

Handen in de aarde

Meld je aan voor onze nieuwsbrief om op de hoogte te blijven van
de nieuwste boeken van Ambo|Anthos *uitgevers* via
www.amboanthos.nl/nieuwsbrief.

Kathy Slack

Handen in de aarde

Hoe ik door mijn moestuin weer
zin in het leven kreeg

Vertaald uit het Engels
door Marja Borg

Ambo|Anthos
Amsterdam

ISBN 978 90 263 7259 9

ISBN 978 90 263 7260 5 (e-book)

© 2025 Kathy Slack

© 2026 Nederlandse vertaling Ambo|Anthos *uitgevers*,

Amsterdam en Marja Borg

Alle rechten voorbehouden. Tekst- en datamining zijn niet toegestaan

Oorspronkelijke titel *Rough Patch. How a Year in the Garden Brought Me Back to Life*

Oorspronkelijke uitgever Robinson

Omslagontwerp Alexandra de Vries

Omslagillustratie en illustraties binnenwerk © Rosie Ramsden

Foto auteur © Kristle Young

Ambo|Anthos *uitgevers* vindt het belangrijk om op milieuvriendelijke en verantwoorde wijze met natuurlijke bronnen om te gaan. Bij de productie van het papieren boek van deze titel is daarom gebruikgemaakt van papier waarvan het zeker is dat de productie niet tot bosvernietiging heeft geleid.

Verspreiding voor België:

Veen Bosch & Keuning uitgevers nv, Antwerpen

Voor Hadleigh.
En Humf.

Inhoud

Voorwoord 11

Inleiding 15

JUNI: Hoe ik alles had en hoe het op een zomerdag
allemaal misliep 29

JULI: Vlucht? 45

AUGUSTUS: Onderdompeling 73

SEPTEMBER: Alleen-zijn 91

OKTOBER: Eenvoud 113

NOVEMBER: Zelfvoorzienendheid 131

DECEMBER: Koestering 145

JANUARI: Imperfectie 171

FEBRUARI: Zijn 187

MAART: Potentieel 201

APRIL: Genoegheid 225

MEI: Identiteit 245

2024: Wat ik heb geleerd van de grond 257

Dankwoord 271



Een handvol beige
zaadjes is veranderd
in woest leven

Voorwoord

Jaren geleden, op zoek naar vrijheid, verruilde ik mijn kleine flat in Londen voor de open ruimte van de Cotswolds. Ik liet de chaos van de verhuisdozen achter me en liep de tuin van onze nieuwe cottage in West Oxfordshire in. Hier waren we voor gekomen. Een en al groen. Ik had ernaar gesmacht, had beseft dat de hangmanden in het trappenhuis van ons souterrain nooit genoeg zouden zijn, had besloten dat het op en neer reizen naar mijn werk in Londen de moeite waard zou zijn en had de sprong gewaagd.

Ik ruimde een vierkant stukje in onze nieuwe tuin op, markeerde het met tentharingen en touw en reserveerde het voor de groenten die daar zolang een plek zouden krijgen, tot we verhoogde bedden hadden aangelegd. Die eerste maanden zaten mijn zakken vaak vol zaden die ik ruimhartig over het stukje uitstrooide. In de weekenden bladerde ik door mijn beduimelde handboek van de Royal Horticultural Society (de RHS) en vroeg me dan af of 'tot een diepte van 5 cm planten' betekende dat dat vanaf de onderkant van het centimeter lange zaadje van de tuinboon gemeten was of vanaf de bovenkant. Ik hield ervan om precies te zijn. Ondanks mijn zorg op goed geluk en afdwalende

aandacht groeiden de zaadjes. In de loop van een paar seizoenen en met veel vallen en opstaan werd ik een bekwame groenteteler en kon ik hele ladingen bonen en courgettes meenemen naar mijn werk, groente die ik iedereen in de maag splitste die niet meteen naar me keek alsof ik gek was. Maar de mensen met wie ik werkte, leefden van afhaalmaaltijden en gebruikten hun oven als schoenenkast; ze zullen gedacht hebben dat ik van een andere planeet afkomstig was.

Later, toen het leek alsof mijn hele leven was ingestort, was het dit stukje grond waar ik naar terugkeerde op de dagen waarop het me lukte om van de bank te komen. In die tijd, ziek thuis en onder de medicijnen, ontdekte ik dat ik, op een goede dag, tussen de groenten kon zitten, om wat aan onkruid te plukken en af en toe een zaadje in de grond te drukken. De aantrekkingskracht van de natuur die me had gemotiveerd om al die jaren geleden uit Londen weg te gaan, zorgde er nu voor dat ik naar mijn groentetuin ging, opnieuw op zoek naar verlichting. En die vond ik. Ik stopte mijn handen in de grond en heel even was er stilte. Geen verdriet, geen paniek. Alleen stilte.

