Wij hebben heel erg gemerkt, de afgelopen jaren, ik ben nu tien jaar boer, of elf ongeveer, binnen de maatschap, wij leverden altijd DOC, dus anonieme melk in feite, daar legden we heel veel energie en passie in.

Interviewer: Dat is begrijpelijk, op zo'n bedrijf dat al zo lang in de familie zit.

Participant 3A: Daarom! Je bent de hele dag bezig om iets te produceren, je legt er heel veel liefde in, en het wordt weggeknald op de wereldmarkt. Het is een commodity, je kunt je niet onderscheiden met die liefde. Toen dachten we, hoe gaan we naar toegevoegde waarde toe, zodat we er meer voor kunnen vragen? Dat

kun je pas doen als je er een verhaal bij hebt, als je je echt onderscheidt van de rest. Dat is een jarenlange zoektocht geweest, we hebben altijd wel een beetje tegen het biologische aangezetten, we zijn verفته weiders, dag en nacht. Altijd geweest. We zitten tegen het dorp Oldeboorn aan, met het kinderdagverblijf wil je ook volledige transparantie beogen. Dus we deden al heel veel richting biologisch, maar we hadden het certificaat nog niet. Toen hebben we eind 2014, begin 2015 gezegd, we zoeken eerst een fabriek waar we de biologische melk kwijt kunnen. Want DOC kan dat niet. Dat lukte, daarmee hebben we de afspraak gemaakt: over anderhalf jaar gaan we de eerste liters leveren, op contract. Vanaf dat moment begon het omschakelen. Zodra je een biologisch certificaat hebt, kun je je gecertificeerd en geborgd onderscheiden van de rest, en dus toegevoegde waarde leveren. Het is een proces geweest, en ook het idee dat ik voer moest kopen en stront afvoeren, wat heel veel geld kost, veel werk, dat wou ik ook liever, dat de veestapel zich aanpaste aan het bedrijf qua hectares. Dat merk je nu ook, het geeft heel veel rust. En nu je dit doet, merk je dat je waardering krijgt van de burger. Je moet het zo zien: als wij, ons berijf kan aan zo'n 300 consumenten leveren, met onze zuivelproducten en ons vlees, als wij die allemaal kunnen bereiken, en ze geven allemaal 10 cent per kilo meer, dan is het klaar. De consument krijgt een prachtig product, een betrouwbaar product met een verhaal. Lokaal, ook, dus ecologisch verantwoord. Hij kan ons in de ogen kijken, en wij kunnen hem het verhaal vertellen. Aan de andere kant, wij krijgen een goed inkomen, wij krijgen loon naar werken.

Interviewer: Het mes snijdt dus aan twee kanten.

Participant 3A: Absoluut.

Interviewer: En die omslag naar biologisch, is dat vanuit jullie zelf gekomen of hebben jullie dat ergens anders gezien, de kunst afgekeken?

Participant 3A: Onze buurman is al zo'n 16 jaar biologisch, 16-17 jaar, dat was noodgedwongen, ze waren vrij klein. Ze moesten iets anders.

Interviewer: Of anders gingen ze kopje onder?

Participant 3A: Precies. Dat is vanuit een andere intrinsieke motivatie. Bij ons is het echt vanuit een missiegevoel, dat je je WILT onderscheiden. Ik denk dat het biologisch certificaat een van de weinige middelen is om je te onderscheiden.

Interviewer: En als kleine boer bestaansrecht te hebben?

Participant 3A: Je moet het zo zien, ik kan nu agrarisch natuurbeheer doen, ik kan mijn koeien grazen laten, maar daarmee kan ik niet naar de consument stappen, en zeggen: dit pak melk, weideweelde is de boel nu aan het stimuleren, met zuivelproducten, maar het is heel moeilijk voor een consument om te zeggen: die boer doet aan agrarisch natuurbeheer, wat sowieso een vreemd woord voor een consument is, die doet aan weidevogelbeheer, dus ik betaal vijf cent meer. Als je dan vraagt, dan herkent hij het product ten eerste niet, ten tweede heeft hij er geen beleving bij, dan is het heel moeilijk om dat geborgd en gecertificeerd te krijgen, en om er meer voor te krijgen. Het biologisch certificaat is een ijzersterk merk wat dat betreft. Maar de omschakeling daarnaartoe, die kost geld. Dat is maar goed ook, er moet absoluut geen subsidie bij, maar het is wel het traject geweest waardoor we er jarenlang tegenaan gehikt hebben, om het wel of niet te doen. Als je er subsidie op begint te geven, of je begint te prijzen te verlagen, dan zul je zien dat er veel meer om gaan schakelen zodat de markt weer overspoeld wordt. Het moet wel gedoseerd, en de regie moet bij de zuivelfabrieken liggen. Ze moeten kijken of de vraag er is, dan kan er weer wat bij.

Interviewer: Jullie merken wel dat de vraag toeneemt op de markt?

Participant 3A: Een stabiele groei van vijf tot tien procent per jaar.

Interviewer: Dus er zit muziek en rek in.

Participant 3A: Absoluut. Als je kijkt naar het afgelopen jaar... [pauzeert] Ik moet even goed nadenken hoor. Volgens mij zijn er 150 boeren omgeschakeld zijn naar biologisch, zuivel.

Interviewer: In Nederland.

Participant 3A: Ja. Er waren volgens mij 1400 biologische zuivelbedrijven. Dus 10% groei ongeveer. Het zijn vaak ook niet hele kleinen, dus je kunt zien dat het aanbod de vraag heel snel bijhoudt. Er zijn nog vrij veel in omschakeling.

Interviewer: Je denkt dat die groei stabiel blijft?

Participant 3A: Ja. Maar het is wel zaak, en dat is ook de uitdaging, om je als biologische sector te blijven onderscheiden van het gangbare.

Interviewer: Denk je dat er een grens ligt aan die groei?

Participant 3A: Nee. Ik denk dat de biologische bedrijfsvoering uiteindelijk de standaard wordt. In feite moet je het zo zien: Nederland... Ik denk dat Nederland eigenlijk te klein is. Dat we te dicht op elkaar zitten, qua boer en burger. Dat we hier ruimte genoeg hebben om vol gas te kunnen boeren. En met vol gas boeren bedoel ik dat je bedrijven hebt van 800 koeien, die het jaar rond in de stal staan. Ik denk dat je voor zulke bedrijven naar het buitenland moet.

