

Skema til afrapportering af ViD projekter

Videncenter for Dyrevelfærd

1. Projekttitle:

Holdninger og motivation til forandring som kan lede til bedre dyrevelfærd

En undersøgelse af hvorfor og hvordan danske landmænd i større kommercielle besætninger bliver motiverede til at skabe forandring og forbedre dyrevelfærden

2. Projektstart og afslutning:

3. Projektleder og projektdeltagere (titel, navn, adresse, tlf., e-mail):

Projektleder: Seniorrådgiver Inger Anneberg, tlf. 21 74 57 08. Inger.anneberg@anis.au.dk

Projektdeltager: Professor Jan Tind Sørensen.

Aarhus Universitet, Institut for Husdyrvidenskab, Blichers Allé 20, 8830 Tjele

4. Baggrund for projektet (Kort beskrivelse af, hvorfor dette projekt blev i gang sat):

Markedsdrevet dyrevelfærd har de seneste år vundet mere og mere frem både i Danmark og i resten af Europa. I Danmark har flere fødevareministre støttet udviklingen af et dyrevelfærdsmærke, som en metode til at fremme og udvikle dyrevelfærd i landbruget. Markedsdrevet dyrevelfærd er dog kun én måde at fremme dyrevelfærd og rammer ofte kun en begrænset del af den samlede mængde dyr i landbruget. I den kontekst er det interessant at undersøge hvilke initiativer, der bedst motiverer landmanden til at fremme dyrevelfærden i hele produktionen, og hvorfor/hvordan initiativerne skaber motivation. Resultaterne vil kunne bruges i forhold til at kvalificere fremtidige initiativer, således at flest mulige dyr i landbruget oplever en øget dyrevelfærd.

5. Beskrivelse af projektets formål og hypoteser samt materialer og metoder:

Formålet med undersøgelsen var at forstå, hvad der motiverer en række udvalgte danske landmænd med større besætninger til at skabe forandringer og forbedre dyrevelfærden samt diskutere disse fund med sammenlignelige undersøgelser primært inden for EU. Projektet har anvendt en kvalitativ metode, hvor individuelle interviews er kombineret med observationsstudier i nogle af de medvirkende besætninger. Studierne er gennemført på syv forskellige besætninger, hvor der er lavet individuelle interviews med ejere og ansatte, i alt 17.

Desuden gennemgår vi, i rapportens baggrundsafsnit, tre forskellige områder, som vi betragter som værende potentielt betydningsfulde for landmænds motivation til forandring. Eksemplerne handler primært om forandringer i relation til dyrevelfærd og er primært hentet i europæisk litteratur.

De tre områder er:

1. Strukturelle tiltag som motivation til forandring - herunder lovgivning, markedsdrevne initiativer til forbedring af dyrevelfærd kontrol samt mulighed for økonomisk støtte, fx til staldbyggeri
2. Personlige egenskaber og værdier hos landmand og/eller ansatte – herunder kompetencer til at træffe beslutninger, forskellige læringsstile samt holdninger til dyr og dyrevelfærd
3. Det sociale liv i og omkring besætningen – herunder det professionelle netværk med kolleger, rådgivere og dyrlæger, benchmarking som motivation samt samarbejdet mellem ejere og ansatte

6. Oversigt over projektets samlede resultater:

Analysen af interviews viser tre overordnede temaer og en række undertemaer, som er projektets samlede resultater.

Tema 1: Pionérånd, synlighed og socialt pres

- a) At gå foran
 - b) Motivation af ansatte – de ansattes rolle
 - c) Synlighed og åbenhed som motivation og dilemma
 - d) Risiko for socialt pres, når andre føler sig kritiserede
- e) Opbakning eller mangel på samme: Netværk/rådgivere/familien

Tema 2: Fordelingen af risiko – er den fair?

