

Hoe presenteert je als melkveehouder je bedrijf en je sector aan de burger? In deze editie: **Twitter**

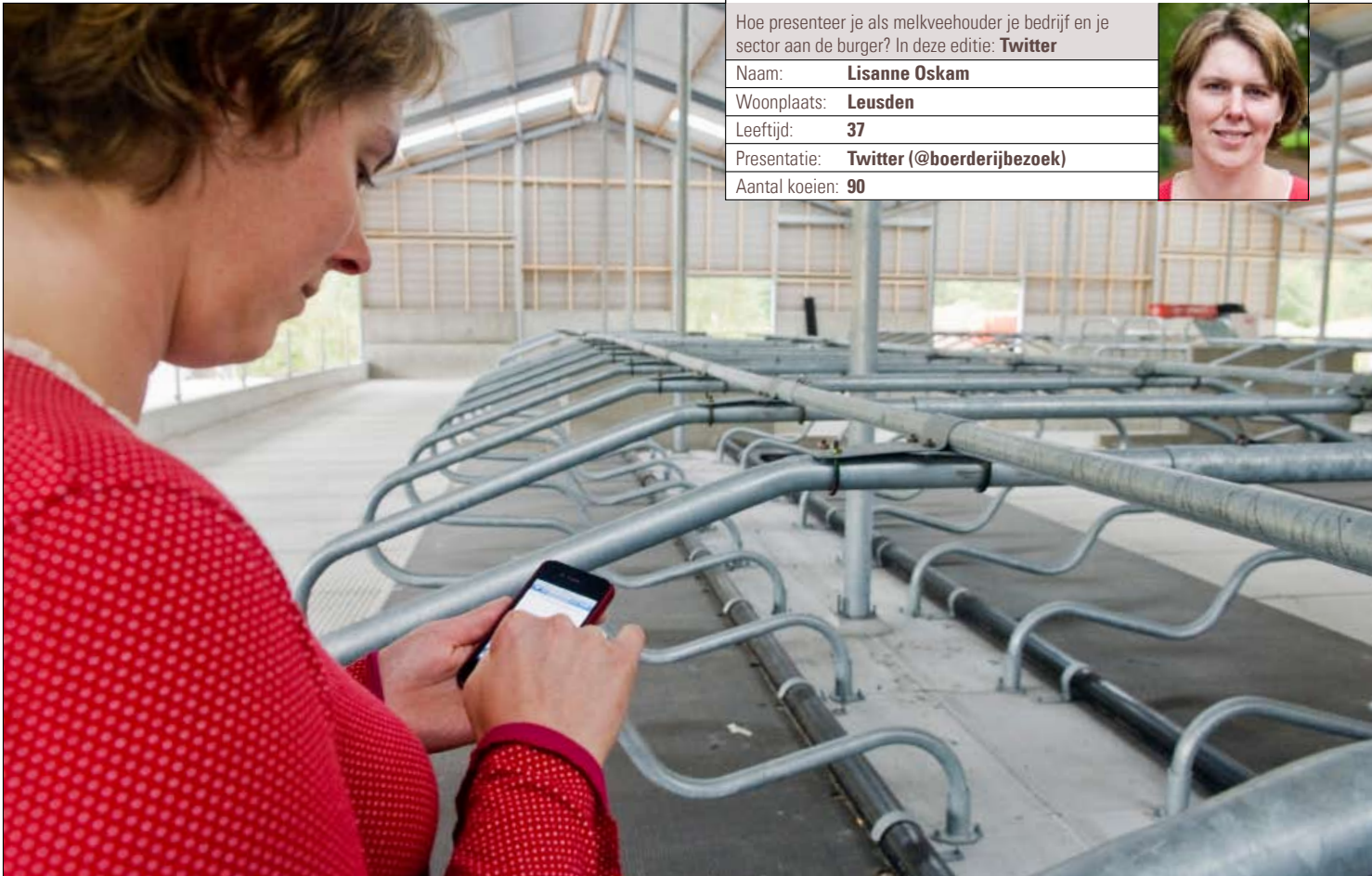
Naam: **Lisanne Oskam**

Woonplaats: **Leusden**

Leeftijd: **37**

Presentatie: **Twitter (@boerderijbezoek)**

Aantal koeien: **90**



Lisanne Oskam doet via Twitter verslag van leven op melkveebedrijf

Boerenleven in 140 tekens

tekst Inge van Drie

'E'r wordt druk gras geschud voor de balen en de melkrobots en de mestrobot zijn vandaag geleverd.' Of: 'Druk dagje. Gezellig op schoolreisje geweest om bij thuiskomst te ontdekken dat er al mais gehakseld wordt.' Zomaar een paar van de tweets, ofwel berichten via Twitter van maximaal 140 tekens, die @boerderijbezoek alias Lisanne Oskam de lucht in slingert.

Een jaar geleden wist de Utrechtse melkveehouderster amper wat Twitter was. Inmiddels heeft ze meer dan 1100 tweets geplaatst. 'Ik ben begonnen omdat het me een goed idee leek voor de pr van Farm Visit. Onder die naam geef ik onder meer rondleidingen op de boerderij. Het is maar een klein stapje verder om ook te twitteren wat er op ons bedrijf gebeurt.' Inmiddels zijn er 370 mensen die re-

gelmatig de tweets lezen van @boerderijbezoek, zowel veehouders en mensen uit de sector als burgers. Niet al die mensen kent Lisanne persoonlijk. 'Ik denk dat ik er 25 ken, de rest niet. Blijkbaar zijn veel mensen nieuwsgierig naar het boerenleven. Werk en privé lopen hier erg door elkaar. Op een boerderij kan 24 uur per dag iets gebeuren. Pas stond ik 's avonds om half elf eten klaar te maken voor de ploeg mensen die mais aan het hakselen was. Onze manier van leven is anders; dat maakt het interessant.'

De geboorte van een kalf, de vorderingen van de stal in aanbouw, een groep Chinezen op boerderijbezoek. Lisanne twittert over tal van onderwerpen. 'Op Twitter kun je niet aankomen met alleen maar berichten over de rondleidingen of de arrangementen die ik aanbied. Dan haken mensen al snel af. Je moet ook iets persoonlijks twitteren, al heb ik een hekel aan mensen die bij wijze van spreken alleen twitteren over koffiedrinken en tan-

denpoetsen. Op een boerderij heeft een persoonlijke tweet vaak ook wel een link met het bedrijf. Ik twitterde bijvoorbeeld dat er een toeterende trekker voor de deur stond; of ik mijn slapende peuter eruit kwam halen.'

Op het gebruik van vaktiaal krijgt Lisanne de meeste reacties. 'Dan vragen mensen zich bijvoorbeeld af wat koematrassen zijn. Kuilen is ook zo'n woord dat mensen niet kennen. Hoezo kuilen, vragen ze dan, het is toch een hoop.'

Meer bekendheid voor het eigen bedrijf en het vergroten van haar eigen netwerk zijn Lissannes belangrijkste drijfveren om te twitteren. Ook vindt ze het goed voor het imago van melkveehouders. 'Ik laat mensen zien hoe het is om melkveehouder te zijn en dat we als sector goed bezig zijn. Maar ik vind het ook gewoon leuk om te twitteren. Iemand anders staat 's morgens op kantoor bij het koffiezetapparaat om nieuws uit te wisselen, ik doe dat via Twitter.'