nieuws

Vredeseilanden voert campagne voor boeren wereldwijd

nieuws

Van de bananenboer in Senegal tot de melkveehouder in België: wereldwijd worstelen boeren om te overleven. In een supermarkt in Herent vestigde Vredeseilanden donderdag een laatste keer alle ogen op de campagne voor leefbare prijzen voor landbouwers. Nu is het aan de 8.000 vrijwilligers die in opdracht van de ngo van vrijdag tot en met zondag geld inzamelen. Wie dit weekend een centje aan Vredeseilanden geeft, steunt daarmee de boeren in arme landen. Hun Belgische collega's worden niet vergeten door de ngo want de campagne Let's #SaveTheFoodture daagt Belgische supermarkten uit. Aangezien we met zijn allen 80 procent van onze voeding in supermarkten kopen, hebben zij de sleutel in handen om van duurzame voeding de gewoonste zaak van de wereld te maken.

14 JANUARI 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:33

Lees meer over:
distributie
consument
landbouw algemeen



Van de bananenboer in Senegal tot de melkveehouder in België: wereldwijd worstelen boeren om te overleven. In een supermarkt in Herent vestigde Vredeseilanden donderdag een laatste keer alle ogen op de campagne voor leefbare prijzen voor landbouwers. Nu is het aan de 8.000 vrijwilligers die in opdracht van de ngo van vrijdag tot en met zondag geld inzamelen. Wie dit weekend een centje aan Vredeseilanden geeft, steunt daarmee de boeren in arme landen. Hun Belgische collega's worden niet vergeten door de ngo want de campagne Let's #SaveTheFoodture daagt Belgische supermarkten uit. Aangezien we met zijn allen 80 procent van onze voeding in supermarkten kopen, hebben zij de sleutel in handen om van duurzame voeding de gewoonste zaak van de wereld te maken.

Met een geheel eigen versie van de winkelkarquiz lokte Vredeseilanden heel wat pers naar de Carrefour Market in Herent. Onder het toeziend oog van de tv-camera gingen klanten op zoek naar producten waarvoor de boer een leefbare prijs krijgt.

Vredeseilanden koos voor de supermarkt van de broers Draye omdat zij een aantal principes in praktijk brengen die de ngo probeert te introduceren bij alle grootwarenhuisketens en voedingsbedrijven. "Als klant is het verre van evident om voor voedingsproducten te kiezen met een meerwaarde die doorsijpelt tot bij de boer. De onderliggende boodschap aan supermarkten is dat ze best hun volledige voedingsaanbod zouden verduurzamen", zegt Jelle Goossens van Vredeseilanden.

De woordvoerder van Vredeseilanden is onder de indruk van de supermarktbezoekers die in Herent bijna blindelings naar de rayons met fair trade, biologische en lokale producten stappen. Voor de meesten geldt echter dat ze desgevraagd het milieu belangrijk vinden en de producent een eerlijke prijs gunnen, maar hun aankoopgedrag dat niet weerspiegelt. Zaakvoerder Hendrik Draye

maakt het hen nochtans gemakkelijk met enerzijds een groot aanbod fair trade producten uit het buitenland en anderzijds groenten en fruit die rechtstreeks zijn ingekocht bij boeren uit het Leuvense. In de rekken met versproducten wordt de origine en de producent netjes geafficheerd.
Lokaal en fair trade is voor voedingswinkels een ontluikende commerciële opportuniteit maar de grote drijfveer voor Hendrik is de fair-trade-gedachte. Hij gelooft in 'choice editing': de consument een zetje geven in zijn keuze voor duurzame voeding. Zo ligt de fair trade chocolade in de Carrefour Market in Herent op ooghoogte tussen alle andere chocolade en niet achter hoek en kant in een apart rek met fair trade producten. Naast de traditionele fair trade bananen vind je in Herent ook ander fruit, bijvoorbeeld appelsienen, met hetzelfde keurmerk.
Op een soortgelijke manier onderscheidt Hendrik zich in het aanbod verse groenten en fruit van eigen bodem. Voor een stuk komt dat niet van de centrale leveranciers van Carrefour maar van lokale producenten. In één oogopslag spotten we witloof, appels en peren recht van bij de boer. "Als franchisenemer krijg ik van Carrefour die vrijheid", vertelt Hendrik. Meer nog, hij ervaart dat hij binnen de keten navolging krijgt. Lokaal en fair trade winnen aan belang in de hoofden van de winkeluitbaters en op termijn dus ook in het winkelrek. "Mijn aardappelboer mag ondertussen ook de Carrefour-winkels in Leuven en Korbeek-Lo beleveren", illustreert Hendrik.
Op het hoofdkantoor van Carrefour is er een duurzaamheidsverantwoordelijke die informatie verspreidt richting de winkeluitbaters.
Over de campagne van Vredeseilanden kan je Hendrik niets meer leren. De geëngageerde winkeluitbater wordt namelijk als inspirerend voorbeeld opgevoerd in hun boek #SaveTheFoodTure. Volgens Vredeseilanden kunnen supermarkten de voedingsketen in snel tempo verduurzamen. De ngo stapt daarom met enkele concrete vragen naar hen toe, bijvoorbeeld om aankopers niet enkel te belonen voor de lage prijs die ze bedingen bij hun leveranciers. Veel duurzamer is het om hen te vragen ook oog te hebben voor het milieu en de werkomstandigheden bij de leveranciers. Daarnaast is het cruciaal om de winsten en risico's eerlijker te verdelen zodat het niet enkel de boer is die elke tegenslag draagt.
Vredeseilanden werkt hard om de principes in de praktijk te brengen die in hun boek #SaveTheFoodTure besproken worden. De brochure 'Duurzaam inkopen doe je zo' licht er negen to do's uit voor retail en voedingsindustrie. Door samenwerkingsverbanden op te zetten tussen boeren, supermarkten en voedingsbedrijven timmert de ngo aan de weg. Zo toont Colruyt interesse om een keten van kwaliteitsbananen op te zetten vanuit Senegal tot in België. Er is echter nog veel werk voor de Senegalese boeren op vlak van organisatie, logistiek, irrigatie en het toepassen van goede landbouwpraktijken.
Om die uitdagingen rond te krijgen, steunt Vredeseilanden hen. Het is voor zulke initiatieven dat 8.000 vrijwilligers dit weekend uw financiële steun vragen. Het zwaartepunt van het werk van Vredeseilanden ligt in arme ontwikkelingslanden. "In eigen land moeten we de boeren niet meer leren om een coöperatie op te zetten", maakt Goossens duidelijk dat de ngo niet in het vaarwater van landbouworganisaties komt.
In de aanloop naar het campagneweekend lanceerde Vredeseilanden ook een stickeractie. Zo kun je op je klantenkaart van de supermarkt of op een product de boodschap kleven: Mag het iets meer zijn? 't Is voor de boeren. "Supermarkten gebruiken vaak de consument als reden waarom ze altijd harder focussen op lage prijzen", zegt Jelle Goossens. "We roepen consumenten daarom op om hun supermarkt te laten weten dat scherpe prijzen niet ten koste van de boeren mogen gaan. Dat is een universele boodschap want zonder leefbare prijzen stoppen Belgische boeren net zo goed als boeren uit Senegal. Zo brengen we onze voedselproductie in gevaar. Supergoedkoop voedsel komt ons uiteindelijk duur te staan."

Beeld: Vredeseilanden

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