duiding

20 jaar VILT

duiding

Al twee decennia lang onafhankelijke informatiebron over landbouw

3 MEI 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:54



3 mei 1996. Dat is de datum die op de oprichtingsstatuten staat van het Vlaams Infocentrum Land- en Tuinbouw, afgekort V.I.L.T. Dat betekent dat deze kleine vzw exact vandaag zijn 20ste verjaardag viert. Waar VILT zich vandaag een duidelijk plaats in het medialandschap heeft toegeëigend met drie instrumenten die zich elk richten op een andere doelgroep, is het ooit anders geweest. De kern van de missie – op een onafhankelijke manier informeren over de Vlaamse land- en tuinbouw met oog op een betere kennis van en begrip voor de sector – bleef gedurende 20 jaar onveranderd, maar hoe dit ingevuld moest worden, was meermaals voorwerp van debat. Af en toe hing de toekomst van VILT zelfs aan een zijden draadje. Maar dankzij de goodwill en de inzet van heel wat mensen en organisaties staat VILT er vandaag meer dan ooit. “Maar ons werk is niet af. De crisis in de sector en de claims die allerhande partijen leggen op landbouw, maakt het belangrijker dan ooit dat iemand objectief verslag uitbrengt van het debat”, zegt voorzitter Josse De Baerdemaeker.

Stichting Public Relations voor de Landbouw

Hoewel 3 mei 1996 als datum op de oprichtingsakte van VILT staat, werd de kiem voor de organisatie heel wat vroeger gelegd. “We voelden al langer aan dat het landbouwimago echt niet goed was”, herinnert André Smout, toenmalig PR Officer van Boerenbond en medestichter van de voorloper van VILT, zich. In de jaren ’70 en ’80 waren er dan ook heel wat problemen: de kost van het landbouwbeleid rees de pan uit, er ontstonden melkplassen en boterbergen en de milieudruk van landbouw nam almaar toe. De kloof tussen landbouw en maatschappij was gigantisch geworden.

Ook Marc De Baeremaeker, toenmalig secretaris-generaal van het landbouwministerie, en René Piot, toenmalig directeur-generaal van de Nationale Dienst voor de Afzet van land- en tuinbouwproducten (NDALTP), deelden het gevoel van André Smout en waren ervan overtuigd dat de sector actie moest ondernemen om zijn imago te verbeteren. Maar in de tijdsgeest van toen was het absoluut niet evident om de neuzen in dezelfde richting te krijgen. Zeker omdat samenwerking vereist dat er ook een stuk autonomie moest opgegeven worden. Daarom werd er eerst jarenlang informeel samengewerkt rond bepaalde initiatieven. Wanneer het imago van de sector verder achteruit gaat, groeit die informele samenwerking uit tot iets structureel.

Agrinfo_geVILT.jpg

In 1991 werd de Stichting Public Relations voor de Landbouw opgericht, afgekort kreeg de vzw de naam Agrinfo. Het doel: de vervreemding tussen boer en burger afremmen. Dat moest onder meer gebeuren met brochures over de Belgische landbouw, diamontages en educatieve initiatieven over land- en tuinbouw. Ook de stickercampagne met de slogan ‘Geen landbouw zonder toekomst, geen toekomst zonder landbouw’ is van de hand van Agrinfo. Een ander belangrijk wapenfeit van Agrinfo is de uitvoering van een kwalitatief onderzoek naar het imago van de Vlaamse land- en tuinbouw. Kort na de oprichting, in 1992, worden diverse doelgroepen door Censydiam in de diepte ondervraagd over hoe zij denken over land- en tuinbouw. Hoewel je een kwalitatief

onderzoek niet mag veralgemenen, wordt toch al snel duidelijk dat er iets grondig mis is met het imago van de Belgische landbouw: bijna de helft van de ondervraagde Vlamingen percipieert de sector als negatief of zeer negatief.

De vierde staatshervorming

De Sint-Michielsakkoorden die in 1993 de vierde staatshervorming regelen, beslisten dat landbouw een regionale bevoegdheid zou worden. Stapsgewijs werden alle landbouwdiensten geregionaliseerd, zo ook Agrinfo. Het Vlaams Informatiecentrum voor Land- en Tuinbouw, kortweg VILT, wordt de Vlaamse invulling van Agrinfo. De organisatie krijgt als missie “met alle middelen inzake informatie en public relations, een betere kennis van en begrip voor de landbouw, in de meest ruime zin van het woord, te bevorderen”. Op 3 mei 1996 wordt VILT boven de doopvont gehouden en volgens de oprichtingsstatuten telt VILT vijf ‘founding fathers’: Camiel Adriaens, toenmalig voorzitter van ABS, Roger Cornelissen als voorzitter van UGEXPO, de voorloper van Fedagrim, Noël Devisch, toenmalig voorzitter van Boerenbond en Alfons Van der Voorde, in die tijd directeur-generaal van Vlaamse Administratie Land- en Tuinbouw. Dat is wat officieel vermeld staat, maar achter de schermen droegen heel wat meer mensen een steentje bij om VILT op de rails te krijgen.