Uiteindelijk was het dit kleine stukje land dat me een nieuwe manier toonde om te bestaan in de wereld. Een nieuwe werkelijkheid. Hoewel ik eerst dacht dat de moestuin mijn vlucht uit de werkelijkheid was, besepte ik al snel dat ik het mis had. De moestuin wás de werkelijkheid. Ik was niet 'op de vlucht voor alles' wanneer ik naar dit stukje grond kwam; ik ging juist weer terug, ik dompelde me onder in de kern van de dingen. En heel langzaam, in de loop van vele maanden, groeide mijn gevoel van rust, net zoals de planten groeiden. Ik wist toen niet dat dat niet alleen het begin van mijn herstel was, maar ook dat van een heel nieuw leven. Dat de moestuin in de loop van dat jaar, stilletjes, zonder trompetgeschal, mijn leven zou redden. Hij zou

mijn band met de wereld herstellen, me een nieuwe weg tonen en me hoop schenken – een legbatterij die de wereld van de vrije uitloopruimte betrad.

Ik heb hier de vele lessen beschreven die de moestuin me heeft geleerd. Maand na maand volg ik het komen en gaan van de seizoenen in de Cotswolds, te beginnen in juni (de levendigheid ervan in scherp contrast met mijn stemming). Het verhaal dat volgt is mijn herinnering aan dat jaar en de troost die mijn stukje aarde me bood. En dat alles begon met een paar van die levenloze kleine zaadjes in mijn handpalm.

Inleiding

De natuur is ongelooflijk als je er even bij stilstaat. Zelfs als ze op haar gewoonst is. Neem bijvoorbeeld het telen van groente. Op een ochtend in maart, of daaromtrent, neem je een handjevol onopvallende, schijnbaar levenloze zaadjes en strooit ze uit over de grond van je moestuin. Tegen de tijd dat het juli is, als het al niet eerder is, is dit handjevol dat niet erg veelbelovend leek, veranderd in een oerwoud. Een waar oerwoud. Reusachtige woekerplanten hossen door je tuin, zich met elkaar verknopend en doorbuigend onder het gewicht van hun oogst. Een handjevol zaadjes getransformeerd tot woest leven. En dan dringt het pas goed tot je door: je bent getuige van pure magie. Echte 'Jaap en de bonenstaak'-alchemie. Het is een wonder om te aanschouwen. En hoewel ik inmiddels al elf jaar groenten teel verwondert het me iedere keer weer.

Dat je begint met een zaadje en eindigt met eten is betoverend. Voor mij is het ook helend geweest. Therapeutisch zelfs. Volgens mij is je eigen eten verbouwen en opeten, zelfs al is het maar een potje kruiden op de vensterbank, net zo goed voor de geest als voor het lichaam.

Begrijp me niet verkeerd. Ik ga echt niet beweren dat boeren-

kool alles kan genezen. Geen ‘gooi je prozac overboord en eet bosbessen’-poppenkast hier. Zo zit ik niet in elkaar. Nee, ik bedoel dat groenten verbouwen voor mij een krachtig tegengif is voor de stress van het leven. Een manier om mijn geest vrij te maken, om weer in contact te komen met de natuur en mezelf uit de stroperigheid van het leven te trekken.



Je weet wel, het leven. Naar mijn ervaring kan dat een beetje te veel worden. Elf jaar geleden was ik een *global strategy director* bij een reclamebureau in Londen. Ik had snel promotie gekregen en was echt iemand die het helemaal had gemaakt, ik vloog van hot naar her, droeg Jimmy Choo en was verslaafd aan mijn BlackBerry. Ik had een opwindende, goedbetaalde baan, een liefhebbende familie, en een prachtig, net gerenoveerd huis in de Cotswolds. En toen ging het allemaal vreselijk mis.

Ik was op mijn drieëntwintigste, net na mijn afstuderen, als trainee bij een reclamebedrijf begonnen, was daarna steeds van bedrijf naar bedrijf gehopt, iedere keer een tree hoger op de ladder. Mijn baan, die om onbegrijpelijke redenen ‘planner’ heette – vraag me niet waarom, we planden nooit iets – bestond eruit grote bedrijven te helpen met bedenken wat ze tegen klanten moesten zeggen om die zover te krijgen dat ze een product kochten, en vervolgens een opwindende en gerichte instructie te schrijven voor de *creative teams* van het bedrijf waarmee ze advertenties konden maken die zouden overbrengen wat er was besloten.

