



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Koehandel en handjeklap: Een onderzoek naar de invloed van organisatorische kenmerken van agrarische belangenbehartigers op lobbystrategieën

Vet, Matthijs

Citation

Vet, M. (2023). *Koehandel en handjeklap: Een onderzoek naar de invloed van organisatorische kenmerken van agrarische belangenbehartigers op lobbystrategieën*.

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [License to inclusion and publication of a Bachelor or Master Thesis, 2023](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3656321>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Koehandel en handjeklap

*Een onderzoek naar de invloed van organisatorische kenmerken van agrarische
belangenbehartigers op lobbystrategieën*

Naam: Matthijs Vet
Studentennummer: 1847759
Studie: Management van de Publieke Sector
Docent: Dr. B. Fraussen
Datum: 9-6-2023

Beste lezer,

Voor u ligt mijn masterscriptie aangaande agrarische lobbystrategieën. Middels deze scriptie rond ik mijn master Management van de Publieke Sector aan de Universiteit Leiden af. Daarmee is deze scriptie eveneens het eindpunt van mijn achtjarige studententijd.

Ik ben dankbaar voor de periode die achter mij ligt. Naast mijn reguliere studie heb ik de mogelijkheid gekregen om extracurriculaire vakken te volgen en diverse rollen binnen het studentenleven te vervullen. Studeren is meer dan alleen met het hoofd in de boeken zitten. Het is een periode waarin je jezelf leert kennen, jezelf ontwikkelt en een rol zoekt in de maatschappij.

Alhoewel de studententijd bol staat van de ontwikkeling van het individu is dit geen zelfstandig proces. Mijn dank gaat uit naar docenten, familie en vrienden die mij de afgelopen jaren hebben geholpen en aangemoedigd. Mijn begeleiders, Bert Fraussen en Caelesta Braun, wisten mij door het scriptieproces te loodsen middels constructieve feedback en, indien nodig, geruststellende woorden. Maar bovenal ben ik mijn ouders grote dank verschuldigd. Zij stonden altijd klaar om kritisch mee te lezen, ideeën aan te dragen en mij aan te moedigen. Zonder deze hulp had ik de eindstreep niet behaald!

Tot slot heb ik mij tijdens mijn studententijd over veel zaken druk gemaakt: mijn studievoortgang, het schrijven van scripties en de toekomst. Op de achtergrond was daarbij altijd het christelijk geloof aanwezig. Door de woorden uit de Bijbel werd ik gerustgesteld en bemoedigd. Als ik zelf geen uitweg zag dan vertrouwde ik mij de woorden van God toe. Hij stelde mij gerust met de woorden: *“De HEERE geeft het Zijn beminde in de slaap”*. Waarover zou ik mij dan druk overmaken als Hij voor mij zorgt?

Laat het burgerleven maar beginnen!

Matthijs Vet
Leiden, juli 2023

1.	Inleiding.....	4
1.1.	Wetenschappelijke relevantie.....	5
1.2.	Maatschappelijke relevantie	6
1.3.	Leeswijzer	7
2.	Literatuuroverzicht	8
2.1.	Exchange theory	8
2.2.	Inside en outside lobbystrategieën.....	9
3.	Theoretisch Kader	11
3.1.	Wat is een belangenorganisatie?	11
3.2.	Exchange Theory.....	12
3.2.1.	Kenmerken van een organisatie.....	13
3.3.	Inside en outside lobbystrategieën.....	14
3.4.	Operationalisatie.....	17
4.	Onderzoeksmethode	19
4.1.	Onderzoeksopzet en haalbaarheid	19
4.2.	Dataverzameling.....	19
4.2.1.	Semigestructureerde interviews.....	20
4.3.	Casusselectie	21
4.4.	Betrouwbaarheid en validiteit.....	22
5.	Analyse.....	24
5.1.	Lobbystrategieën van belangenorganisaties	24
5.1.1.	Inside lobbystrategieën.....	25
5.1.2.	Outside lobbystrategieën	26
5.2.	Kenmerken van belangenorganisaties	27
5.3.	Organisatorische afwegingen en lobbystrategieën	30
5.4.	Overige bevindingen	31
6.	Conclusie.....	33
6.1.	Beperkingen.....	34
6.2.	Vervolgonderzoek	34
7.	Literatuurlijst	35
8.	Bijlagen	41
8.1.	Bijlage I – Figuren.....	41
8.2.	Bijlage II – Vragenlijst interviews	45
8.3.	Bijlage III – Gespreksverslagen interviews.....	48

1. Inleiding

In de afgelopen jaren is de agrarische sector steeds verder onder druk komen te staan. Beleidsmakers op diverse bestuurlijke niveaus eisen dat de sector snel verduurzaamt en in het bijzonder overgaat tot een vergaande reductie van de stikstofuitstoot. De maatregelen die deze uitgangspunten in het beleid moeten verankeren worden kritisch ontvangen door de agrarische sector. Er is sprake van grote spanningen tussen overheid enerzijds en de agrarische sector anderzijds. In 2019 en 2020 werd de onvrede bij agrariërs duidelijk zichtbaar doordat er grootschalige demonstraties van de beroepsgroep in heel Nederland plaatsvonden. Tijdens deze boerenprotesten maakten agrariërs met name hun onvrede over het door de Rijksoverheid gevoerde stikstofbeleid kenbaar (NOS, 2019). Deze en de daaropvolgende demonstraties hebben een dusdanig ontwrichtend karakter waardoor er wordt gesproken van een stikstofcrisis (NOS, 2023a). De directe aanleiding voor deze crisis is een uitspraak van het Europees Hof die de juridische wijze waarop Nederland haar stikstofuitstoot reguleerde verbood. De basis voor de regulering van stikstofuitstoot in Nederland ligt vast in de Pragmatische Aanpak Stikstof (PAS). Dit systeem is gefundeerd op de veronderstelling dat er in de toekomst sprake zou zijn van een bepaalde mate van stikstofreductie bij de voorgenomen activiteiten (Programmadirectie Natura 2000, 2011). Zodoende kon de Nederlandse overheid middels het PAS-systeem economische ontwikkelingen, zoals agrarische activiteiten, bouwprojecten en de aanleg van snelwegen, rond kwetsbare natuurgebieden, de zogeheten Natura2000-gebieden (N2000), vergunnen en toestaan. Het Europees gerechtshof oordeelde echter dat deze toekomstige stikstofbesparingen te onzeker zijn en N2000-gebieden onvoldoende beschermd werden (Raad van State, 2019). Dit had tot gevolg dat de stikstofuitstoot direct gereduceerd moet worden en er geen ruimte meer was en is voor nieuwe economische activiteiten (Van der Ploeg, 2020).

De agrarische sector is verantwoordelijk voor een grote hoeveelheid stikstofuitstoot, namelijk de stikstofverbinding ammoniak. Het is daarmee niet verwonderlijk dat deze uitspraak van het Europees gerechtshof tot grote onrust heeft geleid binnen de agrarische sector. Boeren hebben geen zekerheid of zij hun bedrijfsactiviteiten kunnen voortzetten. Zij ervaren dat niet alleen hun belangen maar ook hun bestaan op het spel staat. In deze situatie hebben verschillende boeren besloten om elkaar, buiten de bestaande agrarische belangenvertegenwoordiger te verenigen. Deze organisaties betreffen Farmers Defense Force (FDF), Agractie en Caring Farmers. Dit is een trendbreuk met het verleden. De Land- en Tuinbouworganisatie Nederland (LTO) was decennialang de enige belangenorganisatie van boeren richting de overheid (Volker, 1999).

Op dit moment is er sprake van een grote mate van concurrentie tussen de verschillende agrarische belangenorganisaties in Nederland. De organisaties proberen de belangen van hun eigen achterban te behartigen bij de overheid. Het moeizame verloop van de landbouwtafels en de rapportage van de commissie Remkes benadrukken de versplintering van de agrarische belangenbehartiging (Remkes, 2022). De huidige versplintering vormt daarmee een buitengewoon interessante casus voor verdiepend onderzoek. In het bijzonder kan onderzocht worden welke organisatorische afwegingen de verschillende belangenorganisaties maken inzake inside of outside lobbystrategieën. De onderzoeksvraag is als volgt:

“Waarom maken belangenorganisaties binnen het agrarische domein verschillende organisatorische afwegingen met betrekking tot inside of outside lobbystrategieën?”

1.1. Wetenschappelijke relevantie

Belangenorganisaties vertegenwoordigen de verschillende belangen van specifieke en afgebakende groepen binnen de maatschappij. Daarmee vervullen deze organisaties een uitermate belangrijke rol binnen een representatieve democratie doordat zij onder andere invloed trachten uit te oefenen op (de totstandkoming van) beleid en verkiezingen. Desondanks is wetenschappelijk onderzoek naar deze organisaties geruime tijd een relatief beperkt en gespecialiseerd onderzoeksveld gebleven (Beyers, Eising & Maloney, 2008). Het onderzoeksveld werd aanvankelijk opgedeeld in twee onderdelen, waarbij Amerikaanse wetenschappers de focus legden op Amerikaanse belangenorganisaties in Washington en Europese onderzoekers op de rol van belangenorganisaties bij de Europese Unie. Inmiddels is een dergelijke scherpe scheiding binnen het onderzoeksveld niet meer mogelijk. Het onderzoeksveld is vergaand versplinterd over verschillende aspecten van belangenorganisaties waaronder lobbystrategieën van belangenorganisaties richting de overheid (Milbrath, 1963; Kollman, 1998; Mahoney, 2007; Dür & Mateo, 2013) en lobbycoalities (Baumgartner et al., 2009; Klüver, 2013; Mahoney & Baumgartner, 2015).

Dit onderzoek sluit aan bij het onderzoeksthema wat betrekking heeft op de lobbystrategieën van belangenorganisaties. Binnen het agrarisch domein is onderzoek naar strategieën zeer interessant. Immers, een toename van overheidsactiviteiten binnen een beleidsdomein heeft tot gevolg dat voor- en tegenstanders zich willen mobiliseren. Zij willen invloed uitoefenen op de beleidsuitkomsten (Leech, Baumgartner, La Pira & Semanko, 2005). Bovendien staat er binnen het agrarisch domein veel op het spel.

Daarmee is er sprake van een motivatie voor de betrokkenen om zich te verenigen en invloed uit te oefenen. Immers, er is sprake van een grote onzekerheid over welke oplossing er binnen het beleidsdossier wordt gekozen (Gray, Cluverius, Harden, Shor & Lowery, 2015). Het is echter onduidelijk hoe de organisaties zich tot de verschillende strategieën verhouden en de aanname is dat dit per beleidsterrein verschilt (Bouwen, 2002; Braun, Berkhout & Hanegraaf, 2011). In het bijzonder kan er gevraagd worden welke rol de diverse strategieën vervullen bij beleidsterreinen met een hoge mate van competitie. Berkhout doet een voorlopige aanname dat hierbij de focus zal liggen op beleidsexpertise (Berkhout, 2013).

Dit onderzoek bestudeert deze aanname, waarbij belangenorganisaties zich focussen op beleidsexpertise, en past deze toe op organisaties binnen het agrarisch domein. Als theoretisch raamwerk is de ‘exchange theory’ relevant (Salisbury, 1969; Lowery & Gray, 1996). Het is een beproefde manier om de interacties tussen beleidsmakers en belangenbehartigers of coalitievorming van diverse belangenorganisaties te verklaren (Poppelaars, 2007; Gray, 1973). Daarmee vormt de exchange theory een basis voor het verklaren van de verschillende organisatorische afwegingen die belangenbehartigers maken. Logischerwijs zou dit betekenen dat organisaties hoofdzakelijk inzetten op een inside lobbystrategie. In dat geval ligt de focus op het gesprek met beleidsmakers en het bouwen van coalities. In andere woorden: het overdragen van informatie vanuit de belangenorganisatie richting de ambtenarij (De Bruycker & Beyers, 2019). Met betrekking tot de sterk gefragmenteerde agrarische sector lijkt dit echter niet voor alle belangenorganisaties het geval te zijn. Daarmee draagt dit onderzoek bij aan de wetenschappelijke kennis over de organisatie van belangenorganisaties in een sterk gefragmenteerd beleidsterrein.

1.2. Maatschappelijke relevantie

Dit onderzoek heeft naast een wetenschappelijke relevantie ook een maatschappelijk doel. Belangenorganisaties nemen een grote rol in binnen het democratisch bestel. Inzicht in de organisatorische afwegingen die belangenorganisaties maken kunnen beleidsmakers extra informatie geven. Zodoende worden acties en gedrag van belangenorganisaties voor beleidsmakers inzichtelijk gemaakt en van een verklaring voorzien. Een voorbeeld hiervan is de keuze van een belangenorganisatie om te gaan demonstreren in Den Haag (NOS, 2023b).

Inzichten in de afwegingen voor belangenorganisaties kunnen daarmee, in potentie, het beleidsproces ten goede komen. Het onderzoek kan daarmee bijdragen aan een verbeterde belangenbehartiging van de diverse organisaties. Het is mogelijk om op basis van de bevindingen uit dit onderzoek tot een aanzet voor een betere overlegstructuur te komen waardoor beleid op termijn een groter draagvlak krijgt.

