



Verbinden

Directeur Peter Wester van Fries Landbouwmuseum: 'We richten ons nu op de belangrijkste betekenis van landbouw als voedselproducent'

verdieping
cultuur
lifestyle



Kadir van Lohuizen FOTO: STANLEY GREEN

NADENKEN OVER HET ETEN OP JE BORD

Wat weten we eigenlijk van het eten op ons bord? In *Food for Thought* laat fotograaf Kadir van Lohuizen in het Fries Landbouwmuseum zien waar ons voedsel vandaan komt. In de expositie *Second Thought* volgt de repliek.

JANTIEN DE BOER

‘Wij zijn de verbinding met ons eten kwijtgeraakt’, zegt Kadir van Lohuizen (63). Toen hij jong was at hij, net als iedereen, groenten uit het seizoen. Bloemkool kwam van de groenteboer en vlees van de slager, waar halve koeien aan haken hingen.

Als we nu toevallig midden in de winter zin hebben in sperziebonen, kopen we boontjes uit Kenia. Of we gooien mango’s van Afrikaanse telers in onze yoghurt.

„Veel kinderen weten niet eens meer hoe een krop andijvie eruit ziet”, denkt Van Lohuizen, „omdat het allemaal in van

die zakjes zit”. En hoe kan het eigenlijk dat een gemiddelde maaltijd 30.000 kilometer aflegt, voor hij in onze magen belandt? Dat is van hier naar Australië en weer terug.

„Ik kan het me nauwelijks voorstellen”, zei presentator Pieter Jan Hagens van het televisieprogramma *Buitenhof* twee jaar geleden over die reiskilometers. „Ik eigenlijk ook niet”, antwoordde de fotograaf. „Maar denk er maar eens over na als je in je koffiekopje zit te roeren, die bonen komen ook niet uit Nederland.”

Voor *Food for Thought* richtte hij zich niet alleen op de voedselproductie in de



Een berg stroopwafels bij diervoederfabrikant Nijsen in Veulen. De standaard van de consument wordt steeds hoger. Varkens en kippen krijgen nu ook resten winegums, donuts, stroopwafels en pasteitjes te eten, vaak alleen afgekeurd omdat ze niet perfect doorbakken of niet mooi rond zijn. FOTO: KADIR VAN LOHUIZEN



Museumdirecteur Peter Wester: „We willen verbinden, niet polariseren.”

FOTO: HOGE NOORDEN/JAAP SCHAAF

Verenigde Staten, Kenia, China, Saoedi-Arabië en de Verenigde Australische Emiraten, maar ook op die in Nederland. Naar eigen zeggen werd hij heen en weer geslingerd tussen „verbijstering en bewondering”.

ALLEMAAL EVEN GROOT

Zuivelcoöperatie Friesland Campina is een van de grootste zuivelondernemingen in de wereld. Nergens leven zoveel productiedieren per vierkante kilometer als in Nederland. „En hoe kan het eigenlijk dat we op zo’n ongelooflijke schaal taken kunnen produceren die allemaal even

groot zijn en dezelfde kleur hebben?”

Tijdens zijn ontdekkingsreis viel de Amsterdamse fotograaf „geregeld van zijn kruk”, omdat het marketingplaatje van de voedselindustrie „zover af staat van de werkelijkheid”.

Hij is een stadsgenoot, die het merendeel van het jaar op reis is. Gedwongen door de covid-pandemie deed hij uitgebreid onderzoek in Nederland, waar veel voedselproducenten dachten dat hij op zoek was naar misstanden. „Zoveel wantrouwen heb ik nog nooit meegemaakt.”

Het waren de jaren van de boerenprotesten en de opkomst van de Boer Burger

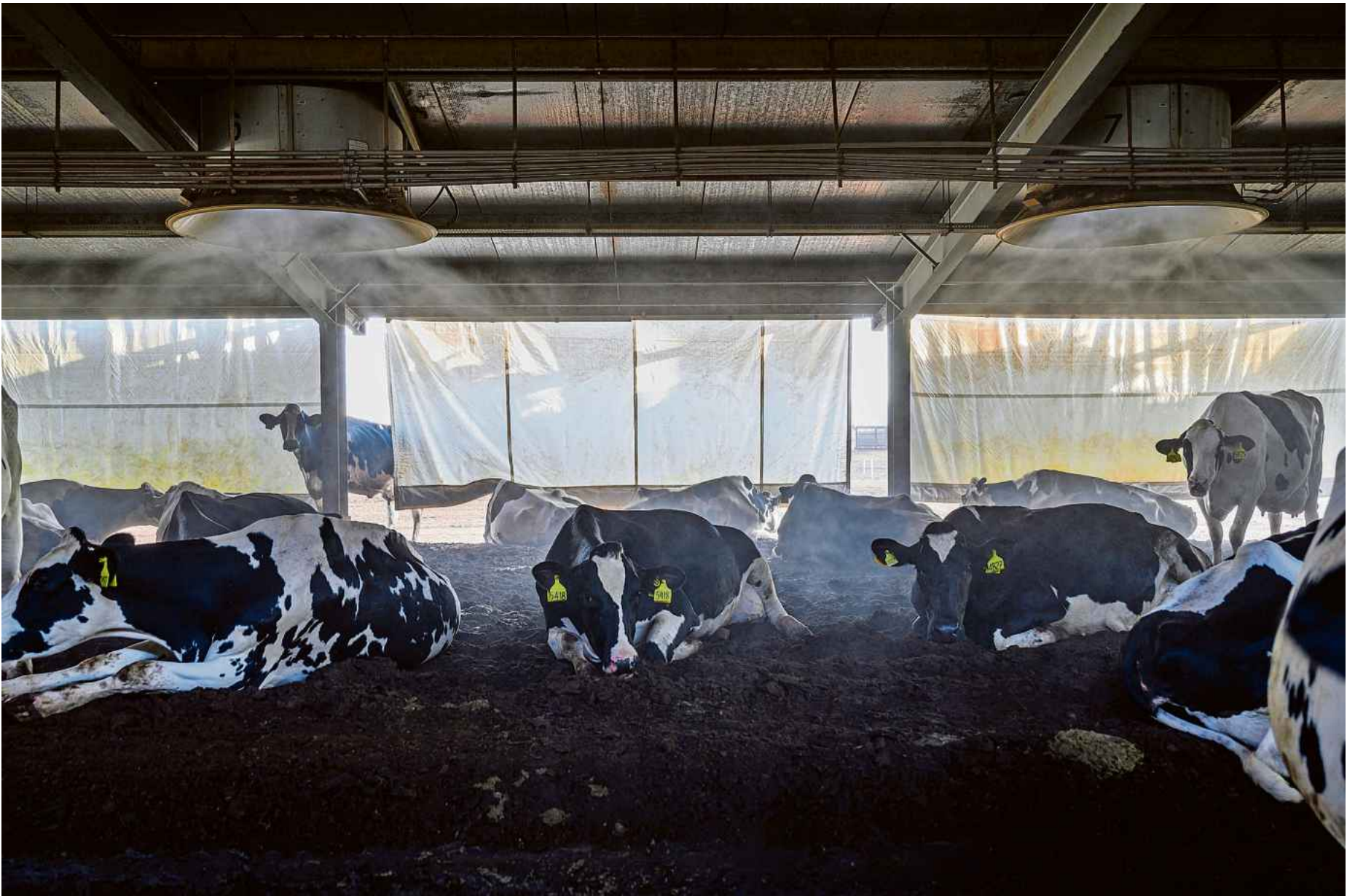
“

Het marketingplaatje van de voedselindustrie staat ver af van de werkelijkheid

Beweging. „Het polariseerde onder mijn ogen, maar ik heb me onthouden van een mening. Ik ben gewoon nieuwsgierig. Ik laat dingen zien, daarna mag iedereen zelf bedenken wat hij ervan vindt.”

Die aanpak werkte. Het project eindigde met een fotoboek, een documentaire-serie voor de NPO en met de expositie, die nu in het Fries Landbouwmuseum in Leeuwarden is te zien.

