

De zuivel terug in Heeg?

RAPPORTAGE

Pilotproject binnen Project Dorpslandbouw Zuidwest Friesland

Dorine van den Beukel, Lucie Gelderblom, Freya Zandstra

MAART 2015

PRINTVERSIE

Van deze rapportage bestaan twee versies:

Beeldscherm-versie: met afbeeldingen in kleur en alle bijlagen

Print-versie: zonder afbeeldingen en met bijlagen in een apart bestand.

Dit project kwam tot stand met inbreng van velen.

We danken de boeren van Heeg, de lokale ondernemers en Hegemers die aan dit onderzoek hebben meegewerkt en Plaatselijk Belang Heeg voor het in ons gestelde vertrouwen.

provinsje fryslân
provincie fryslân



Europees Landbouwfonds voor
Plattelandontwikkeling: Europa
investeert in zijn platteland.



Inhoud	
1. Inleiding	4
2. Aanleiding en achtergrond	6
3. Doelen en doelgroepen	10
3.1 Doelen	10
3.2 Doelgroepen	10
4. Aanpak en werkwijze	12
4.1 Voorbereiding projectactiviteiten	13
4.2 Interviews boeren	13
4.3 Enquête onder inwoners van Heeg	15
4.4 Enquête onder toeristen	15
4.5 Interviews lokale ondernemers	15
4.6 Analyse interviews en selectie thema's	16
4.7 Plenaire presentatie onderzoeksresultaten (voor de boeren)	16
4.8 Themabijeenkomsten (voor de boeren)	19
4.9 Uitwerken voorstellen voor uitvoering	19
4.10 Evaluatie	20
5. Resultaten	22
5.1 Voorbereiding en planning activiteiten	22
5.2 Interviews boeren	22
5.3 Enquête onder Hegemers	25
5.4 Enquête onder toeristen	25
5.5 Interviews lokale ondernemers	26
5.7 Plenaire presentatie onderzoeksresultaten (voor de boeren)	28
5.8 Themabijeenkomsten (voor de boeren)	29
5.9 Uitwerken voorstellen voor uitvoering	31
6. Evaluatie en aanbevelingen	36
Colofon	41

1. Inleiding

Met een glaasje melk van de koeien die grazen op het naburige eiland Gouden Boaium als inspiratie, blikken we terug op bijna twee jaar samenwerking en analyse met de boeren uit het gebied: de banden zijn aangehaald, onmiskenbaar. Wat we kwamen doen – want ze hadden toch niets te koop – vroegen de boeren zich af toen we hen medio 2013 benaderden. Nu liggen er Hegemer boerenpannenkoeken in de plaatselijke supermarkt, zint een boerin op een melkbezorg-route, loopt een ander rond met plannen voor roomijs van de boer, steunt de gemeente een onderzoek naar een centrale melktap, wordt een eeuwenoud wandelpad door boerenland eenmalig opengesteld en vinden groene stroom-gebruikers en boeren elkaar in een samenwerking voor zonnepanelen op staldaken. DE ZUIVEL TERUG IN HEEG? Het vraagteken mag al bijna uit de titel.

In deze notitie doen we verslag van onze bevindingen bij het onderzoeken van de mogelijkheid om nieuwe verbanden te leggen tussen de inwoners van het dorp Heeg en de boeren die werken rondom het dorp. We schetsen de aanleiding om op zoek te gaan naar een samenhang tussen dorp en boer die past bij deze tijd en hoe we kozen voor de aanpak van persoonlijke interviews. We geven weer hoe dorp en gasten van Heeg antwoorden als we vragen naar hun wensen voor boerenproducten en -activiteiten. Verder geven we onze DE ZUIVEL TERUG IN HEEG?-aanpak weer, zodat ook andere dorpen volgens deze methode op zoek kunnen gaan naar nieuwe connecties tussen het dorp, de melkveehouders en de agrarische omgeving.

2. Aanleiding en achtergrond

Hoewel Heeg in het zuivelhart van Friesland ligt, weten de Hegemers maar amper waar de melk van de boeren uit de buurt heen gaat. Overal om Heeg heen zijn boerderijen, maar de melk, boter en kaas die wij in de winkel kopen, komen niet van de boeren uit het dorp.

Dit en nog veel meer was voor ons aanleiding om in 2011 het project DE ZUIVEL TERUG IN HEEG? te ontwikkelen. De aanleidingen op rij:

Engrienetsiis

‘Engrienetsiis’ is een project van twee dorpsbewoners van Heeg: Freya Zandstra en Dorine van den Beukel. Zij houden van eten koken en gebruiken daarvoor recepten van over de hele wereld. Maar hoe zit het eigenlijk met eten van dichtbij huis? Toen Freya en Dorine de archieven in doken vonden zij een bijzondere vergeten geschiedenis in schilderijen, foto’s en voorwerpen: de Zuidwesthoek van Friesland was meer dan vijf eeuwen lang het centrum van de boterproductie van West Europa. Dat is het doel van Engrienetsiis: het verhaal van de zuivelgeschiedenis én het verhaal van de boeren van nu willen zij vastleggen, vertellen en tot leven brengen. Zij doen dat door middel van culinaire workshops en andere publieksactiviteiten. Engrienetsiis is actief sinds het najaar van 2011.

Duurzame dorpsvisie Heeg

De nieuwe gemeente Súdwest Fryslân vroeg in 2011 aan ieder dorp in de gemeente een eigen dorpsvisie te ontwikkelen. In Heeg startte daarom begin 2012 met een dorpsvisietraject. Een visiewerkgroep bracht de huidige situatie van het dorp in beeld, Engrienetsiis bracht de boter- en zuivelgeschiedenis van Heeg in. Aanvullende vragen kwamen op tafel:

Is het kansrijk om in Heeg weer boter te gaan maken en als streekproduct te gaan verkopen? Zijn er misschien meer producten die in Heeg direct van de boeren rond het dorp afgenomen kunnen worden? Zijn bewoners en bezoekers van Heeg bereid die producten te kopen? Zijn de boeren dan bereid die te produceren? En wat zijn de mogelijkheden daarvoor? Hebben de bewoners van Heeg belangstelling voor het telen van eigen groenten en fruit?

Dorpsenquête

De visiewerkgroep nam in de dorpsenquête een aantal vragen op over dit onderwerp met het volgende resultaat:

- De helft van de respondenten vindt dat er onvoldoende lokale producten verkrijgbaar zijn in Heeg.
- Bijna 80% van de respondenten zegt deze daadwerkelijk te zullen kopen wanneer ze aangeboden worden, met name in de groep van 46-65 jarigen.

Bij de bewoners van Heeg lijkt dus een groot draagvlak aanwezig te zijn voor het kopen van streekproducten. Een economisch signaal dat voor de plaatselijke melkveehouderijen mogelijk interessant is. Uit de dorpsenquête kwamen ook nog enkele andere zaken naar voren die mogelijk een relatie kunnen krijgen met de plaatselijke melkveehouderijen:

1. Er zijn te weinig slechtweervoorzieningen en -activiteiten in Heeg, zowel voor gebruik door eigen bewoners als voor recreanten.
2. Er is behoefte aan meer wandelmogelijkheden buiten de bebouwde kom.
3. Ondanks de grote waardering voor de dorpsomgeving zou wat meer afwisseling in het landschap welkom zijn.
4. Een meerderheid van 51,7 % heeft belangstelling voor een collectieve duurzame energievoorziening.
5. 24 van de 220 respondenten wil de handen uit de mouwen steken als er een gezamenlijke dorpstuin komt.

Trends en ontwikkelingen

In de enquête waardeerden de dorpsbewoners het wonen in Heeg gemiddeld met een 7,9. Een tevreden dorp dus. Dit betekent niet dat Heeg niet meer hoeft te investeren in de leefbaarheid en de lokale economie. Er zijn genoeg veranderingen gaande om ons zorgen te maken: de bevolking van het platteland verandert (krimp, vergrijzing), bestedingen in de watersport lopen terug, in verschillende sectoren loopt de werkgelegenheid terug, de Harinxmastrjitte heeft te kampen met leegstand. Het is dus zeker niet vanzelfsprekend dat alles blijft zoals het is. Het zoeken naar nieuwe, duurzame ontwikkelingen is van belang. Op welke punten kan Heeg zich in de toekomst verder onderscheiden? Hoe kunnen de Hegemers zelf bijdragen aan het behoud van de leefbaarheid en het versterken van de lokale economie?