Eric Van Rompuy was als Vlaams landbouwminister (1995-1999) de eerste voogdijminister van VILT. Hij was overtuigd van het belang van een dergelijke organisatie en gebruikte zijn netwerk en titel om andere organisaties te overtuigen om lid te worden en zo VILT een financieel steuntje in de rug te geven. Van in het begin is VILT een samenwerking tussen publieke en private instanties. Zo kon het op de steun rekenen van onder meer de landbouwadministratie, de vijf Vlaamse provincies, Boerenbond, ABS, BEMEFA, Fedagrim, KBC en het toenmalige Landbouwkrediet. Samen brachten zij jaarlijks om en bij de 11 miljoen Belgische frank of zo’n 275.000 euro bij elkaar om de werking van VILT te ondersteunen.

Net als zijn voorganger investeert VILT al vrij snel in een imago-onderzoek dat richting moest geven aan toekomstige acties. In het voorjaar van 1997 raakte bekend dat de algemene perceptie van de landbouw bij de Vlaamse bevolking overwegend negatief is. Vooral de manier waarop de landbouwer met zijn dieren omgaat en de impact van de sector op het milieu, zorgen voor de negatieve houding. “Eén ding staat vast, de objectieve informatie die VILT aanbiedt, beantwoordt aan een dringende noodzaak”, schreef Eddy Verbeke, de eerste voorzitter van VILT, in VILT-Info. Deze publicatie werd zes keer per jaar opgestuurd naar 3.000 ‘decision makers’, zoals beleidsmakers, politici, pers, ngo’s, enz., opdat zij een correct beeld zouden krijgen van de hedendaagse land- en tuinbouw. Naast deze VILT-Info ontwikkelde VILT ook een interactieve kindertentoonstelling BOE!!!R. Die was gericht op kinderen van 8 tot 12 jaar en werd gratis uitgeleend aan scholen, bibliotheken en culturele centra.


Boe!!r mobiele tentoonstelling_geVILT.jpg

Aanvankelijk draaide de werking van VILT op een administratieve arbeidskracht, Dorien Van de Velde, en op een voorzitter die op vrijwillige basis voor VILT actief was. Een redacteur aanwerven was op dat ogenblik financieel niet haalbaar. Redactionele output werd daarom extern aangekocht, onder meer bij Field Communication waar Jef Verhaeren de stuwende kracht was. Als perschef van Paul De Keersmaeker, staatssecretaris van Landbouw en Europese Zaken in de periode 1982-1990, stond Jef mee aan de wieg van Agrinfo en later ook van VILT. Via Field Communication kon VILT zich verzekeren van goedkope, maar bovenal correcte en objectieve informatie over landbouw.

Centrum voor crisiscommunicatie

In het voorjaar van 1999 breekt de dioxinecrisis uit, en net zoals voor zoveel zaken in de landbouw, betekent dit ook voor VILT een kantelpunt. Enerzijds werd duidelijk dat een informatiecentrum zonder eigen redactie niet kort genoeg op de bal kan spelen. Daarom wordt een vacature uitgeschreven en op 1 juli 1999 komt Koen Symons in dienst als informatieverantwoordelijke. De bestuurders hadden toen het idee opgevat dat VILT moest fungeren als centrum voor crisiscommunicatie. Daarvoor moesten er over allerhande thema’s achtergronddossiers worden aangelegd zodat die in geval van een crisis naar media, overheid en het publiek kunnen gecommuniceerd worden. Tegelijk werd VILT naar voor geschoven om bij een crisis de informatie en standpunten van de leden te coördineren en op elkaar af te stemmen. Tussen crises door moest VILT “gepaste, objectieve informatie verspreiden naar de pers”.

“Dat idee mag je vrij letterlijk nemen”, herinnert Koen Symons zich. Samen met Alfons Van der Voorde, de directeur-generaal van de landbouwadministratie, pluisde hij tijdens zijn eerste werkweken de statistieken uit om een artikel te schrijven over de economische relevantie van de Vlaamse varkenshouderij. “We goten die informatie in een vlot leesbaar artikel met de nodige cijfers over de varkenssector en verstuurden dit naar alle Vlaamse media. ’s Anderendaags bleek echter geen enkele krant het bericht opgepikt te hebben.” Voor Koen maakte deze case pijnlijk duidelijk dat het aanleveren van informatie aan andere media in de hoop dat die overgenomen wordt, niet werkt. “VILT moest zelf een kanaal oprichten en informatie over de sector verspreiden”, klinkt het. De keuze voor een website was in het begin geen evidentie want websites in die tijd waren statisch en weinig gebruiksvriendelijk, maar het was wel de enige juiste. “De snelheid en flexibiliteit van het web zijn van in het begin grote troeven geweest. Wij waren toen ook het enige kanaal dat informatie over landbouw verspreidde via een website.”


website VILT prototype 2001_geVILT.jpg

Via nieuwsberichten en duiding over land- en tuinbouw, gekoppeld aan een digitale nieuwsbrief, ging www.vilt.be er op vlak van bezoekerscijfers zodanig op vooruit dat er al snel meer en meer tijd in werd geïnvesteerd. “Want voor alle duidelijkheid, van een

dagelijks nieuwsoverzicht zoals we dit nu kennen, was toen nog geen sprake. Gemiddeld werden er twee berichten per dag verspreid en er waren toen ook nog heel wat dagen zonder nieuws", vertelt Koen. Gaandeweg moest men ook het idee over crisiscommunicatie laten varen, want de ervaring leerde dat bij een crisis de achtergronddossiers die klaar lagen in de schuif, toch geen meerwaarde waren omdat de invalshoek bijvoorbeeld anders was.

Financiële moeilijkheden

Waar de dioxinecrisis een nieuwe inhoudelijke koers voor VILT betekende, was het ook het begin van een financieel erg onzekere periode. Wanneer Vera Dua van de toenmalige groene partij Agalev (vanaf 2003 Groen!, nvdr) Vlaams minister van Landbouw en Leefmilieu wordt, schroeft ze de overheidstoelage aan VILT met twee derde terug. Het is onder meer door de niet-aflatende inzet en overtuigingskracht van Roger Cornelissen die van 2001 tot 2005 voorzitter was van VILT, dat de organisatie kon blijven voortbestaan.

Cruciaal was ook de overeenkomst die hij met Cera wist af te sluiten. Drie jaar op rij zou VILT in opdracht (en met financiering) van Cera telkens uitgebreid aandacht besteden aan een actueel thema: voedselveiligheid, biomassa en dierenwelzijn passeerden de revue. Deze projectwerking, gecombineerd met de toenemende werktijd die de VILT-website vereiste, maakte een nieuwe aanwerving nodig. Griet Lemaire die als licentiaatsstudente aan de Universiteit Gent in 2002 een nieuw onderzoek deed naar het imago van de Vlaamse land- en tuinbouw, wordt halfweg 2003 aangeworven als projectverantwoordelijke. Ze begeleidt naast het Cera-project ook een aantal initiatieven rond landbouweducatie.

VILT heeft in zijn communicatie steeds gefocust op de opinion leaders en het brede publiek, maar gaandeweg voelt het de noodzaak om ook de land- en tuinbouwers zelf te bereiken. "Enerzijds had de imagostudie uit 2002 uitgewezen dat de boer op veel meer sympathie van de Vlaming kon rekenen dan de sector en dus leek het ons beter om landbouwers in te schakelen in de communicatie over hun sector. Anderzijds voelden we ook aan dat er een kloof was tussen de 'best practices' en innovatie die wij volop in onze communicatie aan bod lieten komen en een groot deel van de land- en tuinbouw. We waren ervan overtuigd dat land- en tuinbouwers inspiratie konden putten uit deze goede praktijken. Ook leek het ons belangrijk dat boeren meer aandacht kregen voor wat er leeft in de maatschappij zodat zij daar rekening mee kunnen houden in hun bedrijfsvoering", motiveert Griet. Gezien de budgettair moeilijke tijden is het wachten tot Yves Leterme in 2005 de taak van minister-president combineert met de bevoegdheid Landbouw. Hij wil het ondernemerschap en verjonging in de sector stimuleren en land- en tuinbouwers terug de nodige fierheid bezorgen over zichzelf. Om die reden versterkt hij de werking van VILT en geeft de opdracht om ook land- en tuinbouwers te benaderen om al deze doelstellingen te realiseren.