1.3. Leeswijzer

De lezer kan bij het lezen van dit onderzoek een gestructureerd betoog verwachten. In de aankomende hoofdstukken bouwt de auteur stapsgewijs op naar een beantwoording van de onderzoeksvraag. Het eerstvolgende hoofdstuk is daarom gereserveerd voor een kort literatuuroverzicht. Dit betreft een korte samenvatting van de belangrijkste wetenschappelijke inzichten aangaande lobbystrategieën. Hoofdstuk drie zorgt voor een theoretisch kader dat noodzakelijk is voor het onderzoek. Het theoretisch kader wordt opgebouwd door centrale begrippen binnen de literatuur te identificeren. Een voorbeeld hiervan is het inzichtelijk maken van diverse lobbystrategieën. Het is eveneens mogelijk om bepaalde verwachtingen aangaande het onderzoek te noteren. Vervolgens wordt er, in hoofdstuk vier, ingegaan op de onderzoeksmethode. De wijze van dataverzameling, betrouwbaarheid en validiteit zijn enkele paragrafen uit dit hoofdstuk. Daaropvolgend komt in hoofdstuk vijf de analyse aan bod. Op basis van de resultaten van de literatuur en het onderzoek worden de hypothesen getoetst. Het sluitstuk van dit onderzoek betreft hoofdstuk zes, waarbij op basis van de analyse verdere conclusies worden getrokken. Ook is er ruimte voor het aanwijzen van mogelijke vervolgonderzoeken. Er zijn ook diverse bijlagen toegevoegd. Dit betreft een literatuurlijst, diverse figuren en de gespreksverslagen van de interviews.

2. Literatuuroverzicht

In dit hoofdstuk is er sprake van een korte uiteenzetting met betrekking tot de literatuur aangaande het onderzoeksonderwerp. De literatuuruitleg vindt plaats aan de hand van twee onderwerpen: exchange theory en lobbystrategieën.

2.1. Exchange theory

In het artikel ‘An exchange theory of interest groups’ van Robert Salisbury wordt de basis gelegd voor het theoretische raamwerk van de exchange theory. In zijn artikel beargumenteert Salisbury dat belangenorganisaties zoeken naar een uitwisseling met beleidsmakers. In deze uitwisseling is het mogelijk voor belangenorganisaties om informatie en steun voor beleid aan te bieden aan beleidsmakers. Het succes van een belangenorganisatie is afhankelijk van in hoeverre deze uitwisseling goed verloopt. De visie van Salisbury op belangenorganisaties is fundamenteel anders dan toenmalige bestaande visies. Immers, de exchange theory gaat in op de rol van belangenbehartigers in het beïnvloeden van beleid en het beleidsproces (Salisbury, 1969). Het theoretisch raamwerk van de exchange theory heeft tot op heden een grote invloed op het onderzoeken naar belangenorganisaties. Zoals eerder gesteld betreft het een beproefde manier om de interacties tussen beleidsmakers en belangenbehartigers of coalitievorming van diverse belangenorganisaties te verklaren (Poppelaars, 2007; Gray, 1973). De focus ligt op de uitwisseling van onder andere expertise en politieke kennis waarover beleidsmakers doorgaans niet beschikken (Hall & Deardorff, 2006).

In het bijzonder gaat de exchange theory in op de spanning die er binnen belangenorganisaties ontstaan. Organisaties hebben de noodzaak om continuïteit in ledenaantallen en financiële middelen te genereren en moeten ook op een succesvolle wijze de belangen van hun achterban behartigen (Lowery & Gray, 1996). Daarom is er sprake van een ruilrelatie met twee uitruillogica's. Deze logica's gaan enerzijds in op de ledenlogica en anderzijds op de beïnvloedingslogica. Ledenlogica gaat in op de organisatorische aspecten van belangenorganisaties. Werven van leden is een praktische uitvoering van deze logica. Daarmee verkrijgen leden ook invloed op de doelstellingen van een belangenorganisatie (Streeck & Schmitter, 1999). Bij beïnvloedingslogica is er sprake van een omgekeerde redenatie. In dat geval beloven belangenbehartigers in te stemmen met beleid. Zij geven beleidsmakers de verzekering dat hun achterban eveneens akkoord gaat met het voorgestelde beleid. Belangenorganisaties moeten daarmee zelf een afweging maken in hoeverre zij kiezen voor een ruil met de leden of beleidsmakers (Braun, Berkhout & Hanegraaff, 2011).

Belangenorganisaties hebben daarmee de keuze om een vertegenwoordigende of bestuurlijke werkwijze te kiezen. Een vertegenwoordigende werkwijze richt zich op de betrokkenheid van leden en het verkrijgen van steun in brede delen van de samenleving. De bestuurlijke werkwijze is volledig tegengestelde aan de vertegenwoordigende werkwijze. Hierin ligt de focus op het beïnvloeden van beleid middels informatiepolitiek (Streeck & Schmitter, 1999). In hoeverre belangenorganisaties de verschillende ruilrelaties vormgeven is van belang voor de vervulling brugfunctie. Als organisaties de focus leggen bij de vertegenwoordigde werkwijze dan kan zij bot vangen bij beleidsmakers. De reden hiervoor is dat belangenorganisaties met een dergelijke werkwijze weinig bereid zijn tot het maken van compromissen. Anderzijds kan een belangenorganisatie met de focus op de bestuurlijke werkwijze de achterban verliezen in het behalen van diverse beleidscompromissen (Braun, Berkhout & Hanegraaff, 2011).

2.2. Inside en outside lobbystrategieën

Binnen de literatuur is er onderscheid in twee soorten lobbystrategieën: inside en outside (Korteweg & Huisman, 2016). Een onderscheid tussen de twee strategieën is al lange tijd aanwezig binnen de literatuur. Reeds in 1966 stelde Rokkan dat belangenorganisaties belang hebben bij een ‘corporatist channel’. Middels een dergelijk kanaal worden belangenorganisaties in staat gesteld om met de overheid het gesprek aan te gaan. Het is daarmee één van de eerste beschrijvingen van wat Binderkrantz en Krøyer een inside lobbystrategie noemen. Immers, Binderkrantz en Krøyer stellen dat een inside lobbystrategie samenhangt met het beïnvloeden van de politieke arena en de ambtelijke organisatie middels formele routes. Een dergelijke strategie valt doorgaans niet op bij het publiek of de achterban. Het is namelijk onduidelijk wie er invloed heeft op het beleid en wat deze invloed inhoudt. Het is daarmee verleidelijk om deze strategie te duiden als ‘achterkamerpolitiek’ (Trouw, 2019). Outside lobbyen daarentegen tracht beïnvloeding te bewerkstelligen via de media of publieke campagne (Binderkrantz & Krøyer, 2012). Een belangrijk uitgangspunt is de mate waarin belangenorganisaties toegang hebben tot media om hun verhaal te doen. Immers, toegang tot media betekent dat de organisaties ook relevant zijn binnen een bepaalde politieke arena (Binderkrantz, Christiansen en Pedersen, 2015). Eveneens is het mogelijk om middels demonstraties, petitie en stakingen de aandacht op te eisen. Dit heet ook wel een proteststrategie en vormt een subtype binnen een outside lobbystrategie.

Daarbij is er sprake van een belangrijke kanttekening. Een protest- of mediastrategie kan het ongelukkige gevolg hebben dat de samenwerking met de politiek of beleidsmakers onder spanning komt te staan (Beyers, 2004). Deze spanning zal ertoe leiden dat politici minder snel geneigd zijn hun mening te herzien. Zij worden namelijk daarvan weerhouden omdat een andere mening ertoe kan leiden dat resultaten bij komende verkiezingen tegenvallen. Daardoor ontstaat er een spanning die op termijn leidt tot het ingraven van politici op bepaalde posities (Dür, 2008).

Desondanks stellen diverse auteurs dat de uitkomsten van beide strategieën in sommige gevallen nauwelijks (Mahoney, 2007) tot niet (Chalmers, 2013) van elkaar verschillen. Kortom, de keuze voor een lobbystrategie hoeft niet per definitie te leiden tot een andere uitkomst. De reden hiervoor kan gezocht worden in de aard van organisaties en de organisatorische afwegingen die belangenorganisaties maken (Dür & Mateo, 2014). Ook heeft het tot gevolg dat belangenorganisaties ervoor kiezen om lobbystrategieën te combineren. Indien een inside lobby niet tot het gewenste resultaat kan komen, dan is de outside lobby een goed alternatief. Vice versa is het mogelijk om middels een outside lobby actuele en prangende kwesties te agenderen bij beleidsmakers (Timmermans et al., 2019).

3. Theoretisch Kader

In dit hoofdstuk is er sprake van een theoretisch kader dat noodzakelijk is voor het afbakenen van het onderzoek. Er worden diverse centrale begrippen in de literatuur aangewezen. Op basis van deze begrippen worden hypothesen gevormd voor het onderzoek.

3.1. Wat is een belangenorganisatie?

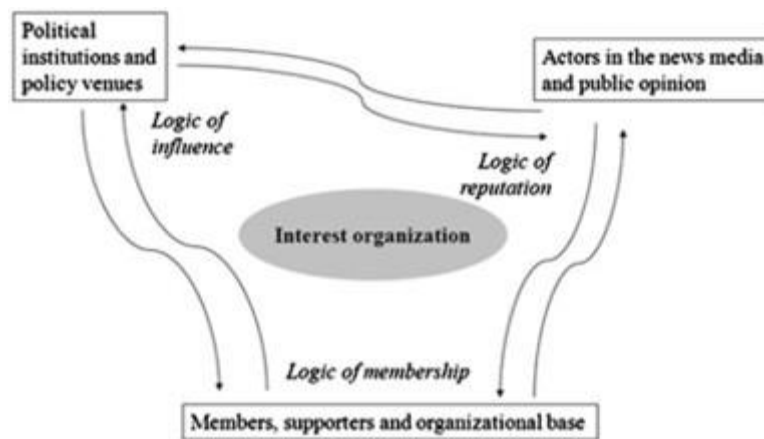
Wanneer het aankomt op de definiëring van het concept ‘belangenorganisaties’ is er sprake van diverse definities die verschillende aspecten van organisaties uitlichten (Jordan & Maloney, 2007). Hierdoor is het niet altijd duidelijk welke organisaties gekenmerkt kunnen worden als een belangenorganisatie. Binnen dit onderzoek zal de nadruk liggen op drie belangrijke aspecten van belangenorganisaties: organisatie, politieke belangen en informaliteit (Beyers, Eising & Maloney, 2008). Deze aspecten houden het volgende in:

- *Organisatie*: Een belangenorganisatie bestaat uit een collectief met gezamenlijke belangen. Dit kunnen zowel een groep individuen, bedrijven, instituties of andere belangenorganisaties zijn (Binderkrantz, 2008). Er is geen sprake van individuele acties, losse netwerken van actoren of publieke opinie (Burstein & Linton, 2002).
- *Politieke belangen*: Een belangenorganisatie is geïnteresseerd in het beïnvloeden van het overheidsbeleid (Beyers et al., 2008). Dit kan een organisatie vormgeven door instandhouding van het huidige beleid (status quo), het verminderen van overheidsoptreden of het agenderen van een probleem bij de overheid (Binderkrantz, 2008).
- *Informaliteit*: Een belangenorganisatie tracht via directe interactie met ambtenaren of op andere indirecte wijze invloed uit te oefenen op overheidsbeleid. Echter, belangenorganisaties stellen zich niet kandidaat voor een publiekelijk ambt middels verkiezingen (Berkhout, 2013).

Daarmee verschillen belangenorganisaties fundamenteel met politieke partijen. Tegelijkertijd is deze lijn ook flinterdun doordat sommige politieke partijen voortkomen uit een belangenorganisatie (Binderkrantz, 2008). Daarmee vormen belangenorganisaties een belangrijk kanaal voor burgers om, naast politieke partijen, hun belangen een politieke stem te geven (Fraussen & Halpin, 2018).

3.2. Exchange Theory

Organisatorische overwegingen hebben gevolgen voor de keuzes die belangenorganisaties maken. In dit onderzoek worden organisatorische afwegingen middels het theoretische raamwerk van de ‘exchange theory’ inzichtelijk gemaakt. Berkhout geeft de positie van belangenorganisaties tussen de beleidsmakers, media en leden schematisch weer.



Figuur één Berkhout (2013)

Belangenorganisaties maken constant afwegingen tussen drie logica's. Het behartigen kent namelijk meerdere kanten: het is halen én brengen. Belangenorganisaties proberen de belangen van hun leden zo goed mogelijk te behartigen richting beleidsmakers. Leden hebben daarin een relatief grote stem doordat zij zich uitspreken richting de belangenorganisatie. Daar tegenover staat dat de belangenorganisaties eveneens informatie verstrekken en steun aan bestuurders en volksvertegenwoordigers toezeggen (Van den Berg & Franke, 1998). Het resultaat: een belangenorganisatie moet zich als entiteit bewegen tussen deze groepen. Organisatorische overwegingen hebben betrekking op dit spanningsveld. Immers, organisaties moeten deze interacties aangaan met andere actoren doordat zij niet volledig zelfvoorzienend zijn (Aldrich & Pfeffer, 1976). Organisaties zullen daarom aankloppen bij leden voor financiële middelen, bij de media voor invloed op het beleidsproces en bij beleidsmakers voor het behalen van resultaten. Er kan hier ook gesproken worden van een ‘resource exchange relationship’ (Bouwen, 2002).

3.2.1. Kenmerken van een organisatie

Binnen de ‘resource exchange relationship’ is er dus sprake van bepaalde afwegingen die belangenorganisaties maken. In hoeverre belangenorganisaties een keuze maken is afhankelijk van de kenmerken van een organisatie. Indien een organisatie beschikt over veel leden dan zal de belangenorganisatie rekening moeten houden met de uitwisseling tussen leden en beleidsmakers (logic of membership). Eveneens kan het voorkomen dat bij een gebrek aan middelen een organisatie inzet op het behartigen van belangen via de media (logic of reputation). Kortom, de kenmerken van een organisatie zijn van grote invloed op de drie logica’s. Een belangenorganisatie kan diverse kenmerken hebben. Joshi (2012) maakt onderscheid op basis van organisatie, leden, leiderschap, financiën en het systeem waarbinnen zij opereert. Binnen dit onderzoek staan drie kenmerken centraal: organisatievorm, leden en financiën.

In de eerste plaats is de organisatievorm van grote invloed op de werkwijze van de belangenorganisatie. Er zijn diverse mogelijke organisatievormen waarvoor een belangenorganisatie kan kiezen. Doorgaans valt daarbij de keuze op een vereniging of een stichting. Dit heeft indirect ook gevolgen voor de organisatiestructuur. Een vereniging kent een bestuur dat op basis van een instructie van de leden werkt. Een stichting kent daarnaast een directeur voor de dagelijkse gang van zaken. Leden van een stichting kunnen daardoor een minder grote invloed hebben op de richting van de organisatie.

In de tweede plaats vormt de rol van leden een bepalende factor voor de werkwijze van een belangenorganisatie. Leden kunnen financiële middelen genereren voor de belangenorganisatie. Eveneens zijn actieve leden noodzakelijk voor het uitvoeren van acties zoals demonstraties of het ondertekenen van petities. Het ledenaantal van de organisatie en hun rol heeft daarmee gevolgen op de werkwijze van een belangenorganisatie (Binderkrantz & Pedersen, 2017; Dür, 2008). Het kan bepalen in hoeverre een belangenorganisatie kiest voor een inside- of outside lobbystrategie. Belangenorganisaties met een groot ledenbestand zullen waarschijnlijk eerder kiezen voor een inside lobbystrategie. In dit geval is er sprake van de logic of membership. De leden genereren voldoende financiële middelen voor de organisatie om personeel in te huren voor de belangenbehartiging richting beleidsmakers. Voor beleidsmakers is een belangenorganisatie met veel leden interessant inzake het draagvlak binnen de beroepsgroep. Daarmee staat er in feite niets in de weg voor een belangenorganisatie met veel leden om via de inside lobbyroute resultaten te behalen.

In de derde plaats zijn financiën een belangrijke factor bij belangenorganisaties. De middelen waarover belangenorganisaties beschikken vallen binnen drie categorieën: lidmaatschapsgelden, fondsen/subsidies en donaties. De organisatievorm kan een grote invloed zijn op de wijze waarop de belangenbehartiger middelen genereert (Dür, 2008). Een grassroots beweging, die op basis van enkele initiatiefnemers start, vertoont grote verschillen met bestaande organisaties (Moe, 1980). Kortom, een vereniging kan veel leden hebben waardoor er veel lidmaatschapsgeld binnenkomt. In dat geval kan een belangenvereniging met veel leden over meer financiële middelen beschikken en zodoende meer output realiseren (Binderkrantz & Pedersen, 2017; Dür, 2008).

3.3. Inside en outside lobbystrategieën

Inside lobbystrategieën betreffen het direct werken met beleidsmakers om zodoende het beleidsproces te beïnvloeden. In sommige gevallen dienen belangenorganisaties hiervoor zelf het initiatief te nemen. In enkele gevallen kan er daarentegen ook sprake zijn van beleidsmakers die een handreiking doen naar belangenorganisaties (Maloney, Jordan, & McLaughlin, 1994). Immers, belangenorganisaties beschikken in veel gevallen over specialistische kennis die kan ontbreken bij beleidsmakers. De verhoudingen tussen beleidsmakers en belangenorganisaties met een inside lobbystrategie betreft een wederkerige relatie. Beleidsmakers kunnen vertrouwen op de nodige technische kennis van belangenorganisaties. In ruil hiervoor kunnen beleidsmakers de belangen van organisaties verzekeren. Binderkrantz (2005) onderscheidt twee vormen van inside lobbyen, namelijk administratieve strategie en parlementaire strategie. Het eerste verwijst naar acties die zijn gericht op de bureaucratie en het tweede verwijst naar acties gericht op politici en politieke partijen. Deze strategieën zijn hieronder in een schema weergegeven.

Administratieve strategieën	Parlementaire strategieën
Contact met verantwoordelijke minister	Inspreken bij commissies
Contact met beleidsmedewerkers van ministeries	Contact met beleidsmedewerkers van politieke partijen
Reageren op verzoeken tot informatie	Contact met politici
Deelnemen aan publieke evenementen (hackaton, etc.)	

Figuur twee is overgenomen uit Binderkrantz (2005).

Inside lobbystrategieën leggen de focus op het directe beïnvloeden van het beleidsproces. Het is daarom de verwachting dat met name dat bestaande lobbyorganisaties met veel leden gebruik maken van deze lobbystrategie. Zoals eerder vermeld beschikken deze organisaties namelijk over de middelen voor een dergelijke strategie. Zij kunnen dankzij de gelden onder andere gekwalificeerd personeel inschakelen. Tegelijkertijd is er daarbij sprake van halen én brengen: belangenorganisaties beloven in veel gevallen steun aan bestuurders en volksvertegenwoordigers (Van den Berg & Franke, 1998). Daarom wordt een outside lobbystrategie bij voorkeur vermeden. Immers, een outside lobbystrategie geeft het risico dat de goede relatie tussen belangenorganisatie en beleidsmakers onder druk komt te staan. Op basis van bovenstaande beschrijving kunnen twee verwachtingen worden opgemaakt:

H1: belangenorganisaties die beschikken over veel leden kiezen doorgaans voor een inside lobbystrategie.

H2: belangenorganisaties die kiezen voor een inside lobbystrategie willen zich zoveel mogelijk onthouden van de outside lobbystrategieën om goede verhoudingen met beleidsmakers te waarborgen.

Daarentegen leggen outside lobbystrategieën de focus op het indirect beïnvloeden van het beleidsproces (Hanegraaf, Beyers & De Bruycker, 2016). Deze strategieën leggen de focus bij het vragen van aandacht bij het grotere publiek inzake het behartigen van belangen. Op deze wijze is het mogelijk om beleidsmakers onder druk te zetten en op een indirecte wijze de beleidsuitkomst te beïnvloeden. Wederom onderscheidt Binderkrantz (2005) twee vormen binnen deze lobbystrategie. Deze twee vormen betreffen mediastrategieën en mobiliserende strategieën. De categorieën geven reeds een indruk waar de strategie op is gericht. De eerste categorie betreft het focussen op het representeren van de belangen de media. De tweede categorie legt de focus bij het mobiliseren van leden en burgers voor de belangen van de organisatie. Deze strategieën zijn op de volgende pagina schematisch weergegeven.

Mediastrategieën	Mobiliserende strategieën
Benaderen van verslaggevers	Het organiseren van congressen en bijeenkomsten
Het schrijven van persberichten en/of het organiseren van persconferenties	Het organiseren van stakingen en demonstraties
Publiceren van rapportages	Het organiseren van petitie's
Het schrijven van opinieartikelen	

Figuur drie is overgenomen uit Binderkrantz (2005).

De literatuur onderscheidt diverse redenen waarom belangenorganisaties kiezen een outside lobbystrategie. Dit doen organisaties bijvoorbeeld omdat ze nog niet beschikken over inside lobbystrategieën en zodoende bij beleidsmakers en het algemene publiek zichtbaar willen worden (Binderkrantz, 2005). Een andere overweging is het type organisatie. Organisaties met weinig leden zijn, aldus Berkhout (2013), afhankelijk van de media om aandacht te vragen, validatie te verweren en het publiek debat aan te sturen.

Daarmee ontstaat de verwachting dat organisaties met weinig leden eerder kiezen voor een outside lobbystrategie. Zij hebben nog geen verhoudingen met beleidsmakers die zij, door een media- of mobiliserende strategie, onder druk kunnen zetten. Kortom, zij hebben weinig te verliezen en veel te winnen bij een dergelijke strategie. Deze verwachting vormt de derde en laatste hypothese:

H3: belangenorganisaties met weinig leden kiezen eerder voor een outside lobbystrategieën om hun belangen te behartigen.

3.4. Operationalisatie

Op basis van de uitwerking van de exchange theory en lobbystrategieën kunnen er diverse theoretische concepten worden geoperationaliseerd. De concepten dienen als basis voor het onderzoek en de analyse. Binnen de operationalisering wordt ‘organisatorische afwegingen’ geoperationaliseerd aan de hand van de exchange theory. Daarbij staan in het bijzonder de rol van leden en financiële middelen centraal (Berkhout, 2013). Aangaande de literatuur met betrekking tot lobbystrategieën is er onderscheid gemaakt in de verschillende keuzes binnen een specifieke lobbystrategie. Binnen inside lobbystrategieën is er een onderscheid in administratieve- en parlementaire strategieën. Aangaande outside lobbystrategieën wordt er onderscheid gemaakt in media- en mobiliserende strategieën (Binderkrantz, 2005). In figuur vier is de operationalisatie weergegeven.

Concept	Definitie	Operationalisering	Indicatoren
Belangen-organisatie	Een organisatie bestaande uit een collectief van actoren met als doel het beïnvloeden van beleid op een indirect of directe werkwijze	Een groep actoren die invloed uitoefent op beleid	Organisatie, politieke belangen en informaliteit
Organisatorische afwegingen	De afwegingen die een organisatie maakt om zich te focussen op een specifieke lobbystrategie	De keuzes die een organisatie maakt om haar doelen te bereiken	Doelstellingen organisatie, leden, financiële middelen, lobbystrategie
Organisatievorm	De wijze waarop een organisatie is ingedeeld	De wijze waarop een organisatie is ingedeeld	Stichting, verenging, bestuur, directeur
Leden	Zij die deel uit maken van een organisatie en daar al dan niet voor betalen	Deelnemers van een organisatie	Leden, enquêtes, werkgroepen, congressen
Financiële middelen	Geldelijke middelen die een organisatie heeft en kan inzetten ten behoeve van haar doelstellingen	Inkomsten van een organisatie	Donaties, fondsen, contributie, verkopen
Lobbystrategie	Een geheel van overwegingen waarop keuzes gebaseerd zijn om zoveel mogelijk invloed uit te oefenen op het beleidsproces ofwel de beleidsuitkomst	Een strategie om invloed uit te oefenen op de beleidsuitkomst	Bewuste keuzes inzake het behartigen van belangen

Inside lobby	Een lobbystrategie gebaseerd op een lobby vanuit het vakgebied	Belangenbehartiging bij de overheid via de overheid	Direct contact met beleidsmakers, overheidsfunctionarissen of politici
Administratieve strategieën	Een lobbystrategie gericht op beleidsmedewerkers, overheidsinstanties of bewindspersonen	Belangenbehartiging gericht op bewindspersonen	Contact met een minister of beleidsmedewerkers van een ministerie
Parlementaire strategieën	Een lobbystrategie gericht op politieke partijen en politici.	Belangenbehartiging gericht op politici	Contact met politieke partijen of politici
Outside lobby	Een lobbystrategie gebaseerd op een lobby vanaf de zijlijn	Belangenbehartiging bij de overheid via publieke opinie	Protesten, evenementen, opiniestukken of persberichten
Mediastrategieën	Een lobbystrategie gericht op het beïnvloeden van het beleidsproces via de media	Belangenbehartiging gericht op de media	Persberichten, persconferenties, publicaties, opinieartikelen, benaderen van verslaggevers
Mobiliserende strategieën	Een lobbystrategie gericht op het beïnvloeden van het beleidsproces door middel van het mobiliseren van burgers	Belangenbehartiging gericht op publieke opinie	Congressen, bijeenkomsten, stakingen, demonstraties, petities

Figuur vier betreft de operationalisatie van de literatuur

4. Onderzoeksmethode

In dit hoofdstuk staat de onderzoeksmethode centraal waardoor het mogelijk is om het onderzoek ook op andere momenten en in verschillende contexten uit te voeren. Daarom is er sprake van een beschrijving van de wijze van dataverzameling, betrouwbaarheid en validiteit.

4.1. Onderzoeksopzet en haalbaarheid

Het onderzoek heeft een kwalitatief karakter. De keuze voor een kwalitatieve onderzoeksopzet is gemaakt naar aanleiding van de situatie. Immers, dit onderzoek tracht uitkomsten van eerdere onderzoeken in een andere context toe te passen (Boeije, 2014). Het karakter van de onderzoeksvraag, waarin aandacht is voor de lobbystrategieën die belangenorganisaties binnen een agrarisch domein kiezen, vraagt om een kwalitatieve onderzoeksmethode.

Eveneens is er sprake van een deductieve wijze van onderzoeken. Per slot van rekening zijn er in het verleden al diverse kwantitatieve onderzoeken gedaan naar belangenorganisaties in relatie tot lobbystrategieën en exchange theory. Dit onderzoek gebruikt op kwantitatieve onderzoeken gestelde aannames om deze middels een kwalitatief onderzoek te bevestigen ofwel te weerleggen. Deze aannames zijn verder uitgewerkt in diverse hypothesen. Daarmee kent dit onderzoek een deductieve aard. Zodoende is het mogelijk om aan het einde van het onderzoek diverse conclusies te trekken en mogelijke nieuwe invalshoeken voor vervolgonderzoek aan te stippen.

Een zeer belangrijk aspect met betrekking tot het onderzoek is de haalbaarheid. Op dit moment is het onderzoek gebonden aan strakke deadline en daarmee een beperkte tijdspanne. Het onderzoek is gericht op het voldoen aan de gestelde termijnen (Baarda, 2009). Een grote onzekere factor in het onderzoek is de beschikbaarheid van medewerkers van de verschillende belangenorganisaties. Toegang tot personen is noodzakelijk om tot een waardevolle analyse te komen binnen dit onderzoek. Het streven is om organisaties zo vroeg mogelijk in het onderzoeksproces te benaderen (Van Thiel, 2010).

4.2. Dataverzameling

Binnen het onderzoek is er sprake van één methode om data te verzamelen toegepast. Binnen het onderzoek wordt uitsluitend gebruikgemaakt van semigestructureerde interviews.

4.2.1. Semigestructureerde interviews

Het voeren van semigestructureerde interviews moet inzicht verschaffen in de lobbystrategieën die belangenorganisaties kiezen. Voor aanvang van de interviews worden er diverse vragen reeds opgesteld die een basis hebben binnen het theoretisch kader. De operationalisering van het theoretisch kader en theoretische concept is eveneens van een schematische weergave voorzien¹. Om de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek te vergroten worden de opgestelde vragen ook als bijlage aan dit onderzoek toegevoegd (zie bijlage II).

Tijdens het interview zal de onderzoeker specifiek ingaan op de organisatorische afwegingen die belangenorganisaties maken. Daarbij ligt de focus bij de kenmerken van de organisatie en inside- en outside lobbytechnieken. In het bijzonder is daarbij de ‘waarom’-vraag relevant. De onderzoeker wil ontdekken welke motiverende redenen organisaties hebben voor een specifieke lobbytechniek. Indien er tijdens het interview sprake is van interessante invalshoeken ofwel nieuwe informatie dan blijft er, dankzij de semigestructureerde aard van de interviews, een mogelijkheid tot verdiepende vragen. Op deze wijze kan het interview een natuurlijk verloop krijgen (Van Thiel, 2014). Alle interviews worden getranscribeerd waardoor zij inzichtelijk worden voor collega-onderzoekers. Uiteraard is daarbij de toestemming van de geïnterviewden noodzakelijk.

De transcripties van de interviews zijn tot slot onderworpen aan een data-analyse met behulp van een coderingschema (Saldaña, 2009). Aan de hand van de literatuur en het operationaliseringsschema zijn er diverse codes samengesteld. Deze codes zijn gestructureerd weergegeven in onderstaand figuur alsook in bijlage I. Resultaten van de interviews zijn op deze wijze gestructureerd geanalyseerd.

¹ Deze weergave is zichtbaar in hoofdstuk 3.2 en als bijlage (I) aan het einde van het onderzoek.

Categorie	Hoofdcodes	Subcodes
Belangenorganisatie	Collectief van actoren	Organisatie, politieke belangen en informaliteit
Organisatorische afwegingen	Organisatievorm	Stichting, verenging, bestuur, directeur
	Leden	Leden, enquêtes, werkgroepen, congressen
	Financiële middelen	Donaties, fondsen, contributies en verkopen
Inside lobby	Administratief	Benaderen van beleidsambtenaren
	Parlementair	Benaderen van politici, politieke partijen
Outside lobby	Media	Persberichten, persconferenties, publicaties, opinieartikelen, benaderen van verslaggevers

Figuur vijf coderingsschema interviews

4.3. Casusselectie

De onderzoeksvraag zorgt ervoor dat er reeds sprake is van een afbakening. Immers, uitsluitend agrarische belangenorganisaties worden onderzocht. Tegelijkertijd is er de afgelopen jaren sprake van een wildgroei aan diverse organisaties die opkomen voor de agrarische sector.

In de selectie van de verschillende organisaties zijn variabelen van groot belang. Variabelen kunnen zowel afhankelijk als onafhankelijk zijn. Onafhankelijke variabelen hebben betrekking op de waardenvastheid van het onderzoeksobject. Deze variabelen gelden dus voor alle onderzoeksobjecten. Binnen dit onderzoek zijn drie onafhankelijke variabelen genoemd aangaande de definitie van belangorganisatie. De literatuur stelt dat organisatie, politieke belangen en informaliteit (Beyers, Eising & Maloney, 2008) kenmerken zijn van een belangenorganisatie. Tegelijkertijd zijn er ook diverse onafhankelijke variabelen te onderscheiden. In dit onderzoek betreft dit met name lobbystrategieën. Daarom is er gezocht naar een zo'n breed en representatief aantal te onderzoeken belangenorganisaties. Op basis van de afhankelijke en onafhankelijke variabelen zijn onderstaande belangenorganisaties betrokken in dit onderzoek.

Naam belangenorganisaties	
1	Nederlands Agrarisch Jongerenkontakt (NAJK)
2	Agractie
3	Caring Farmers
4	Land- en Tuinbouworganisatie Nederland (LTO)
5	Nederlands Melkveehouders Vakbond (NMV)

Figuur zes betreffende de benaderde organisaties

De organisaties zijn allemaal middels een mail of telefoongesprek benaderd voor een gesprek. De gesprekken hebben plaatsgevonden in de periode eind april tot begin juni. In het aanschrijven van het onderzoek is samengewerkt met medestudent Diederik van der Maas. Een samenwerkingsverband heeft ertoe geleid dat het mogelijk is gecombineerde interviews af te nemen ten behoeve van zowel beide onderzoeken.

Naast bovenstaande organisaties heeft de onderzoeker ook nog diverse andere belangenorganisaties, waaronder Farmers Defense Force (FDF), Stichting Stikstofclaim, Dutch Dairymen Board en BoerBurgerBeweging, benaderd. Deze organisaties hebben schriftelijk laten weten niet deel te nemen aan het onderzoek. Zij hebben uiteenlopende redenen voor deze beslissing.

4.4. Betrouwbaarheid en validiteit

Het is belangrijk dat het onderzoek voldoet aan de vereisten voor betrouwbaarheid en validiteit. Zodoende ontstaat er voor de lezer een overzichtelijke situatie waarin probleem en doel van het onderzoek duidelijk zijn. Eveneens ontstaat er op deze wijze een mogelijkheid om het onderzoek opnieuw uit te voeren ter verificatie van de resultaten (Van Thiel, 2010). Dat vormt de kern van de mate van betrouwbaarheid van een studie. Een onderzoek is betrouwbaar als de resultaten consistent en reproduceerbaar zijn. Indien collega-onderzoekers besluiten het onderzoek opnieuw uit te voeren dan moeten de resultaten gelijk zijn. Echter, bij een kwalitatief onderzoek dat gebaseerd is op semigestructureerde interviews kan de betrouwbaarheid in het geding komen. Immers, de resultaten worden geïnterpreteerd door de onderzoeker. De kans dat bij een herhaling van het onderzoek nieuwe of andere resultaten ter tafel komen is aanzienlijk (Stenbacka, 2001). Daarmee is de herhaalbaarheid én betrouwbaarheid van het onderzoek in het geding. Immers, de vragen zijn deels open gevraagd waardoor een exacte herhaling van het onderzoek lastig is (Van Thiel, 2010).

Ter voorkoming van een dergelijke situatie en ter bevordering van de betrouwbaarheid van het onderzoek is er een uitgebreide beschrijving van de methodologie noodzakelijk. Om deze mogelijkheid te bieden zijn er, naast een uitvoerige toelichting in dit hoofdstuk op de onderzoeksmethode, diverse bijlagen aan dit onderzoek toegevoegd. Eveneens wordt de betrouwbaarheid van dit onderzoek vergroot doordat er sprake is van het gebruik van een zorgvuldige gegevensverzameling- en analyse. Om dit te bewerkstelligen is eveneens, in de bijlage, een overzicht te vinden van de getranscribeerde interviews.

Een studie is eveneens valide indien de studie meet wat het beoogt te meten (Neuman, 2014). Dit onderzoek gaat in op de organisatorische afwegingen die belangenorganisaties binnen het agrarisch domein maken. Zoals eerder vermeld is daarbij sprake van semigestructureerde interviews. Het gebruik van deze methoden van dataverzameling verhoogt de validiteit van het onderzoek (Ibidem).

5. Analyse

In dit hoofdstuk staat de analyse centraal. In de eerste plaats wordt de verzamelde data gestructureerd weergegeven in twee paragrafen, waarbij allereerst stil wordt gestaan bij de lobbystrategieën die de diverse belangenorganisaties toepassen. Vervolgens is er ruimte voor de bespreking van de kenmerken van belangenorganisaties zoals deze zijn gedefinieerd in hoofdstuk drie. In de derde paragraaf worden de gegevens bijeengebracht en de hypothesen beantwoord. Tot slot is er ruimte om overige observaties, welke niet direct aan het onderzoek kunnen worden verbonden, te benoemen.

5.1. Lobbystrategieën van belangenorganisaties

Aan alle organisaties is gevraagd hoe zij invulling geven aan inside lobby, gericht op politici en ambtenaren. Ook is er gevraagd naar de outside lobby, gericht op het zoeken van publiciteit (Binderkrantz & Pedersen, 2017; Dür & Mateo, 2013). Het kan voorkomen dat organisaties beide strategieën door elkaar heen gebruiken (Timmermans et al., 2019). Navraag naar de inside lobby toont dat alle geïnterviewde belangenorganisaties betrokken zijn (geweest) bij het landbouwakkoord. Dat betekent dat organisaties contacten hebben binnen het ministerie en bij relevante ambtenaren. Het is echter niet goed te peilen in hoeverre belangenorganisaties ook toegang tot de relevante ministers hebben en niet uitsluitend deelnemen aan een deeltafel van het landbouwakkoord.

Aan het einde van alle interviews is er een prioritering aangaande de verschillende lobbystrategieën van de organisaties gevraagd. Onderstaand figuur geeft de resultaten op deze vraag schematisch weer.

	Inside lobbystrategie		Outside lobbystrategie	
	Administratief	Parlementair	Media	Mobiliserende
Organisatie I	+++	++	+	---
Organisatie II	--	-	+++	+++
Organisatie III	++	++	+	---
Organisatie IV	+++	+++	++	---
Organisatie V	-	---	+	+++

Figuur zeven betreft de prioritering van lobbystrategieën door de belangenorganisaties die zijn geïnterviewd.

5.1.1. Inside lobbystrategieën

Drie van de vijf organisaties hebben in het interview aangegeven een voorkeur te hebben voor een inside lobbystrategie. Daarbinnen is er een onderscheid gemaakt in de subcategorieën ‘administratief’ en ‘parlementair’. Alle organisaties maken een bewuste keuze voor de inside lobbystrategie en in het bijzonder subcategorie ‘administratief’. Een geïnterviewde verwoorde het als volgt: *“Het is belangrijk om daar aan tafel te zitten. Kijk, want als je er niet bij zit dan weet je één ding zeker: dat er niet naar je geluisterd wordt.”*. Voor een enkele organisatie is het zelfs de reden om uitsluitend te committeren aan deze lobbystrategie. De organisaties kiezen voor deze strategie omdat zij hoge verwachtingen hebben van het landbouwakkoord. Een andere reden voor deze keuze is de beschikbare kennis binnen de organisatie. Niet alle organisaties beschikken over voldoende kennis en kunde inzake andere lobbystrategieën.

Niet alle belangenbehartigers houden zich bezig met de subcategorie ‘parlementair’. Een belangrijk argument is de beleidscyclus. Een vertegenwoordiger van een belangenorganisatie verwoorde het aldus: *“Je kijkt natuurlijk ook op welk moment je in het lobbyproces staat. (...) Is het al door het ministerie heen? Dan is de Tweede Kamer aan zet. Dus ja, dan pak je hem ook in het parlementaire proces op het juiste moment.”*. Een ander argument voor het ontbreken van een lobbystrategie richting politici of politieke partijen is het gebrek aan voldoende financiële middelen. Diverse belangenorganisaties benadrukken de grote investering, die zowel qua tijd, personeel als middelen, gemaakt wordt aangaande het landbouwakkoord. Daardoor is er gewoonweg geen ruimte voor andere strategieën, waaronder een lobbystrategie richting politici en politieke partijen. Er kan dus gesteld worden dat een parlementaire lobbystrategie geheel incidenteel van aard is. Eén belangenorganisatie heeft dit gespecificeerd door te stellen dat de politieke actualiteit leidend is voor contacten. Deze organisatie stelt: *“En dan hebben we ook regelmatig wel de vraag van hun (politieke partijen, red.) op bepaalde dossiers van: “Hoe kijken jullie hier naartoe? Of hoe gaan dingen? Moeten we hier nog wat mee?”. Dus daar is wel contact.”*. Tot slot geeft een andere belangenorganisatie aan dat zij met name standpuntennota’s deelt met politici. Op deze wijze wordt de positiebepaling van een belangenorganisatie in één keer duidelijk bij parlementariërs.

5.1.2. Outside lobbystrategieën

Eveneens is er aan de deelnemende belangenorganisaties gevraagd naar de toepassing van outside lobbystrategieën. Twee van de vijf organisaties hebben in de interviews aangegeven een voorkeur te hebben voor deze lobbystrategie. Het is belangrijk te vermelden dat beide organisaties vrijwillig zijn gestopt met de onderhandelingen aangaande het landbouwakkoord. Een geïnterviewde verwoordt de motivatie voor deze keuze als volgt: *“Er zijn verschillende gesprekken gevoerd met politieke partijen en ministers, helaas heeft dit ons weinig verandering gebracht.”*. Daardoor is de keuze voor een outside lobbystrategie verklaarbaar. Immers, de belangenorganisaties beschikken op dit moment niet meer over een inside lobbystrategie.

Binnen een outside lobbystrategie is er een onderscheid gemaakt in twee subcategorieën: media- en mobiliserende strategieën. Aangaande de mediastrategieën meldde diverse partijen dat er sprake is van een bepaald vooroordeel binnen de reguliere media. Een geïnterviewde verwoordde dit vooroordeel als volgt: *“En niet om anderen af te kraken, maar journalisten zijn toch wel zo’n beetje het makkelijkste volk wat er op de aardbodem rondloopt. (...) Stel dat er vandaag iets aan de hand is in de melkveehouderij dan gaat men bellen. De eerste die ze aan de telefoon krijgen, daar gaan ze mee verder. (...) Het is zelden dat ze dan vier of vijf telefoontjes in de breedte plegen.”*. In veel gevallen komt media uit bij één specifieke belangenorganisatie. Deze organisatie geeft zelf in een interview aan: *“Onze voorzitter [naam voorzitter] wordt in alle media continu gevraagd, dat we ook vaker juist ‘nee’ zeggen dan dat we het accepteren.”*. Dit vormt een scherpe tegenstelling met vakmedia, waaronder nieuwsplatformen als Nieuwe Oogst. Deze mediaplatformen specialiseren zich in de verslaggeving van ontwikkelingen binnen het agrarisch domein. Belangenorganisaties geven aan dat persberichten door vakmedia relatief vaak worden overgenomen. Het is voor belangenorganisaties mogelijk om zich middels deze media uitvoerig te positioneren. Zodoende is de diversiteit van agrarische belangenbehartigers meer zichtbaar in vakmedia dan in reguliere media.

Naast mediastrategieën is er ook geïnformeerd naar mobiliserende strategieën. Diverse partijen spreken uit dat mobiliserende strategieën, waarvan demonstraties in het bijzonder, niet passen binnen de profilering van de belangenorganisatie. Drie van de vijf organisaties geeft aan de voorkeur uit te spreken voor een constructieve houding. Mobiliserende strategieën worden gezien als een ‘laatste redmiddel’ of ‘rode knop’. Tijdens interviews klinkt het volgende: *“Bij demonstraties laat je meer zien dat je boos bent. Dat je niet mee eens bent. En wij zijn veel meer een partij van de oplossingen laten zien, wat er wel kan.”*. En: *“Acties (...) dat heeft echt zin om iets los te breken, om iets te agenderen. (...) En daarna moet je weer om tafel met elkaar.”*

Eén organisatie deelt deze zienswijze totaal niet. Zij hekelen de werkwijze van constructievere partijen, in het bijzonder het constante ‘polderen’ van deze partijen, en is van mening dat alleen mobiliserende strategieën leiden tot beleidsveranderingen. Zo stelt een vertegenwoordiger tijdens het interview: *“Je kunt polderen tot je een velletje ons weegt maar als je belangen daarmee ten grabbel gooit... Ja, dan zul je ook eens een keer aan de rem moeten trekken of met je vuist op tafel moeten slaan.”*. Een andere vertegenwoordiger beaamt deze uitspraak en stelt dat demonstraties zorgen voor een duidelijk en eenduidig geluid richting de beleidsmakers. Deze vertegenwoordiger benadrukt eveneens dat een mobiliserende strategie juist leidt tot saamhorigheid binnen het versplinterde landschap van agrarische belangenvertegenwoordiging.

5.2. Kenmerken van belangenorganisaties

In de interviews is gevraagd naar een aantal kenmerken van de organisatie. Deze kenmerken betreffen: leden, organisatievorm en financiën (Joshi, 2012). Ook inzake de kenmerken is er gekozen voor een schematische weergave.

	Leden	Organisatievorm	Financiën
Organisatie I	8.000 leden, nemen plaats in provinciale netwerken en projectgroepen	Vereniging	Contributie, bijdragen bedrijfsleven, subsidies
Organisatie II	Onbekend aantal leden, hebben een mobilisatiedoel/vervullen vrijwilligerstaken	Stichting	Donaties, partners en verkoop merchandise
Organisatie III	330 boeren, 4.000 consumenten, 120 ketenpartners.	Stichting	Donaties, subsidies/fondsen
Organisatie IV	30.000 leden, geen specifieke rol	Vereniging	Contributie, eventueel bijdrage bedrijfsleven
Organisatie V	3.000 leden, geen specifieke rol	Vereniging	Uitsluitend contributie

Figuur acht betreft de kenmerken van de belangenorganisaties die zijn geïnterviewd.

Belangenorganisaties verschillen enorm in ledenaantallen en welke rollen zij hun leden toebedelen. Een verklaring voor de verschillende ledenaantallen is de ontstaansgeschiedenis van diverse belangenorganisaties. Sommige organisaties zijn relatief jong, zoals belangenorganisaties III en V, terwijl andere organisaties kennen een langere bestaansgeschiedenis, zoals belangenorganisaties I en IV. Bovendien is bij de belangenorganisaties sprake van een drang om een hoger ledenaantal te vermelden. Een organisatie wil geen inzage geven in het aantal leden en spreekt structureel van een ‘grote groep leden’ of een ‘grote groep sympathisanten’. Een andere organisatie vermeldt: *“En er zitten nu 330 boeren bij ons aangesloten van allerlei pluimage: grootschalig tot en met de pluktuin om de hoek. Iedereen die de code ondertekend is welkom.”*. Er is sprake van een aanzienlijk verschil tussen agrariërs met tientallen hectare grond en de ‘pluktuin om de hoek’. Deze positionering kan een scherp beeld op het ledenaantal vertroebelen. Eén andere organisatie haalt uit naar Farmers Defense Force: *“Op een gegeven moment zeiden ze [Farmers Defense Force]: ‘Iedereen die onze Facebookpagina geliked heeft, die is lid’. Maar niemand draagt wat af qua lidmaatschapsgeld.”*.

De rol van leden binnen een organisatie verschillen enorm en zijn sterk afhankelijk van de organisatievorm. Bij twee belangenorganisaties is er sprake van een stichting. Dit betekent dat er sprake is van een bestuur en een directeur die de beleidslijnen uitzetten. Sympathisanten of leden worden betrokken bij de organisatie middels congressen en evenementen. Daarmee vervullen zij geen vrijwilligersrol. Indien er sprake is van een vrijwilligersrol dan is dit doorgaans op aanvraag van de directie van de belangenorganisatie en betreft het een specifieke en gekaderde opdracht. Wanneer er sprake is van een vereniging, in dit geval bij drie belangenorganisaties, dan vervullen de leden doorgaans een grotere rol. Zij hebben direct invloed op de bedrijfsvoering van de belangenorganisatie. Leden kunnen actief participeren middels regionale overleggen, expertteams, denktanks en andere projectgroepen. Besturen worden door de organisatievorm gedwongen om regelmatig met provinciale of regionale subgroepen te praten over belangrijke thema’s. Dit betekent dat leden een grotere invloed hebben op de standpuntbepaling van de belangenorganisaties. Een belangenorganisatie geeft als toelichting: *“Er wordt niet zomaar een besluit genomen en we houden rekening met onze achterban. Dit doen we middels enquêtes zodat we weten wat er speelt en welke gedachten / oplossingen / ideeën er zijn.”*.

Tot slot heeft de organisatievorm ook een vergaande invloed op de financiën van belangenorganisaties. Indien er sprake is van een vereniging, dan vormen contributiegelden een belangrijke inkomstenbron. Dit geldt niet voor een stichting welke eerder afhankelijk is van donaties. Alle belangenorganisaties proberen op verschillende manieren zichzelf van inkomsten te voorzien. Een belangrijke reden om meerdere inkomstenbronnen te hebben is de ontoereikendheid van contributies en donaties. Een vertegenwoordiger meldt: “(...) *alleen op contributie gaan wij het niet redden. Daarvoor hebben we daarnaast ook een aantal sponsors, bedrijven die zeggen: “Nee, wij vinden de stem van jonge boeren belangrijk en wij willen daar financieel aan bijdragen.”*”.

Een controversieel onderdeel van de financieringsmogelijkheden betreft het krijgen van subsidies van de overheid en donaties vanuit het bedrijfsleven. Tijdens één van de gesprekken haalt een vertegenwoordiger hard uit naar belangenorganisaties die zich op deze wijze voorzien van middelen: “*Overheids- en projectgelden zullen we tot de laatste dag weigeren om de objectiviteit hoog te houden.*”. Daarmee impliceert de vertegenwoordiger dat belangenorganisaties die wel een subsidie ontvangen niet objectief zijn. De vertegenwoordiger stelt dat een subsidie van de overheid gebruikt kan worden door dezelfde overheid als middel tijdens de onderhandelingen met de sector: “*En ja, ik denk dat je heel erg naïef moet zijn wil je verwachten dat het los van elkaar staat. Dat kan niet. Als het geld wegblijft moet je medewerkers ontslaan. Dat gaat gegarandeerd meewegen in je belangenbehartiging en het proces.*”. Belangenorganisaties die wel subsidies en donaties ontvangen zijn het niet eens met deze stellingname. Zij stellen dat zij alleen kunnen functioneren dankzij deze financiële middelen. Overheidssubsidies, bedrijven als For Farmers en de Rabobank en maatschappelijke organisaties als Urgenda investeren weliswaar in agrarische belangenbehartiging, maar krijgen geen invloed op de bedrijfsvoering. Daaraan gaat een projectplan vooraf en op basis daarvan worden financiën uitgekeerd. Een belangenorganisatie licht toe dat subsidies namelijk verbonden zijn aan strenge voorwaarden. Inzake steun vanuit het bedrijfsleven reageert een andere vertegenwoordiger stellig: “*Zij kunnen dan niet zeggen van - wat kunnen we ervan maken? (...) Zij hebben verder geen stem in wat wij zeggen of wat wij doen. Wel vragen wij natuurlijk regelmatig om dingen dat je zegt: “Van oh, dit thema, help ons even met kennis!”*”. Maar dan besluiten wij daarna wat wij met die informatie doen.”.

5.3. Organisatorische afwegingen en lobbystrategieën

De eerste hypothese stelt dat belangenorganisaties die beschikken over veel leden doorgaans de keuze maken voor een inside lobbystrategie. Uit de inventarisatie ontstaat de indruk dat belangenorganisaties met veel leden kiezen voor een inside lobbystrategie. De belangrijkste reden waarom organisaties besluiten tot een dergelijke strategie is de beschikbaarheid van financiële middelen. Een groot ledenbestand staat gelijk aan een grote inkomstenbron middels donaties. Hiermee kan gespecialiseerd personeel geworven worden ten behoeve van de belangenbehartiging bij beleidsmakers. Deze verklaring is echter niet bevredigend. Immers, een belangenorganisatie met een ‘grote groep leden of sympathisanten’ maakt geen gebruik van deze lobbystrategie. Het lijkt erop dat de beschikbaarheid van financiële middelen eerder een doorslaggevende rol vervullen met betrekking tot de keuze voor een lobbystrategie. Dit wordt mede bevestigd doordat een relatief kleine belangenorganisatie, welke dankzij donaties en subsidies kan functioneren, ook kiest voor een inside lobbystrategie.

De tweede hypothese stelt dat belangenorganisaties die gebruikmaken van de inside lobbystrategie zich zoveel mogelijk willen onthouden van de outside lobbystrategieën. Dit zouden zij doen om goede verhoudingen met beleidsmakers te waarborgen. Op basis van de verzamelde gegevens lijkt deze hypothese echter niet te kloppen. Belangenorganisaties geven aan dat outside lobbystrategieën een belangrijk instrument vormen in de belangenbehartiging. Er is geen terughoudendheid in het organiseren van demonstraties of media-optredens. Bij verschillende belangenorganisaties is er sprake van de overtuiging dat outside lobbystrategieën het proces, indien er sprake is van een strategische toepassing van deze strategieën, positief kunnen beïnvloeden. Er is in deze context sprake van een combinatie van lobbystrategieën. Indien een inside lobby niet tot het gewenste resultaat kan komen, zoals in 2019 en 2020, dan is een outside lobby een goed alternatief (Timmermans et al., 2019). Belangenorganisaties lijken zich daarom niet te focussen op hun verhouding met de beleidsmakers.

Tot slot stelt de derde hypothese dat belangenorganisaties met weinig leden eerder kiezen voor een outside lobbystrategieën om hun belangen te behartigen. Dit lijkt niet het geval te zijn. De beantwoording valt daarmee ook grotendeels samen met de eerste hypothese. Er lijkt binnen de agrarische belangenvertegenwoordiging sprake te zijn van het toepassen van beide strategieën door alle organisaties.

