duiding

Imago van de Vlaamse land- en tuinbouw

duiding

"Landbouwsector moet meer proactief communiceren"

11 DECEMBER 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:54



Hoewel het imago van de Vlaamse land- en tuinbouw lichtjes achteruit boert in vergelijking met vijf jaar geleden, blijft het op een relatief hoog niveau. Tachtig procent van de Vlamingen heeft nog steeds bewondering voor landbouwers. Toch vindt slechts 16 procent dat de boer vandaag een eerlijke prijs krijgt voor zijn producten. “Maar dat besef verandert weinig aan het aankoopgedrag van de consument. Prijs is meer dan ooit een belangrijke beslissingsfactor voor de aankoop van voeding. En minder dan in het verleden geeft de consument aan dat hij meer wil betalen voor milieuvriendelijkere en diervriendelijkere producten”, zo zegt UGent-professor Gino Verleye die het onderzoek in opdracht van VILT uitvoerde. Hij adviseert de landbouwsector om vooral proactiever te gaan communiceren.

Dit grootschalige imago-onderzoek is het vijfde op rij uitgevoerd in opdracht van VILT. Voor het eerste onderzoek, dat dateert van 1997, deed onderzoeksbureau Censydiam de dataverzameling en -analyse, maar sinds 2002 begeleidt professor Gino Verleye van de vakgroep Communicatiewetenschappen van de Universiteit Gent de vijfjaarlijkse studie naar het imago van de Vlaamse land- en tuinbouw. De basis van de enquête is al editie na editie dezelfde, actuele thema’s worden er telkens aan toegevoegd. Dat betekent dat we de evolutie van het landbouwimago op de voet kunnen volgen.

In 1997 had nog bijna de helft van de Vlamingen een negatief tot zeer negatief beeld van land- en tuinbouw. In 2002 volgde een kentering die zich in 2007 verderzette. Hoewel nog een kwart van de Vlamingen landbouw als negatief percipieerde, deed de sector het op heel wat vlakken beter. Vooral de omgang met dieren werd positiever beoordeeld en het cliché dat boeren altijd klagen begon terrein te verliezen. De uitzonderlijk goede resultaten van het onderzoek in 2012 deden vermoeden dat het imago stilaan een plafond bereikt had. Al was het duidelijk dat de perceptie van milieu en dierenwelzijn, de belangrijkste drivers van het imago, ook dit decennium blijvend aandacht verdienen.

Onderzoek 2017

Dat blijkt nu ook uit de resultaten van de meest recente studie. In de periode van 17 maart tot en met 22 maart 2017 werd een representatieve steekproef van 942 Vlamingen bevraagd via een online survey. Dat betekent dat de dataverzameling plaatsvond voor dierenrechtenorganisatie Animal Rights naar buiten kwam met beelden over mistoestanden in twee Vlaamse slachthuizen en op een pluimveebedrijf. Ook de fipronilcrisis waarbij heel wat eieren uit de supermarktrekken werden genomen, dateerde van een later tijdstip.

Gevraagd naar de score op tien die de Vlaming aan de Vlaamse landbouw en landbouwer zou geven, luidt het antwoord vandaag 7,1 op 10 voor de sector en 7,3 op 10 voor de boer. Daarmee valt deze score lichtjes terug, naar het niveau van 2007. In 2012 kreeg de landbouw nog 7,4 op 10 en de landbouwer 7,5 op 10. Al 20 jaar lang kan de boer als individu op meer begrip rekenen van de Vlaming dan de sector als geheel. Opvallend is ook dat mensen die geregeld aankopen doen bij de boer, een positiever beeld

hebben van de sector. Wie geen interesse heeft in land- en tuinbouw percipieert de sector en de landbouwer duidelijk als negatiever.



Hoe waardeert de Vlaming landbouw vandaag en in de toekomst?

Als we kijken naar een aantal thema's die in 2017 meer dan ooit aan de orde zijn, dan zien we dat landbouw vandaag nog steeds wordt erkend als een belangrijke economische sector die zich mag richten op export en die jobs creëert. De prijsvorming voor de boer wordt als problematisch gezien, maar inkomenssteun is gerechtvaardigd als daar extra dierenwelzijns- en milieueisen tegenover staan. Als we peilen naar de toekomstvisie op dit vlak, dan zien we dat de helft van de Vlamingen ervan overtuigd is dat landbouw de basis moet blijven van een sterke Vlaamse agrovoedingssector die inzet op wereldwijde export. Bovendien verwacht twee derde dat landbouwers ook hun boterham zullen verdienen met allerhande publieke diensten, zoals landschapsonderhoud, natuurbescherming, recreatie, zorg, enz.