Landgenoten en Buiten Adem

Buitenkans, het blad dat in opdracht van Vera Dua werd uitgegeven door de Vlaamse landbouwadministratie, verdwijnt en VILT start – met de helft van het budget – met een eigen magazine voor de Vlaamse land- en tuinbouwers: Landgenoten. Vier keer per jaar valt het gratis in de bus van alle boeren. Ondernemerschap, verjonging, marktgerichtheid en beroepsfierheid zijn de vier kernwoorden waar Landgenoten rond draait.


Landgenoten_geVILT.jpg

Tegelijk met dit blad vernieuwt VILT ook zijn bestaande blad VILT Info dat nog steeds gericht was naar opinion leaders. Het wordt hervormd naar een folder die de naam Buiten Adem krijgt en gericht is naar een breed publiek. Buiten Adem vol staat met weetjes, tips en boeiende verhalen over de hedendaagse landbouw. Via Landgenoten worden land- en tuinbouwers aangespoord om Buiten Adem te verdelen onder hun klanten, bezoekers, de school van de kinderen, buren, vrienden, enz. Op die manier kunnen zij zelf werken aan het imago van hun sector. VILT heeft immers geen budget om grote mediacampagnes met dat doel op te zetten. Een andere geslaagde actie in dat kader zijn de T-shirts met opvallende slogans die via Landgenoten werden uitgedeeld. Onder meer 'Dit prachtige lichaam wordt gevoed door onze boeren en tuinders' of 'Je mag het allemaal weten mijn papa is boer en zorgt voor je eten'¬¬ waren slogans die menig 'landbouwlijf' hebben gesierd.

Ondertussen groeit de nood aan een extra arbeidskracht. Niet alleen heeft VILT met Landgenoten een nieuw medium dat van inhoud moet worden voorzien, ondertussen kruipt er ook steeds meer energie in het up-to-date houden van de website. De dagelijkse nieuwsbrieven bevatten ondertussen met gemak 10 artikels en André Smout die na zijn beroepscarrière bij Boerenbond nog freelance bijspringt op de redactie van VILT, is stilaan vragende partij om die activiteit af te ronden. In 2006 komt Marijke Pollentier VILT vervoegen en voor het eerst telt de organisatie drie medewerkers.

Het land van melk en honing

Een jaar later volgt een nieuw scharniermoment in de geschiedenis van VILT. Een nieuwe imagostudie, opnieuw in samenwerking met de Universiteit Gent, brengt aan het licht dat het imago er nog verder op vooruitgaat. Hoewel de perceptie van de Vlaming over landbouw globaal genomen een heel stuk beter is dan tien jaar voordien, blijft er kritiek op vlak van milieu en dierenwelzijn. Bovendien lijken vooral hoog opgeleide vrouwen uit een meer verstedelijkte omgeving heel kritisch voor landbouw te zijn. Deze vaststellingen doen VILT beslissen om de folder Buiten Adem meer op deze doelgroep te enten.


website VILT 2009_geVILT.jpg

In het najaar van 2007 ziet Melk & honing het levenslicht. Als vrouwvriendelijk blad met een hoog infotainment-gehalte wil het de kritische lezer aanzetten om het Vlaamse platteland te gaan ontdekken. Als kers op de taart krijgt ook VILT een facelift. Het bestaande logo met geel, groen en zwart wordt vervangen door een eigentijdser bruin-blauw logo en de naam wordt van Vlaams Informatiecentrum over Land- en Tuinbouw ingekort tot Vlaams infocentrum land- en tuinbouw. Een jaar later wordt ook de website in de nieuwe huisstijl gestoken. In 2010 zet VILT zijn eerste stappen op sociale media zoals Facebook en Twitter.
Het is onder de leiding van Dirk Lips, ethicus en professor aan de Katholieke Hogeschool Sint-Lieven, dat deze inhoudelijke vernieuwingen plaatsvinden. Hij werd in 2005 als eerste externe verkozen door de raad van bestuur als voorzitter. Na een aantal interne strubbelingen stelt hij zichzelf ook tot taak om VILT als organisatie verder op punt te stellen. Hij vormt daarvoor een tandem met André Smout. De missie en doelstellingen van VILT worden verfijnd en er wordt een redactiestatuut aangenomen dat de redactie moet beschermen van inmenging door beheerders of van buitenaf. Na het vertrek van Koen Symons en Marijke Pollentier wordt Griet Lemaire benoemd tot directeur en worden Wim Fobelets en Nele Jacobs aangetrokken om respectievelijk hoofdredacteur van www.vilt.be en hoofdredacteur van Melk & honing te worden. “Met deze nieuwe, jonge ploeg en een stevige structuur is mijn taak als voorzitter van VILT volbracht”, sprak Dirk in 2011 de raad van bestuur toe. Hij geeft de fakkel door aan professor emeritus Josse De Baerdemaeker.