Wanneer het aankomt op het toepassen van mediastrategieën geven verschillende belangenbehartigers aan dat er sprake is van een bepaald vooroordeel. Dit vooroordeel zorgt ervoor dat niet alle belangenbehartigers, in het bijzonder organisaties met weinig leden, in staat zijn om mediastrategieën toe te passen. Inzake het toepassen van mobiliserende strategieën, lijkt de organisatievorm van grote invloed te zijn. Indien er sprake is van een vereniging dan is het mogelijk om sneller leden en sympathisanten te mobiliseren. Deze mobilisatie kan ook ontstaan dankzij druk van leden richting het verenigingsbestuur. Wanneer er sprake is van een stichting met een directeur welke verantwoordelijk is voor de dagelijkse leiding, lijkt er eerder sprake te zijn van terughoudendheid in het gebruik van mobiliserende strategieën. Daarmee lijkt eerder leiderschap en de organisatievorm een doorslaggevende factor te zijn inzake het toepassen van outside lobbystrategieën.

5.4. Overige bevindingen

Naast bovenstaande bevindingen zijn er nog een tweetal andere observaties noemenswaardig. Tijdens de gesprekken werd, in de eerste plaats, duidelijk dat organisaties op de hoogte zijn van elkaars werkzaamheden. Dit wordt niet als een probleem gezien, integendeel. Er werd benadrukt dat de diverse organisaties elk hun eigen specialismes hebben. Tijdens een interview verwoorde een vertegenwoordiger dit als volgt: *“Zie elkaars kwaliteiten en ook waar je zwak in bent. [naam belangenorganisatie 1] is geen actie-organisatie. Wij kunnen geen demonstratie echt goed organiseren. Daarvoor is een [naam belangenorganisatie 2] gewoon heel goed. En [naam belangenorganisatie 2] is gewoon niet sterk in elk debat lobbyinformatie meegeven.”*. In dit licht worden organisaties als Farmers Defense Force en Agractie gezien als aanjagers. Alhoewel de belangenbehartigers niet deelnemen aan het landbouwakkoord worden zij wel als eerste aanjager van het grote maatschappelijke debat genoemd. De grootschalige protesten hebben ertoe geleid dat er politiek momentum ontstond inzake belangenbehartiging van de positie van boeren. Belangenorganisaties die doorgaans gebruikmaken van inside lobbyroutes waarderen deze aanjagersrol en proberen deze aandacht beleidsmatig te verzilveren. In een enkel geval ontstaan er door deze verhoudingen bijzondere samenwerkingen. Kleine en grote belangenbehartigers slaan de handen ineen voor een actie, in het bijzonder voor demonstraties, of stemmen hun bijdragen richting beleidsmakers of de media met elkaar af.

In de tweede plaats werd er opgemerkt dat er parallellen zijn tussen de huidige politieke polarisatie en fragmentatie en de aard van de belangenorganisaties binnen het agrarisch domein. Diverse gesprekspartners vergeleken bijvoorbeeld LTO met de politieke partij CDA en Caring Farmers met de Partij voor de Dieren. Deze parallellen zijn ook zichtbaar aangaande radicalisering. Indien er binnen de politiek sprake is van radicalisering dan is dit ook zichtbaar binnen de agrarische belangenbehartiging. Het gevolg van de opkomst van allerlei nieuwe agrarische belangenbehartigers is de hoge mate van versnippering. Waarbij voorheen, tot 1995, LTO als dé belangenbehartiger van de agrarische sector gold is dat tegenwoordig niet meer het geval. Voor vele verschillende niches bestaan inmiddels belangenbehartigers. Een voorbeeld is reeds genoemd, namelijk Caring Farmers, welke zich richt op het behartigen van de belangen van biologische boeren. Richting beleidsmakers kan deze versnippering nadelige gevolgen hebben. Zo benadrukte een geïnterviewde dat deze ontwikkeling ten koste gaat aan een daadkrachtig geluid vanuit de sector.

6. Conclusie

In dit onderzoek is onderzocht hoe organisatorische afwegingen van belangenorganisaties en lobbystrategieën tot elkaar verhouden binnen het agrarisch domein. De aanleiding voor dit onderzoek is een toename van overheidsactiviteiten binnen de agrarische sector. Hierdoor is er sprake van een mobilisatie van voor- en tegenstanders. In het kader van dit onderzoek is er contact opgenomen met diverse organisaties. In totaal hebben er vijf interviews plaatsgevonden, heeft één organisatie een schriftelijke reactie gegeven en hebben drie organisaties afgezien van een interview. In het proces voorafgaand aan het interviewen van diverse organisaties heeft er, op basis van de wetenschappelijke theorie, een theoretische uiteenzetting plaatsgevonden. Deze uiteenzetting is gebaseerd op de exchange theory (Salisbury, 1969), lobbystrategieën (Binderkrantz & Pedersen, 2017; Dür & Mateo, 2013) en kenmerken van belangenorganisaties (Joshi, 2012). In het bijzonder heeft Berkhout de aanname geponeerd dat in beleidsterreinen met een hoge mate van competitie de focus ligt bij beleidsexpertise (Berkhout, 2013).

Op basis van deze uiteenzetting zijn een drietal hypothesen geformuleerd. Deze drie hypothesen betreffen:

H1: belangenorganisaties die beschikken over veel leden kiezen doorgaans voor een inside lobbystrategie.

H2: belangenorganisaties die kiezen voor een inside lobbystrategie willen zich zoveel mogelijk onthouden van de outside lobbystrategieën om goede verhoudingen met beleidsmakers te waarborgen.

H3: belangenorganisaties met weinig leden kiezen eerder voor een outside lobbystrategieën om hun belangen te behartigen.

Op basis van een analyse van de verzamelde gegevens kan gesteld worden dat H1 deels juist is. Indien leden voldoende financiële middelen genereren zal een organisatie doorgaans kiezen voor een inside lobbystrategie. Bij een grote groep leden, namelijk vijfduizend of meer, is een lobbyorganisatie in staat om in te zetten op deze lobbystrategie. Indien een lobbyorganisatie middels andere geldstromen, waaronder donaties of subsidies, zichzelf kan voorzien, is er eveneens mogelijkheid tot het toepassen van een inside lobbystrategie.

Inzake H2 en H3 kan er gesteld worden dat beide hypothesen niet juist zijn. Met betrekking tot H2 is het duidelijk dat alle belangenorganisaties gebruik maken van outside lobbystrategieën, in het bijzonder de subcategorie mediastrategieën. Aangaande mobiliserende strategieën is er sprake van beperkte terughoudendheid. Er is eerder sprake van een combinatie van lobbystrategieën, zoals beschreven door Timmermans, binnen het agrarisch domein. Tot slot kan ook de H3 niet als correct worden beschouwd. De reden hiervoor is de beperkte invloed van kleine belangenorganisaties in de media. Er is binnen de media sprake van een voorkeur voor enkele grote belangenorganisaties. Eveneens lijkt de hypothese niet van toepassing te zijn aangaande mobiliserende strategieën. De reden hiervoor is dat de organisatievorm meer doorslag geeft inzake de inzet van deze strategieën.

6.1. Beperkingen

Dit onderzoek is ingegaan op de invloed van organisatorische afwegingen van agrarische belangenorganisaties op lobbystrategieën. Aan dit onderzoek hebben vijf organisaties deelgenomen. Daarmee betreft dit een zeer beperkte steekproef. Binnen deze steekproef is er eveneens geen evenredige representatie van het alle belangenorganisaties. De reden hiervoor is dat belangenorganisaties welke overwegend een outside lobbystrategie toepassen niet hebben meegewerkt aan het onderzoek. Een interview met Farmers Defense Force of BoerBurgerBeweging zou een waardevolle toevoeging zijn geweest aan dit onderzoek. Desondanks kunnen de resultaten van dit onderzoek toegepast worden in bredere onderzoeken naar organisatorische afwegingen en lobbystrategieën. Er is daarmee sprake van een externe validiteit.

6.2. Vervolgonderzoek

In dit onderzoek is gekeken naar lobbystrategieën en organisatorische kenmerken. De drie kenmerken betroffen: leden, organisatievorm en financiën. In dit geval is er gekeken naar één specifiek beleidsterrein, namelijk de agrarische sector. Het is mogelijk om een soortgelijk onderzoek eveneens uit te voeren binnen andere beleidsterreinen met minder concurrentie. Vergelijkend onderzoek kan de externe validiteit van het onderzoek vergroten. Eveneens is verdiepend onderzoek binnen de casus mogelijk. In het bijzonder kan de rol van financiën binnen een belangenorganisatie kan een interessante casus vormen. Er zijn aanwijzingen dat financiën een vergaande invloed hebben op de organisatorische afwegingen van een belangenorganisatie. Deze invloed lijkt groter te zijn dan bijvoorbeeld een ledenaantal of de organisatievorm van een belangenbehartiger.

7. Literatuurlijst

- Aldrich, H., & Pfeffer, J. (1976). Environments of organizations. *Annual review of sociology* 2(1), 79-105.
- Baarda, B. (2009). *Dit is onderzoek! Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Noordhoff.
- Baumgartner, F., Berry, J., Hojnacki, M., Kimball, D. & Leech, B. (2009). *Lobbying and Policy Change*. The University of Chicago Press.
- Berkhout, J. (2013). Why interest organizations do what they do: Assessing the explanatory potential of ‘exchange’ approaches. *Interest Groups & Advocacy* 2(2), 227–250.
- Beyers, J. (2004). Voice and access: political practices of European interest associations. *European Union Politics* 5(2), 211-240.
- Beyers, J., Eising, R. & Maloney, W. (2008). Researching Interest Group Politics in Europe and Elsewhere: Much We Study, Little We Know? *West European Politics* 31(6), 1103-1128.
- Binderkrantz, A. (2005). Interest Group Strategies: Navigating Between Privileged Access and Strategies of Pressure. *Political Studies* 53 (1), 694–715.
- Binderkrantz, A. (2008). Different Groups, Different Strategies: How Interest Groups Pursue Their Political Ambitions. *Scandinavian Political Studies* 31(2), 173-200.
- Binderkrantz, A., & Krøyer, S. (2012). Customizing strategy: Policy goals and interest group strategies. *Interest Groups & Advocacy* 1(1), 115-138.
- Binderkrantz, A., & Pedersen, H. (2017). The lobbying success of citizen and economic groups in Denmark and the UK. *Acta Politica* 54(1), 75–103.
- Boeije, H. (2014). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*. Boom Lemma.

- Bouwen, P. (2002). Corporate lobbying in the European Union: the logic of access. *Journal of European public policy* 9(3), 365-390.
- Braun, C., Berkhout, J. & Hanegraaff, M. (2011). Belangenorganisaties in de Nederlandse democratie: beleidsexperts of vertegenwoordigers? In Andeweg, R. & Thomassen, J. (red.). *Democratie doorgelicht: het functioneren van de Nederlandse democratie*. Leiden University Press.
- Bruycker, I. de, & Beyers, J. (2019). Lobbying strategies and success: Inside and outside lobbying in European Union legislative politics. *European Political Science Review* 11(1), 37–56.
- Burstein, P. & Linton, A. (2002). The Impact of Political Parties, Interest Groups, and Social Movement Organizations on Public Policy: Some Recent Evidence and Theoretical Concerns. *Social Forces* 81(2), 380-408.
- Chalmers, A.W. (2013). Trading information for access: Informational lobbying strategies and interest group access to the European Union. *Journal of European Public Policy* 20(1), 39–58.
- De Bruycker, I., & Beyers, J. (2019). Lobbying strategies and success: Inside and outside lobbying in European Union legislative politics. *European Political Science Review*, 11(1), 37–56.
- Dür, A. (2008). Interest Groups in the European Union: How Powerful Are They? *West European Politics* 31(6), 1212–1230.
- Dür, A. & Mateo, G. (2013). Gaining access or going public? Interest group strategies in five European countries. *European Journal of Political Research* 52(5), 660-686.
- Dür, A., & Mateo, G. (2014). Public opinion and interest group influence: how citizen groups derailed the Anti-Counterfeiting Trade Agreement. *Journal of European Public Policy* 21(8), 1199–1217.

- Eindhovens Dagblad. (2022). *Boerenorganisaties gaan toch om tafel met Remkes: 'Het is een begin'*. Geraadpleegd van: <https://www.ed.nl/binnenland/boerenorganisaties-gaan-toch-om-tafel-met-remkes-het-is-een-begin~a3c65d9e/?referrer=https%3A%2F%2F>.
- Fraussen, B. & Halpin, D. (2018). Political Parties and Interest Organizations at the Crossroads: Perspectives on the Transformation of Political Organizations. *Political Studies Review* 16(1), 25-37.
- Gray, V. (1973). The political economy of groups. *American Journal of Political Science* 17(4), 757-777.
- Gray, V., Cluverius, J., Harden, J., Shor, B., & Lowery, D. (2015). Party competition, party polarization, and the changing demand for lobbying in the American states. *American Politics Research* 43(2), 175-204.
- Hall, L. & Deardorff, V. (2006). 'Lobbying as legislative Subsidy'. *American Political Science Review* 100(1), 69–84.
- Hanegraaff, M., Beyers, J., & De Bruycker, I. (2016). Balancing inside and outside lobbying: The political strategies of lobbyists at global diplomatic conferences. *European Journal of Political Research* 55(3), 568-588.
- Jordan, G. & Maloney, W. (2007). *Democracy and Interest Groups*. Palgrave Macmill.
- Joshi, L. (2012). Characteristics of Interest Groups. *Quest: the Journal of UGC-ASC Nainital* 6(2), 350-355.
- Klüver, H. (2013). *Lobbying in the European Union*. Oxford University Press.
- Kollman, K. (1998). *Outside Lobbying: Public Opinion and Interest Group Strategies*. Princeton University Press.
- Korteweg, A., & Huisman, E. (2016). *Lobbyland: de geheime krachten van Den Haag*. Singel Uitgeverijen.

