

# Hoe versterk je als boer het karakter van jouw regio?

Juli, 2026 | Geschreven  
door Carola van Ruiswijk

*Bijdragen aan je omgeving voegt zingeving toe aan je onderneming*

**Mensen op het platteland dragen bij aan de identiteit van hun gebied. Hoe je zo'n regionale identiteit herkent, mede vormgeeft en kunt inzetten voor je boerenbedrijf was voorwerp van onderzoek binnen het project Diamant van ons Platteland. De drie betrokken onderzoekers, verbonden aan HAS green academy in Den Bosch, nemen ons mee op hun boeiende zoektocht. Boeiend én belangrijker dan ooit, gezien de onlangs gepresenteerde plannen van het kabinet.**

'En dan denk ik aan Brabant, want daar brandt nog licht,' zingt Guus Meeuwis in zijn bekende nummer 'Brabant'. In dit populaire liedje stipt hij een aantal typisch Brabantse kenmerken aan. Brabant verschilt van Groningen, de Achterhoek is weer anders. Streken verschillen, met elk eigen kenmerken, landschappen, gewoontes en tradities. Doordat boerengezinnen vaak met meerdere generaties op dezelfde plek wonen en letterlijk een grote(re) plaats innemen, hebben ze behoorlijk wat invloed op hun omgeving. Je als boer hiervan bewust zijn, helpt je om je huidige bijdrage aan je omgeving te zien én om nieuwe mogelijkheden te ontdekken. In een tijd waarin die grotere plek van de boerderij niet meer voor iedereen vanzelfsprekend en/of positief is, waarin voorgesteld beleid minder ruimte biedt om te boeren, is weten wat jouw waarde is en kan zijn, belangrijker dan ooit tevoren!



### Kleur geven aan een gebied

We hebben te maken met het fenomeen dat de identiteit van een regio die jou beïnvloedt, ook dóór jou beïnvloed wordt. Een wederkerig proces. Onderzoeker Aafke Schaap legt uit: 'Onze conclusie naar aanleiding van ons onderzoek is dat er geen vaste definitie is, maar dat er meerdere elementen zijn die bij regionale identiteit horen:

- een regio en zijn identiteit geven mensen met elkaar elke dag vorm. Het is geen proces dat op een gegeven moment af is of stopt;
- de identiteit van een gebied geeft kleur aan het wonen en werken op die plek en is voor mensen belangrijk.'

### Verbinding

'Bovenstaande geeft ook de noodzaak aan waarom het voor mensen belangrijk is om te investeren in hun omgeving,' vervolgt Aafke, 'al helemaal als je kijkt naar de rol van de boerderij daarin. We ontdekten dat we het hebben over drie vormen van verbinding die je als boer(enbedrijf) kunt aangaan:

- 1)Verbinding met je sociale omgeving;
- 2)Verbinding met je natuurlijke omgeving;
- 3)Verbinding uitdragen door streekproducten.'

## 'Een regio en zijn identiteit geven mensen met elkaar elke dag vorm'

### Ruimte voor de carnavalswagen

De vraag die zich natuurlijk aandient, is: waarom zou je als boer de identiteit van jouw omgeving versterken? Je hebt al werk genoeg! Toch kun je hier anders naar kijken, legt Aafke uit: 'Je doet het al. De vraag is niet zozeer of je iets nieuws begint; je bent al deel van een regionale identiteit. Wat je doet, kun je echter bewuster doen. Met een boerenbedrijf is de verbinding met de omgeving er al van nature. Door ruimte te bieden aan de carnavalswagen, parkeerplek voor de voetbalvereniging, ruimte te maken voor weidevolgels of wat dan ook, ben je al belangrijk voor je omgeving.'

