



“We hebben een stal gezet voor 150 koeien, maar we hebben er maar 40. In een rommelhoekje maakten we een vergaderzaal, we organiseren kinderfeestjes en rondleidingen en hebben een hoefwinkel. Er komen dus veel mensen bij ons over de vloer. Dat geeft mij de kans om met hen te praten en te vertellen over onze sector. Het heeft ook wel wat andere gevolgen. Zo strooien wij overmatig. We gebruiken een pak meer stro dan een andere boer, omdat dat er beter uitziet voor het publiek. Boeren en politici zijn hier welkom. We doen ons best om de pers over de vloer te krijgen, door geregeld evenementen te organiseren. Wij zetten onszelf bewust in de kijker. Met 40 koeien je boterham verdienen blijft wel een uitdaging hoor. Daarom gaan we op zoek naar samenwerkingen met mensen die de grond hebben waaraan het ons ontbreekt en we doen aan natuurbeheer.”

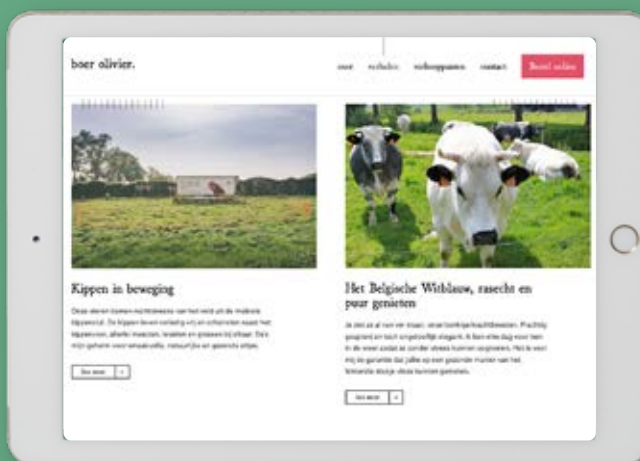
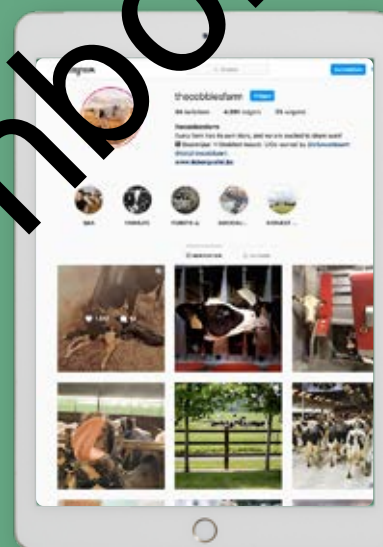
Kris Geurts herkent het verhaal. Hij startte met de Farm Beef Boutique: een winkel waar je terecht kan voor hoevevlees en eigen gemaakte charcuterie. “Het zelf uitbenen en de eigen charcuterie maken kost veel tijd, maar daar kies je zelf voor. Ik heb een slagerijopleiding gevolgd en heb mijn hulp gekregen van een slager. Wij kiezen bewust voor een kleine toeren alles wat daar in ligt, dus ook we zelf – met uitzondering van kaas en salami (want die moet lang drogen en daar is op het kleine bedrijf geen plaats voor). Door een raam kunnen de klanten ook binnenkomen in de slagerij. De dieren staan dicht bij de hoefwinkel en onze klanten mogen ernaar gaan kijken. Mensen zien dat graag en ze vertellen het door. Wij hebben nauwelijks reclame gemaakt, maar ons cliënteel is sinds de opening van de zaak enorm hard gegroeid. We verkopen nu ongeveer één beest per week. Dat zouden er meer kunnen zijn, als we naar ruimere openingsuren gaan.” ■

ZIJ DOEN HET AL

Enkele bedrijven die we kennen van het tv-programma *Boerenjaar* zijn al actief op sociale media, waar ze hun vlees en producten op een positieve manier in de kijker zetten.

The Cobbies farm

De familie Cobbaert heeft een melkveebedrijf en een B&B. Voor die laatste runnen ze een commerciële website en een Facebookpagina. Communiceren over het bedrijf zelf doen ze via Instagram, dat is opgestart Instagram account: @thecobbiesfarm. Via deze leuke laagdrempelige communicatie geeft de familie een positieve inkijk in hun stal en op zijn erf.



Boer Olivier

Olivier Mehuis is sinds het programma *Boerenjaar* op VIER beter bekend als Boer Olivier. De hippe jonge boer, die via Facebook en Instagram geïnteresseerden op de hoogte houdt van het reilen en zeilen op zijn gemengd bedrijf. Op www.boerolivier.be heeft hij een onderdeel 'verhalen' waarbij hij met de technieken van *storytelling* vertelt over de dieren en de taken op zijn landbouwbedrijf. Hij speelt daarbij niet in op de ratio, maar wel op het buikgevoel van de lezers.

Copyright Boerenbond