- Leech, B., Baumgartner, F., La Pira, T., & Semanko, N. (2005). Drawing lobbyists to Washington: Government activity and the demand for advocacy. *Political Research Quarterly* 58(1), 19-30.
- Lowery, D. & Gray, V. (1996). A Niche Theory of Interest Representation. *The Journal of Politics* 28(1), 91-111.
- Mahoney, C. (2007). Lobbying Success in the United States and the European Union. *Journal of Public Policy* 27(1), 35-56.
- Mahoney, C. & Baumgartner, F. (2015). Partners in Advocacy: Lobbyists and Government Officials in Washington. *The Journal of Politics* 77(1), 202-215.
- Maloney, W. A., Jordan, G., & McLaughlin, A. M. (1994). Interest groups and public policy: the insider/outsider model revisited. *Journal of public policy* 14(1), 17-38.
- Milbrath, L., (1963). *The Washington Lobbyists*. Cambridge University Press.
- Moe, T. (1980). *The organization of interest: incentives and the internal dynamics of political interest groups*. University of Chicago Press.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson.
- NOS. (2019). *Deze boeren leggen uit waarom ze demonstreren: 'Ik zit muurvast door dit beleid'*. Geraadpleegd van: <https://nos.nl/collectie/13799/artikel/2304207-deze-boeren-leggen-uit-waarom-ze-demonstreren-ik-zit-muurvast-door-dit-beleid>.
- NOS. (2020). *Farmers Defence Force: 'We gaan er met gestrekt been in'*. Geraadpleegd van: <https://nos.nl/artikel/2321888-farmers-defence-force-we-gaan-er-met-gestrekt-been-in>.
- NOS. (2023a). *Stikstofcrisis [artikelencollectie]*. Geraadpleegd van: <https://nos.nl/collectie/13901-stikstofcrisis>.

- NOS. (2023b). *Maximaal twee tractoren toegestaan bij boerenprotest in Den Haag*. Geraadpleegd van: <https://nos.nl/artikel/2466588-maximaal-twee-tractoren-toegestaan-bij-boerenprotest-in-den-haag>.
- NOS. (2023c). *Agractie stapt 'voor nu' uit onderhandelingen over Landbouwakkoord*. Geraadpleegd van: <https://nos.nl/artikel/2468579-agractie-stapt-voor-nu-uit-onderhandelingen-over-landbouwakkoord>.
- Parool. (2022). *Verschillende boerenclubs, dezelfde boodschap: 'Weg met het stikstofbeleid'*. Geraadpleegd van: <https://www.parool.nl/nederland/verschillende-boerenclubs-dezelfde-boodschap-weg-met-het-stikstofbeleid>.
- Poppelaars, C. (2007). Resource exchange in urban governance on the means that matter. *Urban Affairs Review* 43(1), 3-27.
- Programmadirectie Natura 2000. (2011). *Hoe werkt de Programmatische Aanpak Stikstof (PAS)?*
- Raad van State. (2019). PAS mag niet als toestemmingsbasis voor activiteiten worden gebruikt. Geraadpleegd van: <https://www.raadvanstate.nl/@115651/pas-mag/>.
- Remkes, J. (2022). *Wat wel kan: uit de impasse en een aanzet voor perspectief* [rapport]. Geraadpleegd van: https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail?id=2022Z18582&did=2022D39674.
- Rokkan, S. (1966). Norway: Numerical Democracy and Corporate Pluralism. In Dahl, R. (red.). *Political Oppositions in Western Democracies*. Yale University Press.
- Saldaña, J. (2009). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. SAGE Publications.
- Salisbury, R. (1969). An Exchange Theory of Interest Groups. *Midwest Journal of Political Science* 13(1), 1-32.

- Stenbacka, C. (2001). Qualitative research requires quality concepts of its own. *Management Decision*, 39(7), 551–556.
- Streeck, W. & Schmitter, P. (1999). The organization of business interests: Studying the associative action of business in advanced industrial societies. *MPIfG Discussion Paper* 99(1).
- Timmermans, A., Venetie, E. van, Coops, H., Keep, S., & Lange, R. van (2019). *Public affairs in maatschappelijk perspectief: Professional tussen wetenschap en praktijk*. Wolters Kluwers.
- Thiel, S. van (2010). *Bestuurskundig Onderzoek: een methodologische inleiding*. Coutinho.
- Trouw. (2019). *Een democratie kan niet zonder lobbyisten*. Geraadpleegd van: <https://www.trouw.nl/nieuws/een-democratie-kan-niet-zonder-lobbyisten~b4378214/>.
- Trouw. (2022). *Deze boeren laten zien: de landbouw kán veranderen*. Geraadpleegd van: <https://www.trouw.nl/duurzaamheid-economie/deze-boeren-laten-zien-de-landbouw-kan-veranderen~b43fe2b0/>.
- Van den Berg, J., & Franke, M. (1998). Van 'IJzerenring' tot 'Poldermodel'. In Van Schendelen, M. & Pauw, B. (red.). *Lobbyen in Nederland*. Sdu.
- Van der Ploeg, J. D. (2020). Farmers' upheaval, climate crisis and populism. *Journal of Peasant Studies* 47(3), 589–605.
- Volker, C.M. (1999). *Boeren in betwist landschap: strategische keuzes van boeren in een waardevol agrarisch landschap*. Landbouwuniversiteit Wageningen.

8. Bijlagen

8.1. Bijlage I – Figuren



Figuur één Berkhout (2013)

Administratieve strategieën	Parlementaire strategieën
Contact met verantwoordelijke minister	Inspreken bij commissies
Contact met beleidsmedewerkers van ministeries	Contact met beleidsmedewerkers van politieke partijen
Reageren op verzoeken tot informatie	Contact met politici
Deelnemen aan publieke evenementen (hackaton, etc.)	

Figuur twee is overgenomen uit Binderkrantz (2005).

Mediastrategieën	Mobiliserende strategieën
Benaderen van verslaggevers	Het organiseren van congressen en bijeenkomsten
Het schrijven van persberichten en/of het organiseren van persconferenties	Het organiseren van stakingen en demonstraties
Publiceren van rapportages	Het organiseren van petitie
Het schrijven van opinieartikelen	

Figuur drie is overgenomen uit Binderkrantz (2005).

Concept	Definitie	Operationalisering	Indicatoren
Belangen-organisatie	Een organisatie bestaande uit een collectief van actoren met als doel het beïnvloeden van beleid op een indirect of directe werkwijze	Een groep actoren die invloed uitoefent op beleid	Organisatie, politieke belangen en informaliteit
Organisatorische afwegingen	De afwegingen die een organisatie maakt om zich te focussen op een specifieke lobbystrategie	De keuzes die een organisatie maakt om haar doelen te bereiken	Doelstellingen organisatie, leden, financiële middelen, lobbystrategie
Organisatievorm	De wijze waarop een organisatie is ingedeeld	De wijze waarop een organisatie is ingedeeld	Stichting, verenging, bestuur, directeur
Leden	Zij die deel uit maken van een organisatie en daar al dan niet voor betalen	Deelnemers van een organisatie	Leden, enquêtes, werkgroepen, congressen
Financiële middelen	Geldelijke middelen die een organisatie heeft en kan inzetten ten behoeve van haar doelstellingen	Inkomsten van een organisatie	Donaties, fondsen, contributie, verkopen
Lobbystrategie	Een geheel van overwegingen waarop keuzes gebaseerd zijn om zoveel mogelijk invloed uit te oefenen op het beleidsproces ofwel de beleidsuitkomst	Een strategie om invloed uit te oefenen op de beleidsuitkomst	Bewuste keuzes inzake het behartigen van belangen
Inside lobby	Een lobbystrategie gebaseerd op een lobby vanuit het vakgebied	Belangenbehartiging bij de overheid via de overheid	Direct contact met beleidsmakers, overheidsfunctionarissen of politici
Administratieve strategieën	Een lobbystrategie gericht op beleidsmedewerkers, overheidsinstanties of bewindspersonen	Belangenbehartiging gericht op bewindspersonen	Contact met een minister of beleidsmedewerkers van een ministerie
Parlementaire strategieën	Een lobbystrategie gericht op politieke partijen en politici.	Belangenbehartiging gericht op politici	Contact met politieke partijen of politici

Outside lobby	Een lobbystrategie gebaseerd op een lobby vanaf de zijlijn	Belangenbehartiging bij de overheid via publieke opinie	Protesten, evenementen, opiniestukken of persberichten
Mediastrategieën	Een lobbystrategie gericht op het beïnvloeden van het beleidsproces via de media	Belangenbehartiging gericht op de media	Persberichten, persconferenties, publicaties, opinieartikelen, benaderen van verslaggevers
Mobiliserende strategieën	Een lobbystrategie gericht op het beïnvloeden van het beleidsproces door middel van het mobiliseren van burgers	Belangenbehartiging gericht op publieke opinie	Congressen, bijeenkomsten, stakingen, demonstraties, petities

Figuur vier betreft de operationalisatie van de literatuur

Categorie	Hoofdcodes	Subcodes
Belangenorganisatie	Collectief van actoren	Organisatie, politieke belangen en informaliteit
Organisatorische afwegingen	Organisatievorm	Stichting, verenging, bestuur, directeur
	Leden	Leden, enquêtes, werkgroepen, congressen
	Financiële middelen	Donaties, fondsen, contributies en verkopen
Inside lobby	Administratief	Benaderen van beleidsambtenaren
	Parlementair	Benaderen van politici, politieke partijen
Outside lobby	Media	Persberichten, persconferenties, publicaties, opinieartikelen, benaderen van verslaggevers

Figuur vijf coderingsschema interviews

Naam belangenorganisaties

1	Nederlands Agrarisch Jongerenkontakt (NAJK)
2	Agractie
3	Caring Farmers
4	Land- en Tuinbouworganisatie Nederland (LTO)
5	Nederlands Melkveehouders Vakbond (NMV)

Figuur zes betreft de benaderde organisaties

	Inside lobbystrategie		Outside lobbystrategie	
	Administratief	Parlementair	Media	Mobiliserende
Organisatie I	+++	++	+	---
Organisatie II	--	-	+++	+++
Organisatie III	++	++	+	---
Organisatie IV	+++	+++	++	---
Organisatie V	-	---	+	+++

Figuur zeven betreft de prioritering van lobbystrategieën door de belangenorganisaties die zijn geïnterviewd.

	Leden	Organisatievorm	Financiën
Organisatie I	8.000 leden, nemen plaats in provinciale netwerken en projectgroepen	Vereniging	Contributie, bijdragen bedrijfsleven, subsidies
Organisatie II	Onbekend aantal leden, hebben een mobilisatiedoel/vervullen vrijwilligerstaken	Stichting	Donaties, partners en verkoop merchandise
Organisatie III	330 boeren, 4.000 consumenten, 120 ketenpartners.	Stichting	Donaties, subsidies/fondsen
Organisatie IV	30.000 leden, geen specifieke rol	Vereniging	Contributie, eventueel bijdrage bedrijfsleven
Organisatie V	3.000 leden, geen specifieke rol	Vereniging	Uitsluitend contributie

Figuur acht betreft de kenmerken van de belangenorganisaties die zijn geïnterviewd.