### Voldoening

Bewuster bijdragen aan en contact zoeken met je omgeving kan soms onverwacht veel opleveren, ontdekten de onderzoekers. Janne: 'Draagvlak is een belangrijk punt. Wij spraken een ondernemer bij Den Bosch die met zijn buurt in gesprek ging over plannen die hij heeft met zijn bedrijf. De mensen begrepen hem, ze konden vragen stellen en delen in zijn enthousiasme. Zijn draagvlak nam enorm toe. Een ander aspect is erkenning. Een kaasmaker in Limburg vertelde ons dat hij de benodigde melk koopt bij een geitenhouder in de buurt. De geitenboer vertelde de kaasmaker dat mensen naar hem toe komen om te vertellen dat 'kaas van jouw melk nu hier en hier te koop is, en in dat restaurant wordt geserveerd'. Zijn product is vindbaar en wordt gewaardeerd. Die erkenning betekent veel voor deze boeren, geeft hen nog meer voldoening in hun werk. Ook boeren die rechtstreeks hun producten afzetten bij consumenten, geven dit aan.'

## 'Met een boerenbedrijf is de verbinding met de omgeving er al van nature'

### Weerbarstige realiteit

Evi vult aan: 'Ik denk ook dat boeren het gevoel hebben dat ze bijdragen aan een groter geheel wanneer mensen direct iets teruggeven op hun product. 'Voor mijn gezondheid kom ik bij jullie verse melk halen,' of: 'Het is zo mooi om de koeien te kunnen zien.' Je draagt als boer op die manier bij aan een grotere opgave dan alleen melk produceren voor een fabriek.'

Tegelijkertijd is erkenning best weerbarstig, ontdekten de onderzoekers. Aafke legt uit: 'We merkten in gesprekken behoefte aan erkenning, maar ondernemers gaven ook aan: 'We investeren best veel in onze omgeving, maar die omgeving wil vooral één deel van ons bedrijf zien. Als de dieren buiten lopen, vinden mensen dat leuk. Staan ze binnen, krijgen we al snel commentaar.' Zij vinden het daardoor lastig om te bepalen wat ze voor zichzelf eruit halen, uit die stap naar de omgeving.'



Eigen foto - close up bij Limburgse kaasmaker Fred Stassen

## Openheid

De Nederlandse agrosector ligt – al jaren – onder een vergrootglas. De onlangs gepresenteerde stikstofreductiemaatregelen vragen opnieuw veel van de sector. Maakt dat voor boeren een bijdrage leveren aan hun omgeving belangrijker dan ooit? Aafke: 'Dat denk ik wel. Je kunt pas begrijpen waar een product vandaan komt en waarom het juist in die regio is gemaakt als je dat verhaal inzichtelijk en transparant verteld wordt. Hetzelfde geldt voor wat een boer bijdraagt aan zijn natuurlijke en sociale omgeving. Polarisation aangaan vraagt van alle partijen om open naar elkaar te luisteren. Dat is niet alleen de opgave van de boer. Er moet ook interesse vanuit de maatschappij zijn in wat er gebeurt op boerenerven en waar ons voedsel vandaan komt. Een regio geef je immers met elkaar vorm.' Janne: 'Een open houding kan wel beelden veranderen. Zo spraken we een biologische melkveehouder die zijn bedrijf openstelde en een melktap plaatste. Toen pas kwamen omwonenden langs en beseften ze dat dit bedrijf biologisch is en wat het doet voor de omgeving. Hun ogen werden geopend.'

## Portretten

Toch moet het je maar gegeven zijn als boer, talent op het gebied van presentatie. Wat als je geen schrijver of prater bent, moet je dat dan worden? Aafke: 'Nee, dat denk ik niet. Toen we in Limburg waren, waren we ook bij een bakker en bij Gulpener, de bierbrouwer. Bij beide bedrijven hangen portretten aan de muur van de boeren met wie zij werken. Zo van: dit zijn de mensen die het voor ons doen in het veld. Bij Gulpener zijn het zo'n twaalf portretten van boeren, met daarbij vermeld wat zij leveren in de keten. Zo probeert de bierbrouwer het verhaal van boer tot bord te delen met bezoekers. Gulpener koopt alles lokaal – tot 45 km in de omtrek – in. Zo zie je hoe je als lokale ondernemers elkaar kunt versterken. Wij vonden dit supermooie voorbeelden.'

