

Boeren willen graag omschakelen

Biologische landbouw afhankelijk van goede marketing

Biologische landbouw staat volop in de belangstelling. De overheid ziet deze landbouwmethode als een concreet instrument voor milieubeleidsplan en/of bodembeschermingsprogramma, maar ook om de landbouwsector zelf een nieuwe duurzame toekomst te kunnen bieden. Er is echter één groot knelpunt: de consument stopt het winkelkarretje nog niet vol met biologische producten. Moderne marketing-methoden worden nu aangewend om die consument te bereiken. Met een gerichte ondersteuning vanuit de overheid moet dit lukken.

Erik Riensema

De agrarische sector lijkt in ieder geval 'in' te zijn voor biologische landbouw. Nadat het milieu in die sector jarenlang eerder een schrikbeeld dan een uitdaging is geweest, lijkt het tij nu te keren. De belangstelling voor biologische landbouw, de meest duurzame landbouwmethode, neemt snel toe. Uit een recent onderzoek van het agrarisch vakblad Boerderij blijkt dat 40 % van de lezers verwacht in de toekomst biologisch te gaan boeren. Ook in Noord-Nederland wijst alles er op dat de boeren graag 'om' willen. Op een aantal open dagen, die in 1993 bij Drentse biologische boeren werden gehouden, kwamen maar liefst 250 geïnteresseerde boeren. Tien van hen namen vervolgens deel aan een omschakelcursus en de interesse voor een nieuwe cursus was nog veel groter. Tekenend is ook de aanwezigheid van een delegatie van de Noordelijke Land- en Tuinbouw Organisatie (NLTO) op de oprichtingsbijeenkomst van de Noord-Nederlandse Biologische Landbouwvereniging (NBLV), op 9 mei 1994 in het Drentse Nooitgedacht. Voorzitter Jacob Engels van de NBLV merkt na afloop van die bijeenkomst op: 'We bestaan eigenlijk al langer als niet-officiële studieclub, maar tot dusverre werden we door de NLTO nooit

serieus genomen. Terwijl voorzitter Lanting van die organisatie ons nu opeens z'n steun toezegt. Dat is natuurlijk mooi meegenomen.'

Drentse A

Eén van de 25 NBLV-leden is Harry Lieben. De familie Lieben runt al vele jaren een relatief kleinschalige melkveehouderij, vroeger een gemengd bedrijf. Er worden 33 koeien gemolken, terwijl het bedrijf 35 hectare grond in gebruik heeft, waaronder 25 hectare eigen grond en 10 hectare grasland van Staatsbosbeheer in het nabijgelegen stroomdal van de Drentse A. Harry komt in 1990 in aanraking met biologische landbouw: 'Ik volgde toen een cursus Beter Bemesten en in dat kader hadden we een excursie op een biologische veehouderij, waar een potstal stond. Toen ik de koeien daar zo lekker en vredig in het stro zag liggen was het voor mij duidelijk: die dieren hebben zo een veel beter leven. Ik heb mij toen verdiept in de biologische principes en heb uiteindelijk samen met mijn vader, waarmee ik het bedrijf sinds 1985 in maatschap run, gekozen voor biologische landbouw. Aanleiding was een berichtje in de krant waarin Kaasmakerij Karwij in Rolde om biologische melk vroeg. Ik zag het zelf

meteen zitten. Mijn vader is relatief snel overstag gegaan, ook omdat we de mogelijkheid hadden om vrij gemakkelijk weer om te schakelen naar de gangbare methode. We hoefden niet veel te investeren, de enige nieuwe machine was een wiedeg.' Sinds de omschakeling van de familie Lieben zijn de ogen van de naburige boeren steevast op het gras van de Liebens gericht. En die ogen zien: 'Mooi groen gras,' vertelt Harry niet zonder trots, 'wat voor veel collega's een echte gewaarwording is. Als ik dan ook nog eens vertel dat wij een veel betere prijs krijgen voor de melk, dan hoor je ze denken. Ik krijg op de diverse bijeenkomsten altijd veel vragen van geïnteresseerde boeren.'

Rijk bodemleven

Niet alleen de boeren, maar ook de natuurbeschermers kijken met meer dan gemiddelde belangstelling naar de biologische percelen. Lieben kan ze gerust stellen: 'Doordat ons grasland veel rijker is aan grassoorten - we zaaien ook luzerne en klaver - hebben we nu al een veel beter bodemleven. Er leven veel meer regenwormen, doordat de bodem rijk is aan organisch materiaal. Ook komen er nu meer patrijzen op het land. Verder hebben



Een gedeelte van de NBLV-boeren, met in het midden (staand 7e van links) Harry Lieben, links van hem z'n ouders. De borden staan bij de diverse boerderijen, om voorbijgangers te wijzen op de specifieke landbouwmethode. Foto Erik Rieensema

we allerlei nieuwe plantensoorten. We maken het regelmatig mee dat er plantjes groeien die we nog nooit eerder hebben gezien.'

Potstal

Een ander aspect van Liebens bedrijfsvoering is de opvallende potstal. In deze stal lopen de koeien vrij rond. Op de bodem ligt een dik pak stro, waarmee de mest zich vermengt. Als de mest vervolgens in vaste vorm op het land wordt gebracht, is de uitspoeling veel minder groot, de mest wordt gelijkmatiger en doeltreffender door de bodem opgenomen. Ook komt de potstal het welzijn van de dieren ten goede: 'Ik vergeet nooit meer het gezicht van de veearts, toen die onze potstal voor 't eerst zag. Ook al wist hij dat dit voor hem minder inkomsten zou betekenen, glunderde hij het uit. Hij verzekerde ons dat onze koeien nu veel gezonder zouden worden. En tot nu toe blijkt dat ook, we hebben sindsdien bijvoorbeeld al geen melkzakte meer gehad. Bovendien zijn de koeien een stuk rustiger geworden.'