Project Dorpslandbouw

De huidige generatie boeren bepaalt sterk hoe het landschap er in de nabije toekomst uitziet en wat er in dat landschap gebeurt. Op initiatief van Plattelandsprojecten Zuidwest Friesland boog eind 2011 een aantal mensen uit heel verschillende maatschappelijke sectoren in de Zuidwesthoek zich over de vraag hoe we zelf de agenda voor de toekomst kunnen mee bepalen waar het gaat om landbouw en landschap. Welke ontwikkelingen vinden we belangrijk, waar liggen de kansen?

Zo ontstond in de regio Zuidwest Friesland het idee voor een Project Dorpslandbouw waarin op dorpsniveau consumenten (bewoners én gasten) en producenten (boeren) weer met elkaar in contact en tot samenwerking komen. Binnen dit project willen we in verschillende dorpen gaan werken aan:

- een beter begrip tussen boeren en bewoners, trots op de eigen agrarische dorpsomgeving;
- een meer lokale voedselproductie (via bijvoorbeeld dorpstuinen, 'eetbaar' openbaar groen en streekproducten);
- versterking van de lokale agrarische economie (en daarmee belangrijke dragers van het landschap) door het afnemen van voedselproducten als vlees/kaas/groente/melk/eieren maar ook producten als energie/rondleidingen/workshops;
- versterking van (de beleving van) het landschap in de dorpsomgeving. Denk aan hulp van bewoners en bezoekers bij het hooien, bij landschapsonderhoud, bij aanleg en beheer van landschapselementen of weidevogelbeheer.

Pilotproject DE ZUIVEL TERUG IN HEEG?

Alle hiervoor beschreven lijnen komen in dit pilotproject bij elkaar. De vergeten boter- en zuivelgeschiedenis kennen we nu, maar we moeten het nog vertellen. De wensen van de dorpsbewoners in relatie tot de omringende boeren kennen we nu, maar de boeren kennen die wensen nog niet. De wensen van de boeren zelf en ook de wensen van onze gasten kennen we nog niet.

In DE ZUIVEL TERUG IN HEEG? organiseren we het gesprek tussen de producenten en consumenten van melkveehouderijproducten in Heeg. Gezamenlijk gaan we op zoek naar nieuwe samenwerkingen, nieuwe economische perspectieven, nieuwe bijdragen aan de leefbaarheid en nieuwe vormen van landschapsbeleving en -versterking.

Afhankelijk van de uitkomsten gaan we in overleg met de betrokken belangstellenden kijken hoe we op projectmatige basis de meest kansrijke ideeën en wensen gezamenlijk in het dorp kunnen realiseren.

3. Doelen en doelgroepen

3.1 Doelen

In het project is sprake van bovenliggende doelen voor het programma Dorpslandbouw en specifieke doelen voor het pilotproject DE ZUIVEL TERUG IN HEEG?.

Bovenliggende doelen voor het programma Dorpslandbouw:

- Een beter begrip tussen boeren en bewoners, trots op de eigen agrarische dorpsomgeving.
- Een meer lokale voedselproductie (via bijvoorbeeld dorpstuinen, 'eetbaar' openbaar groen en streekproducten)
- Versterking van de lokale agrarische economie (en daarmee belangrijke dragers van het landschap) door het afnemen van voedselproducten als vlees/kaas/groente/melk/eieren maar ook producten als energie/rondleidingen/workshops.
- Versterking van (de beleving van) het landschap in de dorpsomgeving. Denk aan hulp van bewoners en bezoekers bij het hooien, bij landschapsonderhoud, bij aanleg en beheer van landschapselementen of weidevogelbeheer.

Doelen DE ZUIVEL TERUG IN HEEG?

Doel voor Heeg – Bewoners en boeren van Heeg bedenken gezamenlijk activiteiten die het onderlinge contact, de samenwerking en de relatie tussen het dorp en het omringende agrarische gebied versterken.

Doel voor de regio Zuidwest Friesland – Het ontwikkelen van een aanpak die het contact en de onderlinge samenwerking tussen bewoners en boeren binnen een dorp versterkt en die gebruikt kan worden in andere dorpen van Zuidwest Friesland.

3.2 Doelgroepen

Doelgroepen van DE ZUIVEL TERUG IN HEEG? zijn de individuele bewoners en agrarische ondernemers van het dorp en, afhankelijk van de geselecteerde thema's, andere lokale ondernemers, instellingen, bewonersgroepen en verenigingen.

De doelgroep voor de ontwikkelde aanpak bestaat uit geïnteresseerde initiatiefnemers in andere dorpen in Zuidwest Friesland of breder.

4. Aanpak en werkwijze

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de uitgevoerde projectactiviteiten. Per activiteiten geven we in dit hoofdstuk een toelichting op de aanpak en werkwijze.

	Activiteit
1	Vorbereiding en planning activiteiten
2	Interviews boeren (16 bedrijven, interviews door telkens 2 personen)
3	Enquête onder inwoners van Heeg
4	Enquête onder toeristen (in havens en op campings)
5	Interviews lokale ondernemers (horeca en middenstand; 9x)
6	Analyse interviews en selectie thema's (4)
7	Plenaire presentatie onderzoeksresultaten (voor de boeren)
8	Themabijeenkomsten (voor de boeren)
9	Uitwerken voorstellen voor uitvoering
10	Evaluatie

4.1 Vorbereiding projectactiviteiten

Om de projectaanpak goed aan te laten sluiten bij wat de lokale boeren aanspreekt, hebben we in de voorbereidingsfase een oriënterend gesprek gevoerd met drie sleutelboeren uit Heeg. Dit gesprek voerden we aan de hand van de thema's die uit de dorpsenquête naar voren waren gekomen (zie hoofdstuk 2). Tijdens het gesprek kregen we de valkuilen en aanknopingspunten voor de later te houden interviews in beeld en gaven de boeren aan hoe we het beste hun collega's konden benaderen en betrekken. Een ander belangrijk element van de voorbereiding betrof de planning. De beste tijd voor het uitvoeren van activiteiten met boeren is het najaar en de winter. Het onderzoek naar de wensen van de gasten/recreanten in Heeg moet juist in het voorjaar en de zomer worden uitgevoerd. De beste periode voor het interviewen van de Horeca en middenstand is aan de randen van het toeristisch seizoen omdat sommige horecabedrijven in de winter gesloten zijn.

4.2 Interviews boeren

Alle 17 boeren rondom Heeg zijn benaderd voor een interview. Een van de boeren zag er van af vanwege langdurige ziekte en het ontbreken van een opvolger. Alle overige boeren stemden in.

Het interview werd gehouden aan de hand van een vaste vragenlijst (BIJLAGE 1). Van te voren werd aangegeven dat alle antwoorden anoniem zouden blijven en dat het eventueel niet willen beantwoorden van een bepaalde vraag geen enkel probleem zou zijn.

Het interview werd afgesloten met een set inspiratiekaarten (BIJLAGE 2). Deze inspiratiekaarten bevatten voorbeelden van boeren-initiatieven uit de rest van Nederland en Europa. Aan de boeren werd gevraagd de kaarten op 3 stapels te leggen: kansrijk, niet-kansrijk en neutraal.

Uiteindelijk werden de niet-kansrijke en neutrale kaarten terzijde gelegd en werd gevraagd om een top drie samen te stellen van kansrijke initiatieven. Vervolgens werd gevraagd wat hierbij als kansen en belemmeringen werden gezien en wat er nodig zou zijn om deze top drie te realiseren.

We hebben het interview en de kaarten eerst uitgetest in een test-interview, om zeker te weten dat de vragen ter zake doende waren, niet te gevoelig lagen en ook om te kijken hoe lang het interview duurde. Het was in onze ogen belangrijk dat wij de boeren niet lastig zouden vallen met voor hen oninteressante vragen en we wilden niet te lang beslag leggen op hun tijd. Op basis van dit test-interview hebben we de vragen enigszins ingekort en nog wat inspiratiekaarten toegevoegd.

