duiding

VILT lanceert Veldverkenners

duiding

Veldverkenners mikt op de kritische, rationele en jonge consument

3 JUNI 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:53

Als antwoord op de resultaten van de eigen imagostudie die vorig jaar werd uitgevoerd, heeft VILT dit voorjaar zijn communicatie naar het brede publiek vernieuwd. Het nieuwe project draagt de naam Veldverkenners en trekt voluit de kaart van de nieuwe en sociale media. Centraal staan een Facebookpagina en website, elke maand aangevuld met een digitale nieuwsbrief die de hoofdpunten op de website verzamelt, en twee keer per jaar een papieren brochure. Dit alles moet het consumentenblad Melk & honing vervangen, dat sinds 2007 op bijna 50.000 exemplaren door ongeveer 1.200 land- en tuinbouwers en (andere) sympathisanten verdeeld werd.

Elke vijf jaar laat VILT het imago van de Vlaamse land- en tuinbouw(ers) onderzoeken. In 2007 leidde dat onderzoek tot de oprichting van Melk & honing, een magazine op maat van hoogopgeleide vrouwen uit een stedelijke omgeving. Die bevolkingsgroep stond op dat moment kritisch ten opzichte van de sector, maar dan vooral omwille van het ‘onbekend is onbemind’-syndroom. Om die kloof te dichten, bracht Melk & honing hen herkenbare portretten van boerinnen, feel good streekreportages en genuanceerde duiding, met een focus op de beleving van het platteland.

Nieuwe doelgroepen

Het magazine werd goed onthaald, maar de resultaten van de nieuwe imagostudie vorig jaar gaven aan dat een verschuiving van de doelgroep aan de orde was. In plaats van zich te richten op stedelijke vrouwen, moest VILT zich volgens het onderzoek met zijn publiekscommunicatie voortaan meer richten op ‘kritische natuurliefhebbers’, ‘nuchtere pragmatici’ en jongeren. Het imago van de land- en tuinbouw(ers) kan bij die groepen immers beter. De eerste groep is vooral kritisch over het industriële karakter en de milieu- en diervriendelijkheid van de sector. De tweede trekt zich dat allemaal niet te veel aan maar wil wel betaalbaar voedsel en een recreatief platteland. En de laatste is vooral kritisch door het geloof in een aantal hardnekkige vooroordelen en een gebrek aan kennis en affiniteit.

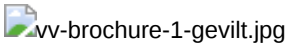
‘Ontdek met Veldverkenners het platteland van morgen’

In zijn zoektocht naar het juiste medium en kanaal om deze nieuwe doelgroepen te bereiken, werd VILT bijgestaan door het creatieve contentbureau Jansen & Janssen, dat ook het VILT-magazine Landgenoten realiseert. Het resultaat van die samenwerking is Veldverkenners. De naam zelf geeft al aan waar VILT met het project naartoe wil: Veldverkenners moet de lezers meenemen op ontdekkingsreis doorheen het Vlaamse platteland, op zoek naar antwoorden op vragen als 'Hoe milieu- en diervriendelijk zijn landbouwtechnieken?', 'Hoe veilig en gezond is ons voedsel?', en 'Waar kan je van de boerenbuiten en hoevespecialiteiten genieten?'. De basistoon van de communicatie is afgestemd op de kritische natuurliefhebber, die op een speelse en avontuurlijke manier praktische informatie verzamelt en verschillende denkpistes aftast. Op die manier moet de inhoud ook jongeren (avontuur) en pragmatici (meerwaarde) aanspreken. Concreet ligt de focus op een toegankelijke open ruimte en duurzaam voedsel, evenals op de rol die de land- en tuinbouw daarin speelt.

Facebook centraal



Door te kiezen voor een Facebookpagina als centraal medium, wil Veldverkenners consument en producent uitnodigen om met elkaar in contact te treden. Op die manier moet een community ontstaan die met passie, diepgang en nuance discussieert over de uitdagingen en troeven van de land- en tuinbouw en het platteland in Vlaanderen. Op de Facebookpagina zelf gebeurt dit vooral op een lichte en entertainende manier, met een focus op beeld, maar op de website worden de onderwerpen meer uitgediept.
De website bundelt grofweg twee type artikels: 'doe-tips' en 'denk-pistes'. Het eerste is erop gericht de lezers zelf de boer op te krijgen, terwijl het tweede vooral het debat wil stimuleren. Verder is er een agenda met evenementen die organisaties maar ook land- en tuinbouwers zelf organiseren, en kan de tweejaarlijkse brochure er online geraadpleegd worden.



Die brochure is net zoals de doe-tips op de website vooral gericht op de beleving van het platteland. In de eerste uitgave worden bijvoorbeeld 24 zomerse uitstaptips verzameld. De verspreiding van de papieren exemplaren gebeurt nog voornamelijk via het netwerk van Melk & honing-verdelers, dat vooral bestaat uit hoeveproducenten en -logiesuitbaters. Zij maken Veldverkenners bekend bij hun klanten en bezoekers, terwijl ze in ruil een 'relatiegeschenk' krijgen om uit te delen en de Facebookpagina en website kunnen gebruiken om eigen acties of evenementen aan te kondigen.
Ten slotte is Veldverkenners ook actief op Twitter, Google+, Instagram, YouTube en Pinterest. In de eerste fase beperkt de communicatie zich hier voornamelijk tot een

reproductie van de artikels op Facebook en de website, maar in een tweede fase kan dit uitgebreid worden met een mediumspecifieke strategie.

Landbouw én natuur

Om te verzekeren dat Veldverkenners voldoende aansluit bij de leefwereld van de kritische doelgroepen, werd gezocht naar partners bij natuurverenigingen, landbouworganisaties, ngo's, plattelands- en consumentenverenigingen. Zo kreeg VILT de volgende partners rond de tafel: Natuurpunt, de Werkgroep voor Rechtvaardige en Verantwoorde Landbouw (Wervel), Boerenbond, Landelijke Gilden, Ons (voormalige Groep KVLV), de Vereniging voor Ecologisch Leven en Tuinieren (Velt), het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM), het Instituut voor Landbouw- en Visserijonderzoek (ILVO) en de Belgische Federatie van de toeleveranciers van machines, gebouwen en uitrustingen voor de Landbouw (Fedagrim). Verder zal regelmatig worden samengewerkt met Test-Aankoop, het Centrum voor Agrarische Geschiedenis en Logeren in Vlaanderen Vakantieland.

Dat de mix van partners niet voor de hand ligt en soms voor frictie kan zorgen, daar zijn zowel VILT als de partners zelf zich van bewust. Maar allen geloven ze in de meerwaarde van de dialoog en open communicatie waar Veldverkenners voor staat.

"Samenwerking tussen landbouw en natuur is van cruciaal belang voor de ontwikkeling van het platteland. Dat het mogelijk is, bewijzen de 800 boeren waarmee Natuurpunt samenwerkt. Hoog tijd dat hun ervaringen gehoord worden. En daarin zie ik een belangrijke rol weggelegd voor Veldverkenners", licht Joris Gansemans van Natuurpunt toe.

Ook Jeroen Watté van Wervel ziet in Veldverkenners een kans om positieve en inspirerende verhalen te brengen. "De Vlaamse land- en tuinbouw kent een aantal pioniers die zeer innovatief bezig zijn, op een manier die afwijkt van hoe innovatie gangbaar wordt ingevuld. Zij proberen hun autonomie zo veel mogelijk te vergroten, ook op economisch vlak. Aan hun verhalen wil ik met Veldverkenners meer ruchtbaarheid geven. Op die manier hoop ik een aantal vooroordelen die leven bij de kritische doelgroepen, soms in stand gehouden door de sector zelf, weg te werken."

Anne-Marie Vangeenberghe van Boerenbond ten slotte hoopt met Veldverkenners meer mensen te overtuigen van de onlosmakelijke band tussen landbouw en platteland. "Boerenbond en Landelijke Gilden proberen dit al 40 jaar te doen, onder meer via initiatieven zoals Dag van de Landbouw. We hopen dat Veldverkenners ons daarin kan versterken."

Om het project goed op gang te trekken, wordt binnenkort een zomercampagne met fotowedstrijd georganiseerd. Maar daar moet jij natuurlijk niet op wachten, neem

vandaag al een kijkje op www.facebook.com/veldverkenners en www.veldverkenners.be.

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