

WEIDEGANG MET VERZILVERING

Plussen op ecologie en economie

Hoe krijgt onze melk meerwaarde in de markt?





Hallo!

Mijn naam is Franca van Nunen.

- Plattelandscoach, provincie Utrecht
- Procesbegeleider, BoerenPerspectief Brabant
- Projectleider, Stichting Van Eigen Erf
- Trainer & Coach rond de thema's:
nieuwe verdienmodellen, multifunctionele
landbouw, korte keten & boerenmarketing
- BAS gecertificeerd E1 en E4

Jullie kunnen mij bereiken via:

- franca@green-passion.nl
- 06 - 100 35 907
- Website: www.green-passion.nl



Vanmiddag

01

**Introductie Meet
Weet Weidegang**

02

Kennismaken

03

**Onderzoek naar
drijfveren en ambities**

04

Oefeningen

05

**Stappenplan en
Communicatieplan**

06

**Wat te doen met
tools?**

Introductie Meet Weet Weidegang



02

Kennismaking

03

Persoonlijke drijfveren

04

Aan de slag
Stappenplan en
communicatieplan,

Kennis maken: Boer in beeld

OMDENK spreuk

Waarom kies je deze?

Wat zegt dit over jou?

Wat brengt je hier en wat wil je leren?

**Als je gelooft
dat je het kan,
ben je al
halverwege.**

OM
DENKEN

**De dingen simpel houden is
vrij moeilijk. De dingen
moeilijk maken is
daarentegen vrij simpel.**

OM
DENKEN

Weidegang verzilveren

Welke speerpunten?

Wat kan het opleveren?

Welke vorm van verzilveren is voor jullie van belang?

Welke rol speel je zelf?

Weidegang verzilvering

Speerpunten:

Ammoniakreductie en aantoonbare uren weidegang kunnen leiden tot beter toekomstperspectief, duidelijkheid over (technische) stalaanpassingen en mogelijke extra inkomsten.

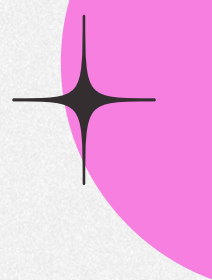
Maar hoe werkt dat?

Hoe breng je dat aan de man?

Hoe benader je betrokkenen, marktpartijen of overheden om weidegang te verzilveren?

Van boerenlogica naar boerenlobby

Doel: Onder woorden brengen wat nodig is om erkenning en beloning te krijgen



Eerlijk - oneerlijk

- Wat “klopt er niet” in de huidige weidegang-premie?
- Moet er alleen nog betaald worden aan degene die uren kan bewijzen of niet?

Kansen en kritische kanten

- Waar liggen kansen voor verandering?
- Wie of wat geven steun?
- Wat zijn tegenargumenten van andere boeren?
- Wie hebben kritiek en waarop?

Wie gaat betalen

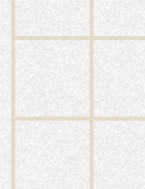
- Wie zou volgens jou moeten betalen?
- Welke rol speelt jouw melkfabriek?
- Welke rol speelt de overheid?
- Wat zou een extra premie voor aantoonbare weide uren moeten zijn?
- Hoeveel wil jij per liter meer ontvangen?

Concreet / de aanpak

- Wat zou jij willen doen of nodig hebben om je verhaal te laten horen?
- Hoe kunnen jullie gezamenlijk ‘de barricade op te gaan’ om erkenning te krijgen op ammoniakreductie en een eerlijke premie te krijgen?

Verkenning kracht en macht kaart

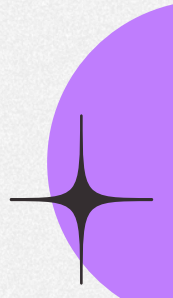
Doel: Beïnvloeden van machten met onze
eigen krachten



OM DENKEN

DE MEEST VOORKOMENDE MANIER WAAROP MENSEN
HUN MACHT OPGEVEN,
IS DOOR TE DENKEN DAT ZE DIE NIET HEBBEN.

- Alice Walker -



Verkenning kracht en macht

De macht van ons zelf

Wat doe je beter dan anderen?
Hoe onderscheid je je van anderen? Welke unieke elementen heb je ter beschikking?