De enquête hebben we in de vorm van een pdf ingevoerd op een laptop en die steeds ter plaatse van het interview ingevuld. Hiervoor hebben we gekozen omdat we de data digitaal wilden verzamelen, maar wel offline moesten werken. Dit bleek achteraf een bewerkelijke methode, omdat het verwerken van de invulde pdf's tijdrovend was. Onze aanbeveling zou zijn de enquête op papier in te vullen en later in te voeren in een enquêteprogramma als Survey Monkey. Als alle ingevulde enquêtes in een keer ingevoerd worden, is geen lang en duur abonnement nodig.

4.3 Enquête onder inwoners van Heeg

Zoals in hoofdstuk 2 gemeld, was in verband met de dorpsvisie al een enquête uitgevoerd in het dorp en konden we uitgaan van belangstelling voor producten van de boer bij de inwoners van Heeg op basis van de dorpsvisie-enquête. Evengoed hebben we toen de gelegenheid zich voordeed tijdens een bijeenkomst van Plaatselijk Belang een lijst met meer vragen over deze belangstelling aan de aanwezige inwoners voorgelegd (BIJLAGE 3)

4.4 Enquête onder toeristen

Het onderzoek naar de wensen van de recreanten in Heeg hebben we gedaan aan de hand van een korte enquête, in de talen Nederlands, Engels en Duits (BIJLAGE 4). De enquête werd neergelegd bij de grootste campings en passantenhavens, een bed & breakfast en de Stay Okay met het verzoek aan de eigenaar/beheerder om de enquête onder de aandacht van hun gasten te brengen. Voor het retourneren van de enquêtes was bovendien een verzameldoos neergezet bij de plaatselijke supermarkt.

Hoewel eigenaren en beheerders enthousiast waren en ons toezegden de enquête onder de aandacht van de gasten en passanten te zullen brengen, bleek na enkele weken toch dat er nog nauwelijks enquêtes waren ingevuld. We zijn toen zelf enkele avonden gaan enquêteren in de havens en op de campings. Dit bleek aanzienlijk effectiever te werken: vrijwel alle recreanten die we aanspraken, vonden het leuk om de vragen te beantwoorden en gaven vaak ook nog aanvullende informatie.

De ingevulde enquêtes hebben we handmatig ingevoerd in een enquête-programma (Survey Monkey). Via dit programma hebben we de resultaten geanalyseerd. Omdat we alle gegevens in een kort tijdbestek hebben ingevoerd, konden we een kortdurend goedkoop abonnement van dit programma gebruiken en zo kosten besparen.

4.5 Interviews lokale ondernemers

Om te peilen hoe het met de belangstelling voor het gebruik van lokale producten is gesteld, hebben we een aantal middenstanders en horeca-ondernemers benaderd. Daarbij hebben we gezocht naar vertegenwoordigers van alle horeca- en middenstandsgelidingen die deels ook sleutelposities vervullen binnen het Hegemer ondernemers-segment. We legden hen een vragenlijst voor waarin we de behoefte aan bepaalde producten toetsen en vragen naar de ervaring met aanvoer en verkrijgbaarheid (BIJLAGE 5).

De geselecteerde middenstanders en Horeca ondernemers hebben we rechtstreeks benaderd, de overige horeca-exploitanten hebben we benaderd via hun samenwerkingsverband Horeca Ondernemers Heeg (HOH). Waar mogelijk hebben

we de vragenlijst samen met de ondernemer in een interviewsetting ingevuld om meer te weten te komen over de randvoorwaarden en motivatie rond het gebruik van streekproducten.

4.6 Analyse interviews en selectie thema's

De resultaten van de interviews met de boeren hebben we ingevoerd in een Excel-bestand en vervolgens geanalyseerd.

De door de boeren aangegeven top 3's van kansrijke initiatieven hebben we op twee verschillende manieren verwerkt:

- 1) Door de nummers één te turven ontstond een gezamenlijke top-drie.
- 2) Door de top-drie's als volgt punten toe te kennen ontstond een top-tien:
Op de eerste plaats: 3 punten
Op de tweede plaats: 2 punten
Op de derde plaats: 1 punt

4.7 Plenaire presentatie onderzoeksresultaten (voor de boeren)

Op 26 november 2014 hebben we alle boeren uitgenodigd in het dorpshuis om hen te informeren over de resultaten van onze interviews. We hebben er bewust voor gekozen bij deze bijeenkomst alleen de betrokken boeren uit te nodigen, alhoewel er wel verzoeken waren van andere belangstellenden om aanwezig te zijn. Dit hebben we gedaan omdat we het belangrijk vonden een sfeer van vertrouwen te creëren binnen een kring van vakgenoten en gelijkgestemden. Tijdens de bijeenkomst hebben we nogmaals uitgelegd wat de achtergrond van ons onderzoek is, welke informatie we nog meer verzameld hebben bij toeristen en lokale ondernemers en hebben we de uitkomsten van onze interviews met de boeren gepresenteerd. Ze werden op deze avond ook geïnformeerd over de wijze waarop we deze uitkomsten verder zouden uitwerken en gevraagd of ze bij een vervolg betrokken willen zijn. Na presentatie van de thema's van de drie vervolgbijeenkomsten konden de boeren ter plekke hun interesse voor de verschillende bijeenkomsten aangeven. Hieruit konden we afleiden of het inderdaad de moeite waard zou zijn om alle drie de bijeenkomsten te organiseren.

4.8 Themabijeenkomsten (voor de boeren)

Zoals we bij het peilen van de belangstelling voor projecten die een brug slaan tussen boer en burgers gebruik maakten van een veelheid aan bestaande voorbeelden waaruit de Hegemer boeren een eigen selectie konden maken, zo hebben we bij de vervolgbijeenkomsten ook gebruik gemaakt van voorbeeldprojecten.

Bij de voorbereiding van de themabijeenkomsten zochten we telkens bestaande projecten elders en hadden we uitvoerig contact met betrokkenen om optimaal gebruik te maken van bestaande ervaringen. Zo kwamen we ten opzichte van de belangstellende boeren beslagen ten ijs en konden we hun vragen goed beantwoorden. Doel was de ideeënvorming op gang te brengen, belangstellende boeren elkaar te laten vinden en te onderzoeken in welke vorm in Heeg een bepaald project kans van slagen zou kunnen hebben. Ook hebben we steeds getracht na te denken over potentieel partnerschap met bestaande organisaties in het dorp.

De opbouw van de bijeenkomsten was steeds dezelfde: eerst een algemene presentatie om het thema toe te lichten en een aantal inspirerende voorbeelden te laten zien, daarna in kleinere groepen ideeën en mogelijkheden benoemen en vervolgens de ideeën met het grootste draagvlak identificeren. Aan het einde van elke bijeenkomst werd telkens geïnventariseerd welke boeren actief aan de slag zouden willen met de geïdentificeerde actie-ideeën.

Bij één bijeenkomst hebben we twee extern deskundige uitgenodigd, bij de andere twee bijeenkomsten hadden we zelf voldoende kennis over het thema en waren extern deskundigen niet nodig.

4.9 Uitwerken voorstellen voor uitvoering

Bij het uitwerken van de vervolgprojecten hebben we ons laten leiden door het animo van de betrokken agrariërs en de mogelijkheden voor concrete uitvoering. De themabijeenkomsten brachten voldoende ideeën voort om de activiteitenagenda van Heeg voor meerdere jaargangen te vullen, maar er is gekozen voor de activiteiten die door boeren zelf ter hand genomen kunnen worden en waar kansrijke samenwerkingen mogelijk zijn met bestaande organisaties.

De drie verschillende themabijeenkomsten leidden elk tot 1 of meerdere actie-voornemens. Deze voornemens zijn en worden verder uitgewerkt door boeren zelf, door andere partijen, door onszelf of door een combinatie van deze drie. Uitwerking vond dus telkens 'op maat' plaats.

4.10 Evaluatie

Na afronding van alle themabijeenkomsten hebben we een evaluatie onder de boeren uitgevoerd. Dit hebben we gedaan middels een anonieme digitale enquête (BIJLAGE 6). Twee van de boeren zonder internet hebben we een papieren evaluatievragenlijst toegestuurd. Daarnaast hebben we als projectteam het projectverloop en de resultaten geëvalueerd.



5. Resultaten

5.1 Voorbereiding en planning activiteiten

Alle projectactiviteiten werden uitgevoerd in de periode januari 2014 tot en met maart 2015:

	Activiteit	Wanneer
1	Voorbereiding en planning activiteiten	januari 2014
2	Interviews boeren (16 bedrijven, interviews door telkens 2 personen)	maart – november 2014
3	Enquête onder bewoners van Heeg	april 2014
4	Enquête onder toeristen	juni – sept 2014
5	Interviews lokale ondernemers (horeca en middenstand; 9 x)	okt- nov 2014
6	Analyse interviews en selectie thema's (4)	november 2014
7	Plenaire presentatie onderzoeksresultaten (voor de boeren)	26 november 2014
8	Themabijeenkomsten (voor de boeren)	27 jan, 10 en 19 febr 2015
9	Uitwerken voorstellen voor uitvoering	maart 2015
10	Evaluatie	maart 2015

5.2 Interviews boeren

De 16 interviews werden allemaal gehouden bij de boeren op het bedrijf. In de meeste gevallen was hierbij ook de boerin en in een aantal gevallen ook de beoogd bedrijfsopvolger aanwezig. Bij het maken van de afspraken waren de meesten wat terughoudend over het nut van het project en een dergelijk interview, maar toch waren we bij iedereen welkom en iedereen vertelde enthousiast en openhartig over hun bedrijf.

De resultaten van het eerste gedeelte van de interviews zijn uitgewerkt in een verslag en grafieken (BIJLAGE 7).

Uit de interviews kwam duidelijk naar voren dat boeren veel passie hebben voor hun beroep. In de familie zijn vaak al vele generaties werkzaam als boer. Het vak is de laatste decennia sterk veranderd en het aantal mensen dat werkzaam is op het bedrijf is enorm afgenomen. Toch vinden de meeste boeren dat mensen uit het dorp nog in voldoende mate contact hebben met de boeren. Wel wordt gesignaleerd dat de jeugd vaak kennis over het boerenbedrijf mist. De meeste boeren ontvangen graag mensen op hun bedrijf, bij velen loopt wel eens een toerist binnen, maar het ontbreekt hen aan tijd om dit structureel te

doen. Voor bijna alle bedrijven is melkveehouderij de hoofdtak, maar tevens hebben bijna alle bedrijven een bijverdiensite naast het bedrijf.

□

De Hegemer boerenbedrijven in het kort gekarakteriseerd:

Het grootste deel van de boeren boert al meer dan 3 generaties.

De meesten zijn 11-20 jaar boer.

De meeste bedrijven hebben tussen de 50 en 75 koeien.

De meeste bedrijven hebben in de laatste jaren investeringen gedaan.

Drie bedrijven hebben een melkrobot.

Over de waardering van burgers voor het boerenbedrijf lopen de meningen uiteen.

Een op de drie boeren vindt het jammer dat de eigen melk niet in Heeg is te krijgen.

Sprekend over de inspiratiekaarten, bleek dat iedere boer zijn eigen interesses heeft en dat er vaak ook nog weer verschillen zijn tussen boer-boerin of boer-bedrijfsopvolger van een bedrijf:

- | | |
|-----------------------|-----------|
| 1. Energie | 24 punten |
| 2. Rauwe melktap | 14 punten |
| 3. Weidevogelexcursie | 13 punten |

Door de top-drie van kansrijke initiatieven punten toe te kennen (1^e plaats: 3 punten; 2^e plaats: 2 punten; 3^e plaats: 1 punt) kwamen we tot de volgende top-tien:

- | | |
|-----------------------|-----------|
| 1. Energie | 10 punten |
| 2. Educatie | 10 punten |
| 3. Rauwe melk | 9 punten |
| 4. Weidepicknick | 9 punten |
| 5. Werken bij de boer | 7 punten |
| 6. Vergaderlocatie | 7 punten |
| 7. Weidevogelexcursie | 6 punten |
| 8. Wandelpad | 6 punten |
| 9. Koeknuffelen | 6 punten |
| 10. Crowdfunding | 6 punten |
| 11. Speelboerderij | 5 punten |
| 12. Streekmerk | 3 punten |
| 13. Boerderijwinkel | 2 punten |

Algemeen is te zeggen dat boeren graag bereid zijn tot medewerking aan publieksactiviteiten, maar daar niet structureel tijd voor hebben. Voor het overige geldt dat eventuele nieuwe activiteiten bedrijfsmatig wel 'uit' moeten kunnen. Daardoor waren veel boeren niet geïnteresseerd in activiteiten die naast hun reguliere werk veel tijd kosten en extra investeringen vergen.

5.3 Enquête onder de inwoners van Heeg

Veruit de meeste aanwezigen op de Plaatselijk Belang Vergadering waar wij onze vragenlijsten uitdeelden, waren bereid deze in te vullen.

81% van hen komt wel eens op een boerderij in Heeg. Het grootste gedeelte van hen (42 %) zegt 1-5 keer per jaar op een boerderij te komen. Opvallend genoeg zegt ca. een kwart van de invullers zeker meer dan 10 keer per jaar op een boerderij te komen. De meesten van hen hebben familie of vrienden die boer zijn. Niemand van onze invullers is werkzaam op een boerderij.

74% geeft aan dat naar hun mening Hegemers in het algemeen wel enig idee hebben wat er op een boerderij speelt, maar dat dit naar hun idee beter zou kunnen.

De helft haalt wel eens producten van de boerderij. Hiervan worden eieren (14%), hooi (11%) en mest (6%) het meest genoemd. Geen van de invullers zegt ooit melk te halen op de boerderij. Ze zeggen echter wel belangstelling te hebben voor producten als kaas (26%) en melk (13%) van de boer als deze verkrijgbaar zouden zijn.

Gevraagd naar de kansen voor nieuwe activiteiten, komen vogelexcursies (27%), open dag/excursie (25%) en een rauwe melk tappunt (21%) als populairst uit de bus.

5.4 Enquête onder toeristen

Vrijwel alle recreanten die we persoonlijk benaderden om de enquête in te vullen, vonden het leuk om de vragen te beantwoorden. Het leverde ons niet alleen 125 ingevulde enquêtes op maar ook een aantal aanvullende opmerkingen. De resultaten van de enquête zijn uitgewerkt in BIJLAGE 8.

De belangstelling onder toeristen voor lokale producten is groot. Van alle ondervraagden zou 92% lokale producten willen kopen als die in de winkel zouden liggen. De Nederlandse toeristen hebben het meest belangstelling voor kaas, de buitenlandse toeristen voor melk en yoghurt. Voor rauwe melk is de belangstelling relatief beperkt maar dit zou kunnen komen door onbekendheid met dit product. Opvallend is de voorkeur voor biologische producten: ruim 50 % heeft die voorkeur. Hierbij hebben jongeren een grotere voorkeur voor biologische producten dan ouderen.

De belangstelling voor het deelnemen aan boerenbelevissen is ook aanzienlijk: 82%. De interesse is verspreid over veel verschillende activiteiten maar met stip aan top staat het streekproducten diner (42%). Friese paarden en weidevogels doen het goed bij de buitenlandse gasten. Helpen bij de boer, koe-knuffelen en de weidepicknick vallen in de smaak bij relatief jonge mensen.

5.5 Interviews lokale ondernemers

De vragenlijst is ingevuld door negen ondernemers waarvan zeven middels een persoonlijk gesprek. Waar het de middenstand betreft hebben we de vragenlijst voorgelegd aan supermarkteigenaar Richard Langeland, eigenaar van groentespeciaalzaak De Cranberry Jacob Gijsen, vakslager Harmen Wierda en bakker Yme Ypma. Van de horeca-ondernemers hebben we de vragenlijst voorgelegd aan Kees en Nel Miedema van restaurant Jonas in de Walvis, Klaas Riemer Dekker van café De Watersport en Ate Cnossen van snackbar De Heegerhoek. Daarnaast is de vragenlijst nog ingevuld door de horeca-ondernemers van De Boeier en D'Ald Wal.

Uit de interviewronde kwam naar voren dat zowel middenstanders als horeca-ondernemers een sterke belangstelling voor lokale producten signaleren onder hun klanten. 'Streekproducten zijn van enorme toegevoegde waarde voor het toerisme' en 'Alles wat Fries is, is populair' konden we uit de mond van de ondernemers optekenen. Ook zien zij een groeiende belangstelling voor biologische producten en ongevraagd werd ook *fair trade* genoemd als verkoopbevorderend kenmerk. In de winkels wordt grote belangstelling voor kaas bespeurd, op de menukaarten van eetgelegenheden zijn lokaal vlees en vis gewild.

Producten uit Friesland die op dit moment verkocht worden in winkels en restaurants zijn kaas, vis, suikerbrood, aardappels, vlees, tomaat, bloemkool, honing, boontjes, sla, eieren, appels, peren en komkommer. Daarvan komen uit Heeg zelf de vis, sla en honing.

Obstakels voor ondernemers voor gebruik of verkoop van lokale producten zijn matige verkrijgbaarheid, distributieknelpunten en onbekendheid van de producten. In het winkelschap en op de menukaart is beperkte ruimte het verhaal van het product over te brengen, terwijl dat juist wel de toegevoegde waarde vertegenwoordigt. Geen enkele ondernemer gaf aan de hogere prijs een obstakel te vinden en ook in de voedselveiligheidswaARBorg wordt geen beletsel gezien.

Ook voor activiteiten op de boerderij wordt belangstelling gezien bij klanten. Ondernemers hebben veel positieve reacties gehoord van gasten die naar een van de ontbijtactiviteiten 'Met de boer vroeg op' zijn geweest, die afgelopen zomer in Heeg werden georganiseerd. De mogelijkheid gasten naar de producent van lokale waar te sturen bij wijze van toeristisch uitje, werd als wens naar voren gebracht. Nu bestaat de mogelijkheid kopers van Fryske whisky vrijkaarten voor de stokerij in Bolsward te geven, mooier zou zijn in Heeg een ijs- of kaasboerderij te kunnen bezoeken. Voor sterk educatieve agrarische activiteiten verwachten de ondernemers minder belangstelling.

5.6 Analyse interviews en selectie thema's

Uit de interviews bleek dat de boeren belangstelling van burgers voor hun bedrijf zeer op prijs stellen. Ze zijn trots op hun product, stellen alles in het werk om aan de strengst mogelijke kwaliteitseisen te voldoen en zien interesse van burgers voor hun werk als erkenning van die inspanningen. Ze zijn zich bewust van het belang van maatschappelijk draagvlak en van de gevaren voor de sector als de melkveehouderij in de publieke opinie 'intensieve veehouderij' wordt. Met deze gedachten in het achterhoofd zijn veel boeren gedreven deel te nemen aan publieksactiviteiten en educatie. Ook voor de belangstelling om eigen melk via een melktap op het erf of in het dorp te verkopen, is boerentrots en publieksvoorlichting een belangrijke drijfveer.

Maatschappelijk bewustzijn zit de melkveehouder in het bloed. Voedselproductie is een dienstbaar vak en die dienstbaarheid motiveert de meeste belangstellende boeren om mee te willen doen aan collectieve energie-winning door middel van zonnepanelen gemonteerd op de staldaken.

De deelnemende melkveehouders zijn niet geïnteresseerd in deelname in projecten die 1. structureel inspanning vergen, 2. publiek met honden trekken, vanwege de angst op neospora-besmetting via hondenpoep en 3. een te romantisch/onrealistisch beeld van het boerenbedrijf oproepen.

Op basis van de gezamenlijke top-drie van de boeren (zie paragraaf 5.2) en de interesses die door bewoners en toeristen waren aangegeven (zie 5.3 en 5.4), hebben we voor de vervolgbijeenkomsten de volgende drie thema's gekozen:

1. Collectieve energieproductie
2. Publieksactiviteiten
3. Producten van de boer

5.7 Plenaire presentatie onderzoeksresultaten (voor de boeren)

De opkomst van de bijeenkomst op 26 november was massaal te noemen: op een enkeling na, waren alle deelnemende boeren present, een aantal met partner.

Een verrassend resultaat van de bijeenkomst was het contact tussen boeren onderling. Bijna nooit zijn alle boeren van Heeg tegelijk bij elkaar. Zij kennen elkaar allemaal en spreken elkaar regelmatig, tijdens vergaderingen van landbouworganisaties of bij de respectievelijke coöperaties, maar nooit allemaal tegelijk in deze samenstelling omdat niet iedereen lid is van dezelfde coöperatie/organisatie.

De boeren vonden het interessant om te horen wat de boeren-interviews hadden opgeleverd en om van elkaar te weten te komen voor welke activiteiten draagvlak is. Dit maakte het makkelijker om te praten over vervolgactiviteiten.

De uitkomsten van de bewoners- en toeristeninterviews lieten duidelijk zien dat er onder deze groepen een grote belangstelling is voor het boerenbedrijf en een grote vraag naar boerenproducten en -diensten. Dit was meer dan veel boeren verwacht hadden.

De beknopte uitdieping van de onderwerpen die wij hadden voorbereid, leverde ook nieuwe informatie op. De concrete voorbeelden over boerenprojecten elders en informatie over subsidie en wet- en regelgeving werkten positief en zorgden voor enthousiasme (én aanmeldingen) voor vervolgprojecten en -bijeenkomsten. Vrijwel alle aanwezige boeren meldden zich aan voor een vervolgbijeenkomst, een aantal van hen meldde zich zelfs voor alle vervolgbijeenkomsten aan.

5.8 Themabijeenkomsten (voor de boeren)

Voor de themabijeenkomsten werkten we de drie gekozen thema's verder uit: *energie*, *publieksactiviteiten* en *producten van de boer*.

1 ENERGIE

Dat het thema *energie* het hoogst scoorde, was te merken aan de belangstelling voor de eerste thema-avond op 27 januari. De avond werd ingeleid met een presentatie van Sybrand Frietema van de Friese energiecoöperatie Us Koöperaasje die de verschillende subsidiemodellen en constructies voor participaties behandelde. Ook Sjoerd Ypma van de dorpsenergiecoöperatie Duurzaam Heeg woonde de bijeenkomst bij.

De belangrijkste resultaten van de bijeenkomst waren:

- Een van de aanwezige melkveehouders heeft een subsidie toegekend gekregen voor de grootschalige productie van zonne-energie (SDE+), maar ziet zelf geen kans die te realiseren in verband met de richting en constructie van zijn staldak. Hij wil zijn subsidie beschikbaar stellen om een dorpszonneweide te realiseren in samenwerking met de dorpscoöperatie.
- Bij zes bedrijven is animo en ook dakruimte aanwezig om in te zetten op collectieve energie-opwekking, afhankelijk van het model waarin zo'n samenwerking gegoten kan worden.
- Us Koöperaasje heeft menskracht beschikbaar voor de begeleiding van innovatieve projecten op het gebied van participaties en wil deze inzetten voor verdere begeleiding van de belangstellende groep boeren uit Heeg.

2 PUBLIEKSACTIVITEITEN

De opkomst voor de themabijeenkomst publieksactiviteiten bleef achter bij het aantal aanmeldingen. Vrijwel alle aanwezigen van de eerste avond in november wilden bij dit vervolg aanwezig zijn, maar uiteindelijk was het een klein comité dat op 10 februari samenkwam. In een presentatie werden eerst de bestaande initiatieven 'Met de boer vroeg op' en de weidevogelexcursies van de Skrizegrite Idzegea getoond. Om de geesten te prikkelen werd daarna een reeks initiatieven van elders in het land in beeld gebracht, waaronder het Koe-Alert (sms-melding als boer in buurt koeien naar buiten laat), boerenlandwandelmogelijkheden, ligboxstal-survivals en weidediners. Ook werd het voorbeeld van Land van Wijk en Wouden getoond, waar in de driehoek Zoetermeer, Leiden en Alphen aan de Rijn tal van publieksevenementen op de boerderij worden georganiseerd.

Een brainstormronde leverde vervolgens een schat aan evenementen op die in Heeg kans van slagen zouden kunnen hebben: van tochten met paard en wagen, tot boerderij-vaarroutes en een Kealtsjes-Alert (sms-melding als bij een boer in buurt kalf geboren wordt). Meteen rees wel het bezwaar: wie gaat dat organiseren?

Gekozen werd in te zetten op weidewandelingen. De aanwezige veehouders hadden gewapend met een plattegrond van de omgeving meteen twee wandelroutes op het oog. Eén daarvan is eenvoudig open te stellen, omdat alle grondeigenaren aan tafel zaten en instemden. De ander is een historische route tussen Heeg en Woudsend, die nu door een beschermd natuurgebied loopt maar buiten het broedseizoen incidenteel opengesteld zou kunnen worden. Bij de verdere uitwerking zal de samenwerking gezocht worden met bestaande organisaties in het dorp waaronder in ieder geval de IJscub Heeg die lange ervaring heeft met de organisatie van de Pine-Put-kuier. Ook willen we een beroep doen op de vele wandel-enthousiasten in het dorp.

3 PRODUCTEN VAN DE BOER

De vervolgbijeenkomst 'Producten van de boer' was niet druk bezocht. Er kwamen minder mensen dan zich hadden opgegeven, maar de aanwezigen waren vrijwel allemaal enthousiast. In de presentatie werden bestaande initiatieven uit de omgeving genoemd. Ook was er een overzicht van bijzondere projecten in de rest van het land, zoals voedselcollectieven (Amersfoort, Eindhoven), consument vindt boer (Tilburg) en coöperatie-boerderij Veld en Beek in Wageningen. Het tweede gedeelte van de presentatie ging concreet in op regelgeving omtrent rauwe melkverkoop en gaf informatie over de melktap: Hoe werkt het? Wat kost het? Hoe snel is een melktap terugverdiend?

In de brainstormronde werd gesproken over pannenkoeken, milkshakes, ijsverkoop (en de problemen daarbij), een parlevinkbootje met lokale producten in de haven, verkoop van lokale groente en lokaal fruit op de Hegemer streekmarkt of in een pop-up store, en over vleesverkoop.

Als meest kansrijk kwamen proefprojecten met rauwe melk, pannenkoeken, ijsproductie en vleesverkoop uit de bus. Het idee van de pannenkoeken was van Akke de Jong. Zij is daar na de bijeenkomst zelf mee aan de slag gegaan. Wat betreft een rauwe-melktap zijn de mogelijkheden besproken van lease, een verplaatsbare tap en een vaste tap in het dorp.

5.9 Uitwerken voorstellen voor uitvoering

1 ENERGIE

De uitwerking van het vervolgtraject energie wordt ter hand genomen door de energiecoöperatie Duurzaam Heeg en Us Koöperaasje. Wij hebben daartoe de contactgegevens van de belangstellende veehouders beschikbaar gesteld. Als projectgroep zullen we een vinger aan de pols houden om de voortgang in de gaten te houden, maar zelf geen trekkende rol meer vervullen.

2 PUBLIEKSACTIVITEITEN

Voor de uitwerking van het vervolgtraject Publieksactiviteiten hebben we de IJclub Heech gevraagd mee te denken en beogen we een groep wandelenthousiasten bijeen te brengen. De IJclub reageerde positief, denkt graag mee en is bereid kennis en ervaring van de Pine-Put-kuier ter beschikking te stellen. Om een wandelgroep te formeren hebben we wandelend Heeg gericht benaderd middels persoonlijk contact en een oproep in de Sylboade. We hopen IJclub Heech, de wandelaars en de veehouders bijeen te brengen in een weidewandelwerkgroep. Tenzij we een dorpsgenoot vinden die hier een trekkersrol in wil vervullen, zullen we in deze werkgroep zelf vermoedelijk een rol blijven spelen.

3 PRODUCTEN VAN DE BOER

Voor de uitwerking van het vervolgtraject Producten van de boer loopt een aantal sporen. Vijf boeren zijn enthousiast voor het plaatsen van een melktap. Er is gesproken over een roulerende tap die steeds op een ander erf staat, maar het heeft de voorkeur van de boeren om een tap te plaatsen in het dorp waaraan zij om beurten melk kunnen leveren. Dit is echter binnen de Nederlandse Warenwet niet toegestaan. Wij onderzoeken nu de mogelijkheden voor een lokale versoepeling van de Nederlandse wetgeving door middel van een Green Deal of een vergelijkbare regeling. Mirjam Bakker, wethouder Duurzaamheid van SúdwestFryslân, heeft aangegeven zich hier ook voor in te willen zetten. Daarnaast is er een jurist die voor ons de mogelijkheden binnen Europese en Nederlandse wet gaat onderzoeken. Ook lopen er contacten met IJboerderij Margje en het Nordwin College om te spreken over Zuid-Duits initiatief, een keten van melktaphuisjes.

Een initiatief dat mede naar aanleiding van ons project is ontstaan en tot uitvoering is gekomen, heeft geleid tot een nieuw streekproduct: de *Heamiel Pankoeken* van Akke de Jong. Zij is boerin en verkoopt sinds kort pannenkoeken gemaakt van eigen verse melk, eigen eieren en meel van molen Het Lam uit Woudsend. Vanuit het project hebben wij advies gegeven over regelgeving en zijn contacten gelegd met een kok voor het ontwikkelen van receptuur. De pannenkoeken zijn inmiddels erkend als streekproduct en vallen onder streekmerk De Marren.

Verder overweegt een dorpsbewoner het produceren van ijs met Hegemer melk. Deze plannen zijn nog niet concreet. Wellicht zijn er mogelijkheden om hiervoor een ijsmaak-installatie in te zetten, die in Heeg aanwezig is maar op dit moment niet meer gebruikt wordt.

Een werkgroep Vlees zal later dit jaar de mogelijkheden onderzoeken voor het gemeenschappelijk aankopen en verwerken tot vleespakketten van geslachte melkkoeien, in samenwerking met slagerij Wierda te Heeg. Wij zullen deze werkgroep aanvankelijk begeleiden, met als doel dat dit later zelfstandig kan functioneren.

5.10 Evaluatie

Op basis van de voorverkenning die we als oriëntatie hadden met Haye Ketelaar, Coby Kruis en Folkert Miedema werd ons duidelijk dat we met flinke agrarische basiskennis, zonder idyllische droombeelden en op individuele basis met de boeren in gesprek moesten gaan. Dat was een goed advies. Iedere boer heeft zijn eigen verhaal en vertelt dat graag, maar dan wel in een setting van vertrouwelijkheid. Dat we het Fries als voertaal konden gebruiken, heeft aan die sfeer van vertrouwen bijgedragen. Ook hielp het dat we op basis van onze banden in het dorp contacten konden leggen. Via via hadden de boeren van onze interviewserie gehoord en naarmate we op meer interviews konden bogen, werd het makkelijker 'binnen' te komen.

De vraag uit de enquête: 'vind je het jammer dat jouw melk niet voor Hegemers te koop is' was in ieder gesprek goed voor een flinke discussie. Gevoed door de visie van de coöperatie vinden boeren dat *hun* melk verkocht wordt, als er in de winkel melk van FrieslandCampina te koop is. Ook al wordt hun melk feitelijk via de kaasfabriek in Workum naar Duitsland en de rest van West Europa uitgevoerd en komt alle consumptiemelk uit Zuid-Holland en Noord-Brabant. Omdat we goed geïnformeerd deze discussie instapten, konden we met kennis van zaken in gesprek over deze redenering en bleken veel boeren in de loop der tijd deze vraag met 'ja' te beantwoorden.

De resultaten rond Energie, Publieksactiviteiten en Producten van de boer en andere producten hebben ons positief verrast. Dat energie als eerste uit de bus kwam en nu door de Hegemer Coöperatie wordt opgepakt, is logisch omdat het voor de boeren financieel aantrekkelijk kan zijn en vanuit het dorp een grote vraag is naar duurzame energie. Hierin heeft het project een voor de hand liggende connectie gemaakt. Deze connectie was echter zonder dit project – hoe voor de hand liggend ook – minder snel of zelfs niet tot stand gekomen. Dankzij het project bleek hoe groot het draagvlak van de boeren samen hiervoor is en dat een dergelijk project niet goed uitvoerbaar zou zijn door boeren individueel.

Wij vonden het bijzonder dat de 'verkoop van melk en andere producten' bij zo'n groot aantal boeren een gewenst vervolghema was, omdat boeren daar aanvankelijk in de gesprekken weinig warm voor liepen. De uitkomsten van de interviews met toeristen, inwoners en het onderzoek naar populariteit van rauwe melk hebben ons inziens een aantal boeren nieuwe inzichten gegeven. De complexiteit van de regelgeving m.b.t. rauwe melk maakt dat wij zeker nog veel werk zullen moeten verrichten om een tap in het dorp te realiseren. Des te leuker was het om te constateren dat ontwikkelingen ook heel snel kunnen gaan: drie maanden na de themabijeenkomst waren de streekpannenkoeken van een van de boerinnen een feit. Het idee was van de boerin zelf maar het project heeft haar het zetje gegeven om het ook echt te gaan uitvoeren.

Bij de publieksactiviteiten zijn door samenbrengen van boeren en door anders te denken tijdens de vervolgbijeenkomsten, nieuwe mogelijkheden ontstaan om tegemoet te komen aan de vraag van bewoners naar nieuwe wandelmogelijkheden. Het aanleggen van vaste wandelpaden bleek een brug te ver maar door de focus te verleggen naar het open stellen van een route voor 1 of enkel e dagen in het jaar kwamen er toch twee wandelplannen op tafel.

Alles bij elkaar heeft het samenbrengen van boeren, bewoners en bezoekers van Heeg, een serie mooie initiatieven opgeleverd, waarvan wij goede verwachtingen hebben. Boeren zijn tot veel bereid, maar het slagen van deze initiatieven hangt ook in grote mate af van het enthousiasme en de inzet van de bewoners en gasten van Heeg.

Wat de boeren er zelf van vonden?

De helft van de boeren heeft digitaal onze evaluatieve vragenlijst ingevuld. Uit de reacties bleek dat:

- iedereen vooraf neutraal-positief gestemd was over het project,
- na afloop van het project dit nog positiever was,
- 30% anders is gaan kijken naar relatie boeren-Hegemers,
- 60% nieuwe kansen ziet voor boerenproducten/-diensten/-activiteiten,
- ca. 70% de vervolgprojecten redelijk kansrijk acht,
- 85% collega's uit andere dorpen zou aanraden mee te doen aan een dergelijk project.

6. Evaluatie en aanbevelingen

Als we de concrete vervolgtrajecten en -perspectieven op rij zetten:

- een nieuw boerenstreekproduct
- een tweetal nieuwe weidewandelevenementen
- animo bij vier boeren voor een eigen melktapautomaat
- een vervolgonderzoek naar een centraal melktappunt in het dorp
- duizenden vierkante meters dakoppervlak ter beschikking gesteld voor collectieve energieopwekking
- een subsidiegunning ter beschikking gesteld voor een zonneweide voor collectieve energieopwekking
- professionele begeleiding voor de realisering van bovenstaande twee trajecten
- bewustwording over voedselkilometers van zuivel
- dubbelbewustwording van het belang om burgers en dorp betrokken te houden bij het boerenbedrijf
- bewustwording van de grote vraag bij consumenten naar boerenproducten
- een drukbezochte filmavond ter gelegenheid van Wereldmelkdag

dan kunnen we gerust stellen dat DE ZUIVEL TERUG IN HEEG? meer heeft opgeleverd dan we verwachtten en ons ten doel hadden gesteld.

Uit de feedback van de boeren horen we dat ze veel plezier aan het onderzoek beleefd hebben en dat het ze tot denken heeft aanzet. De thema-bijeenkomsten waren drukbezocht en werden aangegrepen voor een gezellige nazit, want er bleken weinig gelegenheden te zijn waarbij de Hegemer boeren elkaar treffen. Onbedoeld voorzagen onze bijeenkomsten zodoende ook in een andere behoefte.

Een van de gewenste resultaten van ons onderzoek was het proefondervindelijk ontwikkelen van een onderzoeksaanpak die ook elders in Zuidwest Friesland (en daarbuiten) gebruikt kan worden. Alles overziend denken wij dat we er goed in zijn geslaagd een dergelijke aanpak te ontwikkelen. Onze aanpak en werkwijze tijdens het onderzoek is weergegeven in Hoofdstuk 4. Aanvullend daarop zetten we op deze plek de belangrijkste succesfactoren op rij.

De basis voor het succes ligt naar onze mening in de gekozen aanpak van persoonlijke gesprekken. Een keuze die we gemaakt hebben op basis van de voorbereidende gesprekken die we met onze 'sleutelboeren' voerden. Daarmee werd de onderzoekssetting in feite een vrij informele keukentafelsetting, waarin het uitwisselen van informatie als vanzelf verliep.

We zorgden dat we goed ingevoerd waren in de melkveehouderij van vandaag de dag, met kennis van de spagaat tussen marktrealiteit en duurzaamheidswensen waar melkveehouders mee van doen hebben.

We spraken waar mogelijk Fries om taalbarrières te voorkomen en maakten gebruik van eventuele persoonlijke connecties om niet als vreemden binnen te komen.

We zijn de boeren tegemoet getreden op een open, onbevooroordeelde manier. We maakten steeds onmiskenbaar: 'we komen horen hoe jullie erover denken en waar jullie mogelijkheden en behoeften zien'. De werkwijze van de boeren en de overtuiging daarachter stonden centraal, onze eventuele eigen mening daarover was niet relevant.

Wij bevelen van harte aan om rekening te houden met deze succesfactoren bij het toepassen van de onderzoeks aanpak op andere plekken. Vragen met betrekking tot vervolgtrajecten, zijn we vanzelfsprekend van harte bereid te beantwoorden en daarvoor kunt u ons bereiken op info@engrienetsiis.nl.

Naast een artikel over het project in *Nieuwe Oogst*,
agrarisch nieuwsblad voor boeren en tuinders,
verscheen er een interview
in Better van het *Friesch Dagblad*.

Op 18 maart werd er in het Radio-1-journaal,
op locatie in Heeg, aandacht besteed aan
DE ZUIVEL TERUG IN HEEG?

Melktap, brug tussen boer en burge

De droom van drie vrouwen uit Heeg: een melktap met lokale rauwe melk in het centrum van hun dorp. Maar er staan wetten in de weg.

 Theo Klein

Heeg | De Hegemer leeft in een gebied van melkveehouders, maar in Heeg is geen druppel lokale melk te koop. Verbazingswekkend, vonden Dorine van den Beukel, Lucie Gelderblom en Freya Zandstra. „Van de melk van onze boeren wordt kaas gemaakt voor Duitsland, en wij kopen in de supermarkt melk afkomstig uit Brabant of Zuid-Holland. Dat is toch onnodig gesleep met voedsel?“, vindt Dorine van den Beukel, die samen met Freya Zandstra Engrienetsiis runt (zie kader). „De boeren ervaren het niet als kloof. ‘Onze melk gaat toch naar FrieslandCampina, dus staat onze melk toch ook in supermarkt van Heeg?’“, vat Zandstra hun reactie samen. „Maar hoe langer we hierover in gesprek waren, hoe meer boeren het spijtig vonden dat er geen Hegemer melk in de winkel ligt.“

Die opvatting is tekenend voor de afstand tussen boer en dorpsbevolking die de afgelopen decennia is ontstaan, vinden de vrouwen. Van den Beukel: „Na de oorlog ontwikkelde Heeg zich van agrarische gemeenschap tot watersportdorp. Toch verdween de melkvee sector nooit, al daalde door intensivering het aantal melkveehouders fors. Maar de boeren kwamen wel meer op een eiland te staan.“

Animo genoeg
De kloof dorp en boer kwam niet door onwil. „Bij het schrijven van de dorpsvisie bleek er bij de bewoners animo genoeg om producten van de boer te kopen. Ze liggen alleen niet in de lokale winkels“, vertelt Lucie Gelderblom, mede-opsteller van de dorpsvisie.

Na een inventarisatie van projecten op het snijvlak van boer en burger elders in Europa interviewde het driel tal alle zestien veehouders rond Heeg en werden burgers en toeristen geënquêteerd. Het resulteerde in het onderzoek *De Zuivel terug in Heeg?*.

