

naam **Geertjan Kloosterboer (42)**

gezin **Nathalie (41), Finn (13), Mats (11) en Kay (9)**

bedrijf **125 koeien met bijbehorend jongvee**

opleiding **middelbare landbouwschool, bedrijfskunde aan Van Hall Larenstein**

carrière **1998 in maatschap en functies bij onder meer GEA en DeLaval, 2014**

**volledig op melkveebedrijf, 2018 mede-oprichter Team Agro NL**

# Twitterboer zet in op goed gesprek

Het is hoog tijd voor een goed gesprek tussen boeren en niet-boeren, vindt melkveehouder en fanatiek twitteraar Geertjan Kloosterboer. Communiceren over wat je als veehouder doet, is volgens hem een constante verantwoordelijkheid.

TEKST GRIETJE DE VRIES

‘**N**og even de laatste ligboxen instrooien’, geeft Geertjan Kloosterboer te kennen, voordat hij de overall uittrekt en met het gesprek kan beginnen. Het zijn drukke dagen voor Kloosterboer, vertelt hij aan de telefoon voorafgaand aan het interview. Eind augustus organiseerde hij met Twitterconnectie en medeoprichter van Food Hub Joris Lohman een ‘goed gesprek’.

Wat begon als gesprek tussen hen tweeën liep uit op een spontaan evenement. Het doel: gewoon eens rustig met elkaar praten en naar elkaar luisteren, zonder daarbij in een verhitte discussie te raken. ‘Ik kan altijd goed met Joris praten, maar een tijd geleden deelde hij een artikel op Twitter dat bij mij verkeerd viel. Ik belde hem op om er wat van te zeggen en al pratende beseften we dat dit niet is hoe we met elkaar om moeten gaan. Als zelfs wij elkaar in de haren beginnen te vliegen, wordt het tijd om eens een goed gesprek voeren’, vertelt Kloosterboer, terwijl hij met zijn telefoon en een powerbank in de hand de stal met volledig roodbonte veestapel verruilt voor de keukentafel.

## Binnen een dag een volle zaal

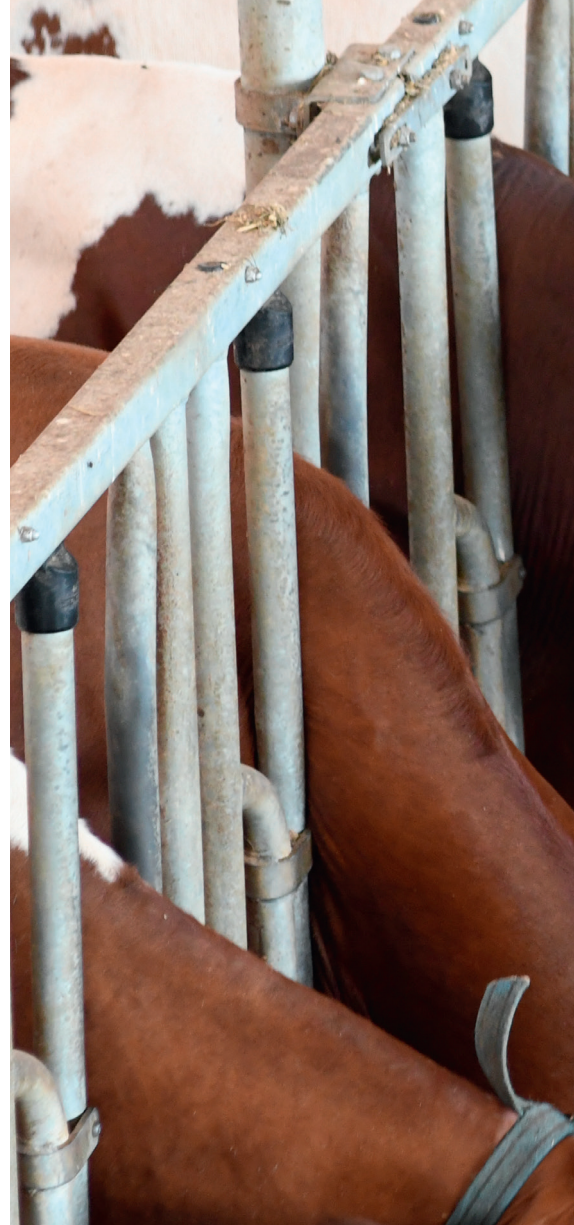
Het goede gesprek dat hij en Lohman organiseerden, begon ook als een soort keukentafelgesprek, maar liep op een positieve manier uit de hand. In plaats van een gesprek tussen de twee, werd het een gesprek onder leiding van Radio 1-presentator Hans van der Steeg met in totaal honderd mensen in een

zaaltje in Wageningen. ‘Nadat we ons idee hadden gedeeld op Twitter, waren er op dezelfde dag al tachtig aanmeldingen binnen’, vertelt Kloosterboer, om maar aan te geven dat zij twee niet de enigen zijn met de behoefte aan een goed gesprek. ‘Het mooiste was dat iedereen betrokken was in het gesprek, zoals ook onze bedoeling was. Het ging alle kanten op, maar het werd geen manifestatie’, aldus de melkveehouder. ‘Wat ons betreft een succes en een vervolg waard.’

## Discussiëren in 280 tekens

Het goede gesprek kwam voort uit communicatie op Twitter, iets waar Kloosterboer dagelijks tijd voor maakt. De telefoon houdt hij niet voor niets op zak in de overall. Dagelijks komt er wel een plaatje voorbij van een pasgeboren kalf of een mooie zonsopkomst. Af en toe gebruikt hij het medium om een klein filmpje te delen, waarin hij iets uitlegt of een mening deelt.

In de afgelopen acht jaar heeft hij bijna 20.000 tweets verstuurd en een volgerschaar van 8400 mensen opgebouwd. ‘Twitter is voor mij echt een uitlaatklep. Maar het kan ook negatief worden. In discussie gaan heeft niet altijd zin en het is lastig om een kritisch en genuanceerd gesprek te voeren op Twitter. Als je alles in die 280 tekentjes kwijt moet, raak je gefrustreerd.’ Dat leidt er soms toe dat de twitterende boer mensen uitnodigt op zijn erf. Om te laten zien hoe dingen werken op een melkveebedrijf en om daar vervolgens een goed







## ‘De emotie zit soms zo hoog **dat de ratio ervan af is**’

gesprek over te voeren. ‘Dat is waarom Twitter voor mij als een uitlaatklep voelt. Als boer ben je niet veel onder de mensen, terwijl ik veel voldoening krijg van communiceren met anderen. Ik heb tien jaar buiten het bedrijf gewerkt en het contact met collega’s heb ik enorm gewaardeerd.’

De variatie aan gasten die Kloosterboer door zijn actieve twitteren over de voergang heeft gehad, gaat van veganisten tot politici, burens en collega-boeren. ‘Van die bezoeken en gesprekken leer je allebei veel, bijvoorbeeld om dingen van de ethische of juist praktische kant te bekijken. Door te luisteren naar de overdenkingen van een ander kijk je soms ook weer eens kritisch naar wat wij als normaal beschouwen.’

### **Den Haag in met laarzen**

De drijfveer om te communiceren komt ook naar voren in het opzetten van boerenacties. ‘Inmiddels gaat het weer over derogatie, maar ook in 2016 werd het spannend of deze verlengd zou worden. Met een groep van acht melkveehouders verzon-

nen we het idee om de #laarzenactie te houden’, geeft Kloosterboer aan. Deze actie bracht video’s voort waarin melkveehouders uitlegden dat een einde aan derogatie ook het einde van hun bedrijf kan betekenen en hun laarzen uittrokken om over te dragen aan toenmalig staatssecretaris Van Dam. ‘Uiteindelijk bereikte de actie het landelijke nieuws en werden we gesponsord door een laarzenfabrikant, waardoor we met een grote lading laarzen richting Den Haag konden. Een politicus, volgens mij was het Dion Graus, heeft de hele dag nog door de Tweede Kamer gelopen op zijn nieuwe laarzen. Met die actie besepte ik dat je met een kleine club en een goed idee echt al landelijk invloed kan hebben.’

### **Pr-team van eigen boerderij**

Gesterkt door dat succes concludeerde Kloosterboer een paar jaar geleden tijdens een gesprek met huidig Kamerlid Caroline van der Plas dat de communicatie vanuit de agrarische sector weinig gebundeld wordt en onderling beter afgestemd kan worden. Hierdoor werd later Team Agro NL opgericht, een koepelorganisatie die de krachten van bestaande communicatie-initiatieven van de sector bundelt. ‘Ik zie het zo: als eigenaar van een bedrijf ben je ook verantwoordelijk voor promotie en communicatie. Elk bedrijf heeft een pr-afdeling, maar een boer heeft dat niet. Die laat de communicatie over aan belangenbehartigers of aan de melkfabriek.’

Maar die vertellen hun eigen verhaal, niet het verhaal van de





‘De media zoeken vaak iemand van kamp voor en kamp tegen. **Maar zo kom je niet verder met elkaar**’

boer, vindt Kloosterboer. ‘De melkfarnemer verkoopt zuivel, als boer moeten we onze manier van werken verkopen aan de samenleving. Op dit moment weet de samenleving niet meer wat er speelt op een bedrijf en ik zie het als onze taak om dat verhaal te communiceren.’

### Onafhankelijk twitteren

Bij het opzetten van Team Agro NL werd hij naar eigen zeggen al snel gebombardeerd tot voorzitter, maar inmiddels is zijn rol afgezwakt tot ambassadeur. ‘Het liefst blijf ik onafhankelijk, dan kan ik af en toe nog uit de school klappen op Twitter.’ Al blijft Kloosterboer vooral positief en vriendelijk in zijn benadering op Twitter. ‘We zijn op een punt aanbeland dat beleefd omgaan met elkaar en accepteren dat iemand een andere mening heeft, bijna bijzonder is. Dat vind ik zelf dan weer bijzonder, want in principe zeggen we allemaal beleefd opgevoed te zijn. We zien het ook terug in het Kamerdebat en in de media. De nuance ontbreekt.’

Zelf wordt hij vaak gevraagd voor een woordje in een krant, radioprogramma of aan tafel in een talkshow, maar daar is hij inmiddels voorzichtig mee geworden. ‘Ik heb mijn eigen mening, maar kan me ook verplaatsen in die van een ander. Ik snap wel dat men graag natuur wil behouden en ik kan ook wel respect opbrengen voor de stelligheid die een veganist in zijn overtuiging heeft. Maar daar zijn de media niet naar op zoek, ze willen iemand van kamp voor en iemand van kamp tegen. In de hoop dat dat een spraakmakend gesprek oplevert en weer nieuwe aandacht trekt. Maar zo kom je niet verder met elkaar’, aldus Kloosterboer.

### Emotie overstemt de ratio

Lukt het dan om met iedereen een goed gesprek te voeren? ‘Nee, zeker niet’, zegt Kloosterboer zonder daar maar een moment over na te hoeven denken. ‘Er zijn genoeg mensen, bijvoorbeeld een politicus als Tjeerd de Groot, bij wie je vooraf kunt uittekenen hoe het gesprek gaat verlopen. Je weet al wat de uitkomst is. Een frustrerend

gesprek, waarvan je achteraf beseft dat je je tijd wel beter had kunnen gebruiken.’ Die gesprekken zijn dus niet de moeite en kun je beter uit de weg gaan, denkt Kloosterboer. Die energie kun je beter steken in een positief verhaal communiceren. ‘Ook wat betreft boerenacties. In het hele verhaal moeten we de samenleving niet uit het oog verliezen. Dat wil niet zeggen dat we alleen maar publieksvriendelijke acties hoeven te houden en gratis zuivel moeten uitdelen, maar nu is het wel erg activistisch geworden.’

De gematigde boer komt volgens hem te weinig aan het woord in de stikstofdiscussie. ‘De zwijgende meerderheid wordt overstemd door een groep activisten, waarbij de emotie zo hoog zit dat de ratio er soms wat vanaf is. Dat is niet helemaal vreemd in deze situatie, maar ik zou het graag anders zien.’

### Allemaal toe aan een goed gesprek

Hoe het nu precies verder moet met de acties weet Kloosterboer niet, maar volgens hem bereiken we een keerpunt. ‘Er is nou eenmaal niet altijd een uitweg en ik vrees dat er in bepaalde gebieden wel wat staat te gebeuren. Ik denk dat we met dat in ons achterhoofd in de wedstrijd moeten gaan staan. Kijken wat op ons afkomt en op welke manier we met elkaar perspectief voor de toekomst kunnen krijgen’, aldus de melkveehouder.

In dit geval vindt hij zichzelf niet de aangewezen persoon om aan tafel te gaan zitten, aangezien hij zelf niet in een gebied boert waar de gevolgen erg merkbaar gaan zijn. ‘De boeren uit de plaatsen waar het stikstofbeleid het meeste pijn gaat doen, die boeren moeten aan tafel. Ik denk dat het best wat effect zou hebben als een paar enthousiaste jonge boeren aan tafel schuiven bij politici’, denkt Kloosterboer hardop. ‘Boeren die gedrevenheid en het belang van toekomstperspectief overbrengen. Die zeggen: op de huidige locatie is er geen toekomst voor mijn bedrijf. Oké. Maar wat kan er wel? Volgens mij is dat een goed gesprek waar we allemaal aan toe zijn en ons hard voor moeten maken.’ |