De macht van collega's en stichting weidegang

Hoe staan collega boeren erin?
Welke rol speelt Stichting weidegang?

De macht van de markt

Welke ontwikkelingen zie je in de wereld? En welk effect kan dat hebben?

De macht van de overheid / NZO en ZuivelNL / NGO's

Hoe kunnen we hen betrekken en beïnvloeden?

04

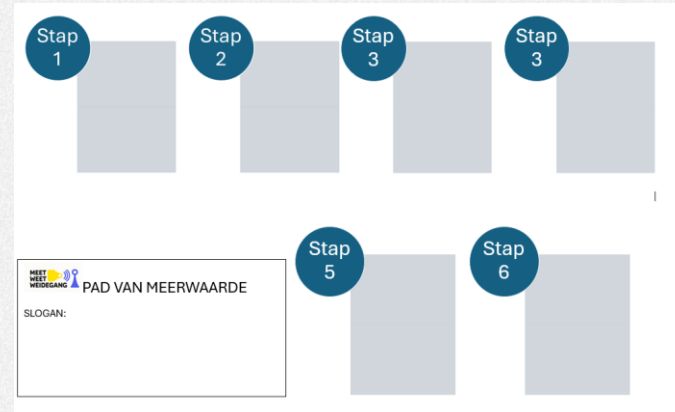
Het pad van meerwaarde

Doel: Co-creatie van het stappenplan.

OM DENKEN

“Je kunt een probleem niet
plukken als een bloem
die je los bekijkt van haar omgeving,
historische bron en diepere wortels”.

Twée teams presenteren het aan elkaar



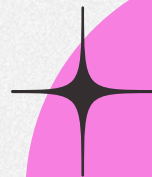


Het pad naar meerwaarde

“Echte weidegang verdient echte waardering”.

TIPS voor succesvolle communicatie

- Storytelling
- Pitch
- Transparant
- Beeldend



Stappenplan

Verwaardig Meet Weet Weidegang

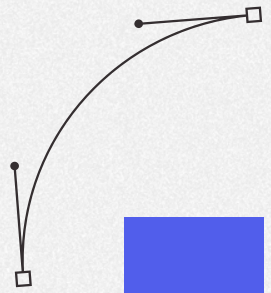


Doel stappenplan

Het stappenplan is ontwikkeld om als groep van 11 melkveehouders:

- Collectief en strategisch samen te werken
- De meerwaarde van hun objectief gemeten weidegang te verzilveren
- Erkenning te krijgen dat zij bijdragen aan ammoniakreductie en duurzame landbouw
- Een positie te claimen bij overheid, zuivelindustrie en andere stakeholders om de bewezen uren weidegang te verzilveren in een staffelpremie
- Empowerment qua communicatie van de boeren





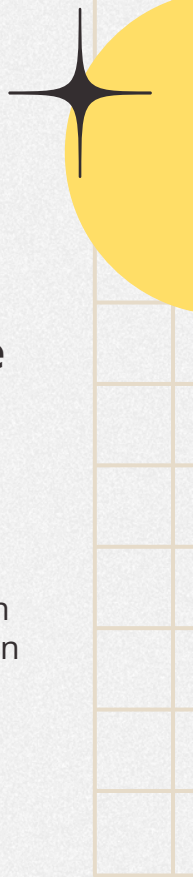
1

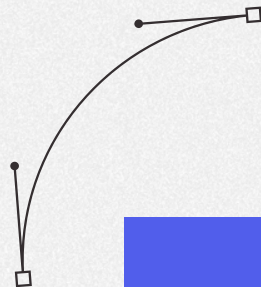
Stap 1: Maak de meerwaarde zichtbaar in harde data

- Zet volledig in op de kracht van real-time data: elke koe, elk uur buiten wordt automatisch gemeten.
- Registreer dit aantoonbaar en transparant via de app en blockchain.
- Beschrijf concreet de impact op ammoniakreductie.