Linda: Maar die hebben we hier toch ook?

Participant 3A: Jawel, maar omdat we hier zo dicht op elkaar zitten, en zo'n mondige burger hebben, en zo'n welvaart, dat het draagvlak er niet is. Het kan ook wel, ik heb heel veel respect voor boeren die dat doen, begrijp me niet verkeerd. Maar ik denk niet dat het draagvlak hier is, net als met die nertsen. Bontjassen, hartstikke mooi, en de Nederlandse boeren staan bekend om hoe diervriendelijk ze het bont produceren. Daar kan geen buitenlands bedrijf tegenop, maar ze moeten wel ophouden.

Interviewer: De publieke opinie-

Participant 3A: Precies! Dat komt puur omdat we hier zo'n welvaart hebben, dus die burger kán zich daar ook druk om maken. In Oekraïne zijn ze allang blij als ze een stukje vlees of een liter melk hebben. Dat draagvlak eb't weg voor de grote bedrijven. Ik denk dat het voor de Nederlandse boer ook veel beter is om te zeggen: hoe kan ik toegevoegde waarde leveren? Hoe kan ik me onderscheiden van de rest van de wereld? Als ik een gemiddelde boer de vraag stel: zou je met 30% minder koeien 40 % meer inkomen willen hebben?

Interviewer: Dan is er niet één die nee zegt.

Participant 3A: Daarom. Dus als je nu meer marge per liter melk voor elkaar kunt krijgen, en als je daarvoor een paar koeien minder moet hebben, dan zijn we allemaal blij, of niet soms? Dan gaan we weer terug naar een iets extensievere landbouw, die op draagvlak onder de bevolking kan rekenen. Daarmee bouwen we kennis op, want hoe gaan we die toegevoegde waarde creëren? Bijvoorbeeld door geen kunstmest te strooien, dat kan iets zijn. Extensiever worden, meer kruidenrijkheid op het land, zodat je een iets rijkere mineralensamenstelling krijgt in de melk. Dan gaan we van kwantiteit naar kwaliteit, want vroeger ging het altijd om meer, meer, meer per hectare of per koe. Nu gaan we naar de kwaliteit, dan gaan we naar de samenstelling kijken, en die kennis kunnen we weer exporteren de komende decennia. In China, in Amerika,

de VS, daar kunnen ze allemaal heel efficiënt een liter melk produceren.

Interviewer: Er zijn genoeg die hier komen om de kunst af te kijken.

Participant 3A: Inderdaad. Zij lopen over tien jaar ook tegen vraagstukken aan waar wij hier nu mee zitten. Dan gaan ze ook naar Nederland kijken, hoe doen zij het, en klopt het dat als de koe een kruidenrijk rantsoen krijgt, met allerlei kruidenmelange op het land, klopt het dat die kruidenrijkheid zich terugvertaalt in de melk? Zulk fundamenteel onderzoek...

Interviewer: Maar dat duurt even voordat je daar een antwoord op hebt.

Participant 3A: Klopt. Maar het is nu wel de tijd, dat merk je met het fosfaat, dat boeren steeds meer naar de buurman, die al jaren biologisch is, beginnen te kijken, hoe doen zij het nou? Zij zitten op 60 cent per liter, wij met pijn en moeite op 35. Dat zijn wel dingen, en dat zou veel meer in het onderwijs naar voren moeten komen.

Interviewer: Hoe is hier de uitwisseling van kennis?

Participant 3A: De uitwisseling van kennis. In welk opzicht?

Interviewer: Omtrent de bedrijfsvoering, tussen collega's.

Participant 3A: Oh, gewoon binnen de sector?

Interviewer: Ja.

Participant 3A: Je hebt gezien dat tot de jaren 90 de overheid het regelde via de DLV, er waren overal studieclubjes en dergelijke, daar zat dan een DLV'er bij, betaald door de overheid, maar doordat dat zo was zijn boeren vergeten dat ze voor advies moeten betalen. Daardoor is er jarenlang niks gedaan aan innovatie in feite. Aan deze fundamentele vraagstukken. Je kunt nu zien dat dat begint te veranderen, dat boeren nu denken van he, we lopen straks tegen een muur aan. Hoe heeft dit, wat de afgelopen twee jaar gebeurd is, vanaf 1 april met het einde van het quotum tot nu, hoe hebben we tegen zo'n muur aan kunnen lopen? Een muur van melk in dit geval. Ik zie nu een heel grote kentering, dat de boeren veel opener worden. Ook met de nieuwe generatie, dat we het met elkaar moeten doen. En daar ook open voor staan. Het is alleen wel zaak dat we niet beginnen te polariseren. Dat de biologische sector zegt: jullie hebben het altijd verkeerd gedaan, weet je wel? Dat is heel makkelijk. Je moet een dialoog houden.

Interviewer: Je moet gesprekspartner blijven.

Participant 3A: Absoluut. Maar je merkt dat onder druk van bepaalde zaken, lage melkprijs, fosfaatplafond, noem maar op, dat er heel veel voor open staan om iets te wijzigen in hun bedrijfsvoering. Absoluut. Hoe gaat die kennisuitwisseling? [Pauzeert]. Tja, hoe gaat het nou concreet? Nou ja, er zijn heel veel initiatieven voor studieclubs en dergelijke. Met de agrarische collectieven hebben we goud in handen, want daar kun je van onderaf kennis delen, je kunt projecten opstarten.

Interviewer: Van hé, wij lopen hier tegenaan, oh wij ook, en wij hebben het zo en zo opgelost.