Op vlak van dierenwelzijn zien we dat slechts een kleine minderheid (12%) oordeelt dat de landbouwer vandaag zijn dieren niet met respect behandelt. Toch is bijna zes op tien Vlamingen ervan overtuigd dat dieren het beter hebben op kleinschalige dan op grootschalige landbouwbedrijven. Slechts 14 procent van de Vlamingen vindt dat de sector in de toekomst moet stoppen met het kweken van vlees. Al vindt een derde wel dat insecten, soja, algen en vis een alternatief kunnen zijn voor de vleesproductie.

Een andere belangrijke driver voor het imago is milieu. We zien dat 23 procent van de Vlamingen land- en tuinbouw vandaag als milieuvervuilend percipieert. Bijna zes op tien meent dat landbouw de jongste jaren met steeds meer respect voor het milieu produceert. Wel zien we dat het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen onder druk komt te staan. Zo denkt 45 procent van de respondenten dat het huidige gebruik ervan een gevaar inhoudt voor mens en milieu. De landbouw van de toekomst produceert daarom beter zonder gebruik van gewasbeschermingsmiddelen, stelt 36 procent van de Vlamingen. Vier op tien is zelfs overtuigd dat landbouw volledig moet overschakelen op biologische productie. Opmerkelijk is dat ook driekwart van de Vlamingen ervan overtuigd is dat de landbouw in de toekomst een positieve bijdrage kan leveren aan milieu- en natuurdoelstellingen.

De Vlaming ziet vandaag een rol weggelegd voor de landbouw in de transitie naar groene energie. Zowat zeven op tien ziet land- en tuinbouwbedrijven als geschikte locaties voor groene energieproductie en zes op tien is bereid groene stroom of groene warmte af te nemen van een boer uit de buurt. De landbouw van de toekomst moet zijn eigen energie produceren, meent twee derde van de Vlamingen. 70 procent is van oordeel dat landbouw een positieve bijdrage kan leveren aan de klimaatdoelstellingen.



Op vlak van ruimte zien we dat 63 procent van de Vlamingen ervan overtuigd is dat landbouw vandaag voor open ruimte zorgt. Net iets meer vindt dat het Vlaamse landbouwareaal niet verder mag krimpen. Gezien de beschikbare ruimte beperkt is, vindt een derde van de respondenten dat natuur voorrang moet krijgen op landbouw. Voor 15 procent mag wonen voorrang krijgen op landbouw en voor 11 procent krijgt industrie voorrang. Op de vraag of de stallen die vandaag gebouwd worden eerder thuishoren op een industrieterrein dan op het platteland, antwoordt 28 procent ja. Vier op tien Vlamingen gelooft dat de landbouw van de toekomst ook in de stad produceert.

Als we kijken naar de schaalvergroting in de landbouw, dan zien we dat net iets meer Vlamingen de sector vandaag als familiaal in plaats van als industrieel beoordeelt. Slechts 23 procent vindt dat landbouw kleinschalig moet zijn. Eenzelfde aantal Vlamingen vindt dat de omvang van de Vlaamse veestapel te groot is. Ook voor de toekomst zien we geen uitgesproken mening over de schaalgrootte van landbouwbedrijven. Een derde onder de respondenten wil dat de landbouw in de toekomst breekt met het intensief landbouwmodel, terwijl bijna vier op tien verwacht dat er minder landbouwers zullen zijn op grotere landbouwbedrijven.

Discrepantie tussen identiteit en imago

Als we kijken naar scholingsgraad, dan zien we dat de Vlaming landbouwers meer ziet als laaggeschoolde mensen dan vijf of tien jaar geleden. Ook de mening dat wie een landbouwbedrijf wil leiden een goed manager moet zijn, gaat erop achteruit. In realiteit zien we nochtans dat jonge landbouwers steeds vaker hoger geschoold zijn dan hun oudere collega-landbouwers.

