



GEZOND BOERENVERSTAND

Het roer moet om

Bij People's Farm in Maasbree staat de menselijke maat centraal. De naam die Yvonne en Marcel Jacobs voor hun bedrijf kozen, is dus zo gek nog niet.

TEKST: MARIE-JOSÉ VAN DER WIELEN FOTOS: AD VEREIJKEN, FOTO ID

Spruitjes slaan een heel jaar zonne-energie op. Daarom zijn het echte vitamine C-bommetjes. Je vindt ze deze winter in het verskratje van People's Farm terug

Prei. Eindeloze velden vol prei. Het hele jaar rond waren Yvonne en Marcel Jacobs met prei bezig. En dat werd steeds minder leuk. Marcel: 'De kostprijs, dat is het enige wat telt. In de loop der jaren zijn we dat in de sector vanzelfsprekend gaan vinden. Automatisering, schaalvergroting, de lat kwam steeds hoger te liggen. Het zijn de economische wetten die je daartoe dwingen. Dat begon voor ons te wringen. Waar was de mens in dit verhaal? De boer, maar ook de consument?'

ANDERS Yvonne en Marcel hebben het bedrijf van Marcells vader overgenomen. Die had de schaalvergroting in de preiteelt zo'n beetje uitgevonden. Nu komen zijn opvolgers daar op terug. Marcel: 'We misten het contact met de consument. Waren anonieme producenten geworden. Dat begon ons tegen te staan. We wilden het anders. Kleinschaliger. Gevarieerder. We

Het uitputten van mensen en de aarde houdt een keer op. Hoe duurzaam is het om varkens te fokken waarvoor je de kostprijs niet kunt krijgen?



wilden de menselijke maat in ons bedrijf terug.' Ideeën hadden Yvonne en Marcel genoeg. Ze wilden rechtstreeks aan de klant gaan leveren. Hem wekelijks een krat met verse groenten van het seizoen aanbieden, met verrassende recepten erbij. Marcel: 'We hebben heel veel bestaande initiatieven bekeken. Die komen toch vaak uit de tussenhandel voort en dat willen wij niet. We willen het puur bij de bron houden, zodat we mensen zelf kunnen laten ervaren wat we doen en hoe we het doen.'

SEIZOENSGEBONDEN Drie jaar geleden presenteerden Marcel en Yvonne hun idee op de Hiltho. Het werd positief ontvangen. Inmiddels zijn ze twee jaar bezig met hun verskratjes. Yvonne: 'De overgangssituatie is nu zo goed als voorbij. De grond voor de grootschalige teelt hebben we verhuurd. De percelen waar we zelf op telen mogen we vanaf volgend voorjaar biologisch noemen. Niet dat we dat labeltje zo belangrijk vinden, maar als je besluit om niet meer te spuiten en als je geen synthetische kunstmest gebruikt, kom je daar toch uit. Wij vinden het het belangrijkste dat we seizoensgebonden kunnen werken. Dat we gewassen telen die hier horen. We hebben nu verschillende teelten op één perceel en merken dat we daardoor vanzelf geen last meer hebben van ziektes en plagen. Het is leuk om met gelijkgestemde collega's samen te werken. Om de inhoud van het kratje gevarieerd te houden, doen we er ook producten van andere boeren in. Asperges of witlof van de zorgboerderij of paprika's en komkommers van BioVerbeek.'

LEEFSTIJLVERANDERING Marcel: 'Mijn wereld is veel groter geworden. We hebben een netwerk van afhaalpunten bij lokale bakkers en slaggers, maar bijvoorbeeld ook bij een yogastudio. Ik praat nu met artsen over gezondheid en voeding, ontvang mensen voor kookworkshops. Al die contacten zorgen voor nieuwe ideeën. De afgelopen twee jaar hebben we ons vooral op de consument gericht, ontvingen we schoolklassen in onze veldkeuken. Dat willen we nu breder

Elke donderdag wordt er geoogst. Vrijdagochtend brengt Yvonne de gevulde verskratjes naar de afhaalpunten in de regio.



De verskratjes worden elke week met zorg door Marcel en Yvonne samengesteld. Zo eet je het hele jaar door gevarieerd en volg je de seizoenen op je bord.

RECEPTEN VAN HANS

Als je gewend bent een pakje gesneden groenten uit de supermarkt mee te nemen, dan weet je niet wat je met een portie ongedopte tuinbonen moet. Daarom krijgen de klanten van People's Farm elke dinsdag een nieuwsbrief van huiskok Hans. Hans ontwikkelt recepten met de groenten die die week in de krat zitten. Zo leer je vanzelf om met de seizoenen mee te eten.

gaan trekken. Bedrijven vinden gezondheid en preventie steeds belangrijker. Daar willen wij op aanhaken door collectieve abonnementen voor onze verskratjes aan te bieden, maar ook door hen hier te ontvangen en met hen te koken. Ik onderzoek hoe wij met People's Farm kunnen bijdragen aan een duurzame leefstijlverandering waarmee gezondheidsproblemen voorkomen kunnen worden. Daarvoor ga je dan weer op zoek naar nieuwe samenwerkingen. Met mensen uit de sportwereld bijvoorbeeld, of met initiatieven zoals Kerngezond. Het leuke is dat we zelf ook veel meer groenten zijn gaan eten. We koken nooit meer met pakjes en zakjes en daar voelen we ons heel erg goed bij.'

NIET GEK Toen Yvonne en Marcel het roer omgooiden werden ze voor gek verklaard. Marcel: 'Dat is misschien ook wel logisch als je tegen de stroom ingaat. Maar wij zijn ervan overtuigd dat het zo moet. Dat hier ook een verdienmodel in zit. Door rechtstreeks aan de consument te le-

veren, halen we een heleboel schakels uit de keten. Dankzij eigentijdse marketingtechnieken weten we onze klanten te bereiken, online en offline. Je ziet dat supermarkten steeds meer inzetten op beleving. Die beleving bieden wij hier volop! Onze klanten kennen het verhaal achter hun eten. Ze kunnen de ingrediënten die ze in de kookworkshop gebruiken zelf van het veld halen. Deze manier van werken levert zoveel meer voldoening op. Het uitputten van mensen en de aarde houdt een keer op. Hoe duurzaam is het om varkens te fokken waarvoor je de kostprijs niet kunt krijgen? Hoe ethisch is het om mensen in Ethiopië boontjes te laten plukken die ze zelf niet kunnen betalen? Ik denk dat je heel goed moet kijken wat er lokaal nodig is. Dat kan stadslandbouw zijn, maar dat kan ook de manier van People's Farm zijn. Als je het slim aanpakt, kun je de wereldbevolking echt wel op een maatschappelijk verantwoorde manier voeden. Je moet eigenlijk gewoon je gezonde boerenverstand gebruiken.'



WWW.PEOPLESFARM.NL