Participant 3A: Inderdaad. Vooral de bodem, bodemvruchtbaarheid, is een hot item. Dat komt gelukkig steeds meer vooraan te staan. Je moet het zo zien: de grond is meestal de grootste kapitaalintensieve investering in een bedrijf, maar daar wordt het minste naar gekeken. Want de koeien, daar stond een leuk stukje over in [...], koeien zijn sexy, aibaar en de grond niet. We moeten veel meer, als akkerbouwers naar de grond kijken. Als je 10% meer van je grond kunt halen, heb je 10% minder bewerkingskosten. Je hoeft

dan minder voer te kopen, krachtvoer, en dat is gewoon winst. Dat komt gelukkig steeds meer op de voorgrond te staan, dat is in een van de staten. Ook qua PR, met de social media en dergelijke, dat je daardoor een grote inhaalslag kunt maken. In het begin hadden we het over de kloof. Tot 1950 werkten er heel veel mensen op deze boerderij, het hele jaar door. In de lente meer natuurlijk, knechten. Ik denk dat op deze boerderij gemiddeld zo'n 24 man, het jaar door, voorbijkwamen. Plus de eigen familie, die kwamen ook wel op de boerderij, dus iedereen wist hoe het eraantoe ging. Vanaf 1960, de schaalvergroting, Mansholt, die ook nodig was, want de wereld had honger, dus de industrialisatie van agrarisch Nederland, die zorgt ervoor dat er steeds minder personeel nodig was. En die boer kon zich specialiseren in één product, dus die keek steeds meer naar zichzelf. De burger had goedkoop eten, kwalitatief hoogwaardig, en hij kon het zo uit de winkel halen. Die twee zaken hebben ervoor gezorgd dat de boer en de consument uit elkaar zijn gegroeid. Ze vonden het beide heerlijk, ik bedoel, ik kon mooi naar binnen kijken, ik kon mooi met mijn ding bezig, mijn hobby, ik hoefde me niet druk te maken over de afzet, in het quotum-tijdperk was het helemaal fantastisch, ik kon tien jaar vooruit begroten, ik zette het aan de weg, het wordt opgehaald en de fabriek redt zich er mee. Nou ja, totdat het moment kwam dat er zoveel welvaart was dat de burger tijd over hield om zich daarover te bekommeren. Nu moeten we die inhaalslag doen om het verhaal te vertellen, en daar past social media heel mooi bij. Er zijn gewoon heel fanatieke twitteraars, facebookpagina's, dat zien we hier ook, het heeft een grote invloed. Maar ook boeren onderling, ik zette laatst ook iets op facebook, oh, wat grappig, daar loop ik ook tegenaan. Je neemt dan makkelijk contact op, en [kinderen]... Ik denk dat dat wel twee of drie dingen zijn die...

Interviewer: Die die uitwisseling makkelijker maken.

Participant 3A: Ja, de kennisuitwisseling inderdaad.

Interviewer: En het natuurbeheer, hoe lang zitten jullie daar al in en hoe is dat gegroeid?

Participant 3A: Even kijken... We doen het sinds 2000, 2001, toen was het particulier, gewoon in een subsidiestelsel natuur en landschap. In 2001 zijn we begonnen, ik was er toen nog niet. Ik zou ook nooit boer worden hoor, ik hielp mijn vader wel het meeste. Mijn vader heeft toen 20 in uitstel gedaan. In de beginjaren ging het alleen maar om geld. Het was ook makkelijk.

Interviewer: Er werd gedacht, dat hebben we alvast binnen.

Participant 3A: Ja, inderdaad. Hij heeft toen ingetekend met 15 op 8 juni. Het ging puur om het geld, 20 hectare, volgens mij was het 10 naar 12 naar 18,... het doet er ook niet toe, het was ingesteld op een einddatum, en hij verdiende er subsidie mee, want de staat ervan ging achteruit omdat het monocultuur was voor de vogels, er gebeurde helemaal niks mee. Dus toen hebben we gezegd in 2010, toen we voor SNL intekenen moesten: of we houden ermee op, of we gaan voor kwaliteit. Toen hebben we voor kwaliteit gekozen, we hebben plasdrassen aangelegd, we zijn van 20 bunder naar, ik denk, 8 gegaan, dus echt indikken. Dat gaf gelijk resultaat. Het was ook zo, die 20 hectare, daar kon je [kinderen]. Dat stuitte ons van alle kanten tegen de borst, de resultaten achteruit, we hadden niks meer aan het land, dus na die kwaliteitsslag zijn de resultaten alleen maar beter geworden.

Interviewer: In de toekomst 'uit de markt', nu 'uit subsidies' las ik op jullie facebookpagina hierover. Hoe is die omslag, zit dat eraan te komen of duurt dat nog even?

Participant 3A: Het is nu zo dat wij via Brussel en via de provincie een bedrag krijgen voor agrarisch natuurbeheer.

Interviewer: Per bunder?

Participant 3A: Ja, per bunder ingezet beheer. De ambitie is er om op lange termijn dat uit de markt te

kunnen halen. Maar dan zul je het hele systeem moeten veranderen. Nu is het zo: je gaat aan het werk, volgend jaar of zo, je werkt, je betaalt inkomstenbelasting, die gaat naar Den Haag, Den Haag doet een afdracht aan Brussel, Brussel die besteedt geld aan agrarisch natuurbeheer, de provincie doet dat, dus zo belandt het geld wat oorspronkelijk bij jou vandaan komt bij mij op het erf. Wil je dat systeem veranderen, of mocht je het rechtstreeks uit de markt willen halen, dan zul je die euro die je nu aan inkomstenbelasting aan Den Haag geeft, die moet je dan niet betalen. Het zal eerst 30% minder moeten worden, zodat je zelf de keuze moet maken welk initiatief je moet steunen. Dat is er nu nog niet, want Nederland is een heel, tja, hoe moet ik het zeggen. Op overheid gericht land, meer dan 50% van ons inkomen gaat naar de staat. Dus we moeten de burgers anders gaan opvoeden, jullie moeten zelf keuzes maken, een verantwoordelijkheid nemen. Dan moet er minder belasting naar Den Haag, naar Brussel, dan kan de consument zelf de keuze maken: ik steun dit initiatief, dan heb je ook een 1-op-1 relatie, dan heb ik ook niet als ik naar de kroeg ga, dat ze zeggen: daar komt zo'n subsidieboer aan, weet je? Daar wil ik vanaf. Elke keer als wij subsidie krijgen ergens voor, dan heeft de overheid een stok om mee te slaan. Stel dat ik aan het bemesten ben, en er zit lucht in de tank, het gaat opeens van bam, en ik kom in plaats van een meter van de kant kom ik een halve meter uit de kant met de sproeier. Dan zegt de overheid: je krijgt direct een boete van 1000 euro en je wordt 3 procent op je inkomsten gekort. Als je iets krijgt van iemand ben je afhankelijk, en dat voelt heel verkeerd.

