

Hoog tijd voor een nieuwe relatie tussen boer en consument

Kuilmaïs. Telkens als de zure geur van kuilmaïs me op een boerderij tegemoetwaait, word ik naar mijn kindertijd gekatapulteerd, naar de boerderij van mijn grootouders in het Waasland, naar de oude stal waar in de winter de natte koeiensnuiten dampden boven het stro, naar de strozolder, naar Fred, de ontzagwekkende dekbeer met zijn vervaarlijke slag tanden, en bovenal mijn grootvader, die in het graanoogstseizoen elke dag met zijn oude fiets naar de akker reed, daar enkele aren tussen zijn geleefde handen vermaalde, om dan terug naar het erf te keren en plechtig aan mijn oma mee te delen dat het "nog te vroeg" was.

Vergeef me mijn bucolisch gemijmer, maar wat ik vooral jammer vind, is dat mijn kinderen dit niet meer meemaken, het ravotten op de boerderij die toen nog écht een boerderij was. Dat contact met dier, aarde en arbeid komt mij als iets existentieels voor. Dat de band tussen mens en land zo wordt doorsneddend, speelt de hele samenleving parten, maar vooral ook de landbouwer zelf. Onbekend is onbemind. In mijn kindertijd waren er nog meer dan 70.000 boerderijen, doorgaans met grote families. Zo kwamen miljoenen mensen toch minstens enkele keren op de boerderij, op een familiefeest, om aardappelen te kopen of vlees na de slacht.

Vandaag zijn er nog maar 36.000 boerderijen, doorgaans omringd door kleinere families en dus met een veel kleiner raakvlak met de rest van de samenleving. Nog geen honderd promotiecampagnes van de Boerenbond zijn in staat om de ervaring te vervangen van een kalf dat bij nacht geworpen wordt, een namiddag tussen de biggen, een bord friet-stoofvlees bereid door dezelfde handen die de aardappels oogstten en de *billeman* voederden. In een samenleving die de band met de boer doorknipt, wordt landbouw in het beste geval nog ervaren als een bloesemtocht in Haspengouw of de velden waar we af en toe door lopen.

Ik vermoed dat dit ook het belangrijkste gevecht is dat de boeren te wachten staat: het herstel van de band tussen platteland en stedeling. Waarom zouden we verwachten dat de consument meer betaalt voor eten, als hij amper weet welk labuur er achter dat eten schuilgaat? En denk maar niet dat een tractorbezetting of een boerenpartij het verschil ma-

ken. In Nederland zijn de kiloknallers sinds het ontstaan van de BoerBurgerBeweging nog nooit zo massaal over de toonbank gevlogen. Rebelse burgers identificeren zich graag met de stoere tractoren, maar o wee als ze iets meer voor hun koteletje moeten betalen, of wanneer ze voor het winkelrek moeten kiezen tussen zo'n morbide zwart piepschuimen bakje met bleke kippenbillen uit België of nog blekere kippenbillen uit Duitsland. En wie maakt dat hoegenaamd nog klaar, kippenbillen?

NACHTMERRIE

De landbouw lijkt in een doodsspiraal te zijn terechtgekomen. Voedsel is duurder geworden, maar als aandeel van het gezinsbudget geeft de consument steeds minder aan eten uit. En juist die hogere prijzen doen gezinnen daarbij ook nog eens voor goedkope producten kiezen. Veel gezinnen geven eens per maand veel geld uit op restaurant, maar voor de rest minder aan hun eten thuis. Die besparingsoperatie zie je overal. Rusthuizen worden met vrachtwagens bevoorrad vanuit megakeukens die voor pakweg 4 euro een warme maaltijd moeten fabriceren. Je zou haast denken dat de dierlijke substantie die daar geserveerd wordt bij leven ooit een beter dieet achter de kiezen heeft gehad. Scholen hebben hun kok eveneens vervangen door anonieme fabriekskeuken.

De toeleveranciers komen daardoor onder druk om steeds goedkoper in te kopen. Bovendien worden ook zij almaar groter en komen ze steeds vaker uit het buitenland. De snelst groeiende supermarkten in België zijn vaak Nederlands of Duits: Lidl, Albert Heijn, Jumbo, Aldi enzovoort. Het zijn megaketens die hun eten vaak betrekken bij megaslachterijen, megavellingen en megaboerderijen. Voor de kleine Belgische landbouwer is het welhaast een nachtmerrie om nog in de rek te raken.

Tezelfdertijd heeft die land-

Jonathan Holslag
houdt de wereld
tegen het licht

HOLSLAG



© WOUTER MACCKELBERGHE



Boerenprotest in Aalter. Jonathan Holslag: 'Denk maar niet dat een tractorbezetting of een boerenpartij het verschil maken.' © WOUTER VAN VOOREN

bouwer zichzelf ook meer en meer teruggetrokken op megaboerderijen waar bijna nooit nog iemand op het erf komt. De boerderij zelf is meer op een fabriek gaan lijken, waarbij arbeid vervangen is door steeds complexere machines en software. Dat heeft natuurlijk een grote efficiëntiewinst opgeleverd. Het heeft ook geholpen om de landbouw duurzamer te maken. Hoe je het ook draait of keert, de uitstoot van broeikasgassen is in moderne boerderijen afgenomen en sproei-stoffen voor gewassenbescherming worden nu met bijna wetenschappelijke precisie gedoseerd. Maar, opnieuw, de boerderij is een afstandelijke fabriek geworden. Steeds meer.

En omdat het wringt tussen die landbouw-fabrieken en de burgers in de buurt, omdat de burgers in de buurt ook steeds minder met de landbouw te maken hebben, ligt de volgende stap eigenlijk al voor de hand: we zullen evolueren van grote landbouwbedrijven in het dichtbevolkte Vlaanderen naar nog grotere bedrijven in het dunbevolkte Oost-Europa.

EIWITSHIFT

Je kunt je het beeld zo al voorstellen: een Belgische supermarktsector gedomineerd door grote buitenlandse warenhuisketens die hun voedsel steeds meer in Oost-Europa halen. Het zou nefast zijn. We verliezen daarvoor helemaal onze greep op de prijzen. Nu heerst er nog hevige concurrentie, maar zodra een of twee spelers de handdoek in de ring gooien, zullen de prijzen wellicht stabiliseren. Het is ook twijfelachtig of die evolutie gunstig is voor de natuur. De waardeketens worden langer. Eten zal van verder komen en

dis is er ook meer transport nodig. De landbouw elders in Europa is ook slechter voor het klimaat. Veeteelt in België stoot 43 ton methaan uit per miljoen euro productie, in Oost-Europa 54 ton. Voor stikstof is het plaatje hetzelfde: 3,8 ton per miljoen productie in België, 6,9 ton in Oost-Europa. Als we bezorgd zijn om het klimaat, moeten we de landbouw vooral niet wegduwen, zoals we dat met de industrie hebben gedaan.

Landbouw is een strategische sector. Hoe is het mogelijk dat zowat alle landen ter wereld opnieuw beginnen na te denken over voedselveiligheid, en wij daar amper over reflecteren? Hoe is het mogelijk dat men zich op zoveel plaatsen in de wereld de vraag stelt of er genoeg voedsel zal zijn, en wij de waarde van onze vruchtbare grond amper kennen? Vaak hoor je dan dat we geen reden hebben om ons daar zorgen over te maken, omdat de landbouwsector nog steeds veel uitvoert. Welnu, uitvoer is belangrijk om als land de invoer te kunnen betalen. En er is meer aan de hand: in geldwaarde voeren we misschien meer uit dan we invoeren, maar in voedingswaarde is dat het omgekeerde. We voeren nog steeds een

derde meer plantaardig en dierlijk eiwit in dan uit. De idee dat we overschotten produceren, is dus fout. En zelfs als we bijvoorbeeld minder soja uit gekapte regenwouden als veevoeder willen invoeren, wat is dan het alternatief? Gras? Mais? Voor al deze veevoerders heb je land nodig. Veel land. En zelfs als we minder eiwit uit vlees en meer uit planten halen, de zogenoemde eiwitshift, dan nog hebben we wellicht meer en niet minder landbouw nodig.

EEN MOOI VERHAAL

De boer zit vast tussen strengere regels en de consument die steeds minder betaalt. Net zoals onze industrie vertrok naar lagelonenlanden, dreigt de landbouw te volgen. Dat zou een grote fout zijn. Op termijn wordt noch de economie noch de natuur daar beter van. Ik vermoed ook niet dat een 'prijzenbeleid' dit zal oplossen. Eerst moeten we voeding minder als een vanzelfsprekendheid zien en beseffen dat zelfs in het rijke België de voedselveiligheid op lange termijn niet gegarandeerd is. Daarna zal er vooral een nieuw contract tussen boer en burger moeten worden afgesloten. De burger zal moeten aanvaarden dat we

onze economie niet kunnen blijven kapotdumpern, dat we daardoor onze veiligheid en welvaart en vooral die van onze kinderen op het spel zetten. Producenten, ook de boeren, hebben recht op correcte prijzen.

De boer, van zijn kant, moet opstaan voor verandering, blijven werken aan duurzaamheid en beseffen dat hij, zoals elke ondernemer, de klant zal moeten overtuigen. Dat kan alleen als hij zichtbaar is. De tijd dat de grootschalige landbouwer zich, omringd door innovatieve Duitse machines, anoniem op zijn boerderij kon terugtrekken, als op een fabriek, om vervolgens met een dure Duitse auto af en toe eens een stad binnen te rijden voor een afspraak bij de bank, die tijd moet voorbij zijn. Als de landbouw een fabriek wordt, zal zij ook zo door de consument behandeld worden en telt alleen de prijs.

Elke boer moet het raakvlak tussen stad en platteland, tussen producent en consument helpen te verstevigen. De boer moet zichtbaar zijn, de burger charmeren, uitnodigen op zijn boerderij, met lekker eten, met mooie landschappen, met een mooi verhaal over dat land, met smaak, met identiteit en kwaliteit. En bovenal: laat hem zijn volgende generatie klanten in de watten leggen: met scholen samenwerken, hen opnieuw met kwaliteitsvol eten laten kennismaken, kinderen opnieuw de kans bieden om het platteland te ontdekken. Liefde voor de landbouw wek je op lange termijn door kinderen opnieuw een beetje deel van de sector te laten uitmaken, zoals dat bij mijn geval was op de hoeve bij mijn grootouders. Verover de toekomst, verover een kinderhart.

ALS WE BEZORGD ZIJN OM HET KLIMAAT, MOETEN WE DE LANDBOUW VOORAL NIET WEGDUWEN, ZOALS WE DAT MET DE INDUSTRIE HEBBEN GEDAAN