

[innovatieagroennatuur.nl](http://www.innovatieagroennatuur.nl)

Innovatie Agro & Natuur | Klein is het nieuwe groot voor de boer

5-6 minutes

Wat drijft mensen om hun eten rechtstreeks bij de boer te gaan kopen? Of, sterker nog, voor dit doel een collectief te starten? In een korte serie onderzoekt Sandra van Kampen (adjunct-directeur bij [Urgenda](#)) deze zomer dit fenomeen. Zij probeert er achter te komen wat maakt dat boer en consument elkaar vertrouwen.



Dinsdag 8 juli was voor mij een avond met een gouden randje. Weliswaar plensde het de hele dag van de regen, maar toen ik naar huis reed leek het alsof de zon scheen over de Zuid-Hollandse velden.

[Homepage](#) Ik was door [Zorgboerderij De](#)

[Reageer](#)

[Mail deze pagina](#)

[Printversie](#)

[Buytenhof](#) in Rhoon, die haar tienjarig bestaan vierde, uitgenodigd een lezing te geven. Op zich niks bijzonders, behalve dat Rhoon net onder de rook van Rotterdam ligt. En het gebiedje '[Het Buitenland van Rhoon](#)', in totaal 600 hectare groot, is in het verleden aangewezen om te dienen als overloop voor recreanten uit de stad. Die moesten zich kunnen laven aan de natuur. Een paar obstakels zagen de ijverige ambtenaren die dit bedachten echter over het hoofd. Ten eerste heeft dit gebied helemaal niet zo veel fraaie natuur. Ten tweede woont er al generaties lang een aantal agrariërs die graan, bieten en aardappels telen. Zij voelden al deze tekentafelscenario's als een aanval op hun bestaan.

Tien jaar, vele rapporten, commissies en geruzie later, moet oud-minister Cees Veerman eraan te pas komen om een nieuwe visie voor het gebied te schrijven waar niet iedereen van op zijn achterste benen gaat staan. Dat de landbouw een beetje met zijn tijd mee moet, daar zal inmiddels niemand meer van opkijken. En dat in de tussenliggende tien jaren consumenten een heel stuk mondiger zijn geworden en zich zijn gaan interesseren voor hun voedsel, is ook een feit. Kansen volop dus, zou je denken, voor Rhoonse boeren om de Rotterdamse consument van vers voedsel te gaan voorzien. Wellicht levert een nieuwe agrarische productie ook nog eens interessante boerennatuur op. De Buytenhof loopt in ieder geval al jaren voorop om te laten zien dat het ook anders kan.

Toch stap ik die avond enigszins nerveus de Theeschenkerij binnen. Wat heb ik te melden na zoveel jaren van procedurele

missers en onzekerheid? Gaat mijn verhaal met als titel 'Klein is het nieuwe groot' deze mensen positief aan het denken zetten? Zes boeren uit de omgeving en een stuk of 25 geïnteresseerde consumenten kijken mij verwachtingsvol maar licht achterdochtig aan, terwijl ik vertel over een nieuwe economie die overal aan het ontstaan is, die veel meer gebaseerd is op vertrouwen, delen, netwerken en balans en niet meer op winstbejag, uitbuiting of controle. En dat op allerlei plekken in Nederland de voedselcollectieven, de coöperatieve markten, boerencoöperaties en zelfs winkels als paddenstoelen uit de grond schieten. Dat dat misschien nog geen reden is om je volledige bedrijfsvoering om te gooien, maar dat je voorzichtig met 5 of 10% van je areaal zou kunnen gaan experimenteren om lekkere, onderscheidende producten te gaan maken direct voor de consument die je kent in plaats van voor een anonieme veiling of supermarktbaas. Daarbij vertel ik dat ik Urgenda deze beweging aan alle kanten probeer te steunen. Langzaam beginnen de boeren wat te ontspannen, als ze merken dat ik snap waar ze staan. Als ik ze in de discussie die volgt uitnodig om te vertellen dat de supermarkt een enorme monopoliepositie heeft opgebouwd en zij niets meer in de melk te brokkelen hebben. Als er wordt geluisterd wanneer zij uitleggen waarom ze niet biologisch telen. Als consumenten aan de andere kant van de zaal opstaan en bijna emotioneel betogen dat zij voedsel heel erg belangrijk vinden, maar er langzamerhand niets meer van snappen en al helemaal niets meer vertrouwen. Dat zij graag willen weten

waarom de boer het doet zoals hij het doet. Dat ze ook willen dat hij een eerlijk inkomen verdient aan het maken van hun eten en het vreselijk vinden als hij zich uitgebuit voelt.

Hier, op deze druilerige avond in de zomer van 2014, ontstond iets wezenlijks. Iets wat je het begin van een nieuw vertrouwen tussen boer en consument zou kunnen noemen. Iets dat niets te maken heeft met marketing of gladde praatjes, maar alles met elkaar in de ogen kunnen kijken en vertellen waarom je doet wat je doet. Het wordt mij in één klap duidelijk dat direct contact een wezenlijk onderdeel van zo'n nieuw voedselvertrouwen is.

In de auto terug naar Culemborg geniet ik na. Wat in Rhoon kan, zouden we toch op een heleboel plaatsen in Nederland kunnen organiseren?

Deze blog is eerder gepubliceerd op de site hetkanWel.nl.