Interviewer: En daar willen jullie vanaf.

Participant 3A: Het is ook veel gezonder dat je tegen een consument, een burger, kunt zeggen: ik doe dit en dit, waarderen jullie dat? Ik bedoel, ik ben naast melkveehouder ook landschapsbeheerder. Maar dat bewustzijn is er helemaal nog niet, bij de meesten.

Interviewer: De meeste consumenten kijken puur naar boeren als producenten.

Participant 3A: Ja, inderdaad. Dat zijn we in feite ook. Het zijn in die zin geen ondernemers, nee, het zijn... [pauzeert]

Interviewer: ...meer dan dat?

Participant 3A: Nou... Oh ja, binnen de agrarische sector wordt vakmanschap vaak verward met ondernemerschap. Boeren zijn vakmensen pur sang, ze kunnen heel efficiënt melk produceren, of een product, plantaardige eiwitten omzetten naar, nou ja, dierlijke eiwitten. Maar als je echt, écht ondernemer bent dan bekommer je je ook over je afzet. Daar wordt helemaal niet naar gekeken binnen de agrarische sector. Het afgelopen jaar is er voor twee jaar melk geproduceerd. Als we nu stoppen met melken kunnen we een jaar vooruit, zonder dat we om melk zitten te springen. Dat stukje vakmanschap is hartstikke goed, dat moet de basis wezen, maar je moet ook zorgen maken over de vervolgstappen. Ik bedoel, als er geen vraag is moet je ook niet meer beginnen te produceren, en dat is wel gebeurd het afgelopen jaar. Dus dat moet groeien, dat is wel iets voor de langere termijn en daar moeten we als sector ook e tijd voor krijgen. Om die slag te maken.

Interviewer: Ja, want de marktvraag moet er ook wezen, voor biologische producten.

Participant 3A: Nou, alle agrarische producten over het algemeen. Want het is wel zo dat over een paar jaar, of misschien volgend jaar al, dat er vraag naar melk is op de wereldmarkt. Want de wereldeconomie is groeiende, de wereldbevolking ook, daar kun je niet omheen. Alleen wij moeten het op een andere manier doen denk ik. We moeten ons onderscheiden van de rest van de wereld, en het zou heel sneu zijn als er veel boeren fialliet gaan, en dat we over twee jaar zeggen: ho, we hebben nu te weinig melk. Er moet wel een langetermijnvisie zijn.

Interviewer: Er moet een buffer zijn.

Participant 3A: Inderdaad. Daar moet je de tijd voor krijgen, van zowel de overheid als financiers. Je moet boeren de tijd gunnen om een productiewijze te vinden die voor zowel hunzelf als voor de consument/burger aantrekkelijk is. Ik vermijd bewust het woord omschakelen, want omschakelen doe je altijd naar biologisch. Ze moeten ook zelf voelen dat ze onderscheiden willen. In feite, ik zeg het ook tegen Van Hall, bij de eerste de beste MKB-opleiding, MBO, wordt gevraagd: wat voor toegevoegde waarde ga je leveren? Wat onderscheidt jou van de rest? Zit er iemand op jouw product te wachten? In het hele agrarische onderwijs wordt die vraag nooit gesteld! Er wordt alleen gekeken: hoe kunnen we groeien, hoe kunnen we meer uit een koe scheuren, hoe kunnen we meer van een hectare scheuren? Hoe kunnen we begroten? Maar nooit wordt de vraag gesteld: zit er iemand op je product te wachten? En daardoor zijn er generaties lang, zijn er boeren opgeleid die zich daar inderdaad helemaal niet bezig hebben gehouden. Nu we tegen de zuivelmuur dreigen op te lopen, de zee aan melk van de afgelopen jaren. En nu, tja. Er is niet een die erop zit te wachten, op dit moment.

Interviewer: Dus de generatie die zich nu aandient, de jongere boeren, die staan er anders in dan de boeren die nu bijna met pensioen gaan?

Participant 3A: Ze zijn er genoeg, maar als je de gemiddelde MBO-student, die van school af komt, met een agrarische opleiding, die kijkt nog steeds naar grote trekkers, groei, er wordt nog steeds gedacht dat de enige manier dat wij kunnen overleven is door te groeien, dat is de denkwijze. Terwijl dat helemaal niet zo is. Ik ben gekrompen, heb evenveel omzet en meer winst, dus er zijn andere manieren om toekomstperspectief te hebben. Nu wordt gekeken dat als het niet draait, dat groei de enige manier is om het wel te laten draaien. Terwijl ik uit eigen ervaring kan zeggen: als iets niet draait met 80 koeien, draait het ook niet met 160 koeien. Want dan is er ergens in de basis iets fundamenteel niet goed. Dus ik merk wel dat de opleidingsinstellingen zich bezig houden met het denken van hoe kunnen we zo snel mogelijk zelf een toekomstvisie ontwikkelen die past bij de vraag uit de markt? Je hebt nu ook de Van Hall AD-biologisch, een biologische opleiding van twee jaar, dat zijn hartstikke goede initiatieven, want er is vraag uit de markt en zij zorgen ervoor dat boeren, of jonge studenten, dat die zich kunnen voorbereiden op die vraag. Dat is een heel goede ontwikkelingen. Zo zijn er legio initiatieven, alleen het is wel tien jaar te laat. Het quotumtijdperk heeft ons echt in slaap gesust. En alle subsidies en dergelijke. Dat is doodzonde geweest. De gemiddelde Amerikaanse boer is veel marktgerichter dan een Nederlandse. Daardoor heb je kunnen zien dat Nederland als enige, nou ja, Ierland ook, dat dat de enige twee landen zijn die meer zijn gaan produceren, terwijl de prijzen daalden, in plaats van dat ze gingen zakken qua productie. Dat is heel onnatuurlijk wat dat betreft. Maar goed, leermomenten hè?

Interviewer: Dat is belangrijk. Werken jullie hier veel samen met andere bedrijven? Of doen jullie alles helemaal zelf?