- a) Markedsdrevet dyrevelfærd – fordele og ulemper ved koncepter
- b) Forskellige former for politisk, økonomisk risiko
- c) Kontrol af koncepterne – en del af hverdagen
- d) Egen økonomisk ballast som fordel. Dyrt at være first-mover

Tema 3: For dyrets skyld – synet på dyret som drivkraft for forandring

- a) Ideer om naturlighed – dyr som sociale væsner
- b) Fokus på omsorg for dyret
- c) Oplæring af medarbejderne, så de kender dyret
- d) Grænser for dyrevelfærd

De involverede landmænds motivation til forandring er i høj grad sat i gang af producentens egen drivkraft og mod til at løbe en risiko, men også kendetegnet ved, at man har en økonomisk soliditet, som gør risikoen mindre. At være såkaldt 'first-mover' er en vigtig drivkraft for landmændene. Forventet indgår også som en faktor, men er langt fra altid forudsætningen for, at landmænd sætter nyt i værk. Ny lovgivning kan også dræbe lyst til forandring.

Direkte økonomisk støtte eller en mérpris for produktet ved at tilslutte sig et dyrevelfærdsmærke kan være afgørende for, om nogle tør gå i gang. Samtidig peges der på en uforholdsmæssig stor risiko for de landmænd, som slutter sig til et mærke, der kræver investeringer. Flere peger på usikre relationer med forbrugere med skiftende holdninger, detailkæder, som ikke markedsfører produktet godt nok og meget korte kontrakter med slagteri/mejeri, som hurtigt kan opsiges, hvis produktet ikke sælger.

Selve glæden ved at se dyr på en ny måde, hvor de i højere grad får opfyldt muligheden for at udleve deres adfærd, er også en drivkraft. Men undersøgelsen viser også dilemmaer omkring åbenhed og synlighed, når man som producent går nye veje. På den ene side vil man gerne vise de valg frem, man har truffet. På den anden side ønsker man ikke, at ens valg skal forstås som en kritik af fx mere traditionelle kolleger. For nogle er igangsættelsen af nye velfærdsmæssige tiltag en risiko for isolation, fordi de har forholdsvis få at spejle sig i. Derfor vægter flere af deltagerne at få etableret netværk, som de kan støtte sig til i processen med at skabe forandringerne, noget der også beskrives som en nødvendighed, fordi det er svært at finde kvalificeret professionel rådgivning.

7. Diskussion, konklusion og perspektivering

Analysen af interviewene med de danske landmænd viser blandt andet, at en del af motivationen til forandring i forhold til at løfte dyrevelfærden ligger i en særlig interesse for at 'gå foran', eller være 'entreprenør'. Det samme er set i andre europæiske undersøgelser. At 'gå foran' handler også om at være forud for en lovgivning, som man venter vil komme. Det kan også være, at man først og fremmest ønsker at gøre noget, som er til glæde for en selv og dyrene, men man ønsker ikke, at det bliver 'det nye normale', fx i kraft af at det bliver påtvunget ved lov. Varsler om mulig lovgivning på et område (eksempelvis løse søer i farestalden) kan altså både være en igangsætter, fordi man ønsker at tænke langsigtet fx i nybyggeri – og en dræber, hvis man netop ikke ønsker at være styret af lovgivning, men hellere vil arbejde med sin egen forståelse af, hvad der er bedst for dyrene.

Motivation til forandring kan være stimuleret af en økonomisk belønning, men denne undersøgelse viser, at det ikke er en betingelse for alle. Flere af deltagerne forandrede deres systemer til bedre dyrevelfærd, før de vidste, om de fik en belønning ud af det i form af en højere pris i den forbindelse lå motivationen også i at udvikle et unikt produkt frem

for at deltage i en masseproduktion, som landmænd i andre lande kan lave lige så godt – og billigere.

I overensstemmelse med, hvad der er set i andre europæiske lande viste det sig, at motivation til at skabe forandringer og løfte dyrevelfærden i høj grad blev understøttet, hvis man var i stand til at finde andre at gøre det sammen med og dele erfaringer med undervejs. Hverken dyrlæger eller rådgivere blev i denne undersøgelse fremhævet som betydningsfulde for at understøtte forandring, nogle gange tværtimod. Det er også set i europæiske studier. Flere deltagere i denne undersøgelse fremhævede også, at de også motiveres af selve åbenheden og synligheden i det projekt, de har engageret sig i. Synligheden var imidlertid ikke altid i medarbejdernes interesse, fordi bedriften konstant skulle være 'forberedt' til at få besøg. Det er værd at diskutere, hvorvidt det er vigtigt eller ej, at medarbejderne er særligt engagerede i, at bedriften lægges om til en højere grad af dyrevelfærd. Der var delte meninger blandt ejerne om betydningen af dette. De ansatte vægtede selv gode arbejdsvilkår, fx satte de pris på, at der var tilstrækkeligt mange ansatte, fordi det skabte ro og arbejdsglæde i hverdagen.

Øget synlighed og åbenhed om et produktionsvalg, som betød et løft af dyrevelfærden, indebar også et dilemma, som næppe er et specielt dansk fænomen, men som vi ikke er stødt på i andre landbrugsrettede studier: Flere af deltagerne fremhævede, at de gerne ville undgå, at deres synlighed blev set som en kritik af de mere traditionelle produktioner, hvad enten det var køer eller grise. Så på den ene side driver entreprenørånden disse landmænd til at skabe forandringer, hvor synlighed og åbenhed indgår som et vigtigt parameter - på den anden side møder de ikke nødvendigvis opbakning fra kolleger, måske tværtimod. Samtidig bekymrede de sig om, og ville gerne undgå, at deres skridt i nye retninger blev fortolket som kritik af de andres produktion.

Flere studier viser, at der skal en række forudsætninger til, før markedsdrevet dyrevelfærd virker, fx en klar differentiering mellem de forskellige mærker. I denne undersøgelse var det tydeligt, at selv om deltagelse i et mærke var motiverende i sig selv, fx fordi man gerne ville have en mærpris og desuden adskille sig fra mængden, så indebar det også, at landmændene måtte leve med en stor usikkerhed, fordi en række elementer i markedsdrevet dyrevelfærd ikke er i ens egne hænder. Rækken af usikre vilkår kan være årsag til, at nogle ikke ønsker at tage springet til nye systemer, og flere deltagere i denne undersøgelse understregede da også, at det var en forudsætning, at deres egen bedrift havde en sund økonomi, da de tog springet til et nyt system.

Også statslige muligheder for tilskud til nybyggeri blev beskrevet som usikkert at satse på. Uklarhed om markedsføring, for lidt markedsføring, korte kontrakter og svigtende forbrugertilslutning var alle elementer, som deltagerne i denne undersøgelse så som en stor risiko, der gik imod ens motivation.

Undersøgelser blandt europæiske landmænd peger på, at motivation for nogle landmænd handler om at bringe dyret i centrum. Et bedre liv for dyret kan fx bestå i, at man i højere grad lader dyrene selv håndtere pasning af deres afkom, og giver dyrene bedre mulighed

for at udøve deres adfærdsmæssige behov I interviewene i denne undersøgelse var det også et tema at finde motivation til forandring i glæden ved at få en bedre relation til dyrene. Det gjaldt fx de landmænd og ansatte, som havde skiftet til løse søer i farestierne, hvor det blev fremhævet, at både ejer og medarbejdere fandt tilfredshed i at se soen løs – og på trods af at de samtidig skulle gøre en stor indsats for at nedbringe det stigende antal døde pattegrise. Flere nævnte, at det var dyrt økonomisk at skabe mere plads til dyret, især i et øget antal mandetimer på grund af mere tilsyn eller i lavere ydelse.

Konklusion

At være 'firstmover' og selv sætte gang i nye veje er en afgørende drivkraft til motivation for forandring. Eventuel risiko for ny lovgivning kan indgå i overvejelserne, men er ikke altid en forudsætning for at sætte nyt i værk.

For myndighederne ligger der en risiko i, at man med ny lovgivning dræber nogle landmænds lyst til initiativ til forandring for dyrene.

Økonomisk støtte, enten direkte til staldbyggeri eller via dyrevelfærdsmærker, kan være afgørende for, at nogle landmænd tør gå i gang med investeringer i en ny produktionsform. Lysten til at skifte er individuel og beror i meget høj grad på, om producenten selv har en drivkraft til at løbe risikoen - samt en medbragt økonomisk soliditet, som gør risikoen mindre. Fordelingen af risici, hvis man tilslutter sig et dyrevelfærdsmærke, kan virke meget ulige – og landmandens del kan virke uforholdsmæssig stor.

Synlighed og åbenhed er en stærk motivationsfaktor for landmænd, der går ind i projekter for at ændre på dyrevelfærden. Samtidig betyder synlighed og åbenhed en risiko for, at man kommer til at fremstå som kritiske over for kolleger, der ikke har samme system. En konstant og stærk konkurrence om at differentiere produktionsformen (dyrene) fra hinanden, som også foregår på organisationsniveau, kan have den pris, at nogle tøver med at skifte, selv om de måske har ressourcerne og ideerne til det, mens andre går stille med døren i forhold til deres ideer.

Netværk af forskellig slags er af stor betydning for, at landmænd kan igangsætte og fastholde forandringer i retningen af bedre dyrevelfærd. Rådgivning synes at være bemærkelsesværdigt lidt involveret som motivation til forandring – også fra dyrlægenes side. Mangel på rådgivning, som kan støtte op om forandringsmuligheder, er en barriere.

Herunder forslag til opfølgende projekter- ikke prioriteret rækkefølge

- Efteruddannelse eller uddannelse på landbrugsskoler i alternative systemer, som fremmer dyrevelfærden er ikke eksisterende som et tilbud i sig selv. Det kan undersøges, om det har interesse (spørgeskemaundersøgelse) hos producenterne, hvad de er villige til at betale og hvordan det kunne organiseres (landbrugsskolerne)
- Den tilsyneladende mangel på rådgivning, som kan understøtte motivation til forandring både i forberedelsesfasen og mens nye projekter tages i brug, bør undersøges nærmere - især dyrlægenes rolle. En hypotese kan være at der ikke eksisterer den fornødne viden i denne gruppe.

- Mindre virksomheder, fx i form af gårdbutikker, kombinerer ofte det at have dyr gående, som forbrugerne kan se, med salg af lokale produkter. Det bør undersøges, hvordan motivationen til forandring er i den slags mindre tiltag – både fra landmandens side og hvad forbrugerne ser og forestiller sig i den form for fremme af dyrevelfærd. En hypotese kan være at dyrene primært er en slags ”udstillingsgenstande” som skal motivere forbrugerne til at handle men at dyrene ikke i sig selv har fået bedre vilkår.

8. Populærvidenskabeligt dansk resumé (max 500 ord):

Lyst til at gå egne veje, synlighed og bedre forhold for dyrene inspirerer landmænd til at løfte dyrevelfærden

Hvad skal der til for at landmænd får lyst til at afprøve nye former for systemer, som løfter dyrevelfærden på gården til et højere niveau? Og hvordan ser de ansatte på at arbejde med andre former for dyrevelfærd? En forandring kan være, at man tilslutter sig et bestemt mærke for bedre dyrevelfærd og derfor ikke længere må kupere haler på sine grise og søerne skal være løse i farestalden. En anden kan være, at man vælger at lade dyrene gå i nye systemer, for eksempel lade ko og kalv gå sammen i længere tid, også selv om det ikke er et krav fra lovgivningen.

Videncenter for Dyrevelfærd har bedt forskere på Århus Universitet undersøge, hvilke holdninger danske landmænd og ansatte i større besætninger har til at skabe forandring som kan lede til bedre dyrevelfærd. Hvad motiverer dem? Og kan lignende resultater findes i andre europæiske studier? Resultatet af interviewene på syv forskellige besætninger viser blandt andet, at nogle landmænd – både i Danmark og i andre lande - motiveres af at gå egne veje og skabe systemer, som de selv finder tilfredsstillende i at bekoste- også før eller helt uden at loven kræver det. Det kan være landmænd som bygger til løse søer i farestalden. Undersøgelsen viser, at disse landmænd også bliver motiveret af, at de kan lide at se søerne være løse, når de passer deres pattegrise, også selv om det kræver flere ansatte og mere arbejde med at sikre pattegrisene. Dyrenes forhold i sig selv kan altså være en motivationsfaktor til at lave forandringer.

I en europæisk sammenhæng er det ikke tidligere undersøgt, hvilken rolle de ansatte har i at løfte en produktion til bedre dyrevelfærd. Resultatet i denne danske undersøgelse viser,

at de ansatte først og fremmest er interesserede i gode arbejdsforhold. Gode arbejdsforhold er for dem en betingelse for at de kan være med til at løfte dyrevelfærden. Ejerne anser det for vigtigt at sætte tid af til at motivere de ansatte, når det gælder om at håndtere dyr på nye, ukendte måder.

Resultatet viser også, at de danske landmænd finder, at risikoen for at tilslutte sig fx dyrevelfærdsmærker kan være for høj. Forbrugerne opleves som troløse, og forbrugerne kan også have svært ved at finde rundt i mærke-junglen. Landmændene oplever også, at markedsføringen kan være mangelfuld. Det er også set andre steder i Europa, at landmænd mangler tillid til, at detailkæderne vil markedsføre nye produkter tilstrækkeligt. Korte kontrakter kan også betyde en risiko, fordi en del af de nye systemer, som kan løfte dyrevelfærden, kræver en stor investering. Det er karakteristisk for de danske landmænd i denne undersøgelse, at de, som engagerede sig i ny, mere dyrevelfærdsvenlige systemer, gjorde det på baggrund af en solid egenkapital. Endelig viser undersøgelsen, at synlighed over for omverdenen, når man som landmand og ansatte lancerer nye og mere dyrevelfærdsvenlige systemer, er en motivationsfaktor, men også et dilemma, fordi man ikke ønsker at fremstå som kritisk over for andre landmænds måder at arbejde med husdyr på.

9. Populærvidenskabeligt engelsk resumé (max 500 ord):

The desire to follow your own way, visibility and better conditions for the animals inspire farmers to lift animal welfare

What is needed to make farmers want to try out new kinds of systems that raise animal welfare on the farm to a higher level? And, how do employees regard working with other forms of animal welfare? One change could be that farmers join a specific brand for better animal welfare and therefore no longer have to dock tails on their pigs or to keep sows loose in the farrowing unit. Another might be that one chooses to let the animals live in alternative systems, for example allowing the cow and calf being together for a long time, even if it is not required by law.

The Danish Centre for Animal Welfare has asked researchers at Aarhus University to investigate the attitudes of Danish farmers and employees from larger herds to create changes that can lead to better animal welfare. What motivates them? Can similar results be found

in other European studies? The results of the interviews on seven different herds show, among other things, that some farmers - both in Denmark and in other countries - are motivated by following their own way and creating systems that they themselves find satisfied to invest in - even before or without legislation demanding it. Furthermore, the study shows that these farmers are motivated by the fact that they for instance like to see the sows loose when they are looking after their piglets, even though it requires more staff and more work to secure the piglets. Thus, the conditions of the animals themselves can be a motivating factor for making changes.

In a European context, the role of employees in promoting a production for better animal welfare has not been investigated. The result of this Danish study shows that the employees are primarily interested in good working conditions. Good working conditions are seen as a requirement for them if they shall contribute to raise animal welfare. The owners consider it important to set aside time to motivate employees when it comes to handling animals in new, unknown ways.

The result also shows that the Danish farmers find that the risk of joining animal welfare labels may be too high. Consumers are perceived as unfaithful, and consumers may also find it difficult to navigate the brand jungle

Farmers also find that marketing can be insufficient. It has been seen elsewhere in Europe too that farmers lack confidence that retail chains will adequately market new products. Short contracts can also pose a risk because some of the new systems that can boost animal welfare require a large investment. It is characteristic of the Danish farmers in this study that those who engaged in new, more animal-friendly systems did so on the basis of solid equity. Finally, the study shows that visibility to the outside world when you, as a farmer and employees, launch new and more animal-friendly systems, is a motivating factor, but also a dilemma, because you do not want to be critical of other farmers' ways of working with livestock.

10. Redegørelse for hvordan projektet og projektets resultater har været eller forventes offentliggjort:

Projektet har ved afleveringen til VID ikke været offentliggjort nogen steder endnu. Undersøgelsen forventes at udkomme som en DCA-rapport i foråret 2020. I den forbindelse vil der blive sendt pressemateriale til landbrugsmedierne og det vil blive omtalt i nyhedsbrev fra DCA.

Desuden er det relevant med en international publikation –da lige præcis landmænds og ansattes erfaringer med forandringer i forhold til at løfte dyrevelfærden er forholdsvis tyndt beskrevet.

Projektets resultater kan også være relevant at få omtalt på kongresser/konferencer.