In 2012 volgt, opnieuw vijf jaar na het vorige imago-onderzoek, een nieuwe studie in samenwerking met professor Verleye van de UGent. Die bevestigt de positieve tendensen van de studie van vijf jaar eerder: de bewondering voor landbouwers neemt nog toe, steun vanuit de overheid voor de sector moet kunnen en landbouwers zijn vandaag de dag allesbehalve laag geschoold. Tegelijk blijft er een groep behoorlijk kritisch. Zij zien het liefst van al een landbouw die werkt op het ritme van de seizoenen, liefst helemaal biologisch en zonder ggo’s. Zij willen ook dat het contact met de boer versterkt wordt. Het gaat vooral over hoger opgeleide mensen en ook jongeren.
Veranderend mediagebruik
Een combinatie van deze bevindingen en het sterk veranderende mediagebruik doen VILT besluiten dat een magazine als Melk & honing niet de meest aangewezen manier is om deze doelgroep van kritische consumenten te bereiken. Er wordt gekozen voor een multimediaal platform dat de naam Veldverkenners krijgt. De website www.veldverkenners.be beantwoordt vragen zoals hoe milieu- en diervriendelijk zijn landbouwtechnieken, hoe veilig en gezond is ons voedsel en waar kan je van de boerenbuiten en hoevespecialiteiten genieten. Via leuke posts op sociale media wordt de bezoeker naar die website gelokt. Een boekje dat twee keer per jaar gratis verspreid wordt door land- en tuinbouwers biedt achtergrondinformatie over de sector. Er wordt telkens gemikt op een hoge archiefwaarde: wat gebeurt er maand per maand op landbouwbedrijven?, hoe bepaalt de bodem het uitzicht van een bepaalde streek in Vlaanderen?, wat is de toekomst van de landbouw?, enz. Heel wat leerkrachten maken er dankbaar gebruik van in hun lessen.
Het veranderd mediagebruik is ook de aanleiding om de werking van Landgenoten en VILT.be bij te sturen. Na 9 jaargangen Landgenoten, 36 nummers en drie restylings komt er een beetje sleet te zitten op de formule. Het gebrek aan interactiviteit met de lezer doet VILT afstappen van een printmedium. Met VILT TeeVee wordt er gekozen voor bewegend beeld: zes keer per jaar wordt een tv-uitzending van een half uur gemaakt, opgedeeld in afzonderlijke rubrieken met elk een eigen invalshoek. Die uitzending wordt geprogrammeerd op de digitale zender PlattelandsTV die vanaf eind 2013 een eigen kanaal krijgt bij Telenet. Tegelijk worden alle rubrieken ook op de website van VILT en sociale media geplaatst. Op die manier wordt VILT TeeVee complementair met de bestaande media van VILT. Michiel Van Meervenne wordt als vierde kracht aangetrokken om dit tv-project mee in goede banen te leiden.
Tot slot wordt ook VILT.be onder handen genomen. Het toenemend gebruik van smartphones en tablets vergt niet alleen een ander soort website, het legt ook een aantal nieuwe inhoudelijke eisen op. “Informatie moet altijd en overal beschikbaar zijn. Het nadeel is vaak dat het moeilijk in te schatten is hoe betrouwbaar die informatie is. Daar is een belangrijke rol voor VILT weggelegd: duiden, nuanceren en dieper graven. Op die manier zorgt VILT ervoor dat iedereen die professioneel betrokken is bij de land- en tuinbouwsector beschikt over objectieve en correcte informatie”, zei Josse De Baerdemaeker bij zijn aantreden als voorzitter.

Daarmee worden vandaag drie doelgroepen bediend: de professionele informatiezoeker vindt zijn gading op de website van VILT, Veldverkenners mikt op een breed publiek en met VILT TeeVee bereikt VILT naast de land- en tuinbouwers, ook de andere plattelandsbewoners. “Maar het werk van VILT is geenszins af. De crisis in de sector en de claims die allerhande partijen leggen op landbouw, maakt het belangrijker dan ooit dat iemand verslag uitbrengt van het altijd voortdurende debat over landbouw en voeding . Een taak die VILT bereid is om ook de komende 20 jaar op te nemen”, aldus nog Josse De Baerdemaeker.
Naar aanleiding van zijn jubileum blikt VILT terug op 20 jaar landbouwactualiteit, vissen we oude foto's opnieuw op en spreken enkele prominente personen zich uit over de organisatie.

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada