



**'Zie het niet als een verplichting, anders hou je het niet vol'**

# Social media: meer dan alleen maar leuk?

Social media zijn steeds nadrukkelijker aanwezig in de maatschappij. Steeds meer bedrijven twitteren, hebben een Facebook-pagina of zitten op LinkedIn. Is social media alleen maar leuk, of is er ook meerwaarde uit te halen? Wat doet de akkerbouw ermee?

## 'Twitter is nuttig en leuk'

Akkerbouwer Harry Schreuder uit Swifterbant twittert nu twee jaar. „Ik ben ermee gestart omdat ik wilde laten zien wat ik aan het doen ben, en omdat ik het leuk vind. Zie het maar als een hobby.”

Harry twittert vooral over zijn akkerbouwbedrijf. Om collega-akkerbouwers te bereiken en om zich door de burger te laten vinden. Of dat laatste veel effect heeft, is hem onbekend. „Ik heb zo'n 540 volgers en ik krijg wel eens berichten terug van burgers, maar eigenlijk vaker van collega's.”

Voor Schreuder heeft Twitter zeker een meerwaarde. „Je kunt snel communiceren, krijgt tips en ideeën van collega's uit het hele land. Ik heb wel eens een vraag over suikerbieten getwitterd. Kreeg ik direct antwoord van het IRS. Bellen had op dat moment niet sneller gekund, want dan had ik eerst het telefoonnummer op moeten zoeken.”

Zo heeft Harry ook wel eens 's avonds met pech gestaan aan een oogstmachine. Via Twitter kreeg hij zeer snel een tip hoe dit euvel op te lossen. Zo kon hij de volgende ochtend meteen door met oogsten, zonder tijdverlies. „Heb ik

een beestje in een gewas, of schade, dan zet ik een foto op Twitter. Bijna direct krijg ik een reactie met wat voor beestje het is of welke schade het kan zijn. Dat is handig, maar daarnaast vind ik het gewoon leuk. Bijvoorbeeld met extreme weersomstandigheden. Als je een flinke bui meldt met het aantal millimeters erbij, krijg je uit alle delen van het land wel een bericht hoeveel regen daar gevallen is. Of als je aan het beregenen bent. Anderen laten weten dat ook al te doen of juist nog niet omdat het bij hun niet nodig is. Dat is gewoon mooi.”



## Facebook

Facebook bestaat sinds 2004 en sinds mei 2008 ook in Nederland. Facebook telt wereldwijd meer dan een half miljard gebruikers met een eigen profiel. Facebook wordt vooral gebruikt om privé-zaken te delen en contacten met vrienden te onderhouden, maar ook zakelijk gebruik is zeker mogelijk. Als agrarisch bedrijf kun je op Facebook goed profileren: je klanten, de consumenten, zitten per slot van rekening op datzelfde Facebook. Laat zien waar je mee bezig bent, plaats er foto's bij en het beeld is compleet.



## LinkedIn

De zakelijke netwerksite LinkedIn is actief sinds 2003 en telt wereldwijd meer dan 150 miljoen geregistreerden. Een profiel op LinkedIn fungeert als een digitaal visitekaartje. Het is dé plek om zakelijke contacten te onderhouden en uit te breiden. Binnen LinkedIn wordt gebruik gemaakt van elkaars netwerk. Zo kun je bijvoorbeeld meer te weten komen over potentiële afnemers, en wie je binnen dat bedrijf moet benaderen om zaken mee te doen. Er zijn ook vakgroepen waarbij je je kunt aansluiten om bijvoorbeeld kennis uit te wisselen of vacatures kenbaar te maken.



## Twitter

Twitter is een internetdienst waarbij gebruikers korte berichtjes van maximaal 140 tekens de wereld in kunnen sturen. Eind 2011 waren er ruim 1 miljoen Nederlanders op Twitter actief en dit aantal groeit nog steeds. Iedere Twitteraar kan op elk moment van de dag laten weten waar hij of zij mee bezig is; volgers kunnen reageren en/of het bericht doorsturen (retweeten). Het medium wordt ook steeds meer ingezet door bedrijven om naamsbekendheid te verkrijgen.

