

COLUMN



**Vion sjoemelde niet met vlees.** Het kwaad is echter geschied. De pr-machine van de dierenactivisten wint.

## Dierenactivisten en pr

**Johnny Hogenkamp**, varkenshouder in Dalfsen (Ov.)

**Z**EMBLA vindt het niet nodig excuses aan te bieden na het duidelijke rapport van oud-minister Alders, dat Vion van alle blaam zuivert. U herinnert het zich: in een recente Zembla-documentaire werd de grootste slachterij van ons land beschuldigd van vermenging van standaardvlees met sterrenvlees. Niet alleen het programma verrichtte slecht onderzoek, andere media namen het over en de Dierenbescherming en zelfs onder meer Rabobank haalden uit. Producenten-varkenshouders voelden zich in hun hemd gezet. Waar verrichten ze al hun extra inspanningen voor?

Nu is gelukkig helder dat het gaat om riooljournalistiek. Maar het leed is weer geschied.

Uit ervaring weet ik inmiddels dat tv grotendeels nep is. Alles is gericht op kijkcijfers. Een *Boer zoekt Vrouw*-vrouw vertelde mij dat zelfs de 'spontane' eerste ontmoeting met haar boer vijf keer over moest en met meer emotie gebracht moest worden.

Mijn eerste eigen ervaring was met de VPRO, die bij ons in de jaren negentig beelden monteerde dat het leek of biggen driehoog gestapeld werden. Daar leer je van. Alle keren erna nam ik zelf de regie. Zo genuanceerd als ik echter nog tegen de in scène gezette Zembla-uitzending aankijk, doet niet iedereen, en het is de vraag of je je hier tegen kunt wapenen.

Wat achtergrond: Zembla's eindredacteur, Mannon Blaas, is bevriend met Marianne Thieme en uit-

gesproken vegetariër. Thieme heeft goede ingangen in Hilversum; ook Antoinette Hertsenberg (*Radar*) behoort tot de intimi. De Tros verleent haar naast €370.000 salaris graag een podium om haar levenswijze te etaleren. Hertsenberg zuivert het inkomen aan tot ruim een half miljoen door haar huwelijk met Niko Koffeman, Eerste Kamerlid en medeoprichter van de Partij voor de Dieren. Koffeman geldt als het intellectuele brein achter alle media-indoctrinatie. Ze bespelen niet alleen media handig, ze worden er ook machtiger en vooral financieel beter van.

Op de valse manipulaties na kunnen boeren alleen maar jaloers zijn op de marketing van deze dierenactivisten: binnen de gelederen hebben die eigen redacteurs, presentatoren, Kamerleden en uiteraard Wakker Dier als ultiem pressiemiddel. Sjoerd van de Wouw, bekroond communicatiestrateg, vult het gezelschap goed aan en weet zich vergezeld door bestuurders die in het dagelijks leven werkzaam zijn bij onder meer en – alweer – Rabobank. Ook gedrukte media als *NRC* sponsoren publiekelijk hun acties. Alle druppels op een gloeiende plaat helpen natuurlijk iets, de landbouw blijft met de pr echter mijlenver achter op de dierenactivisten.

Nou hoeven we ons qua verkoop geen zorgen te maken: de wereldwijde vleesconsumptie blijft groeien. Nuanceren is vaak het verstandigste, ook al levert dat niet een half miljoen op.