Een aantal vragen die de boeren kregen: voelden de boeren een band met het dorp? En komen er inwoners en toeristen op het erf? Zandstra: „In eerste instantie reageerden de boeren wat afwachtend, maar al gauw wilden

ze hun verhaal kwijt. Ze willen ook graag de band met burgers versterken. Ze zijn trots op hun producten en vertellen er enthousiast over. Ze merken dat de sector door de schaalvergroting onder vuur komt. Er is een sterke behoefte hun verhaal te doen, waarom ze werken zoals ze werken en dat ze een kwaliteitsproduct leveren.“

Uit hun onderzoek naar Europese initiatieven kwamen heel veel leuke ideeën naar voren. Projecten als ‘koop een koe’, weidewandelingen, boederijwinkels en gezamenlijke zonnepanelenprojecten bleken vaak succesvol. Maar de Hegemer boeren konden niet met alle ideeën uit de voeten.

Gelderblom: „Een boederijwinkel lijkt een leuk idee, maar kost veel tijd en brengt vaak niet veel op. Boeren zijn ondernemers, het moet wel uit kunnen. Veel boeren waren wel enthousiast om samen met de energiecoöperatie Duurzaam Heeg een zonnepanelenproject op te zetten. Maar niet voor alle boeren ging dat op. Een van hen verbruikt zo veel stroom dat hij voor een deel in een laag tarief zit. Dat lage tarief krijgt hij ook vergoed bij teruglevering aan het net. Voor hem zijn investeringen in zonnepanelen daarom niet interessant.“

Hun project bracht de veehouders wel op nieuwe ideeën. Zandstra: „Boerin Akke de Jong bakt volgens haar huisgenoten de lekkerste pannenkoeken van eigen melk en eieren en meel van molen ‘t Lam. Die verkoopt ze nu via de plaatselijke supermarkt. Haar pannenkoeken kregen onlangs het Marren streekproductenkeurmerk.“

Wat de bevolking en vooral toeristen graag willen kopen is verse melk, bleek uit het onderzoek. Van den Beukel: „Verrassend genoeg drinken veel boeren niet hun eigen melk, vooral met het oog op voedselveiligheid. Maar je loopt net zo veel risico bij het eten van een kipfilet als bij het drinken van rauwe melk. En uit diverse onderzoeken blijken antistoffen in rauwe melk astma, eczeem en allergieën te kunnen voorkomen. Die antistoffen worden door verhitting vernietigd.“

Gelderblom: „Maar toen we de boeren vroegen naar hun melkconsumptie, kwamen wel allemaal smulverhalen van vroeger naar boven



Lucie Gelderblom, Freya Zandstra en Dorine van den Beukel (vlnr) willen de lokale zuivel terug in Heeg
Foto Simon Bleeker

over de pap en brij die vroeger op tafel kwamen.“

Acht op de tien Hegemers gaf aan lokale producten te willen kopen als ze beschikbaar zouden zijn. En ruim 90 procent van de toeristen ziet streekproducten zitten. „Al is het altijd afwachten of men ze ook daadwerkelijk koopt“, relativeert Gelderblom.

Eindje reizen

Een stuk of vijf boeren had wel oren naar een melktap waar mensen zelf verse rauwe melk kunnen tappen. Zandstra: „Om zo’n tap bij een van hen op het erf te zetten, is wettelijk gezien geen probleem. Maar bij wie van de vijf? Ze wonen ook in het buitengebied. Klanten moeten een eindje reizen voor een liter melk.“

Waarom geen melktap bij de supermarkt, dachten ze. Maar dat blijkt in Nederland niet te mogen. Van den Beukel: „Er zijn EU-regels over rauwe melkverkoop, maar Nederland interpreteert die regels heel nauw. In veel landen in Europa is verkoop van rauwe melk geen probleem; het wordt soms zelfs gesubsidieerd. Hier mag het alleen vanaf een boeren erf aan de man worden gebracht en hoort de boer aan te geven dat je de melk voor consumptie moet verhitten. Bij een supermarkt of op straat mag in geen geval een melktap staan.“

Een gemiste kans, vinden ze. En ze laten het er niet bij zitten. Zandstra:

„We willen voor het centrum van Heeg een ontheffing op de verkoop van rauwe melk. Daar moet nog heel wat voor gelobbyd worden in Den Haag. De gemeente Súdwest-Fryslân ziet zo’n tap wel zitten, en steunt ons bij het onderzoek naar de wettelijke mogelijkheden. Er zullen, vreeze we, wel een paar jaar overheen gaan voor er in het dorp een tap staat. Maar die wordt het symbool voor de terugkeer van de zuivel in Heeg.“

Naast melkverkoop en zonnepanelen zien boeren ook wel op toeristisch gebied mogelijkheden. Gelderblom: „Boeren zitten niet te wachten op horden wandelaars door hun land, zeker niet met honden. Maar

één keer per jaar een weide ling lijkt ze wel wat. We denken aan een *kealje-alert*, een app waarmee boer belangstellenden laten dat er een kalfje wordt geboren app waarmee gemeld wordt koeien in het voorjaar weer n ten gaan.“

Eind deze maand verschijs rapport met de uitkomsten v onderzoek. De zuivel terug i wordt ter beschikking gesteld dere dorpen die ook de band boer en burger wil verstevig den Beukel: „We denken da profiteert van meer openheid boeren en burgers. Dat geldt goed voor andere dorpen.“

Engrienetsiis

Promoten van goed Fries voedsel

Met Engrienetsiis promoten Dorine van den Beukel en Freya Zandstra goed eten. Dat is volgens hen lekker voedsel uit de buurt, het adviesbureau heeft op die bod van duurzame ontwil ling en doorrokken was bij l schrijven van de dorpsvisi Heeg.

schot door de Russische bc Voor het onderzoek De zuh terug in Heeg? werkten ze s met Lucie Gelderblom, die adviesbureau heeft op die bod van duurzame ontwil ling en doorrokken was bij l schrijven van de dorpsvisi Heeg.

-  www.engrienetsiis.nl
-  www.gelderblomgoed.nl



Streekproduct Heamiel Pankoecken



Colofon

Projectteam

- Freya Zandstra (Engrienetsiis) woont in Heeg, het dorp waar ze als boerendochter is opgegroeid en daar na twintig jaar studie en werk elders, zes jaar geleden teruggekeerde. Ze werkt als freelance journalist op het gebied van voeding en landbouw.
- Dorine van den Beukel (Engrienetsiis) woont en werkt in Heeg. Ze werkt al 25 jaar als zelfstandig ontwerper van identiteit, concepten en campagnes. Haar bedrijf is sinds 12 jaar gevestigd midden tussen de agrarische ondernemers.
- Lucie Gelderblom (GOED, Gelderblom Ontwikkeling En Duurzaamheid) woont in Heeg en is zelfstandig adviseur in duurzame ontwikkeling. Ze heeft ruime ervaring in het begeleiden van veranderingsprocessen en het verankeren van duurzaamheid in organisaties. Deze ervaring zet ze nu graag in voor het dorp waar ze inmiddels al meer dan 20 jaar woont.

Projectorganisatie

Aanvrager van de financiering en formele opdrachtgever is Plaatselijke Belang Heeg (PBH). Dit onderzoek maakte deel uit van het koepelproject Dorpslandbouw Zuidwest Friesland, waarin wij samenwerkten met Landschapsbeheer Friesland, Vendu Tlvoli, Makkum Aantrekkelijk Duurzaam en Stadslandbouw Sneek.

Financiering

Provinsje Fryslân, Gemeente Súdwest Fryslân, Plaatselijk Belang Heeg.

6. Zijn de concrete opbrengsten groter of kleiner dan u bij had verwacht?

groter / kleiner / weet niet

7. Hoe kansrijk acht u de vervolgtrajecten?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (1 is kansloos en 10 zeer kansrijk)

8. Zou u collega's in een ander dorp aanraden mee te doen als een dergelijk project daar ook zou worden uitgevoerd?

ja / nee / weet niet

9. Wat zou een uitvoering van een soortgelijk onderzoek in een andere streek nog succesvoller kunnen maken?

10. Heeft u nog andere opmerkingen over het uitgevoerde project in Heeg?

Bijlage 7, 8

De digitale presentaties van

- de resultaten van de interviews met de boeren
- de resultaten van de interviews onder toeristen

zijn te vinden op www.engriensits.nl/zuivelresultaten.