Participant 3A: Nou, op zich, qua bedrijfsvoering zelf. Qua kuilen enzo. Alleen het kennisdelen onder andere. Ik praat best veel met andere boeren. Want dat, dat...

Interviewer: Daar komt een hoop positieve feedback van?

Participant 3A: Ja, jazeker, dat merk ik met, als je open dagen hebt, of een vergadering voor de AJF of de VVB, het gaat niet om de spreker, het gaat erom dat je samen bent en kunt praten. En dat is wat zo'n avond zo waardevol maakt. En, nou ja, hier komen de agrarische collectieven, ik ben bestuurslid van de agrarische collectieven in het lege midden, dat is een agrarisch collectief wat loopt van Leeuwarden tot aan Lemmer, van Beetsterzwaag tot Sneek.

Interviewer: Dat is een grote hoek.

Participant 3A: Dat is een grote hoek wel, inderdaad. We zijn begonnen met het agrarisch



weidevogelbeheer, dit is het eerste jaar dat we dat doen. Ik heb de weidevogels in mijn portefeuille. Zo zit je bijna elke week in een vergadering met andere boeren en bestuurders, we hebben nu de veenweidevisie, ben je daar een beetje van op de hoogte?

Interviewer: Een beetje.

Participant 3A: Je hebt veenweide, dat oxideert, we hebben hier een laagwaterpeil, daardoor oxideert het meer. De provincie en het waterschap hebben gezegd: we willen kijken naar hoe we dat kunnen voorkomen, of een beetje remmen. Voorkomen doe je het niet. Afremmen, zodat het minder snel zakt. Want door het oxideren zakt de grond. Je moet het zo zien: het pad hiervoor, die lag twintig jaar geleden nog vlak met het land. Dus het land is gezakt ten opzichte van het pad. Dat gaat door, dat zie ik ook. Ik wil graag dat de toekomstige generaties hier ook nog kunnen boeren, je hebt het vanochtend gezien, misschien zit er een boer tussen. Dat is wel mijn ambitie dus. Je kunt ook zeggen: we boeren nu mooi, het gaat mooi, de bewerkbaarheid is goed dus mooi doorknallen.

Interviewer: Maar het moet op de langere termijn wel haalbaar zijn.

Participant 3A: Ja, precies. Ik heb de 200 jaar bijna gehaald met de familie Dijkstra, nog een keer 200 erbij minimaal. Dus ik heb dat gezien, ik heb het gelezen, er zijn projecten voor gestart, ik heb me daarvoor aangemeld, er is nu een perceel onder water gedraineerd. Dat houdt in dat je de drainage aanlegt onder het water, zodat het waterpeil omhoog gaat, het water stroomt het land in, infiltratie, zodat je het veen nat kunt houden zodat het minder oxideert. Dat is een groot project, er zijn tien verschillende boeren in midden-Fryslân, zo'n beetje, in Delfstrahuizen, verschillende locaties, je hebt verschillende soorten veen, je hebt veen met een kleidek erop en veen wat gewoon open en bloot ligt, dus dat is een heel groot project, dat coördineer en legitimeer ik mede. Op die manier zie je ook veel boeren, we hebben met zijn tien om de tafel gezeten, bere-interessant, maar dan merk je dus ook weer dat dat heel low-key kennisdeling is. Dat is wel een van de beste manieren, want het is praktisch.

Interviewer: Dus het is ook transparant, mensen zijn er eerlijk over.

Participant 3A: Absoluut.

Interviewer: Ik ben nu bij een aantal boeren op het erf geweest voor zo'n interview, die zeiden ook allemaal: als we met andere boeren, collega's om de tafel zitten, die informatie die we daarvan krijgen is veel transparanter, veel betrouwbaarder dan van een leverancier of de instituten.

Participant 3A: Anders zit er altijd een kleurtje achter inderdaad. Dat klopt. Of een belang. Daar heb je helemaal gelijk in inderdaad. Dus dat is wel de mooiste kennisdeling die er is in feite.

Interviewer: En iedereen weet dat ook, dus ze zoeken elkaar ook op.

Participant 3A: Dus je moet elkaar ook niet zien als concurrenten maar als collega's. Concullega's. Je moet het belang van het grote geheel zien. Je kunt zeggen: ik heb een innovatie, die houd ik voor mezelf zodat ik rendeert en dat uit kan spelen. Je kunt ook zeggen: we doen het over de hele sector zodat we als hele sector vooruit gaan. Hoe meer kruisbestuiving, hoe beter. Zodat we als hele sector toekomstperspectief hebben. Dat is wel grappig, trouwens, ik ben geselecteerd voor een Nuffield-scholarship.

Interviewer: Ik zag de trofee daar al op de kast staan, ik zou er straks nog wat over vragen.

Participant 3A: Maar de vraag die ik daarvoor gesteld heb, waarvoor ik geselecteerd ben, is "Hoe krijgen we het voor elkaar dat innovatie van de grond komt, van het erf af komt?" Want er zijn heel veel boeren die met goede ideeën rondlopen, alleen het komt niet van het erf af. Die boer is heel druk met zijn bedrijf, hij

heeft weinig tijd vaak. Innovatiesubsidies van de overheid belanden vaak bij de iets grotere bedrijven die daar een infrastructuur voor hebben, of bij de wetenschappelijke instituten. Dat is andere innovatie dan vanaf het erf. Het komt niet altijd door. Ik dacht: is het ook mogelijk om daarvoor een private infrastructuur voor op te richten? Stel: ik heb een idee, ik ga naar agrifirm toe, mijn voerleverancier, ik zeg: Ik heb dit en dat idee, bijvoorbeeld om de kruidenrijkheid te implementeren in het grasland, hij zegt: dan moet je bij die en die in Wageningen en die en die van Louis Balk wezen. Dus dan zit er niet een met een BHV-pet maar met een innovatiepet. En dan erken je elkaars, je erkent het belang van elkaars continuïteit. Als ik het idee tot volle wasdom kan brengen, dan geeft het mij continuïteit, maar het biedt agrifirm ook continuïteit. Of mijn toeleveranciers in het algemeen. Dus met die vraag ben ik al bezig, dat heeft hier ook raakvlakken mee.

