

# Boer vertelt het echte verhaal

Via Boerenfluitjes op Twitter vertellen 1.200 boeren het echte verhaal over eten van Nederlandse bodem aan ruim 7.000 consumenten. En sinds kort is er de consumentenorganisatie Stichting Boerenfluitjes. Een gesprek met oprichtster Ester van Aalst.

HENK TEN HAVE

**B**egin mei werd er al getwitterd over graskaas. “Maar toen was er natuurlijk nog geen graskaas. Dat probeer ik dan met Boerenfluitjes, via twitterende kaasboeren of kaasspecialisten, duidelijk te maken aan mijn volgers. De meesten van hen hebben geen enkele kennis over de agrarische sector.”

Drie jaar geleden richtte Ester van Aalst Boerenfluitjes op. Inmiddels is het initiatief bekend bij vele boeren en burgers. Met Boerenfluitjes wil Ester boeren en burgers met elkaar in contact brengen, zodat burgers meer te weten komen over het eten dat de Nederlandse boeren met trots voortbrengen. Ester volgt als @boerenfluitjes 1.200 boeren op Twitter en ruim 7.000 consumenten volgen haar via hetzelfde sociale medium. “Tweets van de boeren over waar ze mee bezig zijn retweet ik voor mijn volgers. Zo komt hun echte verhaal rechtstreeks bij de burgers terecht. Supermarkten vertellen niet altijd het echte verhaal over eten: ze maken er verhalen omheen. Veel consumenten geloven die verhalen. Met Boerenfluitjes probeer ik die verhalen te ontcrachten door het échte verhaal achter ons eten te laten vertellen door de producenten zelf.” Via Boerenfluitjes kunnen consumenten ook vragen stellen over hun eten. Ester: “Die vragen retweet ik en zelf stel ik ook vragen aan boeren. De antwoorden die de boeren vervolgens geven, retweet ik weer. Zo wordt de kennis bij de burgers vergroot, en op basis van die kennis kunnen ze een bewuste keuze maken bij het boodschappen doen.”

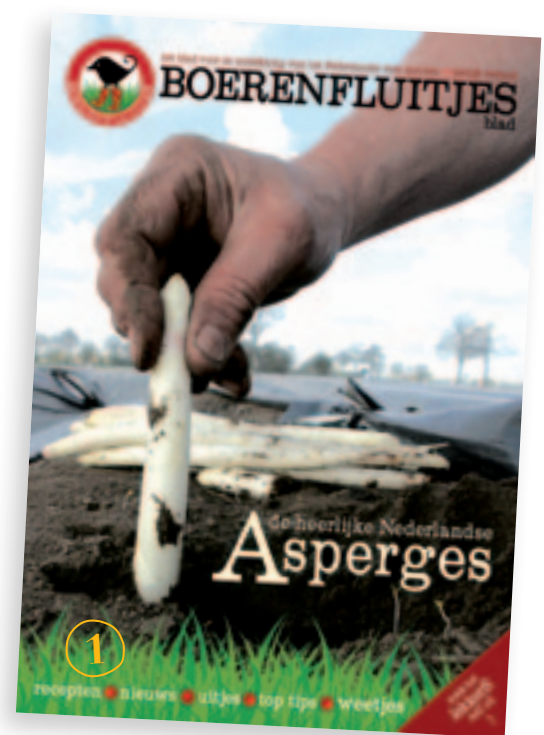
Boerenfluitjes is geen actiegroep, verduidelijkt Ester. “Boerenfluitjes is niet oordelend.

Het thema is eten van Nederlandse bodem. Of dat nu bijvoorbeeld regulier of biologisch geproduceerd is, doet er niet toe. Ik wil mensen dingen leren en nieuwsgierig maken. Op basis daarvan kunnen ze zelf een keuze maken in de winkel.” Ook boerenkaas en boerderijzuivel zijn geregeld ‘onderwerpen van gesprek’. Zo was er de discussie over graskaas die er nog niet was. En ook het verschil tussen Boerenkaas en Kaas van de Boerderij werd via Boerenfluitjes uitgelegd.

## Stichting Boerenfluitjes

Met Boerenfluitjes informeert Ester niet alleen, soms lukt het haar bijvoorbeeld ook, samen met vele andere twitteraars, om een product dat uit een winkel is verdwenen, terug in de schappen te krijgen. Zo stopte Albert Heijn een tijdje geleden met de verkoop van Tasty Tom-tomaten, maar nadat vele klanten via Twitter om de tomaten gingen vragen, nam de supermarkt de smaaktomaat weer op in haar assortiment. Ester: “Dat is de kracht van Twitter.” Maar Boerenfluitjes is nu ook buiten Twitter actief. Ester heeft samen met projectbureau Praedium en advies- en accountantsbureau Countus de stichting Boerenfluitjes opgericht. Op 2 juni vond de aftrap plaats op de Sonsbeekmarkt in Arnhem. Iedereen kan Luitje van Boerenfluitjes worden. Met allerlei activiteiten en een online magazine wil Boerenfluitjes nog meer boeren en burgers met elkaar in contact brengen en het echte verhaal over het eten van Nederlandse bodem (laten) vertellen.

[www.boerenfluitjes.nl](http://www.boerenfluitjes.nl)



- 1 Met het gelijknamige online magazine treedt Boerenfluitjes nog meer naar buiten.
- 2 Ester van Aalst, de drijvende kracht achter Boerenfluitjes.



FOTO: GERT JANSSEN/WDPHOTO

## Cursus social media

Ester van Aalst geeft via haar adviesbureau Oker Advies ook de cursus ‘Breng jezelf in beeld met sociale media’. In 2 tot 2,5 uur krijgen deelnemers praktische tips voor gebruik van Twitter, Facebook, Pinterest en LinkedIn. Ook is er tijd voor vragen. Vervolgens kan met een lesboek voor thuis aan de slag worden gegaan.

Voor meer informatie: [www.oker-advies.nl](http://www.oker-advies.nl).