

Nederlanders hebben positief beeld over landbouw

nieuws

De Nederlandse boeren en tuinders denken negatiever over zichzelf dan de doorsnee burger. Veel Nederlanders hebben immers een ronduit positief beeld over de agrarische ondernemer, zowel van de persoon als van de bedrijfstak. Dat blijkt uit een imago-onderzoek van de overheid op verzoek van landbouwminister Veerman. De resultaten zijn in grote lijnen gelijklopend met het laatste groot imago-onderzoek in Vlaanderen dat in 2002 werd uitgevoerd door VILT.

🕒 13 SEPTEMBER 2005 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:55

De Nederlandse boeren en tuinders denken negatiever over zichzelf dan de doorsnee burger. Veel Nederlanders hebben een ronduit positief beeld over de agrarische ondernemer, zowel van de persoon als van de bedrijfstak. Dat blijkt uit een imago-onderzoek van de overheid op verzoek van landbouwminister Veerman. De studie kadert in de toekomstvisie 'Kiezen voor Landbouw' die dinsdag in Amsterdam is voorgesteld.

Het imago van de Nederlandse boer als mens is positief. De boer zou eerlijker, diervriendelijker en milieuvriendelijker zijn dan de gemiddelde Nederlander. Agrariërs werken hard, zijn geen grootverdieners en zeker niet arrogant. Boeren en tuinders zijn even optimistisch, zelfstandig, gevoelig, modern, ruimdenkend, klagerig en werelds als andere Nederlanders, zo blijkt uit het onderzoek.

94 procent van de respondenten is van oordeel dat de landbouwbedrijven niet mogen verdwijnen in Nederland. Een meerderheid is ervan overtuigd dat ook binnen tien jaar er nog genoeg ruimte zal zijn voor de landbouwsector. Wel is het zo dat het imago van de diverse sectoren onderling verschilt.

De intensieve veehouderij wordt gezien als grootschalig, exportgericht en modern, terwijl melkveehouders een romantischer beeld oproepen. Burgers hebben een emotionele band met koeien, in mindere mate met varkens en met kippen is er helemaal geen band. Nederlanders geven de voorkeur aan eigen tuinbouwproducten

en de akkerbouw wordt belangrijk geacht voor het landschapsbeheer. Vooral biologische landbouwbedrijven hebben een heel positief imago: ze zijn volgens de Nederlanders natuur- en milieuvriendelijk, kleinschalig maar toch modern. Opmerkelijk is dat de Nederlandse versie van het programma 'Boer zoekt Vrouw' met zijn 3,1 miljoen kijkers een belangrijke bijdrage heeft geleverd aan het imago van de boer. Twee op de vijf mensen die het programma hebben gezien, blijken boeren meer te zijn gaan zien als ondernemers en niet meer als traditionele boer. Een op de zes kijkers heeft door het programma een positiever beeld van de bedrijfstak gekregen.

Meer informatie: [Kiezen voor Landbouw](#)

Bron: Agriholland

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/viltnieuwbsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)