duiding

Anne-Marie Vangeenberghe (voormalig woordvoerder Boerenbond)

duiding

"Het verhaal van gangbare land- en tuinbouwbedrijven verkoopt moeilijker"

18 DECEMBER 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:54

Lees meer over:
Interview



Anderhalve maand geleden zwaaide Anne-Marie Vangeenberghe af als woordvoerder van Boerenbond en werd ze opgevolgd door Luc Vanoirbeek. Jarenlang was Vangeenberghe de spreekbuis van de Vlaamse landbouw zodat we aan haar mouw trokken voor een interview. Samen met VILT blikt ze terug op de uitdaging die ze jarenlang, zeven dagen op zeven, is aangegaan: journalisten alle informatie aanreiken om correct over landbouw te kunnen berichten. “Media zoeken de tegenstellingen op en de tijd en ruimte voor nuance is beperkt”, vertelt Vangeenberghe. “Als journalisten hun positieve verhalen over landbouw vaak buiten het gangbare zoeken, dan komt dat door de complexiteit van de voedselketen. En door de geleidelijke modernisering van de sector. Het ontbreekt ons aan een ‘Tesla-moment’ waarop de landbouw van de toekomst getoond wordt.”

Genoten van de maand rust na bijna 12 jaar in voortdurende staat van paraatheid als woordvoerder van Boerenbond?

Anne-Marie Vangeenberghe: Wie me kent, zegt dat de maand er tussenuit zichtbaar deugd deed. Als woordvoerder moet je constant scherp staan, tijdens de werkuren en ook daarbuiten, en dat doet wat met een mens. Pas wanneer je het loslaat, volgt dat besef. Er komt nu tijd vrij die er vroeger nooit was. Ik kan iedereen een korte rustperiode in een beroepsloopbaan aanraden, om de dingen even op een rij te zetten. In die maand heb ik mezelf verplicht om afstand te nemen van de landbouwactualiteit, die heftig begon met de undercoverbeelden uit het leghennenbedrijf in Wingene. Vergis je niet, ik heb veel plezier beleefd aan de jaren als woordvoerder bij Boerenbond. Een enorm boeiende job, en je blijft na al die jaren nog altijd bijleren. Wist ik veel wat fipronil was, vooraleer het voor een crisis in de leghennenhouderij zorgde. Op zo’n moment werk je onder stress samen met collega’s en moet informatie snel uitgewisseld worden, maar net dat maakte het inhoudelijk zo interessant.

Je verwijst zelf naar de undercoverbeelden van Animal Rights. Hoe voelde het om op dat moment niet meer in de frontlinie te staan?

Het heeft me niet bezig gehouden, al hoorde ik mijn opvolger (Luc Vanoirbeek, tot voor kort adviseur Europees en Internationaal beleid bij Boerenbond, *nvdr.*) wel reageren op de radio. Als buitenstaander merkte ik hoe je het totaalplaatje mist. En je merkt dat dingen eerst worden uitvergroot. Een paar dagen later lees je in een kort kaderstukje in de krant dat het bedrijf in kwestie open mag blijven na een bezoek van de inspectiedienst dierenwelzijn.

Hoe vervelend is het om als woordvoerder verkeerd geciteerd te worden in de krant?
Dat een journalist je woorden minder goed weergeeft, hoort er gewoon bij als woordvoerder. Je weet dat het voor kritiek bij de eigen achterban kan zorgen, maar je weet als woordvoerder ook dat je de kernboodschap zo vaak moet herhalen dat de journalist ze juist neerpent. Sommige zaken liggen gewoon zo gevoelig dat het sneller kan mislopen. Een voorbeeld daarvan zijn de vergelijkingen die kranten graag maken tussen biologische en gangbare landbouw, en de duurzaamheid van beide landbouwsystemen. Als woordvoerder moet je dan schipperen in je taalgebruik want Boerenbond verdedigt de belangen van zowel gangbare boeren als bioboeren.

> Bio of gangbaar, boeren zijn in de eerste plaats collega's van elkaar.

Het voornaamste is dat je mensen niet tegen elkaar opzet want boeren zijn in de eerste plaats collega's van elkaar, in welke subsector of productiesysteem ze ook actief mogen zijn. Nuance meegeven aan media is moeilijk want televisie en kranten zoeken de tegenstellingen op: gangbaar versus bio, groot versus klein, landbouw versus natuur, enz. Ook op de radio is de tijd voor een uitgebreide en genuanceerde boodschap vaak te kort, al bewaar ik wel goede herinneringen aan de zomerse landbouwrubriek in het Radio-1-programma De Ochtend.
Wordt landbouw tegenwoordig anders geportretteerd door de algemene media dan tien jaar geleden?
Een recente media-analyse van KU Leuven wees uit dat Piet Vanthemsche jarenlang het gezicht is geweest van de Vlaamse landbouw. Intussen is de media-aanpak gewijzigd, en willen journalisten niet per se meer de voorzitter van Boerenbond aan het woord laten. Ze horen het nieuwswaardige feit liever uit de mond van een landbouwer. Die evolutie is niet alleen Boerenbond opgevallen, maar ook de andere middenveldorganisaties. Een slechte zaak is dat trouwens niet, zolang de materie maar correct in het nieuws zit. De achtergrond van een dossier krijgen ze nog altijd van ons mee, net zoals de media Boerenbond nodig blijven hebben om een boer te vinden die zijn verhaal wil doen.

> Boeren die durven zeggen dat ze tevreden zijn, vind je ook in de gangbare landbouw.

Soms denk ik dat de gangbare landbouw, die je niet los kan zien van het agrovoedingscomplex (het woord zegt het zelf, nvdr.), zodanig ingewikkeld is dat journalisten liever schrijven over de korte keten en andere niches. In de korte keten is de klant de consument, terwijl er na de afnemer van een gangbare landbouwer vaak nog een hele keten volgt. Denk niet dat de gelukkige boeren die graag hun verhaal doen uitsluitend in de korte keten actief zijn. Ook in de gangbare voedselketen zijn er tevreden en mondige boeren. Alleen is hun verhaal zo uniek niet, en verkoopt het daarom moeilijker. Nochtans is alles een kwestie van 'story telling' en aangezien niemand nog weet hoe tomatenteelt precies werkt, heb je ook daarmee een uniek verhaal beet als journalist.
Zijn boeren bereid om uit de schaduw te treden en hun verhaal publiek te maken?
Een deel van mijn job als woordvoerder bestond erin om de boeren-bestuurders van Boerenbond mediatraining te geven. Je leert hen plaatsnemen voor de camera, de doelgroep inschatten en de kernboodschap vaak genoeg herhalen zodat ze zeker de uitzending haalt. Een tv-zender belt met de vraag om over een uur op een landbouwbedrijf te kunnen filmen, dus heb je een 'pool' aan boeren nodig die daarvoor te vinden zijn en waarvan je weet dat ze goed uit hun woorden komen. Meestal zijn dat bestuursleden want veel andere leden-landbouwers vrezen dat ze door een media-optreden in de problemen kunnen komen. Je helpt dat vermijden door hen attent te maken op een aantal zaken, maar je legt landbouwers nooit woorden in de mond. Het is hun authentieke verhaal. Ik moedigde hen wel aan om dat verhaal waar dan ook te vertellen: op een straat- of schoolfeest, langs het voetbalveld, … Door als bedrijfsleider met beroepsfierheid over landbouw te praten, draag je bij aan een correcte beeldvorming over de eigen sector.

Welke goede raad heb je aan je opvolger gegeven?
Geen, wel kreeg hij van mij een persoonlijke nota 'Landbouw in een notendop'. In elk debat en interview viel ik terug op die 30 pagina's met actuele informatie over het economisch belang van landbouw, het Europees landbouwbeleid, de klimaatimpact van landbouw, enz. Verder lichtte ik bijvoorbeeld de aanpak bij crisiscommunicatie toe. Als woordvoerder van Boerenbond ga je tijdens een fipronil-crisis toelichting geven bij de gevolgen voor de leghennenhouderij, maar verwijs je door naar het Voedselagentschap bij vragen over voedselveiligheid of het aantal geblokkeerde bedrijven. Tijdens de EHEC-crisis waren veilingenverbond VBT of diens leden het best geplaatst om te informeren over de impact op de prijsvorming van groenten. Die taakverdeling bestaat, zit logisch in elkaar en werkt goed.
Spreekt landbouw met één stem naar het grote publiek, of zit er ruis op de verstandhouding tussen de verschillende landbouworganisaties?
De doorsnee Vlaming ligt niet wakker van de kleine verschillen in zienswijze tussen Boerenbond, het Algemeen Boerensyndicaat en