In *Second Thought*, het tweede deel van de tentoonstelling, vertellen boeren, voedselproducenten, kennisinstituten, marktpartijen en andere partijen hoe zij de problemen in het huidige, grootschali-



De 10.000 melkkoeien van melkveebedrijf Al Ain, gelegen in de woestijn van Abu Dhabi, mogen niet te warm worden. Om hittestress en dalende melkproductie te voorkomen, wordt de lucht gekoeld met waternevelinstallaties. Zo blijft de temperatuur op 28 graden Celsius. Deze boerderij begon ooit met tweehonderd geïmporteerde Friese koeien en is nu één van de grootste zuivelspelers in de regio.

FOTO: KADIR VAN LOHUIZEN



Agrocare in Middenmeer produceert zo'n 80 miljoen tomaten per jaar.

De tomatenteelt is een van de grootste exportsectoren in Nederland, met jaarlijks 910 miljoen kilo tomaten uit hoogtechnologische kassen.

FOTO: KADIR VAN LOHUIZEN

ge voedselsysteem aanpakken. „Wel een beetje spannend”, vindt de fotograaf.

Grote voedselbedrijven weten volgens hem ook zelf wel dat het anders moet. In een eerder interview met het platform *Regeneration*: „Ik denk dat voedsel een hoopvol thema is. We kunnen allemaal nadenken over wat we eten, waar het vandaan komt en of dat handig is of niet.”

RIJKE HISTORIE

Lastig is het wel. „Iedereen weet dat we minder vlees moeten eten en meer lokale producten moeten kiezen, maar dat is moeilijk omdat we vastzitten in een systeem waarin de slechtste keuze ook vaak de goedkoopste is.”

Directeur Peter Wester van het Fries Landbouwmuseum benoemt de roemrijke agrarische historie: de afgelopen honderd jaar is de verhouding tussen de landbouw en de samenleving enorm veranderd, zegt hij. Kijk maar naar de cijfers. Een eeuw geleden werkte nog bijna 30 procent van de Nederlandse bevolking in de agrarische sector, in 1956 was dat nog 13 procent en nu ongeveer 2 procent. Gaandeweg werd de afstand tussen boeren en burgers groter. Daarom gooit het museum, dat zich eerst vooral op het verleden richtte, het nu over een andere boeg. Wester: „We richten ons nu op de belangrijkste betekenis van de landbouw; die van voedselproducent.”

De problemen die Van Lohuizen schetst zijn bekend, zegt hij. En de expositie *Second Thought*, waaraan 24 partijen meedoen, is „geen ontkenning, maar een meerstemmig antwoord” op de problemen in de voedselindustrie. Wester ziet alom goede wil. „Er wordt hard aan oplossen gewerkt, maar er zijn ook partijen die het debat kapen.”

Second Thought houdt zich daar verre van. Volgens Wester wil het museum in

de vervolgexpositie net zo nieuwsgierig en open verslag doen als Van Lohuizen deed. „We willen niet polariseren maar verbinden.”

En al die 24 partners die in *Second Thought* aan bod komen? Kregen de marketing-afdelingen van grote voedselbedrijven alle ruimte om mooie plaatjes te schetsen? Klein glimlachje: „Ze waren haast nog kritischer dan wijzelf. Je gaat je verbazen.”

Kaartjes met korting

Vanaf zondag 4 oktober is de expositie *Food for Thought / Second Thought* in het Fries Landbouwmuseum in Leeuwarden open voor het publiek. Lezers van de krant krijgen 2,75 euro korting per ticket, met kortingscode: FLMFOOD. De code geldt voor maximaal twee kaarten per bestelling. De expositie is te zien tot en met 1 juli 2027.

• landbouwmuseumfriesland.nl

Tijdens de opening van de expositie lanceert Van Hall Larenstein een nieuwe opleiding die vakmensen moet opleiden voor de voedselvoorziening van de toekomst. Volgens de hogeschool heeft de voedingssector dringend behoefte aan hbo-opgeleide medewerkers. De nieuwe opleiding Food is een Associate degree (Ad): een praktijkgerichte tweejarige hbo-opleiding die in september 2027 van start gaat in Leeuwarden en Velp. Studenten volgen twee dagen per week les en werken daarnaast aan praktijkopdrachten.