

Afstand tussen boer en burger belemmert innovatie

Joris Lohman –19/03/13, 18:30



© anp. Graanoogst in Flevoland

OPINIENa decennia van goedkope voedselproductie staan landbouw en voedselindustrie voor nieuwe uitdagingen. Maar doordat boer en burger in twee totaal gescheiden werelden leven, wordt echte verandering tegengehouden. Onnodig, stelt Joris Lohman, voorzitter van [Youth Food Movement](#).

Het zijn niet alleen de schandalen rond paardenvlees, al dan niet biologische eieren of Ikea-gehaktballetjes die voedsel tot een van de meest besproken onderwerpen van dit moment maken. Boerenmarkten, kookprogramma's op televisie, festivals, foodmagazines, urban farming en daktuinieren: food is al tijden hip. Een groeiende groep stadsbewoners - sommigen noemen zichzelf zelfs 'foodies' - koketteert met kookkwaliteiten en koopt alleen nog streekproducten, liefst biologisch, maar in ieder geval van 'een boer die ze kennen'.

Winkelketens als Marqt, met een authentieke uitstraling en een belofte van duurzaamheid, schieten als paddenstoelen uit de grond. Waren niet zo lang geleden tv-chefs nog beroemdheden, tegenwoordig is het cool om een boer te kennen. Van celebrity chef naar celebrity farmer. Maar dan wel een boer die in het ideale plaatje van de stadsbewoner past: een geblokt overhemd, vijf kippen in de tuin, een gebronsd hoofd en een strootje in de linker mondhoek.

Deze overmatige aandacht voor eten gaat aan de 'gewone' Nederlandse boer voorbij. Sommige boeren weten slim gebruik te maken van de ontwikkelingen en vermarkten producten tegenwoordig als lokaal of streekproduct. Duurzaamheid is business geworden: het label biologisch, een extra ster van de Dierenbescherming of een andersoortig logo zorgt voor een onderscheidend product en daarmee extra marge. Maar het gros van de agrarisch ondernemers doet gewoon wat ze altijd al deden: goed en voldoende voedsel produceren. Ze werken dag in dag uit in de stal of op het land, rijden op de trekker en halen hun schouders op voor die stadse drukdoenerij.

"Gemoedelijke streekgebonden productie staat in schril contract met de realiteit waar veel agrarische ondernemers mee te maken hebben. Het zijn twee verschillende werelden. Het is de wereldmarktprijs versus kleinschalige verkoop", schreef journalist Arno de Snoo enige tijd geleden in agrarisch vakblad Nieuwe Oogst. Het is zaak die twee werelden weer met elkaar te verbinden.

Dat de Nederlandse landbouw verandert, is duidelijk. Het is van belang om zowel producenten als consumenten bij dit proces te betrekken. Zo kan de maatschappelijke discussie over 'duurzaamheid' niet zonder de inbreng van boeren, en moet er goed naar de veranderende wensen van de consument worden gekeken. Die wensen raken de boer tenslotte direct in de portemonnee. Er zijn genoeg vragen te beantwoorden. Wat is biologisch? Waarom moet een koe eigenlijk de wei in? Hoe produceren we over tien, twintig jaar in Nederland? Moeten we ons meer op de lokale markt richten, met streek- en ambachtelijke producten, en is de consument bereid daar meer voor te betalen? Heeft het maken van een onderscheidend product nog meer voordelen naast de extra marge?

De boer als producent en de burger als consument leven in totaal gescheiden werelden. Ze kijken naar dezelfde wereld, maar zien een ander plaatje. Termen als dierenwelzijn en duurzaamheid hebben in beide werelden totaal verschillende betekenissen. Boer en burger lezen andere kranten, bezoeken niet dezelfde evenementen en spreken een andere taal. De misverstanden zorgen voor ergernis en onbegrip aan beide kanten (een goed voorbeeld is de discussie over landbouwsubsidies), maar wat veel erger is, de scheiding van werelden houdt verandering en innovatie tegen. Het vreemde is: boer en burger willen best. De boer vindt het juist mooi om uitleg te geven over de dagelijkse praktijk, en de burger is best bereid het romantische plaatje van de bio-boer op te geven.

Dialogo is belangrijk, maar het houdt niet op bij praten. Het is niet voor niks dat er zoveel maatschappelijke aandacht is voor voedsel. Na decennia van goedkope voedselproductie staat de landbouw en voedselindustrie voor nieuwe uitdagingen. De burger begint dat ook te begrijpen en wil graag meepraten. Nieuwe oplossingen komen alleen tot stand als het begin van de voedselketen - de boer - en het einde van de voedselketen - de burger - elkaar verstaan. Burger, ga op zoek naar de herkomst van het eten op je bord, en boer, gooi die staldeur open. Het is vast minder eng dan het lijkt.

Joris Lohman is voorzitter van de Youth Food Movement (YFM)

YFM en NAJK (Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt) startten in 2013 'Het Eetcafé', een on- en offline hangout voor boer en burger. Naast een [website](#) organiseren YFM en NAJK Eetcafé's door het hele land.