Op vlak van duurzaamheid scoort de landbouw eveneens iets minder goed. Landbouw wordt vandaag als milieuvervuilender gezien dan vijf of tien jaar geleden en valt op die manier terug op het niveau van 2002. Vlamingen hebben minder de indruk dat het gebruik van kunstmest en gewasbeschermingsmiddelen daalt dan in 2012. Ook het idee dat landbouw de jongste jaren met steeds meer respect voor het milieu produceert, verliest wat terrein. Opnieuw zien we dat in realiteit de landbouw wél heel wat sprongen vooruit heeft gezet: de Vlaamse broeikasgasuitstoot is teruggelopen, net als de druk van gewasbescherming, de uitstoot van fijn stof, het gebruik van kunstmest en het energiegebruik. Ook zien we dat de agromilieumaatregelen, inspanningen die landbouwers doen om hun areaal milieuvriendelijker te bewerken dan wettelijk is verplicht, aan belang winnen.



Het vertrouwen in landbouw en landbouwproducten loopt ook lichtjes terug in 2017. Zo zien we dat mensen minder vertrouwen hebben in producten die rechtstreeks bij de boer worden gekocht dan in 2012. En de kwaliteit van diervoeders wordt volgens iets minder Vlamingen streng gecontroleerd. In realiteit zien we dan weer dat de land- en tuinbouwsector heel hoog scoort op vlak van voedselveiligheid. Het Voedselagentschap noemt de sector zelfs één van de beste leerlingen van de klas.

“Deze bevindingen doen ons besluiten dat er een discrepantie is tussen de identiteit en het imago van de sector. De cijfers tonen aan dat landbouw op vlak van duurzaamheid en voedselveiligheid de laatste tien tot vijftien jaar belangrijke stappen vooruit heeft gezet. Ook het opleidingsniveau, zeker dat van jonge boeren, is erop vooruitgegaan. Maar de Vlaming percipieert dit niet zo”, verklaart professor Verleye.

Landbouwimago in een veranderende maatschappij

Net zoals de sector verandert, verandert ook de maatschappelijke context waarin de landbouw opereert. Daarbij zijn vier belangrijke vaststellingen te maken.

Zo is er de kloof met de consument. Enerzijds zien we dat identiteit en perceptie een tegengestelde beweging maken: de sector levert inspanningen, maar de consument lijkt zich daar niet van bewust. Daarnaast is er ook de dubbele houding van de burger: hij vraagt naar een meer milieu- en diervriendelijke landbouw, maar wil er niet voor betalen. Prijs is nog meer dan in het verleden de belangrijkste drijfveer om een product te kopen. Uit de enquête kunnen we ook afleiden dat de eigen inspanningen van de burger voor het milieu teruglopen in vergelijking met vijf of tien jaar geleden.

Een andere trend is de algemene verharding in de maatschappij. Er is steeds meer individualisme en zelfs een bepaalde gelatenheid bij een groep mensen. In onze studie gaat het meestal om jonge, eerder laag opgeleide mensen. “Ook bij ander longitudinaal onderzoek is eenzelfde vaststelling te maken. Ongeveer 20 procent van de mensen staan negatiever in het leven dan pakweg vijf of tien jaar geleden. Vaak zijn zij contactarm en hebben ze een donker toekomstbeeld. Dat vertaalt zich in een negatievere attitude ten aanzien van merken, producten of in dit geval een sector”, weet Gino Verleye.

We zien ook een sterk toegenomen aandacht voor landbouw bij allerhande ngo’s. Zo zijn de ledenaantallen van natuur-, milieu- of dierenrechtenorganisaties vandaag groter dan ooit. Natuurpunt telde vorig jaar voor het eerst meer dan 100.000 leden en GAIA steeg sinds 2000 van 12.000 naar 30.000 leden. Deze organisaties profileren zich ook steeds vaker op het landbouwthema. Zij dringen aan op een koerswijziging op vlak van landbouwbeleid en zijn heel kritisch ten aanzien van het huidige landbouwsysteem. Bovendien voeden zij ook actief het politiek en maatschappelijk debat. Dat zorgt voor verschuivende maatschappelijke verwachtingen ten aanzien van landbouw.


biggen-slapen-gevilt.jpg

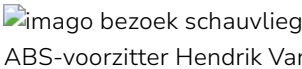
Uit een media-analyse van de KU Leuven (SUFISA-project), waarbij krantenartikels uit de periode 2006-2016 werden geanalyseerd, blijkt dat de stem van de gangbare landbouw en landbouwer ontbreekt in de algemene media. Vooral de kleinschalige boer, vaak met rechtstreekse verkoop aan de consument, komt aan bod in de kranten, veelal op een positieve manier. De landbouwer die produceert voor de agrovoedingssector ontbreekt in de berichtgeving. Meestal fungeren de landbouworganisaties hier als spreekbuis. De gangbare landbouwer komt enkel aan het woord in crisissituaties, zoals bij mislukte oogsten of extreme weersomstandigheden. Hierdoor kan de burger een vertekend beeld krijgen van de Vlaamse land- en tuinbouw.