Interviewer: Ja. Maar ik denk ook dat de marktsituatie hier in Nederland, dat dat faciliterend kan werken. Ik heb ook om de tafel gezeten met een jongen uit Hongarije, begin 30, hij zit in de bollenteelt daar en in de aardappels. 30% van zijn concurrentie rooit aardappelen met de hand, dat ga je winnen. Hij komt dan hier, een keer of drie, vier in het jaar om hier dan bij bedrijven te kijken, hoe sproeien jullie, wat doen jullie, en dat past hij daar toe. Maar ze zijn daar nu niet bezig met het uitwisselen van informatie. Hij wil harder groeien dan zijn concurrent. Die schaalvergroting komt daar nu net op gang. Ze lopen daar 30-20 jaar achter op sommige plekken.

Participant 3A: Ja, het is wat. Dat kun je goed zien inderdaad. Zodat zo'n jongen naar het buitenland gaat krijgt hij zo'n enorme voorsprong ten opzichte van de rest. Dat is ook wat Nuffield beoogt, dat je naar het buitenland gaat, kennis opdoet, maar dat je dat dan in je eigen land wel weer laat landen. Maar daar moeten ze wel voor open staan.

Interviewer: De infrastructuur moet er ook zijn.

Participant 3A: Inderdaad. Tja, en dat is een proces, maar als het vliegwiel eenmaal begint te draaien, dan ben je spekkoper. Absoluut, je staat met z'n allen veel sterker dan als individu.

Interviewer: Reken je jezelf als een vroege of late instapper in nieuwe innovaties? Nieuwe producten, die net op de markt zijn, die nog niet helemaal hun waarde hebben bewezen.

Participant 3A: Ik ben vaak wel in voor een gokje, een experiment, absoluut. Dat is niet op product-basis, maar ik ben ook bezig met de autonome polder, dat houdt in dat, nou ja, we hebben hier een polder met vijf boeren, honderdvijftig hectare, er wordt op twee plakken water in gelaten, dat stroomt door een tocht en het stroomt, nou ja, waar ik jou van de bus heb gehaald stroomt het de polder weer uit. Heel overzichtelijk. Die pilot, die beoogt uiteindelijk om boeren weer verantwoordelijkheid te geven en te sturen op doelen. Want vanuit het waterschap heb je heel erg dat er op basis van theoretische modellen wetten en regels bepaald worden, wat je allemaal moet doen. En ik zeg: laat ons nou gewoon meten, geef ons de middelen en de verantwoordelijkheid om te sturen. Wij kijken altijd naar het weer, dus we weten precies wanneer er veel water valt, we willen best als buffergebied [fungeren]. Maar in tijden dat het weer kan willen we het graag weer kwijt. Daar wil ik best in sturen. Geef ons de verantwoordelijkheid, dan gaan we de dialoog aan, we zoeken waar elkaars raakvlakken liggen, en dan gaan we stoeren op basis van feiten. En daarmee geef je boeren weer handelingsperspectief naar de toekomst. Vroeger was het altijd top-down, nu moet het eigenlijk van onderop komen. Als je elkaars belangen en doelen voor ogen hebben, dan kun je ook anders schakelen. Nu is het vaak zo dat op basis van ontwetendheid hele rare conflicten ontstaan.

*De participant vertelt over een project waar hij mee bezig is, en wat op korte termijn gelanceerd wordt. Op verzoek wordt dit deel van het interview niet opgenomen in het transcript.*

Participant 3A: Zulke dingen, dat komt uit mijn koker. Ik heb het bedacht hier, want ik wil ook klaar wezen voor de toekomst. Ik wil me verantwoorden richting de toekomst. Ik heb veel liever dat ik de sprong naar voren doe en ik klaar ben voor de toekomst, dan dat ik achteruit ga zitten, van als ik maar stil ben dan ziet

niemand me en op een gegeven moment komen ze wel bij me.

Interviewer: Zoals met dat project, als er subsidie voor is, dan is het alleen maar mooi, maar anders kan het ook zijn dat je instapt in een project wat nog niet volwassen is, wat nog niet optimaal efficiënt is. Als de kosten dan te hoog zijn.

Participant 3A: Ja, dat klopt. Maar weet je wat het is, in Nederland is zoveel koudwatervrees. Overal zijn innovatiepotjes, om maar innovaties aan te wenden. Dat gaat vaak altijd naar dezelfde partijen toe. Zodra er een van onderop komt, uit de praktijk, die wordt argwanend bekeken. Want ja, als hij komt, dan kunnen er vijf komen. Die vragen vaak niet om hele grote bedragen, maar die hebben een verhaal met een praktische inslag. Geef ze het geld gewoon, en kijk een jaar hoe het gaat. Op basis van dat vertrouwen kun je zo'n gigantische innovatieslag maken. Wat we eerder ook zeiden, innovatie van onderop is de mooiste innovatie die je kunt hebben. Wat je ook zei, boeren vertrouwen elkaar. Als dit slaagt heb je eigenlijk al vijf ambassadeurs die het aan de rest van de sector kunnen vertellen. Dus dat, maar ja, er is zoveel koudwatervrees, en dat is zo jammer. Want innovatie, tja, het woord is wat onderhevig aan slijtage. Alles is innovatie natuurlijk. Het gaat er vooral om een sector te krijgen die zichzelf steeds opnieuw uitvindt, en klaar is voor de toekomst. Dat moet de hoofdvraag zijn. Ik heb er alle vertrouwen in dat het slaagt, en dat we volgend jaar januari los kunnen. Dat zijn dingen die ik dan zelf bedenken, en zo zijn er nog een paar projecten waar ik mee bezig ben. Dat is vooral naar de toekomst toe om je te verantwoorden. Maar ook om me te onderscheiden, dat heb ik al gezegd. Ik wil een broedplaats voor innovatie zijn hier. Je kunt beter bij de voorlopers horen dan achteraan.

Interviewer: Image-building hebben we het al over gehad.

Participant 3A: Nou, daar wil ik wel wat over zeggen. Boeren zijn een conservatief volk.

Interviewer: Ja.

Participant 3A: Dat zul jij beamen inderdaad, je hebt verscheidene boeren gezien.

Interviewer: Ik ben zelf ook een boerenzoon, dus ja.

Participant 3A: Ja, inderdaad. 120 hectare akkerbouw, wat zei je ook alweer?

Interviewer: 40 bunder in eigendom, mijn vader is ook geen grote speler.

Participant 3A: Ja, maar op zich, op 40 bunder kun je een prachtig saldo draaien.

Interviewer: Nou ja, ze roeien in samenwerking met een aantal andere kleinere boeren.

Participant 3A: Nou, dat is prachtig.

Interviewer: Zo kwam ik ook op het idee voor dit onderwerp, we zijn aan het begin van het semester ingedeeld onder een overkoepelend thema, platteland. Op een gegeven moment stond ik af te wassen, ik had net met mijn ouders gebeld, we hadden toen de aardappelen er net uit. In twee weken. Waar we tien jaar geleden bij wijze van spreken twee maanden over deden.

Participant 3A: Wat een vooruitgang.

Interviewer: Als ik eens thuiskom, en ik sla de boerderij open, dan staat er een prijs-kwaliteitverhouding in van drones. Dat soort dingen.

Participant 3A: Machtig. Dat is een goede zaak. Als jullie het verhaal vertellen: dat je door samenwerking het zoveel efficiënter kan, om dat mogelijk te maken, dan landt dat bij andere boeren, maar ik moet er wel om denken dat ik niet teveel voor de troepen uit loop. Dan beginnen collega's mij af te serveren.

Interviewer: Zo van, moet je hem eens zien.

Participant 3A: Precies, weet je wel. Daarom is het heel belangrijk om daar een goede antenne voor te hebben, want het afbreukrisico is best groot. Als je teveel voor de troepen uit loopt kun je genadeloos worden afgemaakt. Dat merk ik onderweg wel aardig, dat door wat je doet...

Interviewer: ...en de manier waarop...

Participant 3A ...precies, dus je moet ook nooit zeggen. Bijvoorbeeld kunstmest, daar moet ik heel erg genuanceerd over praten. Ik moet niet zeggen: kunstmest is fout of slecht of wat dan ook maar, kunstmest moet in feite het sluitstuk zijn. Je moet eerst weten wat je wilt, wat je verbouwen wilt, daarvoor moet je de bodem in balans brengen, het optimum. Als kerst op de taart moet je eigenlijk kunstmest strooien. Wat ik eerst ook altijd deed, het eerste wat ik deed in het voorjaar was een bepaalde kunstmest gebruiken. Maar dat is eigenlijk de omgekeerde wereld. Je moet eigenlijk weten wat voor mineralen je mist, waardoor een bodem misschien te nat is.

Interviewer: Want anders is het symptoombestrijding.

Participant 3A: Nou, inderdaad. En dan haal je het rendement niet wat je halen wilt. Of halen kunt. Nu is het zo: je gaat het veld in met een schep, en qua humus en qua lucht in de bodem, qua wormen, en dat is een hele mooie indicator van hoe het erbij staat. Maar dat geldt voor iedereen. Als ik zeg: jongens, wacht even met het kunstmeststrooien, dan is het mis.

Interviewer: Ga het veld eens in met een schep.

Participant 3A: Inderdaad. Daar moet je dus heel genuanceerd mee om gaan.

Interviewer: Een gebrek aan openmindedness, om het wat cru te zeggen.

Participant 3A: Inderdaad, maar als je dat zou zeggen.

Interviewer: Dan hoef je daar niet meer te komen.

Participant 3A: Nee, inderdaad. Daar komt het wel op neer. Het is heel menselijk, alles wat nieuw is wordt als bedreiging gezien. Dat zie je bij koeien ook, als er iets anders dan anders gaat, gaat de hele kudde de andere kant op. Dat is met mensen ook zo. Als je twee deuren hebt, en de eerste gaat via de linkereur, dan gaan de meesten ook via de linkerdeur eruit. Terwijl de rechterdeur misschien wel een kortere route is. Er zijn een paar die daar doorheen gaan, die proberen het. Om dan die hele club daarheen te krijgen, dat is een heel delicaat proces. Nu met die collectieven hebben we een prachtig instrument n handen om innovatie van onderop meer voor elkaar te krijgen.

Interviewer: Wat zouden de grootste drempels kunnen zijn om niet iets te doen?

Participant 3A: In deze tijd vooral financiële. Enerzijds heb je een financiële prikkel om iets anders te doen, maar je hebt niet de middelen. Het is een beetje die contradictie. Dus boeren hebben de afgelopen jaren verschrikkelijk veel geld verloren, ze gaan een hele onzekere toekomst tegenmoet, met het fosfaatplafond, fosfaatreductieplan, heel veel boeren moeten koeien wegdoen, terwijl ze nu eindelijk weer iets kunnen verdienen. Daarmee heb je in feite, onder druk wordt alles vloeibaar. Maar ze hebben niet de middelen om

ergens mee te experimenteren. Dus dat is een beetje jammer, en daarom mijn pleidooi ook in het begin om de tijd te krijgen. Een boer moet de tijd krijgen om, en ik hoop dat ze dat krijgen van de banken. Maar als je kijkt naar hoeveel boeren er dit afgelopen jaar bij bijzonder beheer zaten, dan maak ik me daar wel eens een beetje zorgen om.

Interviewer: Als collectief is er dan ook meer mogelijk.

Participant 3A: Als je je verenigt inderdaad, dan is er altijd meer mogelijk dan als individu. Alleen, het is een vreemde tijd wat dat betreft. Een onzekere tijd.

Interviewer: Ligt dan het grootste probleem in de opstartkosten of in de terugverrentijd?

