

Asperge
Onderzoek naar
irrigatie en fertigatie

Waterzuivering
Collectief businessplan
zo eenvoudig nog niet

Witlof
Problemen in pennenteelt
werpen schaduw vooruit

groenten & fruit

21 juli 2017 | No. 15

Part of **Proagrica**



Duitse
AARDBEIEN
Alles groot aan megabedrijf

**'Ik zou best hét
gezicht van
vegetarisch
Nederland
willen zijn.'**

Profiel

Isabel Boerdam (27) studeerde Nederlands en Communicatie. Bij een communicatiebureau bekwaamde ze zich vervolgens in het ontwikkelen van communicatiestrategieën voor bedrijven in de foodsector. Om vervolgens haar eigen strategie te ontvouwen als foodblogger en schrijver. Met www.dehippevegetarier.nl, met een eigen gelijknamig Youtubekanaal en een boek met dezelfde titel. Het populairste van alle recepten die ze ooit online heeft gezet is nog steeds – "heel eenvoudig" – de gevulde paprika. Maar ook altijd goed voor wat extra hits zijn vergeten groenten zoals meiraap, winterpostelein, aardpeer en palmkool. En ja, ze wordt ook 'gevolgd' door vlees- en viseters. "Het gaat mij er ook helemaal niet om om iedereen vegetariër te maken. Maar wel om iedereen die af en toe zonder vlees of vis wil eten op weg te helpen naar die enorme variëteit aan smaken en texturen en mogelijkheden van groenten en fruit en peulvruchten en noten."



Isabel Boerdam

Het frisse gezicht van modern planten eten

Wie is uw beste klant? Dat moet toch wel bijna de vegetariër zijn. Geen vlees, geen vis, wel heel veel groente en fruit. Maar wie is dé vegetariër? Als we zoeken naar iemand die model kan staan voor de moderne jonge hedendaagse vegetariër, dan komen we met Isabel Boerdam vermoedelijk een heel eind.

DOOR TON VAN DER SCHEER

Isabel Boerdam is De Hippe Vegetariër. Met het gelijknamige foodblog en boek heeft ze een fikse schare fans achter zich weten te krijgen. Allemaal mensen die het net als zij een goed idee vinden om voor de eigen gezondheid en de gezondheid van de planeet minder dierlijk en meer plantaardig voedsel tot zich te nemen. En die bij Isabel gaan kijken hoe dat ook nog heel erg lekker kan zijn.

We hebben afgesproken bij Isabel om de hoek in het mekka van de hippe vegetariër: Amsterdam. In de wijk Oud-Zuid, niet heel toeristisch, maar op een steenworp van de bekende musea en het Concertgebouw, is het vrijdagmorgen om half negen toch een komen en gaan van klanten in een vestiging van de trendy koffiehuizen-keten Le Pain Quotidien.

“Amsterdam en de hele Randstad hebben natuurlijk wel de naam. Maar voor mijn boek heb ik alle provincies bezocht en ontdekt dat je als vegetariër echt overal steeds beter terecht kunt. Ook in Assen, ook in Middelburg.”

Hollands welvaren

Maar toch zit ze hier in de hoofdstad. Jong en fit, Hollands welvaren, hoog opgeleid, opgegroeid in een horecagezin waar het de normaalste zaak was om kennis te maken met alle keukens van de wereld.

“Ik heb inderdaad wel in de statistieken van mijn website ontdekt dat ik zelf goed pas in het profiel van mijn volgers en lezers. De leeftijdsgroep 25-45 is het beste vertegenwoordigd, 70% is vrouw en de meerderheid komt uit Amsterdam, Rotterdam en Den Haag.

Zomerverhalen

Deze zomer bekijkt Groenten & Fruit de wereld van groente en fruit vanuit andere invalshoeken. Tuinbouw en de producten die er van komen, kunnen met die zomerse bril op zomaar ook hip en trendy zijn, bruggen slaan tussen zintuigelijk genot en maatschappelijke diepgang. Deze week deel 1 met foodblogger Isabel Boerdam.

Overigens kort daarop gevolgd door Groningen. Daar gebeurt ook van alles.”

Toch ook voor de tuinder een interessante doelgroep: zéér geïnteresseerd in gezond en authentiek eten, relatief kapitaalkrchtig en voor de op het platteland actieve groente- en fruitproducent best moeilijk om direct mee in contact te komen.

“Ik moet bekennen dat ik zelf ook maar erg weinig tijd heb of neem om echt bij tuinders op bezoek te gaan. Waar het mij in mijn werk als De Hippe Vegetariër om gaat, is om vegetarisch eten toegankelijker te maken voor de normale moderne mens. Ik eet zelf sinds mijn negende vegetarisch. Gewoon omdat ik het toen en nu nog steeds geen goed idee vind om dode dieren te eten. Voor mezelf niet en niet voor de planeet. Maar nog steeds word je vaak een beetje meewarig aangekeken en in de geitewollensokkenhoek gezet. Waar ik mezelf absoluut niet in zou plaatsen. Vandaar dat ik De Hippe Vegetariër ben gestart, drieënehalf jaar geleden.”

Want al te vaak kreeg ze in de horeca in binnen- en buitenland

INTERVIEW ▶▶▶

dan maar een bord sla voorgeschoteld of pasta met tomatensaus. "Ik deed zelf in mijn studententijd ook maar overal kaas op. Maar dat besloot ik als De Hippe Vegetariër eens beter aan te pakken. Met als een van de eerste principes: groente in de hoofdrol. En daarnaast veel granen en veel peulvruchten. En dat dat aanslaat, dat is ook niet zo vreemd. Ondertussen eet 55% van de Nederlanders minstens drie dagen in de week vegetarisch. En 40% van de Nederlanders vindt het aanbod vegetarisch eten in de horeca te beperkt. Mensen willen graag en ik help ze daarbij."

Heb je behalve enthousiaste volgers ook last van negativiteit op internet?

"Dat valt echt alles mee. Ik ben ook niet bezig met mensen voor te schrijven wat ze wel en niet moeten eten. Ik ben bezig met lekkere recepten, niet met een dieet. Zo'n ophef als eerder dit jaar ontstond rond het gezondheidsadvies van de dames van het veganistische blog The Green Happiness, daar heb ik dus ook geen last van. Het gaat mij meer om het prikkelen van de creativiteit van mensen, een beetje uitdagen en verleiden."

Hoe dat werkt weet Isabel vanuit haar werk in de communicatie, waar ze mede de foodstrategieën bedacht en bedenkt voor bedrijven als AH, Nespresso en Zespri of voor kleinere partijen als zeewierpastaproductent Seamore.

'Dat groenten trendy zijn, weten de tuinders ook wel!'

"Iedereen ziet wel dat een lichter en gezonder eetpatroon de trend is. Maar om daar dan als restaurant écht je menukaart op in te richten of als producent echt met nieuwe producten op de markt te komen en als retailer echt succesvol je assortiment op aan te passen, dat is nog niet zo makkelijk. Dat groenten trendy zijn weten de tuinders ook wel. Die horen ook wel van alle hypes,



FOTO: BRANDT

Het vegetarisch kookboek van Isabel.



FOTO: TON VAN DER SCHEER

tot aan rauwe boerenkool toe, maar zien ze het ook terug in hun cijfers? Voorlopig gaat de gemiddelde groenteconsumptie per hoofd van de bevolking nog steeds alleen maar omlaag. Dus zo makkelijk is het ook weer niet, die trend. Daarom ben ik me er meer in gaan verdiepen en mag ik mezelf inmiddels wel foodexpert noemen."

Commercieel tintje

Als foodexpert, foodblogger en schrijfster werkt ze commercieel samen met bedrijven die hun bijzondere aanbod graag onder de aandacht brengen van de hippe vegetariërs die Isabel volgen. "Nature's Pride bijvoorbeeld en in de biologische hoek De Smaakspecialist en Terra Sana. Maar ik heb bijvoorbeeld ook contact met de groentemannenorganisatie AGF CKO. Die geef ik advies hoe ze zichtbaarder en effectiever kunnen zijn op social media. Een natuurlijke bondgenoot wel voor mij, die groentespecialist. Daar vinden mijn volgers en ikzelf de bijzondere producten én daar is meer tijd en ruimte voor het vertellen van het verhaal bij dat product."

Isabel bekent vervolgens dat ze zich uit budgetoverwegingen toch ook graag door de nieuwe groenten van AH laat verrassen. En dat ze in haar overvolle werkweek haar best moet doen om vaak genoeg aan echt lekker voor zichzelf koken toe te komen. Desalniettemin ziet ze nog ruimte zat om het nog drukker te krijgen met haar pleidooi voor het eten van planten.

"Ja hoor, ik zou best hét gezicht van vegetarisch Nederland willen zijn. Dat ontbreekt nu misschien een beetje, iemand waar de talkshows op tv onmiddellijk aan denken als ze iets willen doen met vegetarisch eten. Een club als de Vegetariërsbond, waar ik heel goede contacten mee heb, die doet heel goed werk om het publiek beter te informeren. Maar als individu kan ik denk ik net wat flexibeler mijn inspirerende werk doen. Ik heb al een keertje bij Tijd voor Max gezeten. Dat mag graag meer hoor!"