Vroeger waren er enkel de krant, radio en televisie om het verhaal te doen. Het ging dan voornamelijk om het zenden. „De nieuwe manier van communiceren via social media is tweezijdig. We zenden én ontvangen. Er is veel meer interactie”, zegt Richard Gort. Deze student bedrijfskunde is mede-eigenaar van The Network Investors en geldt als een autoriteit op dit gebied. Gort noemt social media heel belangrijk. Het is een nieuwe, snelle manier van communiceren waarbij iedereen zijn eigen verhaal kan doen. „Het heeft ook te maken met de sociale drang van mensen om deel uit te maken van een groep. Op internet zijn overal groepen voor. En wat is er nu mooier voor een aardappelteler uit Groningen om contact te hebben met een teler uit Zeeland en op deze manier informatie uit te wisselen? Als ieder wat inbrengt, sta je sterk. Bij nieuwe technieken, rasinformatie, prijsinformatie. Social media is oneindig.”

### Kansen in de landbouw

Gort ziet enorme kansen voor social media in de landbouw. „Je kunt je afnemers zoeken, een groep oprichten en samen je product verkopen, maar ook de inkoop op deze manier regelen”, somt hij op. „En je kunt enorm goodwill kweken. Deel je verhaal, maak jezelf zichtbaar voor je afnemers en voor de burger, zodat de consument weet wat je aan het doen bent.” Annemarie Gerbrandy, social media adviseur en journaliste, ziet eveneens kansen voor de

landbouw. „Gebruik van social media kost niets, enkel wat van je tijd. Zodra je een account hebt aangemaakt, kun je al aan de slag met het promoten van je bedrijf of je product.”

Het gebruik van social media is volgens Gerbrandy echter nog niet zo ingeburgerd in de agrarische sector. „Dat is eigenlijk wel jammer. Want er is veel meer uit te halen, met name richting de burger. De kloof tussen de stad en het platteland is nog steeds best

groot. Via Facebook of Twitter kun je die verkleinen. Social media is ook een marketing tool. Vooral voor ondernemers met een neventak zoals een boerderijwinkel kan dit heel belangrijk zijn. Zet maar een foto van die lekkere aardappel op Twitter en de consument weet waar hij die moet halen.” Het gebruik van social media moet echter wel bij je passen, zegt de adviseur. „Je moet het leuk vinden om te doen; zie het niet als een verplichting. Anders houd je het niet vol.” ■

## ‘Berichtjes moeten iets toevoegen’

Hanneke de Baar-Aarden runt samen met haar man een akkerbouw- en legkippenbedrijf in Den Bommel. Sinds half december is ze aan het twitteren geslagen om de consument te laten zien waar ze mee bezig zijn. „We hebben op dit moment 212 volgers en daar zit van alles tussen. Uiteraard veel collega's, maar ook mensen uit de politiek, uit de horeca, de VVV, journalisten, van alles wat. Door burgers worden we helaas nog wat minder gevolgd.” Hanneke heeft al 475 berichtjes geplaatst over heel

diverse zaken. „Laatst had mijn man kieviten gered tijdens het spuiten. Dat zet ik dan op Twitter en daar krijg je reacties op. Zo heb ik ook een berichtje geplaatst over hoe mooi het was tijdens de bloei van de tulpen hier in de streek. De VVV heeft dit toen geretweet, doorgezet zodat hun volgers dit berichtje ook weer konden lezen. Dat zijn leuke dingen.” Daarnaast twittert ze ook wel over privé-zaken, „maar deze berichtjes moeten wel wat toevoegen.” Via Twitter heeft Hanneke nieuwe contacten opge-

daan met collega's. „Heb je een vraag en zet je die op Twitter, dan heb je heel snel reactie, hoe je het zo handig mogelijk kunt oplossen. Dat is leuk en nuttig.” Twitteren kost helemaal niet zoveel tijd, vindt ze. „Ik kijk elke dag en ik plaats dagelijks wel een paar berichtjes. Je moet het gewoon durven en jezelf een beetje bloot durven geven. Dan krijg je reacties terug, en daar doe je het toch voor. Het is geen werk, ik zie het echt als ontspanning.”