Milieuramp

Hoewel de animo binnen de agrarische sector voor biologische landbouw groot is, blijft de 'grote doorbraak' van de producten met het EKO- of DEMETER-merk vooralsnog achterwege. In de jaren '80 groeit de omzet van biologische producten nog zeer sterk.

De milieubewuste consument komt uit zichzelf bij de natuurvoedingswinkel - of op de biologische boerenmarkt - terecht. Vooral als zich een milieuramp voltrekt, zoals het ongeluk bij Tsjernobyl of gifschandalen als Lekkerkerk en AAgrunol. Sinds 1990 stagneert de groei echter, terwijl het aantal biologische boeren blijft stijgen. Voorkomen moet worden dat de biologische boeren ten onder gaan aan een moordende prijzenslag en in die situatie wellicht gedwongen worden om het milieu een mindere prioriteit toe te kennen.

Promotiegroep

Het is de natuurvoedingssector zelf, die deze huidige situatie onderkent en zich er evenmin

in berust. Marketingdeskundigen worden opgetrommeld en de krachten worden gebundeld. Ook bij de ongeveer 40 natuurvoedingswinkels in Noord-Nederland, die zich gesteund weten door verswaren-groothandel De Zaaister in Tolbert, droogwaregroothandel De Nieuwe Band in Marum en bakkerij Impuls te Pieterburen. Gezamenlijk richten ze in 1993 de Promotiegroep Natuurvoeding Noord-Nederland (PNN) op. Het gerenommeerde bureau Frenay & Vogel maakt in opdracht van de PNN een communicatieplan, waarmee de PNN vervolgens aan de slag gaat. De PNN weet zich daarbij - indirect - financieel gesteund door de drie noordelijke provincies, via het Noordelijk Agrarisch Innovatiecentrum en Soune Groun.

De Roode Ploeg

De PNN is een vereniging en wordt bestuurd door een aantal natuurvoedingswinkeliers, waaronder Grytsje Klaver uit het Friese Wyaldum, die sinds 1992 samen met haar man Arnold Steenbrink natuurvoedingswinkel De Roode Ploeg in Harlingen bestiert. Grytsje is



Biologische landbouw is arbeidsintensief, maar dat komt de werkgelegenheid in de agrarische sector ten goede. Foto Erik Rienzeema.



Grytsje Klaver en Arnold Steenbrink in hun natuurvoedingswinkel te Wynaldum. Foto Erik Rienzeema

optimistisch: 'We hebben al veel bereikt dankzij mond-tot-mond reclame en door een goede relatie met de klanten op te bouwen. Niet door ze op de huid te zitten, maar ze zoveel mogelijk te helpen. Want als je voor 't eerst in een natuurvoedingswinkel komt, dan krijg je te maken met een heleboel nieuwe merken en nieuwe verpakkingen. Dat moet je toch even rustig kunnen ontdekken. We adviseren ook vaak eerst de producten die qua smaak het meest lijken op dat wat men uit de supermarkten gewend is.'

Supermarkt

De supermarkten staan overigens in de startblokken om biologische producten in het assortiment op te nemen. Vormt dat geen bedreiging voor de natuurvoedingswinkels? 'Ik ben er in ieder geval niet op tegen als supermarkten biologische producten zouden gaan verkopen,' klinkt het stellig. 'Integendeel, ik juich het toe. Want het is toch belangrijk dat zoveel mogelijk mensen biologische producten kopen? Wij blijven echt wel bestaan. De

natuurvoedingswinkelier heeft veel meer know how van de producten en de achtergronden en kan veel gerichter op de vragen van de klant ingaan. Het is wel van belang dat we als sector gezond doorgroeien en gezamenlijk aan de weg timmeren. Om een duidelijk beeld naar buiten te brengen van de natuurvoedingswinkel en goede voorlichting te geven over de achtergrond van onze producten.'

Vers

Er valt in ieder geval genoeg uit te leggen over de moderne natuurvoedingswinkel, vindt ook Grytsje: 'Er is nog veel onbekendheid bij het publiek. Weinig mensen weten dat we bijvoorbeeld drie keer per week van verswaren worden voorzien, zodat de producten ook echt vers zijn. Dat was altijd maar één keer per week. Ook is het assortiment veel breder geworden, met regelmatig nieuwe en lekkere producten. Natuurlijk proberen we zoveel mogelijk aan de wensen van de klant tegemoet te komen. Een ontwikkeling van de

laatste tijd is dat men weer kwaliteit wil en daar ook iets voor over heeft. Nou, daarin kunnen wij goed voorzien. Uiteindelijk hopen we dat de omzetten zullen stijgen. Niet alleen voor onszelf, maar meer nog voor de sector in z'n algemeen. Hoe meer boeren kunnen omschakelen naar biologische landbouw, hoe beter natuurlijk.'

De PNN onderneemt op dit moment een aantal activiteiten. Er wordt een professioneel ogende folder - met de adressen van de noordelijke natuurvoedingswinkels - verspreid, er gaat een kraam met lekkere biologische producten en veel informatie rond in Noord-Nederland, er wordt gezamenlijk geadverteerd en voorlichting gegeven. Voor 1995 en de jaren daarna wordt een nieuw communicatieplan opgesteld, waarin de PNN nog meer concrete activiteiten wil ontplooiën. Naast promotie gaat het daarbij ook om andere marketing-instrumenten, zowel intern als extern. De PNN is bereikbaar via tel 05945-17879, het adres is Feithspark 11B, 9356 BX Tolbert.Nb