

# ‘Wij zijn allemaal die maatschappij, burger en consument’

Boeren, toeleveranciers, horeca, scholen, koks en kerken ontmoeten elkaar een dag lang in een prikkelende omgeving. Het ambitieuze doel van deze BGood Ontmoetingsdag op 11 april in Hilversum is om de kloof tussen veehouderij en maatschappij dicht te maken. Gewoon door met elkaar te praten en te doen. Resultaat: prille initiatieven, nieuwe netwerken en individuele contacten. Neem melkveehouder Henry Steverink. Hij gaat 's avonds gesterkt in zijn idee voor het bereiken van de consument naar huis en is een netwerkje rijker.

Ontmoeten, ontmoeten en nog eens ontmoeten. Om elkaar te inspireren, ideeën uit te wisselen en om met nieuwe partners om tafel te gaan. Mensen met heel verschillende achtergronden schuiven bij elkaar aan; mensen die elkaar normaal gesproken niet zouden treffen. Het gezelschap bestaat uit doeners, vrijwel geen bobo's en beleidsmensen. De enkele aanwezige LNV'ers, zegt Herman Sniijders, LNV-beleidsmedewerker grondgebonden veehouderij, zijn hier om te leren hoe je de kloof tussen producent-consument kleiner kunt maken en hoe het ministerie daarmee het bedrijfsleven kan ondersteunen. 'We hebben intussen al wel geleerd dat we geen gezonde dieren meer kunnen ruimen.' Na enkele korte prikkelende inleidingen – 'we moeten ophouden met communiceren, maar mensen landbouw laten ervaren' en 'een verplichte boerderijschool voor kinderen uit groep 7' en een ontboezeming van Sniijders dat 'het ministerie langzamerhand inziet wat voor gevoel technocratische oplossingen bij de mensen geeft' – mogen de ruim honderd deelnemers aan het werk.

## >> Inspiratie- en thematafels

De deelnemers lopen langs 22 opgestelde tafels waar je meer te weten kunt komen over opmerkelijke initiatieven van bijvoorbeeld twee mediators, de chemische industrie, iemand die de kloof politiek-burger dicht via 'de menselijke maat', smaaklessen en een NOVA-eindredacteur. Iedereen kiest drie inspiratietafels en gaat daar in gesprek. Het is de bedoeling dat die gesprekken bouwstenen (weetjes, gedachten, kreten) opleveren voor het programmaonderdeel erna, waar aan negen tafels aan de hand van een thema echt gewerkt gaat worden aan het verminderen van de kloof.

Bij thematafel "Boer zoekt consument" schuiven aan: My Eyes (een organisatie die via internet een link legt tussen producent en consument), een aankomend dierenarts, culinair journalist, communicatiedeskundige, ZLTO-teammanager, een startend bedrijf in streekproducten, een stalinrichter en iemand van een R&D-afdeling van Nutreco. Waar blijft de boer aan deze thematafel? Op het laatste moment meldt



## BGood verkleint de kloof tussen producent en consument

'De veehouderij doet al veel om de maatschappij bij de productie te betrekken', was te horen tijdens de slotbijeenkomst van het LNV-debat over de toekomst van de intensieve veehouderij in januari 2005. Toch lijkt het effect op het verkleinen van de kloof tussen veehouderij en maatschappij gering. LNV gaf Wageningen UR de opdracht nieuwe communicatiewegen te zoeken die wél bijdragen aan het verkleinen van de kloof. Het project BGood was geboren. Eerst zijn 25 mensen geïnterviewd. Bewust geen vertegenwoordigers vanuit de veehouderij maar mensen uit onder meer media, wetenschap, religie, bedrijfsleven en openbaar bestuur die ook een boodschap willen overbrengen op de maatschappij. Hoe doen zij dat en hoe kijken zij aan tegen het imago en de identiteit van de veehouderij? Van de interviews is het inspirerende boekje "Over de kloof" gemaakt met uitspraken als: 'Een doorsnee burger bereik je alleen met amusement en beleving, met echte verhalen van echte mensen.' 'Vergeet niet het ethische dilemma. Je blijft met het vraagstuk van het doden van levende organismen zitten.' 'Praat over voedsel, niet over veehouderij. Dan komt iedereen naar je toe.' Uit dit soort uitspraken haalde BGood bouwstenen om contact te leggen en de kloof te verkleinen. Hierna werd het tijd meer mensen van binnen en buiten de veehouderij te betrekken. Dat gebeurde tijdens de werkconferentie op 11 april. Het boekje Over de kloof is aan te vragen bij Daniël de Jong, [info@bgood.nl](mailto:info@bgood.nl) en te downloaden van de website [www.bgood.nl](http://www.bgood.nl) > informatie > interviews.



melkveehouder Henry Steverink zich. Steverink legt zijn kloof voor. 'Als gangbare boer moet er meer te doen zijn dan melk produceren voor de fabriek. Er moet meerwaarde te halen zijn uit een streekproduct. Ik zoek contact met de consument, wil horen wat hij wil en dát produceren. Ik dacht zo: dat ga ik hier horen.' Ruth van der Beek van My Eyes: 'We zijn allemaal zelf die consument. Ga dus uit van je eigen inspiratie.'

### >> Idee spiegelen

Beetje bij beetje spint Steverink zijn idee verder uit en spiegelt het aan zijn tafelgenoten. 'Ik wil geen boerderijwinkel maar denk groter, in verband met efficiëntie. Beleving van streekmelk aan de supermarkt.' Een van de reacties: 'Je moet de melk dan wel persoonlijker maken. Als consument wil je wat extra's krijgen. Wat is dat dan?' 'Een streek-eigen landschap', aldus Steverink. Enkelen knikken instemmend. Culinair journalist Tom de Smet vindt het niks. Producten moeten zich onderscheiden in smaak. Smaakt jou melk beter? Nee, reageert de melkveehouder, die ook niet van plan is zuivelranken, toetjes of kaas te gaan maken. Een andere tafelgenoot ziet niet wat Steverink wil: 'Met één bedrijf duizend consumenten persoonlijk bereiken? Dat is tegenstrijdig.' Weer een ander moedigt de melkveehouder aan: 'Je moet gewoon ergens beginnen waar je tevreden over bent. Laat niet je idee door allerlei bureaus onderzoeken, dan blijft er niks van over.' De tafelvoorzitter maakt het onderwerp concreet: 'Wat is er tussen nu en een jaar nodig om Henry zijn eigen melk in de regionale markt te

zetten?' Suggesties volgen. Dan lanceert My Eyes een marketingconcept. Noem het Melk van Henry, met op het melkpak je eigen smoel. Drie mensen zeggen toe na vandaag met de melkveehouder verder te denken. Steverink is door alle opmerkingen in zijn idee gesterkt. 'Ik krijg de indruk dat ik me er in moet vast bijten.' Het gesprek aan deze thematafel heeft zijn doel bereikt. Het begin van een nieuwe producent-consumentrelatie is gelegd.

### >> BGood gaat door

Op 10 mei zijn de deelnemers die zich aan het initiatief van Steverink hebben gecommitteerd bijeengeeweest. Een vervolgbijeenkomst staat gepland om het concept streekmelk verder uit te werken. Steverink is daarnaast in gesprek met enkele veehouders in zijn omgeving om gezamenlijk streekmelk te gaan produceren. Ook aan andere thematafels zijn initiatieven ontstaan, waaronder een nieuw programmaformat voor de KRO en uitwerking van het concept natuurboer van boer Nico Verduin met De Smakelaar, die bewust en gezond eten bevordert door op te treden als "makelaar" tussen de instellingen, bedrijven en andere betrokkenen. Foodlog, een dagelijks blogazine met achtergronden over eten en drinken, is bij de ondernemers achter de Volwaardkip gaan kijken en heeft zijn beeld hierover aangepast (zie [www.foodlog.nl](http://www.foodlog.nl)). Het zijn maar enkele voorbeelden. De uitwisseling van voortgang, acties en netwerken worden via de website [www.bgood.nl](http://www.bgood.nl) gestimuleerd. BGood gaat door.