2

Stap 2: Kom met elkaar op één lijn rond de gevraagde erkenning

- Welke aanpak kiezen we om de ammoniakreductie erkend te krijgen?
 - Welke staffel willen we hanteren voor de premie bij bewezen uren weidegang? En welke premie is eerlijk en acceptabel?
 - Welke subdoelen qua ontwikkelruimte zijn voor ons belangrijk na de erkenning van ammoniakreductie?
- 



3

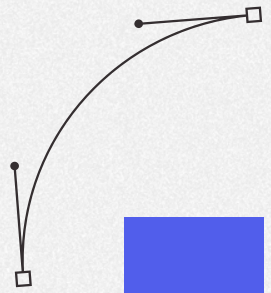
Stap 3: Vorm een koplopersgroep met identiteit

- Profileer de 11 deelnemers als “de eerste groep in Nederland die weidegang volledig objectief onderbouwt.”
- Gebruik storytelling om jullie verhaal duidelijk te maken (en persoonlijk)
- Ontwikkel een naam, beeldmerk en gezamenlijke pitch.
- Kies 2 à 3 woordvoerders (ambassadeurs) uit de groep.

4

Stap 4: Oefen invloed uit op beleidsniveau

- Kies 3 provincies om mee in gesprek te gaan en maak hier “proef-cases” van.
- Ga met een delegatie naar LVVN.
- Vraag een ervaren lobby-ist om hulp om binnen te komen.
- Zorg dat je doel en resultaat-wens helder is.



5

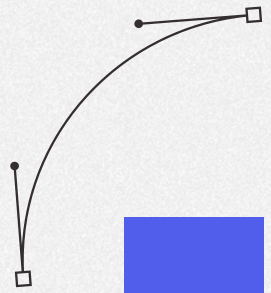
Stap 5: Ga in gesprek met zuivelverwerkers

- Vraag om staffelbeloning die gebaseerd is op bewezen uren weidegang.
- Gebruik je data als onderhandelingsstool.
- Ga concreet in gesprek met ZuivelNL en NZO over je doelen en resultaatwensen.

6

Stap 6: Verbeter je gespreksvaardigheden met het oog op doelgerichte gesprekken

- Bereid je goed voor, ken je doel én dat van de ander.
 - Luister actief, stel vragen en geef de ander ruimte om zich uit te spreken.
 - Vat samen wat je hoort om te onderzoeken of je de ander begrepen hebt.
 - Breng je boodschap kernachtig in heldere taal zonder jargon.
 - Stuur op gezamenlijke belangen en gedeelde waarden. Formuleer daarbij in “win-win”. Bijv. “Wat wij doen kan bijdragen aan jullie doel om...”
 - Sluit af met concrete vervolgstappen waarbij je oplossingsgericht bent (i.p.v. eisend).
- 



7

Stap 7: Werk aan media en publieke opinie

- Vertel het verhaal (zie communicatie strategie).
- Gebruik storytelling en concrete impactcijfers.
- Presenteer het verschil in concrete weide-uren en transparantie t.o.v. een eerlijke vergoeding.
- Gebruik een toolkit met duidelijke communicatiematerialen.

8

Stap 8: Verruim je denkraam door breed te kijken naar bondgenoten voor draagvlak

- Vraag aan buitenstaanders wie zij adviseren als partijen voor een breder draagvlak en sluit daarbij milieu- en/of natuurorganisaties, dierenwelzijns-koepels niet uit als gesprekspartner.
 - Houd in gedachten dat indirecte afnemers ook invloed kunnen hebben zoals retail en horeca.
 - Werk samen met kennisinstellingen om wetenschappelijke onderbouwing te versterken.
 - Neem lobby-werk serieus en werk dus samen met professionals op dat gebied.
- 
- 

Communicatie strategie

Verwaarding Meet Weet Weidegang





Doel

- Een heldere en collectieve communicatiestrategie waarmee de deelnemende boeren:
 - uitleggen waarom ze doen wat ze doen en hoe het bewezen aantal weide uren zorgt voor een onderscheidend vermogen
 - draagvlak creëren bij ketenpartners en beleidsmakers
 - zich positioneren als voorloper van bewezen ammoniakreductie en duurzame bedrijfsvoering



01

De boodschap

Zorg voor een heldere uniforme boodschap en duidelijke doelstrategie:

Wij zijn melkveehouders die bewijzen wat we doen aan uren weidegang. We delen onze objectief gemeten data. Veel weidegang zorgt voor lagere ammoniakuitstoot en dus een bewezen bijdrage aan een duurzame melkveehouderij. Daardoor is de noodzaak tot technische maatregelen minder relevant.

