nieuws

De Becker: "Zorgen omtrent beeldvorming over landbouw"

nieuws

2017 was voor Sonja De Becker het tweede jaar als voorzitter van Boerenbond en Landelijke Gilden. Haar gebruikelijke voorwoord in Boer&Tuinder wordt ingeruild voor een kerstinterview. Daarin noemt ze de verkeerde beeldvorming over landbouw, de halve waarheden en hele onwaarheden over de sector, één van de grote frustraties bij leden-landbouwers. Vooral de 'gangbare landbouw' zit volgens haar in de hoek waar de klappen vallen. De Becker: "Er is zo de teneur van vroeger was alles beter, vanuit het idee dat kleine landbouwbedrijven zonder technologie milieu- en diervriendelijker zijn. Wie zegt dat? Tussen klein en milieu- en diervriendelijk staat geen gelijkheidsteken."

22 DECEMBER 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:43



2017 was voor Sonja De Becker het tweede jaar als voorzitter van Boerenbond en Landelijke Gilden. Haar gebruikelijke voorwoord in Boer&Tuinder wordt ingeruild voor een kerstinterview. Daarin noemt ze de verkeerde beeldvorming over landbouw, de halve waarheden en hele onwaarheden over de sector, één van de grote frustraties bij leden-landbouwers. Vooral de 'gangbare landbouw' zit volgens haar in de hoek waar de klappen vallen. De Becker: "Er is zo de teneur van vroeger was alles beter, vanuit het idee dat kleine landbouwbedrijven zonder technologie milieu- en diervriendelijker zijn. Wie zegt dat? Tussen klein en milieu- en diervriendelijk staat geen gelijkheidsteken."

De kerstperiode leent zich voor een terugblik op het voorbije jaar. Boerenbondvoorzitter Sonja De Becker doet dat in een uitgebreid interview in ledenblad Boer&Tuinder. Gevraagd naar de fijne en minder fijne reacties die ze opvangt bij de leden verwijst De Becker naar het verkeerde beeld dat het grote publiek krijgt of heeft van landbouw, en waaraan boeren en tuinders zich storen. "Er blijft veel frustratie over de halve waarheden en hele onwaarheden die over de sector verspreid en door de media versterkt worden. Het beleid wordt door deze beeldvorming geïnspireerd."

Haar woorden doen terugdenken aan het VILT-interview met een jong landbouwerskoppel dat zich bij die foute beeldvorming niet wil neerleggen, maar er dagelijks wat aan probeert te doen. Ze doen dat door de consument op hun boerderij in Bekkevoort te trakteren op roomijs gemaakt van eigen koemelk, door verbredingsactiviteiten zoals een maïsdoolhof en door hun deelname aan de reportagereeks 'Uit eigen grond' op ROB-tv. Achter de schermen werkte Boerenbond mee aan de bedrijfsreportages, wat op de regionale televisie resulteerde in een mooi, bij momenten hard maar steeds eerlijk beeld van de Vlaamse landbouw.

De link met het imago-onderzoek dat VILT bij duizend Vlamingen liet uitvoeren door UGent is nooit ver weg. Over de lichte daling van het landbouwimago in 2017, ten opzichte van de vorige enquête in 2012, zegt De Becker: "Ik was verrast omdat boeren veel inspanningen doen en de kloof tussen werkelijkheid en imago toch toegenomen is. Anderzijds was ik ook niet verrast, omdat we weten dat de maatschappij harder geworden is. Er is meer verzuring. Dat ondervinden we niet alleen bij de gewone mensen, ook bij politici in debatten. Daarnaast zijn er de jongste jaren uit welbepaalde hoeken duidelijke aanvallen gericht op de landbouwsector."

De voorzitter van Boerenbond constateert dat vooral 'gangbare landbouw' op de korrel wordt genomen. "Gangbaar wordt vaak tegenover bio gezet. Onze gangbare bedrijven zijn degenen die met Dag van de Landbouw hun deuren openzetten. Daar zijn ook

biologische bedrijven bij, zowel korte- als langeketenbedrijven. Misschien moeten we een andere benaming zoeken. Misschien zijn we ook fout geweest door zelf vooral de ‘speciale’ bedrijven in de kijker te zetten. Mensen weten niet meer hoe het er op een gewone boerderij aan toegaat. Vandaar de selectie op onze Dag van de Landbouw. Dat zijn gewone bedrijven.”
Bij Boerenbond wil men aan de slag gaan met de resultaten van de imago-enquête. “We hadden het geweer al van schouder gewisseld wat onze communicatie betreft, maar we zullen proactiever communiceren met het grote publiek. Ik maak me immers zorgen over wat ons nog te wachten staat. We moeten aan zogenaamde storytelling doen, maar opletten dat die verhalen niet haaks staan op de realiteit. Zo hebben we gemerkt dat consumenten een ander beeld hadden van scharreleieren dan wat het zijn. Bij de marketing van landbouw- en voedingsproducten worden te vaak woorden of illustraties gebruikt die bij de consument een verkeerd beeld oproepen. De media zoeken dan weer de niche op, of de uitwassen. Terwijl het echte verhaal best gezien mag worden. We mogen trots zijn op wat we doen en op hoe we het doen. En we mogen dat dus ook én meer laten zien.”
Herlees de VILT-reportage over het landbouwimago anno 2017.

Bron: Boer&Tuinder / eigen verslaggeving

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