8.2. Bijlage II – Vragenlijst interviews

Inleiding	Vraag	Vervolg vraag
	Toestemming vragen voor opname, garanderen vertrouwelijkheid en neutraliteit onderzoek	Doel van het onderzoek toelichten
	<u>Wie bent u en wat is uw rol binnen organisatie X?</u>	
Kenmerken van de organisatie		
	<u>Hoe zou u de taak en doelstelling van organisatie X omschrijven?</u>	
	<i>Welke rol nemen leden binnen uw organisatie in?</i>	<i>Wat betekent dit voor uw handelen en/of organisatie?</i>
	<u>Op welke wijze staat organisatie X in contact met haar leden?</u>	
	<i>Welke organisatievorm heeft uw organisatie?</i>	<i>Welke rol vervult een bestuur/directeur?</i>
	<u>Is organisatie X bewust bezig met de legitimiteit/draagvlak van haar organisatie?</u>	<u>Draagvlak bij de achterban. Draagvlak bij de politiek. Draagvlak breder in de samenleving.</u>
	<i>Op welke wijze voorziet uw organisatie zichzelf in voldoende financiële middelen om te functioneren?</i>	<i>Welke invloed heeft het beschikbare aantal middelen voor uw handelen en/of organisatie?</i>
Inside lobby		
	<i>Heeft u contact met beleidsmakers op dit moment (administratieve strategieën)?</i>	<i>Met wie heeft u contact gehad en op welk niveau?</i>
		<i>Wat heeft een dergelijk contact met beleidsmakers opgeleverd?</i>

	<i>Heeft u contact met politieke partijen en politici (parlementaire strategieën)</i>	<i>Met wie heeft u contact gehad en op welk niveau?</i>
		<i>Wat heeft een dergelijk contact met beleidsmakers opgeleverd?</i>
Outside lobby		
	<u>Is organisatie X veel bezig met profilering naar buiten toe?</u>	<u>Deze profilering kan zowel gaan over media als over contact met politici.</u>
	<i>Heeft u weleens de publiciteit gezocht middels mediaoptredens of persberichten (mediastrategieën)?</i>	<i>Welke afwegingen hebben een rol gespeeld bij deze optredens?</i>
		<i>Wat was het resultaat van deze optredens?</i>
	<i>Heeft u in het verleden demonstraties georganiseerd (mobiliserende strategieën) ten behoeve van uw belangen?</i>	<i>Welke afwegingen hebben een rol gespeeld bij deze optredens?</i>
		<i>Wat was het resultaat van deze optredens?</i>
Concurrentie binnen het agrarische domein		
	<u>In hoeverre voelt organisatie X de druk van concurrentie binnen de sector van andere belangenorganisaties?</u>	<u>In hoeverre geldt deze druk voor de leden en in hoeverre voor de beleidsinvloed?</u>
	<u>Wordt er binnen organisatie X bewust gewerkt aan het contact met de leden en profilering naar buiten toe omdat er meer agrarische belangengroepen actief zijn binnen de sector?</u>	
	<u>Wat kan organisatie X leren van andere organisaties binnen de sector?</u>	<u>Wordt hier ook actief de strategie op aangepast?</u>

	<u>Hoe ziet organisatie X de positie van LTO binnen het speelveld van belangenorganisaties binnen de agrarische sector en is deze positie veranderd in de afgelopen 10 jaar.</u>	
	<u>Denkt u dat het aantal belangenorganisaties binnen de agrarische sector remmend werkt of juist stimulerend voor de oprichting van nieuwe organisaties?</u>	
	<u>Heeft een hoog gevoel van draagvlak denkt u invloed op de oprichtingsbereidheid?</u>	
	<u>Welke oorzaken zijn volgens u relevant voor de oprichting van nieuwe belangenorganisaties binnen de sector?</u>	
Concluderend		
	<i>Aan welke drie volgende lobbystrategieën heeft uw organisatie het meeste tijd besteed?</i>	<i>Inside lobbystrategieën (waaronder administratieve en parlementaire strategieën) of outside lobbystrategieën (waaronder mediastrategieën en mobiliserende strategieën)?</i>
	<i>Welke van de mogelijkheden heeft u het meest invloedrijk ervaren?</i>	<i>Kunt u deze ook rangschikken?</i>
Afsluiting	Heeft u nog iets wat u wilt toevoegen aan het gesprek?	

Legenda:

Vragen van Diederik van der Maas

Vragen van Matthijs Vet

Vragen met betrekking tot beide onderzoeken

8.3. Bijlage III – Gespreksverslagen interviews

Organisatie: *NAJK*

Datum: *26 april 2023*

Locatie: *Digitaal via Microsoft Teams*

Op 26 april hebben de onderzoekers Vet en Van der Maas een interview afgenomen bij Neline Both. Er is gesproken met haar in de hoedanigheid van haar functie als algemeen secretaris bij het Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt (NAJK). In deze functie ondersteunt zij het dagelijks bestuur van de vereniging bij alle onderdelen van belangenbehartiging op landelijk niveau. Door haar betrokkenheid bij deze acties was de respondent in staat een duidelijk beeld te scheppen van de organisatie voor de onderzoekers.

NAJK is een organisatie met ongeveer achtduizend leden en zet zich uitsluitend in voor het belang van de jonge boeren - tussen de zestien en vijfendertig jaar - binnen de breedte van de sector. Dit zorgt ervoor dat de organisatie op onderdelen een vergelijkbare lobby voert als andere belangenorganisaties als het gaat om thema's die alle boeren raken zoals bijvoorbeeld stikstof maar legt tegelijkertijd ook focus op onderdelen die met name betrekking hebben op jonge boeren zoals regelingen rondom bedrijfsovernames. Deze focus geeft een inhoudelijk onderscheid met andere organisaties. Wat de organisatie met name in uitvoering van de lobby uniek en krachtig maakt aldus Both is het feit dat namens de organisatie enkel mensen naar beleidstafels worden gezonden die zelf ook ervaring hebben als agrariër. Hiermee brengt NAJK zichtbaar de praktijk mee in gesprekken over beleid.

In het gesprek met de vertegenwoordiger van NAJK is naast de kenmerken van de organisatie ingegaan op de onderwerpen: inside lobby, outside lobby en concurrentie binnen het agrarisch domein. Rondom deze onderwerpen is voor de onderzoekers de strategie en focus van NAJK meer duidelijk geworden. Daarnaast is ook ingegaan op de concurrentie waarbij gebleken is dat NAJK zich maar gedeeltelijk zorgen maakt om de concurrentie binnen de sector met als belangrijkste reden dat zij met haar focus op jongeren binnen de sector een meer unieke positie heeft. Wel is aangegeven dat de behoefte vanuit de leden aan informatie over wat er gebeurt groter is geworden. Tegelijkertijd zijn ook de mogelijkheden hiertoe vergroot als gevolg van alle digitale innovatie die is meegekomen met het coronavirus.

Bij de meer algemene vragen rondom de totstandkoming van belangengroepen binnen de sector wordt met name polarisatie genoemd als factor die volgens de respondent verklaring kan bieden voor de toename.

Dit gespreksverslag biedt met name een beeld van de thema's die zijn aangestipt binnen het gesprek met NAJK. Beantwoording is louter op hoofdlijnen aangestipt met het oog op het belang van vertrouwelijkheid voor de organisatie. Bij de resultaten van het onderzoek kan hier echter wel meer data van gebruikt worden, hetzij echter net als bij de andere respondenten, volledig geanonimiseerd.

Organisatie: *Caring Farmers*

Datum: *4 mei 2023*

Locatie: *Digitaal via Microsoft Teams*

Op 4 mei hebben de onderzoekers Vet en Van der Maas een interview afgenomen bij Hanneke van Ormondt. Er is gesproken met haar in de hoedanigheid van coördinator bij Caring Farmers. In deze functie coördineert zij de werkzaamheden van de stichting in samenspraak met het bestuur van Caring Farmers dat uiteindelijk de richting kiest die de stichting opgaat.

Bij Caring Farmers zijn rond de driehonderdertig boeren aangesloten welke variëren van meer grootschalige boeren tot een pluktuin op de hoek. Naast boeren zijn er ook zo'n vierduizend Caring Consumenten aangesloten en ook nog eens honderdtwintig ketenpartners. Het inhoudelijke doel van de belangenorganisatie is natuurinclusieve kringlooplandbouw. Hierbij onderscheidt de organisatie drie onderdelen waaraan zij werkt: In de eerste plaats willen ze laten zien dat de agrarische sector echt anders kan. In de tweede plaats is het doel om in het publieke debat de duurzame boer meer ruimte te geven en daarmee ook in zekere mate een weerwoord te bieden. Ten slotte doet de organisatie ook concrete projecten met boeren.

Caring Farmers kent geen leden maar wel een betrokkenheid met haar achterban. Alle boeren die de code van Caring Farmers onderschrijven zijn welkom bij de organisatie. Het hangt dan met name van de boer zelf af hoe actief hij is binnen deze organisatie. Contact met deze achterban loopt voornamelijk via chatgroepen op het medium WhatsApp en er worden dagen georganiseerd waar de groep elkaar kan ontmoeten. In het gesprek is gebleken dat de organisatie niet het gevoel heeft hard te moeten werken aan haar legitimiteit. Dit omdat zij het gevoel heeft dat er een gat tussen de belangenbehartigers van boeren en natuur bestond en Caring Farmers in dat gat is gestapt met haar organisatie.

In het gesprek met de vertegenwoordiger van Caring Farmers is naast de kenmerken van de organisatie ingegaan op de onderwerpen: inside lobby, outside lobby en concurrentie binnen het agrarisch domein. Rondom deze onderwerpen is voor de onderzoekers de strategie en focus van Caring Farmers meer duidelijk geworden. Inhoudelijk ervaart Caring Farmers weinig concurrentie, mede door het eerdergenoemde inhoudelijke gat dat zij ervaren. In de uitvoering van de lobby ervaart Caring Farmers echter wel concurrentie van andere grote agrarische belangenbehartigers die naar het idee van de organisatie meer worden gehoord.

Dit gespreksverslag biedt met name een beeld van de thema's die zijn aangestipt binnen het gesprek met Caring Farmers. Beantwoording is louter op hoofdlijnen aangestipt met het oog op het belang van vertrouwelijkheid voor de organisatie. Bij de resultaten van het onderzoek kan hier echter wel meer data van gebruikt worden, hetzij echter net als bij de andere respondenten, volledig geanonimiseerd.

Organisatie: *LTO*

Datum: *12 mei 2023*

Locatie: *Digitaal via Microsoft Teams*

Op 12 mei hebben de onderzoekers Vet en Van der Maas een interview afgenomen bij Sander van Diepen. Er is met hem gesproken met hem in de hoedanigheid van zijn functie als lobbyist voor LTO Nederland. In deze functie behartigt hij de belangen van de organisatie naar buiten toe, waarbij hij samenwerkt met tal van vakspecialisten binnen LTO.

LTO is een organisatie met rond de dertigduizend aangesloten leden. Hiermee vertegenwoordigt de organisatie grofweg de helft van de agrarische bedrijven in Nederland en is daarmee de grootste belangengroep binnen de agrarische sector. De organisatie legt haar focus met name - zo blijkt uit het gesprek - op inhoudelijke lobbystrategieën richting ministerie en de Tweede Kamer. Hier ligt volgens de organisatie ook de kracht van LTO waarin zij zich kan onderscheiden ten opzichte van andere organisaties. De komst van deze organisaties is overigens niet onopgemerkt gebleven door LTO. De organisatie wordt meer uitgedaagd in haar werkzaamheden door andere spelers in het veld waar zij dat eerst minder had.

In het interview met dhr. van Diepen is ingegaan op de thema's: inside lobby, outside lobby en ook de concurrentie binnen het domein van agrarische belangenbehartiging. Rondom deze thema's is voor de onderzoekers de strategie en focus van LTO inzichtelijker geworden. De organisatie is nog altijd overtuigd van haar grote toegevoegde waarde binnen de sector maar ziet tegelijkertijd ook de versnippering. Als mogelijke oorzaak hiervoor noemt de respondent het gevoel van de boer die zich niet gehoord voelt. LTO heeft daarbij soms - al dan niet terecht - een imago van vergaderboeren die niet met de vuist op tafel zouden slaan waardoor nieuwe groepen makkelijk op het gevoel van de boer kunnen inspelen.

Dit gespreksverslag biedt met name een beeld van de thema's die zijn aangestipt binnen het gesprek met LTO. Beantwoording is louter op hoofdlijnen aangestipt met het oog op het belang van vertrouwelijkheid voor de organisatie. Bij de resultaten van het onderzoek kan hier echter wel meer data van gebruikt worden, hetzij echter net als bij de andere respondenten, volledig geanonimiseerd.

Organisatie: *NVM*

Datum: *5 juni 2023*

Locatie: *Teams*

Op 5 juni hebben de onderzoekers Vet en Van der Maas een interview afgenomen met Jeroen van Maanen. Met de heer van Maanen is gesproken in de hoedanigheid van zijn functie als algemeen bestuurslid en woordvoerder voor de Nederlandse Melkveehouders Vakbond (NMV). Door deze tweeledige betrokkenheid bij de NMV was de respondent in staat een helder beeld te scheppen van de organisatie waarvoor Van Maanen actief is.

Zoals de naam doet vermoeden zet de NMV zich in voor het belang van melkveehouders in Nederland. Historisch is de organisatie onder andere ontstaan uit onvrede met de bestaande vertegenwoordiging voor melkveehouders binnen de agrarische sector. Van de organisatie zijn ongeveer drieduizend melkveehouders lid van de in totaal vijftienduizend aanwezige melkveeboeren in Nederland, zo werd naar voren gebracht in het gesprek. Daarmee zou de organisatie zo'n twintig procent van deze sector vertegenwoordigen.

Naast de kenmerken van de NMV is in het gesprek met de vertegenwoordiger van deze organisatie ook ingegaan op de onderwerpen: inside lobby, outside lobby en concurrentie binnen de agrarische sector. Het is voor de onderzoekers helder geworden hoe de organisatie zijn lobbystrategieën inricht. De NMV ziet wel enigszins concurrentie maar ziet vooral ook de kracht van de verschillende kwaliteiten die bij organisaties zitten. Wanneer iedereen gewoon doet waar hij of zij goed in is en samenwerkt, zou dat ten goede komen aan het belang van de agrarische sector. De NMV hecht ook veel waarde aan contact met haar achterban maar realiseert zich ook dat het niet werkbaar is om elk detail af te stemmen met de leden. Deze afstemming dient met name op hoofdlijnen plaats te vinden.

Dit gespreksverslag biedt met name een beeld van de thema's die zijn aangestipt binnen het gesprek met NMV. Beantwoording is louter op hoofdlijnen aangestipt met het oog op het belang van vertrouwelijkheid voor de organisatie. Bij de resultaten van het onderzoek kan hier echter wel meer data van gebruikt worden, hetzij echter net als bij de andere respondenten, volledig geanonimiseerd.