# 'Zijn mensen die 'goed in hun streek' zitten, daadwerkelijk gelukkiger?'

## Kollenberg

Lokale ondernemers versterken elkaars verhaal dus onderling, maar de onderzoekers zagen ook hoe het landschap daarvan kan meeprofiteren. Janne legt uit: 'De bakker die we bezochten, bakt brood van spelt die door boeren wordt verbouwd op de Kollenberg (een honderd meter hoge heuvel in de gemeente Sittard, red.). Een deel van de opbrengst van het brood gaat weer naar het behoud van de Kollenberg, om daar het landschap te beschermen en onderhouden.'

## Geluk

Bijdragen aan en betekenis hebben voor je omgeving raakt dus aan een gevoel van erkenning en voldoening. Maar zijn mensen die 'goed in hun streek' zitten, ook daadwerkelijk gelukkiger? Aafke: 'We ontmoetten veel trots, maar met een realistisch randje. We kwamen mensen tegen die houden van netwerken, daar goed in zijn en van genieten. Maar uitsluitend succesverhalen, nee. Er komt langzamerhand wel meer aandacht voor bijvoorbeeld streekproducten, ook in supermarkten, maar we hebben nog veel te leren van landen waar lokaal voedsel veel belangrijker is.' Evi en Janne vullen aan: 'Bijdragen aan regionale identiteit voegt wel zingeving toe aan je ondernemen, ontdekten we. Als we meer zingeving duiden als een vorm van geluk, is het antwoord op bovenstaande vraag dus 'ja'.

### Janne Hemminki

'Ik ben van oorsprong Fins, maar opgegroeid in Duitsland. Op mijn achttiende kwam ik naar Nederland voor mijn studie. Ik heb in Wageningen gestudeerd: Internationale Ontwikkelingsstudies en daarna de master Biologische Landbouw. Ik heb altijd een focus gehad op het sociaal-economische aspect van transitie in het buitengebied. Op de HAS werk ik aan projecten rondom de thema's verdienvermogen en gebiedsprocessen, waaronder Diamant van ons Platteland.'



### Evi Willems

'Ik wilde van jongs af aan boer worden, hoewel ik niet van een boerderij kom. Ik heb aan de HAS International Food & Agribusiness gestudeerd. Daarbij heb ik me vooral gefocust op de rol van dieren in een duurzaam landbouwsysteem. In Wageningen en Bern, Zwitserland, heb ik me hierin verder verdiept. Ik werk nu drie jaar op de HAS en daarnaast werk ik bij de Telers van de Put een tuinderij in Wijk bij Duurstede. Ik vind het interessant hoe we samen op een sociale en eerlijke manier naar een duurzaam voedselsysteem kunnen bewegen.'



### Aafke Schaap

'Ik werk nu vier jaar bij de HAS. Als bachelor heb ik in Utrecht Milieu-maatschappijwetenschappen gedaan. Na mijn bachelor ging ik aan de slag en deed ik praktische landbouwwerving op. Ter afronding van mijn master in Nijmegen heb ik een scriptie geschreven over het gebruik van het sociaal kapitaal in de landbouwtransitie. Ik zit veelal aan de 'zachte kant' van samenwerken. Het proces tussen mensen vind ik interessant.'



Evi, Janne en Aafke hebben de drie genoemde vormen van verbinding die je als boer kunt aangaan, beschreven in een zogeheten inspiratiegids. Deze gids is een verzameling van inzichten die tijdens het onderzoek zijn opgedaan en bevat praktische tips voor boeren om de verbinding met de omgeving te versterken. Dit kan vaak al met kleine stappen. Hiermee kunnen ondernemers kansen herkennen om hun bedrijf in verbinding met de omgeving verder te ontwikkelen, want dit kan meerwaarde opleveren, zowel voor het eigen bedrijf als voor de streek. De gids is in de loop van 2026 openbaar gepubliceerd en is voor iedereen gratis toegankelijk.