

# Het verhaal achter eten

De website Foodlog.nl is een 'hangplek' voor mensen die hun kennis van eten met anderen willen delen. "Mensen hebben verrassend weinig kennis van eten, terwijl ze graag meer willen weten", zegt Dick Veerman. Hij heeft de website opgericht. "Zelfs officiële instanties vertellen halve en soms hele onwaarheden over eten." Op Foodlog.nl worden die onwaarheden ontzenuwd. En iedereen mag meediscussiëren.

**F**oodlog.nl is in 2005 "per ongeluk" ontstaan, vertelt Dick Veerman. "Ik werd aangemoedigd om wat ik tot dan toe aan vrienden en kennissen vertelde over eten maar eens op te schrijven. Opeens gingen mensen reageren en ontstond een gesprek dat steeds breder werd." De website heeft nu zo'n 40.000 vaste lezers die de website meerdere malen per maand bezoeken: van Wageningse wetenschappers en medewerkers van Albert Heijn en Unilever tot slaggers en bakkers, boeren en tuinders, kaasmakers, maar ook geïnteresseerde 'gewone' mensen. Op Foodlog.nl kan het over van alles gaan. Van Ik Kies Bewust tot het varken als het meest duurzame dier. En van de CO<sub>2</sub>-neutrale koe die alleen gras eet tot 'nepkaas' die je ongemerkt koopt in een zakje en zoveel op kaas lijkt dat je pas ziet dat het geen kaas is als je de kleine lettertjes leest.

## Imago

Veerman wil aan mensen laten zien hoe eten wordt gemaakt, hun manier van kijken verruimen. "Voedselproductie gebeurt tegenwoordig vooral achter gesloten deuren. Consumenten denken daardoor dat er wat te verbergen is", zegt hij. "Doordat het allemaal wat steriel geworden is, zien ze de samenhang tussen bijvoorbeeld boeren en kaas die ze in de winkel kopen niet meer." En ze weten vaak ook niet dat er verschil zit tussen fabriekskaas en Boerenkaas. "Rauwmelkse Boerenkaas heeft een diepe, complexe, lange smaak. Dat zorgt voor veel genot, tenminste als je ervoor open staat." Veerman denkt dat Boerenkaas, maar ook karnemelk en boter van de boerderij,

op veel grotere schaal aan de man kan worden gebracht. "Ik zie ruimte op de wereldmarkt voor goede Nederlandse rauwmelkse kaas. In Italië hebben ze Parmezaanse kaas. Waarom hebben wij niet zoiets? Fransen noemen Nederland het 'andere kaasland'. We hebben supergras en kunnen de best mogelijke kaas maken. Maar het imago van Nederlandse kaas in het buitenland stelt niets voor. Onze echt lekkere kaas is daar niet te koop. In New York, Londen en Parijs zie je Maaslander en Old Amsterdam. Waarom ligt er geen Goudse Boerenkaas uit Nederland in Franse supermarkten? Ik zit te wachten op iemand die zo'n product op grotere schaal gaat maken, zodat iedereen het kan eten."

## Echte verhaal

Productinnovatie in de Boerenkaaswereld is volgens Dick Veerman heel belangrijk. "Dat kan alleen maar gedaan worden door mensen die het hele productieproces zelf in de hand hebben: boeren. Er zit een waanzinnige innovatiekracht bij boeren. Zij beheersen het proces en kunnen van daaruit opschalen en hun product bij een groot publiek bekendmaken." Daar is volgens Veerman geen ingewikkelde marketingstrategie voor nodig. "Boeren kunnen gewoon vertellen wie de kaas heeft gemaakt, hoe dat gaat en wat mensen kunnen proeven. Door de verhalen van de boeren krijgt de producten een identiteit. Daar is geen etiket met oranje klompje of een mooie naam voor nodig. Het echte verhaal is al zó mooi." 🍷



FOTO: CECILE JANSSEN