Participant 3A: Stel, je wilt biologisch worden. De eerste vraag is waarom je dat niet eerder gedaan hebt. Blijkbaar is het niet vanuit een intrinsieke motivatie ontstaan, wat je graag had willen hebben als financier. Ten tweede: is je bedrijf er geschikt voor? Want ik ben qua koeien teruggegaan zodat het weer past binnen mijn hectares. Dat is bij de meesten ook niet zo, die moeten ook weer een stuk inkrimpen. Ten derde, qua afzet. Hoe ga je dat regelen, zit er iemand op je biologische melk te wachten, kun je het überhaupt kwijt? Vierde: ze zitten vaak aan hun financiële max, de aflossing staat al stil en dit en dat, dus er moet een heel goed perspectief zijn. Nou ja, ik denk dat dat de grootste redenen zijn, en dat is even voor het biologische verhaal. We zijn nu ook heel erg bezig om voor het gangbare een natuur-inclusief alternatief te krijgen. Alleen daar loop je er gewoon tegenaan dat er qua certificering, qua borging, dat daar nog niets voor is. Dus uiteindelijk heb je vol gas, je hebt biologisch, en daartussenin moet iets gecertificeerds komen waar de consument een gedachte bij heeft. Dat natuur-inclusieve alternatief hoeft niet beslist agrarisch natuurbeheer te zijn, maar het kan ook openstelling van je bedrijf zijn. Rondleidingen, het kan ook zijn dat je een alternatief verdienmodel hebt, dat je iets met het waterpeil doet, of iets met dierwelzijn doet, dat je omgeschakeld bent van ligboxstal naar potstal, zoiets. Er zijn allemaal alternatieven mogelijk, maar de consument moet er een idee bij hebben. Het moet goed geborgd zijn. Biologisch heeft schaal, maar er moet iets tussenin komen. Misschien ook iets met schaal, of natuur-inclusief, dat dat het borgen kan. Dan pas kun je iets meer vragen. Anders denkt de consument: tja, je kunt er van alles over zeggen. Daar loopt de boer tegenaan die niet vol gas is, die grondgebonden is, grondgebonden is ook een mooi natuur-inclusief iets. Maar daar loopt hij tegenaan: hij doet iets extra's ten opzichte van de boer die tweehonderd koeien heeft op dertig bunder en het hele jaar rond op stal. Maar ik kan er nu niets meer voor vragen, dat is het punt. Dat merk ik sectorbreed. Laten grazen is ook prachtig, iets extra's doen. Dus, daar loop je sectorbreed tegenaan dat er nog geen alternatief is. Het zou mooi zijn als de overheid, dat die dat faciliteren kan. Als boeren willen we dat wel betalen.

Interviewer: Dus niet alles kan bottom-up.

Participant 3A: Nee, nou, kijk, het initiatief komt van bottom-up, maar het faciliteren, dat bedoel ik niet met geld, de boeren moeten het ook zelf betalen, dat moet ook landen. Maar dat het wel vanuit de overheid wordt georganiseerd. Je kunt niet, je hebt gewoon de middelen niet om dat te organiseren. Ja, en dan zou je een alternatief aan heel veel boeren kunnen geven. Gewoon, doe iets extra's, dan krijg je twee tot vijf cent extra. Maar dat is moeilijk, om dat in één keer te implementeren in een sector. Daar wordt aan gesleuteld, onder andere door de koning van de weide, live and let vanuit de provincie Fryslân, en daar ben ik ook mee bezig, daar praat ik ook wel mee. Om dat te ontwikkelen.

Interviewer: Nou, oké, ik ben wel door al mijn punten heen, dacht ik zo. Ik weet niet of er nog iets is dat je verder mede zou willen delen?

Participant 3A: Lin, willen we nog wat mededelen?

Linda: Fijne kerstdagen en een gelukkig nieuwjaar.

Participant 3A: Mooi hè. Nee, ik denk dat het een hartstikke mooi project is, Interviewer, en dat innovatie in het sociale... Hoe heet die opleiding ook alweer, wat je doet?

Interviewer: Sociale geografie en planologie.

Participant 3A: Nou, het sociale, kijk, je kunt wel heel veel kennis hebben, maar als je het niet via sociale middelen kunt delen, dan blijf je een roepende in een woestijn wat dat betreft. Dat is wel de basis. Als je het met elkaar doet, sta je veel sterker dan als individu.

Interviewer: Daarom heb ik ook voor die studie gekozen, het is wat richting de stedenbouwkundige kant, maar dan in gesprek gaan met stakeholders, met bewoners, wat vinden jullie ervan en dan een oplossing bedenken die voor iedereen werkt.

Participant 3A: Nee, absoluut, en dat is heel belangrijk, dat je het als gemeenschap draagt. Want ons ultieme doel is om sociale relevantie te bereiken. Dat kun je vertalen in de zin, stel wij komen in de moeilijkheden, als plek, als bedrijf, als wat dan ook, als de gemeenschap dan zegt: jullie mogen niet verdwijnen, jullie zijn zo belangrijk als plaats, als bindende factor binnen de regio, we gaan er alles aan doen om jullie te behouden.

Participant 3B: Heb je dat gister meegekregen, van die boerderij die is afgebrand in Wytgaard?

Participant 3A: Ja, kalveren dood.

Participant 3B: Dat was ook een boer die midden in de gemeenschap stond. Moet je kijken wat dat teweeg heeft gebracht. Het hele dorp hielp mee. Er stonden mensen met dekens enzo.

Participant 3A: De aanleiding is dramatisch, maar het geeft wel aan...

Participant 3B: ...ze stonden in de gemeenschap, en kregen heel veel steun. Mensen waarderen dat je er bent, wat je doet.

Participant 3A: Absoluut. We zitten tegen Oldeboorn aan, ook met it Keallekampke, het kinderdagverblijf, geeft dat ons een hele mooie positie. Voor de toekomst, de omschakeling, we hebben wel eens gezegd, we kunnen biologisch worden of we moeten groeien. Dan komt hier een stal te staan voor tweehonderd koeien. Ik zei: dat kunnen we het dorp niet aandoen, zo'n groot hok hier voor de deur. Dat speelt hier altijd mee, ook met fik stoken, dat kan hier ook niet, iedereen ziet het. Het geeft je een hele andere uitgangspositie dan iemand die ergens in de rimboe zit. Dat is aan de ene kant ook wel een voorrecht. Je bent hier geboren, dus je hebt bepaalde opties die anderen misschien niet hebben. Maar ja, je moet ze wel benutten. Dat gaat steeds beter. Dit jaar hebben we het dus overgenomen, je voelt je nu ook vrij om het pad te kiezen, wat het dichtst bij je ligt. Dat was hem wel.

Interviewer: Dat was hem wel. Ontzettend bedankt, dan stop ik de opname.

*Einde opname.*