Daarnaast willen we een eerlijke premie per staffel van weidegang uren.

Sloganvoorstellen:

“Echte weidegang verdient echte waardering.”

“Wij worden blij van de wei. Jij ook?”

“De koe als oplossing.”

“Van kalf tot koe, weiden doet er toe”

02

Doelgroepen

ZuivelNL, NZO, Zuivelcoöperaties / verwerkers: concrete data aanleveren, onderhandeling staffelbeloning starten

Overheden (RVO, provincie, gemeente): aantonen ammoniakreductie, vrijstelling emissiemaatregelen

Relevante media: een duidelijk verhaal delen waarom de melk van de bewezen weidegang een premie per staffel verdient

Collega-boeren: inspireren zonder te polariseren

03

Middelen

Gesprekstechnieken / zie sjabloon als bijlage.

Storytelling en een aansprekende GROEPSPITCH

Actuele informatie delen op de website www.meetweetweidegang.nl

Harde data delen via infographics over het verschil tussen minimale weidegang en deze koplopersgroep

Berichten delen op sociale media, zowel vanuit het project als individueel per melkveehouder van het project

Artikelen in relevante media

Training in pitchen, communicatie en omgaan met “tegen reacties”

04

Uitspreken en positioneren

Deelnemers formuleren helder de reden om actief aan weidegang te doen en mee te doen met project rond verzamelen van objectieve data.

Samenwerken en gezamenlijk optrekken in het stappenplan en vasthouden aan heldere projectdoelen en uniforme pitch.

Groep spreekt zich publiekelijk uit over hun visie:

- Bewezen uren weidegang geven erkenning van ammoniakreductie
- Weidegang is efficiënter en natuurlijker dan emissiearme (technische) investeringen
- Bewijs van weide-data moet extra premie geven per liter melk per staffel

05

Lobby Route

Vraag een ervaren lobby-ist erbij

Werk samen met LTO, Dutch Dairy Board, ZuivelNL, NZO etc.

Nodig beleidsmakers uit op het erf

Creëer een lobby-agenda (Doel, gewenst resultaat, wanneer, wie, welke dossiers)

Vorm een delegatie van 2-3 boeren die actief dit pad volgen en de andere deelnemers vervullen andere praktische rollen

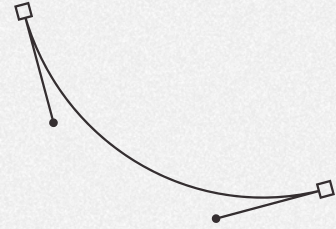
06

Afronden

Jouw aanpak? Jouw rol?
Toekomstige samenwerking met project rond
meetinformatie?
Wensen vervolg



Van kalf tot koe,
weiden doet er toe





Invulbaar Gesprekssjabloon — Voorbereiding op een Doelgericht Gesprek



1. Doel en voorbereiding

Wat wil ik bereiken met dit gesprek?

Mijn hoofddoel:

Wat zijn mogelijke doelen of belangen van de ander?

Belang of behoefte van de gesprekspartner:

Welke drie kernboodschappen wil ik overbrengen?

- 1.
- 2.
- 3.

Wat is mijn voorstel of aanbod?

Kort en concreet:

2. Tijdens het gesprek – Luisteren & verbinden

Welke vragen ga ik stellen om de ander beter te begrijpen?

Minimaal twee open vragen:

Wat ga ik doen om actief te luisteren?

Bijv. samenvatten, doorvragen, lichaamstaal:

3. Overtuigen & richting geven

Hoe verbind ik mijn doel aan het belang van de ander?

Wat levert het voor hen op?

Hoe laat ik zien dat ik oplossingsgericht ben?

Bijv. suggestie voor samenwerking of concrete stap

4. Afronden & opvolging

Wat wil ik dat er concreet wordt afgesproken?

Actie, verantwoordelijke, termijn:

Hoe borg ik de follow-up?

- ☐ Stuur kort verslagje / bevestiging
- ☐ Plan vervolgspraak
- ☐ Andere: _____

Reflectie na afloop (optioneel)

Wat ging goed?

Bijv. verbinding, duidelijkheid, resultaat:

Wat kan ik volgende keer anders of beter doen?

Bijv. luisteren, overtuigen, afsluiten: