

Zodra de burger consument wordt, verandert er iets



BBC: boomkweker, burger, consument

U denkt bij BBC waarschijnlijk aan de British Broadcasting Corporation. Wat mij betreft staat die afkorting voortaan voor iets anders: boomkweker (of boer als u wilt), burger, consument. Drie rollen die dicht bij elkaar liggen, maar in de praktijk vaak wringen.

Interessant wordt het bij de tweede en derde rol: burger en consument. In theorie zijn dat dezelfde mensen. In de praktijk gedragen ze zich vaak heel verschillend, soms zelfs binnen een paar minuten. Ik zal een voorbeeld geven. Afgelopen weekend kreeg ik ineens zin in mijn favoriete aubergine gerecht: *melanzane alla parmigiana*. Daar moet natuurlijk aubergine voor in huis komen. Eerst naar de biologische *groentejuwelier* Ekoplaza. En daar lagen ze in overvloed: Instagram-waardige aubergines: prachtig diep paars, strak in de schil en geen plekje te bekennen. Alleen ... vier euro per stuk: slijk. Dus toch nog even langs de Appie. En ja hoor, ook daar aubergines. Bijna net zo perfect, maar wel beduidend goedkoper: één euro per stuk. Zelfde groente, heel ander prijskaartje. En dan begint het bekende spelletje in je hoofd.

Als burger begrijp ik die veel hogere prijs. Biologische teelt is duurder en vraagt meer inspanning. Maar als consument haak ik af.

Als burger begrijp ik die prijs van 4 Euro. Biologische teelt is duurder en vraagt meer inspanning. Maar als consument haak ik af. Als burger willen we veel. We willen duurzame productie, biodiversiteit, minder middelen-gebruik en eerlijke prijzen voor de producent. We steunen biologische teelt en spreken ons uit voor korte ketens. Dat past bij het beeld dat we van onszelf hebben. Maar zodra diezelfde burger consument wordt, verandert er iets. Dan spelen andere afwegingen. Prijs en gemak krijgen meer gewicht. Idealen schuiven naar de achtergrond.

Dat spanningsveld is precies waar het om draait. De sector richt zich vaak op de burger: op waarden, beleid en maatschappelijke doelen. Maar de uiteindelijke beslissing wordt genomen door de consument, aan het schap. Voor kwekers en andere groenprofessionals ligt daar een duidelijke uitdaging. Wie succesvol wil zijn, moet beide rollen begrijpen. Niet alleen het verhaal van duurzaamheid en kwaliteit, maar ook de realiteit van koopgedrag. Het BBC model: boomkweker, burger, consument – is daarmee geen abstractie, maar dagelijkse praktijk. En soms ook gewoon een beetje ongemakkelijk.

Met vriendelijk groet,

Hein van Iersel (hein@nwst.nl)
Hoofdredacteur



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!