BioForum. In de communicatie naar een breed publiek zou ik die eenheid vasthouden, en moeten we er ook over waken dat landbouw niet geassocieerd wordt met een continue klaagzang. Dit jaar was er de late lentenachtvorst die de appeloogst vernielde en ook schade veroorzaakte bij siertelers. Daarna volgde de voorjaarsdroogte die schadelijk was voor groenten en akkerbouwteelten, en later op het jaar kreeg de leghennenhouderij te maken met de fipronilcrisis. Voor de buitenwereld lijkt het alsof 'de Vlaamse boer' altijd een nieuwe reden heeft om te klagen, maar we moeten duidelijk maken dat die rampen niet allemaal op dezelfde boerderij zijn gebeurd.

Maatschappelijke organisaties die kritisch staan tegenover landbouw zagen hun achterban en politieke invloed de voorbije jaren groeien. Heeft dat jouw werk als woordvoerder bemoeilijkt?

Met organisaties als EVA, GAIA en Natuurpunt gaat Boerenbond al langer dan vandaag in debat. Zij praten over landbouw, wij namens landbouwers. Onze standpunten zijn die van de actieve boer en tuinder. Dat maakt het al eens moeilijk debatteren want tegenover de oneliners moet Boerenbond een heel genuanceerde boodschap plaatsen. Altijd is er een 'maar', die we eraan moeten toevoegen.

> Ik hoor een fruitteler nog altijd aan ROB-tv verklaren dat de oogst pas goed is wanneer hij veilig in de frigo zit en 's anderendaags passeerde de alles vernietigende pukkelpopstorm.

Als woordvoerder vond ik het mijn job om journalisten correcte informatie aan te reiken, en het kan frustrerend zijn als de boodschap niet wordt opgepikt maar je moet er wel blijven in geloven. Je leest in de krant nooit dat veeteelt in Vlaanderen maar verantwoordelijk is voor vijf procent van de totale broeikasgasuitstoot. Keer op keer worden hogere cijfers geciteerd, die alleen op Europees of mondiaal vlak correct zijn. Als woordvoerder van een organisatie als Boerenbond maak je er een punt van dat je cijfers actueel en correct zijn, of ze nu voor of tegen de sector pleiten. Het aandeel van vijf procent in de broeikasgastuitstoot kan iedereen verifiëren op de website van de Vlaamse Milieumaatschappij. En toch weet je dat tijdens een campagne als 'Dagen Zonder Vlees' gegoocheld zal worden met andere cijfers.

Hoe tevreden ben jij over het presteren van de landbouwmedia? Wat doen wij en de collega's van Boer&Tuinder, Landbouwleven, enz. goed en wat kan beter?

Jullie bieden veel informatie aan, maar we gaan er met zijn allen te snel vanuit dat landbouwers het ook allemaal lezen. Dat ligt niet voor de hand vanwege de drukte op de land- en tuinbouwbedrijven, maar ook vanwege de diversiteit van de Vlaamse landbouw die maakt dat je over een achttal deelsectoren moet schrijven. Desondanks vind ik het belangrijk dat een melkveehouder weet waar een tomatenteler wakker van ligt, en omgekeerd. Daarvoor hoeft hij geen paginalang artikel in Boer&Tuinder te lezen, maar volstaat een korte post-it onderaan de bladzijde. Vanwege het dalend aantal landbouwers vind ik die eenheid binnen de sector belangrijk. Media als PlattelandsTV en Veldverkenners zijn goede instrumenten om naar een breed publiek over landbouw te communiceren, vraag is alleen hoe je nog meer mensen kan bereiken. Ook de video's over landbouwproducten die gemaakt werden in het kader van 'Vlaanderens Trots' hadden daarvoor kunnen dienen, bijvoorbeeld door ze te delen via sociale media, maar de reclame druipt er zo vanaf dat ze niet bruikbaar zijn. Da's een gemiste kans.



Is het anders communiceren met vakpers en algemene pers over landbouwitems?

Er is een groot verschil in kennis van de landbouwsector tussen beide. Daar moet je als woordvoerder rekening mee houden. Soms ontbreekt bij journalisten basiskennis landbouw of biologie, en heeft men zelfs geen voeling meer met de seizoenen. Vroeger stelde dat probleem zich niet want je had ook bij de algemene media landbouwexperten. Zij zijn verdwenen. Redacties hebben nog journalisten gespecialiseerd in sport en politiek, maar alle andere sectoren moeten het stellen met generalisten.