Communicatieaanbevelingen

Op basis van de resultaten en conclusies van deze imagostudie formuleert professor Verleye ook een aantal communicatieaanbevelingen voor de landbouwsector. “Gezien de discrepantie die er is tussen de inspanningen die de landbouwsector heeft gedaan op vlak van duurzaamheid en voedselveiligheid en hoe de Vlaming dit ziet, raden we de sector aan om meer proactief te communiceren”, zegt Verleye. Het is daarbij belangrijk dat ook de gangbare landbouw een podium krijgt. “Die komt vandaag nog te vaak enkel in crisissituaties in beeld, terwijl kleinschalige boeren die produceren voor nichemarkten veel vaker een forum krijgen. Dat zorgt voor een vertekend beeld bij de burger”, klinkt het. Verleye is van mening dat door meer transparantie te creëren over de werking van de voedingsketen de consument ook meer voeling kan krijgen met de gangbare voedselproductie. Daarnaast is het ook belangrijk dat landbouw de dialoog aangaat met de ngo’s die zich steeds vaker roeren in het landbouwdebat. “De koerswijziging die zij verlangen, hoeft niet meteen een bedreiging te zijn, maar kan ook een opportuniteit betekenen voor landbouw. De sector kan beter het voortouw nemen in deze debatten dan een afwachtende houding aan te nemen.” Tot slot is er de dubbele houding van de burger die enerzijds meer dierenwelzijn en meer milieu-inspanningen vraagt van de sector, maar er anderzijds niet voor wil betalen. “De vraag die zich stelt, is of de landbouw hiermee moet leren leven of dat de sector erin slaagt om de hele keten te verduurzamen. Nog actiever de dialoog aangaan met de ketenpartners kan hier misschien voor een kentering zorgen”, besluit Gino Verleye.

Reacties op de resultaten

De landbouworganisaties Boerenbond en ABS trekken dezelfde conclusies uit deze nieuwe imagometing van de sector. “We moeten de Vlaamse land- en tuinbouw tonen zoals hij is, in al zijn diversiteit. Dat moet gebeuren via proactieve communicatie, weg van crisissituaties en concrete syndicale dossiers, want vandaag komt landbouw vooral in deze gevallen aan bod in de media”, stelt Boerenbondvoorzitter Sonja De Becker. Boerenbond heeft hiervoor een actieplan klaar dat het volgend jaar wil uitrollen. “Wij hopen hiervoor ketenbreed partners te vinden.”


imago bezoek schauvliege stand VILT.jpg

ABS-voorzitter Hendrik Vandamme vindt de grotere appreciatie door consumenten die rechtstreeks bij de boer of tuinder kopen, niet verrassend. “Wie zijn verhaal rechtstreeks aan de consument vertelt en de afstand tussen boer en verkleint, kan duidelijk op

meer respect voor zijn dagelijkse bezigheden rekenen. Ook voor wie niet rechtstreeks aan de consument verkoopt, moet daar nog extra op ingezet worden. Het is daarom heel belangrijk dat de boeren en tuinders zelf actief deelnemen aan het breed maatschappelijk debat rond landbouw en zelf hun verhaal delen via sociale media, blogs en dergelijke, niet alleen reactief. We moeten vooral veel pro-actiever aan de slag gaan", luidt de conclusie van ABS.
Vlaams landbouwminister Joke Schauvliege onthoudt vooral dat landbouwers nog steeds op bewondering van de Vlaming kunnen rekenen. "In weer en wind, in voor- en tegenspoed zorgen zij elke dag opnieuw voor de voedselproductie in ons land. Een ruime meerderheid van de bevolking erkent hun verdiensten. Zij zijn meteen ook de eerste consumenten van onze Vlaamse kwaliteitsvolle producten. Wij moeten hen ervan blijven overtuigen om een eerlijke prijs te betalen voor de producten van bij ons. Op termijn levert dat alleen voordelen op voor de boer, de handelaar en de consument", stelt Schauvliege.

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada