



JEEN

# Het grote Bodemonderzoek

Het eerste grootschalige onderzoek naar hoe melkveehouders en akkerbouwers met hun bodem omgaan en hoe we ze in beweging krijgen voor een duurzaam bodembeheer

Arnhem, juli 2017



IMPACT IN AGRI & FOOD

JEEN

## AGENDA

- ▶ Aanleiding
- ▶ Onderzoek
- ▶ Resultaten
- ▶ Implementatie
- ▶ Next Steps



## AANLEIDING

*“Het gaat niet goed met de hoeveelheid geschikte landbouwgrond op aarde. Bodemerosie, uitputting van nutriëntenvoorraden, bodemvervuiling, verlies van biodiversiteit, verdroging en bodemverdichting dragen allemaal bij aan het verlies van het gezond functioneren van bodems en productiesystemen. Een van de hoofdschuldigen is de landbouw zelf. Dat is een alarmerende conclusie in het licht van de benodigde voedselvoorziening voor een groeiende wereldbevolking”*

*Uit: Leve(n) de Bodem, 2016*

Dit klinkt alarmerend, maar voor de meeste boeren nog ‘ver van hun bed’. Door betere rassen en teeltoptimalisatie stijgt de productie immers nog steeds op de meeste gronden. Toch raken steeds meer boeren overtuigd van het belang van een vruchtbare en weerbare bodem. Ze hebben minder bemesting nodig en kunnen het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen omlaag brengen. En op langere termijn is een goede bodemconditie een stevige basis voor de toekomst van het bedrijf.

Binnen de groep boeren en tussen bijvoorbeeld akkerbouwers en veehouders zijn grote verschillen in kennis, houding en gedrag te onderscheiden. Althans, dat denken we. Maar hoe zit het werkelijk? Het antwoord op die vraag is de basis om alle kennis die in de afgelopen jaren is opgedaan beter te benutten en de communicatie richting de boeren te verbeteren.



## Hoe krijgen we de boer en de bodem in beweging?



## AANLEIDING

- ▶ Nederlandse boeren verzorgen onze landbouwgronden
- ▶ Elke boer is gebaat bij een gezonde en vruchtbare bodem
- ▶ Veel-boeren erkennen dit belang, maar vertalen dat nog onvoldoende naar duurzaam bodembeheer (*maar wat is voldoende...*)
- ▶ Wat zijn de achterliggende redenen hiervoor?
- ▶ Hoe krijgen we de boeren in de versnelling?
- ▶ Welke groepen zijn te onderscheiden en hoe kunnen we hen op de juiste wijze in beweging brengen?
- ▶ Voor gedragsverandering moet je allereerst weten wie je doelgroep is, wat men weet en wat hen motiveert



## Aanpak

Online survey onder akkerbouwers en melkveehouders (max, 30 min)

- ▶ Minimaal 10 partners (die ieder maximaal 5.000 euro bijdragen)
- ▶ Partners bestrijken liefst betrokken kennisterreinen
- ▶ Mogelijkheid voor partners om eigen vragen op te nemen in het onderzoek (tegen betaling)
- ▶ Gezamenlijke sessies om resultaten te delen en te duiden
- ▶ Gezamenlijk en individueel publiciteit in vakmedia genereren
- ▶ Resultaten gebruiken in eigen communicatie (gedragsverandering)



## Inhoudelijke thema's binnen het onderzoek

Bodemverdichting	Bodemvruchtbaarheid
Bodembewerking/mechanisatie	Organische stof
Groenbemesters	Bemonstering/analyse
Advies	Gewasbescherming/onkruidbestrijding
Bemesting en mineralen	Precisielandbouw
Bodemleven	Kennis en research
Water	Ketenpartijen



Het onderzoek bestaat uit twee delen:

- 1. Identificeren**
- 2. Beter bedienen**



## DEEL 1 - identificeren

- ▶ Kennis, houding, visie en gedrag van de Nederlandse boer met betrekking tot de bodem in kaart brengen

Onderzoeksvraag:

### Welke verschillende typen bodem-boeren zijn er?

- Bodemkennis
- Bodembeheer/activiteiten
- Erkenning problematiek
- Bodemambities en doelen
- Behoeftes: kennis, advies, (praktische) ondersteuning



## DEEL 1 - RESULTATEN

### Wat weten we straks?

- ▶ Identificatie van verschillende typen boeren die:
  - verschillend tegen de bodem aankijken (hoe?)
  - verschillend met de bodem omgaan (hoe?)
  - en met hun bodembeheer verschillende doelen nastreven (welke?)
- ▶ Bijvoorbeeld:
  - *Jonge melkveehouders die het belang van bodem net ontdekken en hier meer mee willen, maar nog niet weten hoe*
  - *Kennis-hongerige akkerbouwers die het naadje van de kous willen weten*
  - *Experimenterende jonge akkerbouwers die vooral interesse hebben in nieuwe ontwikkelingen en technische snuffjes*
  - *Groep boeren willen samen een pilot draaien*



## DEEL 1 - IMPLEMENTATIE

### Wat kun je als partner met deze inzichten?

- ▶ Je doelgroep beter segmenteren en op basis daarvan beter bedienen
- ▶ De inzichten van het onderzoek toepassen in je eigen aanpak/ communicatie
- ▶ Het onderwerp bodem meerdere jaren op de kaart zetten (agenda setting) en houden
- ▶ Publiceren nieuwswaardige onderzoeksresultaten in vakmedia en social media en jezelf als autoriteit neerzetten:
  - Welke typen boeren hebben we ontdekt?
  - Hoe groot zijn deze groepen?
  - Waar bevinden ze zich?
  - Wat zijn hun ambities?
  - Wat is hun kennisniveau?
  - Wat betekent dit voor de landbouw in Nederland?



## DEEL 2 - beter bedienen

- ▶ Behoeften in kaart brengen van verschillende typen boeren
- ▶ Onderzoeksvraag:

### Hoe krijgen we de verschillende typen bodem-boeren in actie voor (nog) beter bodembeheer?

- Wat zijn de drempels om wel/niet in actie te komen
- Welke emotionele barrières/triggers zijn er
- Over welke onderwerpen willen ze meer weten?
- Waar zien ze de kansen en uitdagingen voor hun bedrijf?
- Wanneer willen ze adviezen/kennis
- Willen ze verdieping of praktisch advies?
- Welk soort adviezen/ ondersteuning missen ze?
- Van wie zouden ze die adviezen/ ondersteuning willen krijgen?



## DEEL 2 - RESULTATEN

### Wat weten we straks?

- ▶ Behoeften van specifieke typen boeren
- ▶ Bijvoorbeeld:
  - *Jonge melkveehouder heeft behoefte aan basiskennis over de bodem en wil in contact komen met goede adviseurs*
  - *Fanatieke akkerbouwer wil graag meer weten over micro-organismen in de bodem en hoe hij hun groei kan beïnvloeden*
  - *Boeren missen een 'helpdesk' waar ze met hun bodemproblemen terecht kunnen*
  - *Als je melkveehouders over de bodem wilt laten nadenken, moet je praten in termen van ruwvoer en niet over bodemvruchtbaarheid*
  - *Men wil in groepen met bodemcoach werken*



**“50% ondervraagde akkerbouwers weet niet genoeg over bodem om deze goed te kunnen verzorgen”**

**“Jonge melkveehouder wil met de bodem aan de slag, maar weet niet hoe”**

**“Grote interesse voor gadgets beter bodembeheer”**



## DEEL 2 - IMPLEMENTATIE

Wat kun je als partner met deze inzichten?

- ▶ Verschillende typen bodem-boeren effectiever bereiken met je communicatie
- ▶ De juiste informatie en oplossingen aanbieden aan verschillende typen bodem-boeren
- ▶ Beter afgestemd productaanbod