Als woordvoerder heb je nu minder tijd dan in het verleden om journalisten van de juiste informatie te voorzien want er is nu ook een middagjournaal om 13 uur en elke krant heeft tegenwoordig een website. Ik vraag me af of de snelheid van werken nog een check en dubbelcheck toelaat. Verder stel ik vast dat 'de media' vandaag veel meer is dan alleen de kranten en de nieuwsuitzendingen op radio en tv. Ik heb het dan nog niet eens over sociale media, maar over de talloze programma's waarin landbouw aan bod kan komen. Een algemene vaststelling over media is dat sensatie aan belang wint. Het ene moment kan landbouw opgehemeld worden, en het volgende moment kan de sector in de dieperik worden geschreven. De boodschap dat een uitgelezen selectie van nachtelijke undercoverbeelden op één bedrijf geen representatieve weergave zijn van het dierenwelzijn in de leghennenhouderij krijg je op zo'n moment niet verkocht.

Uit de vijfjaarlijkse landbouwimago-enquête blijkt dat de Vlaming kritischer is dan in 2012. Verbaast je dat?

Wat me direct opvalt, is dat de landbouwer en de sector nog altijd ruim zeven op tien krijgen van de Vlaming, dat is een onderscheiding. Maar het blijft een uitdaging om de verduurzaming van de sector in de kijker te zetten, in zijn volle breedte dus zowel op ecologisch, economisch als maatschappelijk vlak. We moeten dat meer zelf in handen nemen en gebruikmaken van eigen kanalen om de boodschap te brengen. De tijd dat je het grote publiek enkel via het VRT-journaal kon bereiken, ligt ver achter ons.

Wat we dan wel moeten doen, met iedereen actief in de sector, is dergelijke boodschappen mee uitdragen door ze bijvoorbeeld te delen op facebook en twitter.
Uit een aantal antwoorden blijkt tegelijk dat de burger zijn schouders ophaalt. Ergens begrijpelijk, want als je de krant openslaat dan lijkt het alsof je niets meer goed kan doen: je eet verkeerd, je verplaatst je verkeerd, in onderwijs en zorg loopt alles mis, … Je hoeft nochtans niet ver op reis te gaan om te weten dat we het hier erg goed hebben. De tijd lijkt me rijp voor genuanceerde, herkenbare boodschappen zoals 'eet met mate en evenwichtig en zorg voor afwisseling'. Ook al zet je de voedingsdriehoek op zijn kop, dit blijft gelden.

> Landbouw is een innovatieve sector maar het ontbreekt ons aan een Tesla-moment.

Wat landbouw punten kost in de imagoscore is dat het ons ontbreekt aan een 'Tesla-moment', zo'n moment waarop het doek valt en de auto van de toekomst aan de wereld wordt getoond. Landbouw is daarentegen een sector van geleidelijke evoluties, en niet van revoluties. De modernisering gaat geleidelijk. Een nieuwe stal wordt opgetrokken naast de oude. Een melkrobot en koeborstel vinden geleidelijk ingang in de melkveehouderij, en zo gaat het ook met de druppelirrigatie in groente- en fruitteelt. Net omdat innovatie in de landbouw een proces van jaren is, lopen we 'exposure' mis want media focussen op wat nieuw en revolutionair is.
Ooit stiekem jaloers geweest op collega-woordvoerders uit sectoren die minder onderhevig zijn aan maatschappijkritiek? Zou je als woordvoerder van pakweg de bakkerijsector nog een aantal jaren zijn doorgegaan?
In de praktijk zie je dat woordvoerders enkel aan de slag zijn in sectoren waar het echt nodig is. Voor een andere sector als landbouw zou ik dit werk niet gedaan hebben. Laat mij kiezen tussen een communicatiefunctie of een job in de landbouw, en ik zal niet lang twijfelen. Landbouw is een sector die nooit verveelt Het is voor mij een passie. Als woordvoerder was het niet altijd nodig om Boerenbond te profileren, maar was het wel altijd de uitdaging om de actuele Vlaamse land- en tuinbouw het podium te geven dat de ondernemers verdienen die in de sector actief zijn.
Bedankt voor het interview en veel succes als innovatieconsulent coöperatief ondernemen, een brugfunctie tussen het Innovatiesteunpunt voor landbouw en platteland en Cera.

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