



Frisse yoghurt voor festivalganger

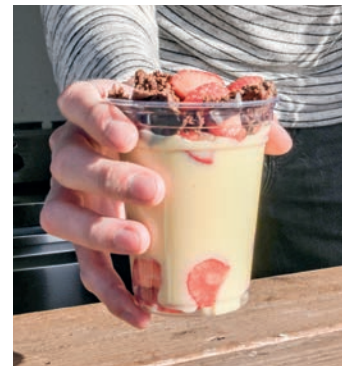
Met hun foodtruck De Melkbus voorzien boerenzonen Wout Leerink en Robert Geessink menig verhitte festivalganger van een ijskoude smoothie of een frisse beker yoghurt, van melk van de eigen koeien.

TEKST JORIEKE VAN CAPPELLEN



Boerenzonen/ondernemers **Robert Geessink en Wout Leerink**

Robert Geessink (26) en Wout Leerink (26) hebben aan foodtruck De Melkbus een fulltime job. De melk voor de zuivelsmoothies, diverse yoghurtsoorten en vla's komt van beide familiebedrijven in Eibergen. In de foodhal in Enschede hebben de ondernemers ook een vaste plek, met naast de foodtruckproducten ook wentelteefjes, poffertjes, kaasplanken en ijs.



Robert start de melk witte Mercedes, rijdt hem op aanwijzingen van de fotograaf de wei in en zet hem op de handrem. Het grote zijluik gaat open, Wout deponert als decoratie een aantal oude melkbussen voor de bus, een houtpallet als opstapje, een paar weckpotten en een plant. 'O en onze award natuurlijk', zegt Wout en hij haast zich om hem erbij te zetten. Het aankleden van de wagen is inmiddels routine geworden voor de twee vrienden, die ook buurjongens van elkaar zijn. Vanaf het begin bleek foodtruck De Melkbus een succes en de jonge ondernemers uit Eibergen mogen inmiddels festivals als Pinkpop, Best Kept Secret en Tuckerville op hun cv schrijven. Als kers op de taart sleepte het duo deze zomer ook de 24Kitchen Foodtruck Award in de wacht. Dorpsgenoot Marieke Altena is fan van de jonge ondernemers. Als het even kan, zoekt Marieke, zelf werkzaam als modestylist, De Melkbus op als deze op een evenement of markt in de buurt staat. De drie kennen elkaar door de jaarlijkse grote streekmarkt in Eibergen. 'Dit concept is van zichzelf al heel leuk, en persoonlijk vind ik de producten ook echt lekker. Je proeft dat ze echt vers zijn. Meestal ga ik voor de yoghurt met aardbei en witte chocola. En ijs met honing hadden jullie toch ook?' Wout knikt: 'Ook honing van hier uit de buurt. We gaan best ver in het gebruiken van alleen streekproducten, maar het past in ons verhaal.'

Geen ot-en-sienverhaal

Het idee van de foodtruck was bepaald niet bedoeld als studentenbijbaan. Vanaf het eerste begin, drie jaar geleden, waren de jongens bloedserieus. 'We hebben direct een logo en huisstijl laten ontwerpen. Want we hadden het gevoel dat we met zuivelproducten echt een nieuw concept in handen hadden', vertelt Wout. 'Goed aangepakt', vindt Marieke, en dan komt de stylist in haar naar boven. 'De foodtruck vind ik wel erg wit', meent ze. 'Misschien nog iets meer aankleden? Of nee, het moet ook niet zo'n ot-en-sienuitstraling krijgen.'

Wout en Robert zijn het met haar eens. Robert vult aan: 'We willen helemaal niet het romantische verhaal vertellen van het boerenleven. Wij willen óns verhaal vertellen. Op onze familiebedrijven werken we hard en zorgen we goed voor de koeien. Dat verhaal maken we niet mooier of lelijker.' Wout: 'We zijn ook niet biologisch. Die vraag krijgen we wel eens op festivals, zijn jullie ook biologisch? En als je dan uitlegt waarom niet, begrijpen mensen het en vinden ze dat prima.'

Voor Marieke is al of niet biologische melk helemaal geen punt. 'Ik kom hier uit de streek en ik zie zelf ook dat elke boer het hier goed voorheeft met zijn koeien. Wat ik wel echt belangrijk vind, is of de koeien de wei in mogen. Dat gebeurt bij jullie koeien toch ook?' 'Zeker', zeggen Wout en Robert. Wout



vult aan: 'Deze vraag krijgen we vaak. Maar per regio waar we staan, verschilt het enorm welke vragen je van je klanten krijgt. Het contact is op een festival natuurlijk vaak heel vluchtig. Wat mij opvalt, is dat mensen hier in het oosten doorgaans niet zoveel vragen. Je zou denken dat mensen in het westen, vooral stadsmensen, erg bevooroordeeld zijn, maar onze ervaring is dat juist zij heel erg openstaan voor je verhaal. Ze luisteren dan echt naar je terwijl ze hun yoghurt eten. Dat heeft ons wel verrast, in positieve zin.' Marieke: 'Misschien zijn we hier op het platteland soms wel gekleurder in onze mening dan de mensen in de stad.'

Bus vol koelkasten

Maken de jongens de zuivelproducten zelf? Wout lacht, haast verontschuldigend. 'Nee, zelf staan we niet in de keuken. Het maken van de producten hebben we uitbesteed aan een zuivelboerderij vlak bij ons in de buurt. Daaraan leveren we melk van onze eigen bedrijven. Vanuit De Melkbus verkopen we de producten kant-en-klaar aan festivalgangers.' Dat scheelt op een druk festival enorm veel werk. 'En we kunnen alle ruimte in de bus gebruiken voor koeling. Bijna alles is hier koelkast.' Marieke mag voor de gelegenheid De Melkbus nog van binnen bekijken. 'Het is eigenlijk heel basic allemaal.' Robert: 'Ja, er komt nog een mooie foto van onze koeien op de achterwand.' Marieke knikt goedkeurend. 'Ja dat maakt het af. Zeg, zoeken jullie nog medewerkers? Dan kom ik solliciteren.'



Consument Marieke Altena

Vanaf het eerste uur is Marieke Altena (52) 'fan' van De Melkbus. In het dagelijks leven is Marieke modestylist en eventplanner en was ze jarenlang eigenaresse van een dameskledingzaak. Als het even kan, bezoekt Marieke De Melkbus op een regionaal evenement of markt. 'Als ondernemer vind ik het prachtig dat Wout en Robert van streekproducten zo'n succes weten te maken.'

