



Kees van Beek: 'De boer zit dicht bij de beleving. Hij kan de consument warm maken voor biologische landbouw.'

'Biologische boeren moeten zelf reclame'

Hoe krijg je de consument zover dat hij zich vierkant achter biologisch schaart? Dat is de vraag waar Kees van Beek en Uli Schnier mee zitten. De een als teler, de ander als voorzitter van de Task Force marktontwikkeling biologische landbouw. De Task Force richt zich tot nu toe vooral op de supermarkt. Tot ongenoegen van Van Beek die een grotere rol wil voor de boer.

Radeloos worden de biologische telers er van. De afzet van de producten wil maar niet vlotten. Het is het gevoel of je tegen windmolens aan het vechten bent, vinden telers van het praktijknetwerk BIOM. Te veel producten moeten in het gangbare circuit worden afgezet. Voor Kees van Beek, vollegrondsgroenteteler in Zevenbergen, is de maat vol. Het wordt tijd dat de boer zelf mee gaat doen met de promotiecampagne van de Task Force, vindt hij. In december 2003 bracht hij zijn standpunt naar voren tijdens een bijeenkomst van BIOM, het praktijknetwerk van biologische akkerbouw- en vollegrondsgroentebedrijven. Na overleg met zijn collega-boeren gaat hij in gesprek met Uli Schnier, voorzitter van de Task Force.

>> Van Beek: 'Bij de promotiekreet van de Task Force 'Biologisch eigenlijk heel logisch' gaat het te veel om de logica, terwijl je de consument juist aan moet spreken op zijn gevoel. Het gaat bij biologisch om een stuk levenswijze. Je moet de consument laten zien waar het verschil tussen biologisch en gang-

baar zit. En dat is bij de producent, niet bij de retailers. De Task Force maakt dat onvoldoende duidelijk en betreft de boeren te weinig in de campagnes. Ze richt zich te eenzijdig op de supermarkten als uitdrager van het biologisch product.'

>> Schnier: 'Ja, ik herken wat je zegt. Maar uitleggen hoe de productiewijze werkt is óók ratio, en met alleen een inhoudelijk verhaal bereik je ook maar een klein deel van de consumenten. Consumenten kopen voor meer dan 50% intuïtief. De consument is zo ver verwijderd van de productiekant. Die vindt het vreselijk dat een dier dood gemaakt moet worden. Die snapt niet hoe dat vlees op het bordje in de supermarkt komt, of hij schuift het van zich af. Wat dat betreft heb je het met groente makkelijker.'

>> Van Beek: 'Voor groente is het juist moeilijker. Bij varkens kan je nog een plaatje geven van dieren die leuk in het stro rondrennen. Groenten kun je niet knuffelen en je kunt niet in een plaatje het verschil zichtbaar maken met gangbaar.'

>> Schnier: 'We hebben bij de demonstratiestands in de supermarkt gemerkt dat plaatjes met rondartelende varkens niet werken. Consumenten zeggen, laat die varkens maar weg en toon alleen dat lapje vlees op het bord.'

Schnier verwijst naar de reclamecampagne van de Task Force waarbij vier keer per jaar twee weken lang een tv-spot te zien is. Een demonstratrice, Els, staat achter een stand in een winkel. Een bewakingsman neemt stiekem een lik van iets wat in de stand staat. Els trekt er een grappig gezicht bij. 'Biologisch is kennelijk onweerstaanbaar. Da's reclame, dus misschien een tikje overdreven. Maar reclame werkt. Er wordt wel eens geopperd om een boer te nemen in plaats van Els. Maar er zijn weinig boeren die dat kunnen.'

Van Beek: 'Je steekt het te commercieel in. Waar het mij om gaat is dat bij de boer de beleving zit. Hij kan de consument warm maken voor de biologische landbouw, zodat het gaat leven. En hij kan zich wel afzetten tegen de gangbare landbouw.'



Uli Schnier: 'De boodschap die de biologische boeren willen brengen, kunnen wij zelf niet uitdragen. Wel kunnen we aanjagen, initiatieven helpen en versterken.'

me maken'

>> **Schnier:** 'Ja, maar in zijn rol als boer. Niet in de supermarkt.'

>> **Van Beek:** 'Nee, niet in de supermarkt en zeker niet als karikatuur. Maar wel op school of in een lezing. Ik heb laatst gesproken op de herensociëteit. Om half twaalf waren we nog niet klaar.'

>> **Schnier:** 'Wij willen bijvoorbeeld consumenten in de supermarkt graag verwijzen naar boeren in de buurt waar ze in het weekend naar toe kunnen. Er is niets mis mee als de boer een grotere rol gaat spelen in de campagne. Intensievere ondersteuning van de boeren in dat soort zaken zie ik wel zitten. Elk argument telt. Zij brengen een stukje kennis over. En kunnen dingen zeggen die wij als Task Force niet kunnen zeggen. Wij zetten ons niet af tegen gangbaar. Een boer kan veel scherper zijn. Die kan wél zeggen hoeveel gif er op de prei van zijn buurman gaat; wij niet. Of hoeveel gezonder biologische melk is omdat er veel meer gezonde vetzuren in zitten. Maar je moet wel oppassen dat je buurman zich niet tegen je keert.'

>> **Van Beek:** (grinnikend) 'Die kijken toch met argusogen naar onze productiewijze. En denk eens aan de vele natuur- en milieugerichte maatschappelijke organisaties. Daar moeten we beter bij aansluiten, die hebben veel leden.'

>> **Schnier:** 'Vier miljoen.'

>> **Van Beek:** 'Dat getal staat. Ik heb het gevoel dat zij hun beleving afkopen door eenmaal per jaar hun portemonnee te trekken. Kennelijk lukt het die organisaties om de mensen tussen de oren te raken. Wat kunnen wij daar mee?'

>> **Schnier:** 'We zijn net gestart met de actie 'Nederland gaat biologisch' waarbij de maatschappelijke organisaties ieder op hun eigen manier hun eigen achterban aan gaan spreken. Dat is een sensationele verandering ten opzichte van twee jaar geleden. Toen waren ze vooral kritisch anti-gangbaar, nu ook constructief pro-bio.'

Daarmee blijft de rol van de boer in de campagne nog buiten schot. Waarom doet de Task Force daar niet meer mee?'

>> **Schnier:** 'De boodschap die de boeren willen brengen, kunnen wij niet zelf uitdragen. Wel kunnen we aanjagen, initiatieven helpen en versterken en onze ervaring en netwerken in brengen.'

>> **Van Beek:** 'Dan gaan we dus om de tafel om er verder over door te praten.'

>> **Schnier:** 'Het gaat nu eerst om een praktische uitwerking vanuit de producenten. Daarbij heb je een initiator nodig, dat kan BIOM zijn. Breng in kaart waar boeren zelf kunnen optreden en waar ze hun mooie bedrijf kunnen laten zien. Kom met ideeën en test dat bij ons. Zo kunnen we samen nieuwe concepten ontwikkelen om de consument te bereiken.'

>> **Van Beek:** 'Dat gaan we doen.'

>> **Schnier:** 'Bedenk wel, er is een toenemende zorg voor lichaam en omgeving. Dat is een kans voor de biologische landbouw. Maar ze moet wel nu aan de gang wil ze die kans benutten.'