

Boeren kijken verder dan neus lang is

Komen boeren zelden van hun erf af en weten ze niet wat er elders in de wereld speelt?

Niet dus. Twee Achterhoekse agrariërs slaan hun vleugels uit. De Aaltense Suzanne Ruesink en Roy Tomesen uit Doetinchem reizen in maart en april dankzij een financiële bijdrage van Nuffield Scholarships de wereld over om andere boeren te bezoeken. En om het imago van de agrarische sector te verbeteren.

door Roel Oosterink



'Het is ook een investering in jezelf'

Roy Tomesen (38) heeft samen met zijn vrouw Maud een leghennen-bedrijf, vlak bij de A18 in Doetinchem. Als iemand zich druk maakt om het imago van de agrarische sector, dan is de kippenhouder uit Dichteren het wel. Het is dan ook niet zo verwonderlijk dat hij dat onderwerp tot zijn studieopdracht heeft gemaakt. „Al jaren ben ik bezig de band tussen boer en burger te verbeteren. In één van de stallen hebben we een skybox. Vanachter een glazen wand kunnen bezoekers in de stal kijken. Dat doen we alleen op afspraak; op die manier kan ik het verhaal over het houden van de dieren vertellen. En kan ik vragen beantwoorden. Ik merk bij bezoekers vaak dat er onbegrip is voor de intensieve veehouderij. Wij hebben de dieren naar binnengehaald en de deuren dichtgedaan. Daardoor is de afstand

boer-burger heel groot geworden. Ik merk dat wanneer je het eerlijke verhaal vertelt niemand met hetzelfde beeld weggaat als waarmee hij of zij is binnengekomen. Mensen gaan positiever weg. Er ontstaat begrip, ook bij de kritische bezoeker die Walker Dier (actiegroep die zich zet tegen de intensieve veehouderij, RO) steunt. De dieren hebben het ook binnen goed, maar misschien weten wij als veehouders dat niet goed uit te leggen.”

'In één van de stallen is een skybox. Zo kunnen bezoekers van achter een wand de stal in kijken'

Roy Tomesen

De hand die Tomesen met de burger heeft, is volgens hem wel goed. „Wij houden van tijd tot tijd een open dag. Dan komen er soms 1.500 bezoekers. En ook de eierautomaat is in trek. Door geld in te werpen kunnen bezoekers daar verse eieren krijgen. Of honing afkomstig van onze bijenstal. Je moet oog hebben voor de omgeving – we zitten dicht bij een woonwijk – doen wat je kunt om geaccepteerd te worden.”

Tomesen heeft nog geen vastomlijnd reisschema voor maart en april. „Ik zie deelname ook als bijdrage aan mijn persoonlijke ontwikkeling”, zegt de Doetinchemmer. „Het is ook een investering in jezelf. Bij de introductie begin maart, ga ik met de andere deelnemers in overleg. Zoeken naar projecten waar de consument heel dicht bij de boer komt. Dan kies ik in overleg een aantal projecten uit en ga ik de reis van zes weken uitstippelen.”

• Roy Tomesen in de kippenstal waar hij een deel van de 120.000 leghennen huisvest. foto Theo Kock

WAT DOET NUFFIELD?

- Nuffield NL is een organisatie die vooruitstrevende agrariërs de kans geeft om zich te ontwikkelen.
- Nuffield NL verstrekt een beurs van 7.500 euro per deelnemer waarmee ambitieuze agrarische bedrijven in het buitenland kunnen worden bezocht.
- De boeren die worden uitgezonden,

volgen een programma van achttien maanden op hbo-niveau. Ze voeren een studieopdracht uit, doen kennis op en bouwen een internationaal netwerk op.
- Grondlegger van het Nuffield Scholarship is lord Nuffield, die onder meer een tractorenfabriek had. De Britse flantroop riep in de nadagen

'Kloof tussen burger en boer dichten'

Zekwamen niet zo maar in aanmerking voor uitzending naar het buitenland. En er wordt ook het een en ander van ze verwacht.

Suzanne Ruesink: „Half augustus vorig jaar ben ik voorgedragen. In september volgde een sollicitatiegesprek. We moesten een plan schrijven en een lijst met onderzoeksvragen opstellen. En in oktober moesten we een presentatie geven voor sponsors van Nuffield.”

Alle vier deelnemers uit Nederland (mondiaal gaat het om tachtig uitverkoren boeren) houden tijdens hun wereldreis een onderzoek. Zo probeert Suzanne Ruesink er achter te komen hoe de kloof tussen de burger en de boer kan worden gedicht.

Ruesink: „Mensen staan over het algemeen nog ver af van de producten die boeren produceren. Als je dat inzichtelijker kunt maken en als je de mensen met leuke dingen naar je bedrijf kunt halen, denk ik dat de boeren een 'eerlijker' prijs krijgen. Dat verwacht ik, maar dat moet ik nog onderzoeken. En een vervolgvraag is: als de kloof gedicht is, wat is dan het effect op het rendement van het boerenbedrijf?”

Op het bedrijf van Suzanne Ruesink (30) en haar ouders in de Aaltense buurtschap Ilzerlo, wordt naast het houden van melkvee en vleesvarkens jaarlijks de Farm & Country Fair gehouden, een groots publieksevenement. „En we houden rondleidingen op het bedrijf. Wat we nog niet doen, is het verkopen van melk en vlees.

Dat gaan we misschien wel doen maar dan niet zoals op veel andere bedrijven gebeurt: in een boerderijwinkel. Ik heb iets anders in mijn hoofd maar daar kan ik nog niets over zeggen. Ik wil anderen niet op een idee brengen.”

Na een introductie in Ierland begin maart, reist Ruesink acht weken de wereld over: België, Frankrijk, Engeland, Verenigde Staten, Mexico, Brazilië, Nieuw-Zeeland en Australië worden bezocht. „Je komt soms verrassende dingen tegen. Vijf jaar geleden heb ik in de Verenigde Staten een farm bezocht met 10.000 koeien. Daar maakte een pretpark deel van uit. In een soort theater kon publiek drie keer per dag live de geboorte van een kalf volgen. Daarmee onderscheid je je. Wat ik dan ook wil onderzoeken is: hoe ver willen mensen gaan in hun bereidheid meer te betalen voor agrarische producten?”

En wie doet het werk op de boerderij tijdens de twee maanden afwezigheid? Ruesink: „Mijn ouders gunnen het me en springen bij. Maar we huren ook een extra kracht in. Daarvoor ben ik sponsors aan het zoeken, want daarvoor is de 7.500 euro die Nuffield beschikbaar stelt, niet toereikend.”

'Hoe ver willen mensen gaan om meer te betalen voor agrarische producten?'

Suzanne Ruesink



• Suzanne Ruesink in het stro in de opslagloods. foto Jan van den Brink