Een goede planner kan door het ratjetoe aan data en onderzoeken heen kijken en die terugbrengen tot een eenvoudig en scherp idee van het product of de consument. Dat verworven

inzicht bal je dan samen tot een kernachtig zinnetje waarmee je een grenzeloze creativiteit ontketent en het fundament legt voor fantastisch werk. In de jaren tachtig van de vorig eeuw was dat voor Apple bijvoorbeeld *'we don't make beige boxes (like IBM do)'*, *'we make tools for creative minds'*, wat weer de springplank was naar de beroemde *'Think Different'*-campagne. Dat inzicht heeft veel cliënten succes bezorgd. Veel creatieven wonnen veel prijzen. De verkoopcijfers van Apple rezen de pan uit. Dit is de macht van een planner. En daarom is het onvermijdelijk dat er om sommige van die planners een aura hangt, ze hebben een nerdy en intellectuele reputatie, zijn een beetje losgezongen van de dagelijkse logistiek, zodat ze het grote plaatje kunnen blijven zien, het overkoepelende idee. Voor dit soort planners is het oké om te laat te komen bij vergaderingen of niet te weten hoe je een vergadertelefoon gebruikt, of niet je eigen reizen te boeken; ze hebben waarschijnlijk creatieve gedachten en kunnen maar beter niet gestoord worden. Er is ondertussen veel veranderd, maar toen ik in Reclameland werkte, werd voor dit soort planners de deur naar hun ivoren toren voor hen opengehouden en werd er, terwijl ze de trap op leken te zweven, aan hen gevraagd of ze zo meteen boven een kopje thee bleefden.

Zo'n soort planner was ik niet. Ik was die andere soort. De soort die werkt met conventionelere, maar vaak grotere cliënten en voor wie het werk meer bestaat uit onderhandelen dan uit groots denken. De taak voor die soort is om alle onvergelykbare prioriteiten en tegenstrijdige verzoeken van verschillende partijen in verschillende uithoeken van de bedrijfskolos samen te brengen en iets te maken wat lijkt op een idee dat iedereen tevredenstelt en heel, heel misschien het creative team aanzet tot een glad concept.

Dat zijn de alledaagse portefeuilles waarmee je wel de

salarissen kunt betalen maar waarmee je geen prijzen wint. Ik was beslist niet geleerd genoeg om een zetel te bemachtigen in de ivoren toren bij de *cool kids*, ik had me omhooggewerkt door me bezig te houden met dit soort portefeuilles, me te specialiseren in grote merken binnen de FMCG (*fast-moving consumer goods* – spullen die je in de supermarkt koopt). De meeste van dat soort merken zijn in handen van multinationals die van alles produceren, van margarine tot wasmiddelen. Ze hebben allemaal hun eigen manier om reclameboodschappen uit te kiezen of een nieuw product in de markt te zetten, en die manieren zijn vermoeiend en diffuus. Het is ook wel te begrijpen waarom dat zo is: de redenen waarom mensen in India een bepaald wasmiddel kopen verschillen compleet van de redenen waarom mensen in Australië dat doen, maar je moet nog steeds één product vinden, één ontwerp voor de verpakking, en het liefst ook nog één reclamecampagne die bij iedereen in de smaak valt. Hoe hip de cliënt ook is, hoe succesvol het merk, het blijft altijd, altijd, een heidens karwei.

Het beeld van Reclameland is dat het een wereld is vol wilde feesten, lange lunches, extravagante onkostennota's en luid prattende creatieve types in onconventionele, maar dure pakken. En ja, er komt veel gereis bij kijken, businessclassvluchten, chique hotels en mooie kleren. Ik ben in Petra, in Jordanië, geweest en heb de Chinese Muur gezien, allemaal voor mijn werk. Ik heb in de beste restaurants in Stockholm gegeten, de coolste undergroundkoffiehuizen in Polen bezocht, bij zonsopkomst hardgelopen op een strand in Puerto Rico, en dat allemaal dankzij reisjes voor mijn werk. Het was nooit saai. Bovendien word je erg goed betaald en heb je goede, voorspelbare carrièrevooruitzichten. Je zou wel erg geprivilegieerd moeten zijn om het een slechte baan te noemen (en trouwens, mijn diamanten schoenen knellen een beetje).

Maar. Het is ook traag en routineus en frustrerend, zoals de meeste banen. Ik heb eens twee jaar voor een bureau gewerkt zonder ook maar één advertentie te maken. Nog geen tv-spotje. We schreven scripts, speelden met ideeën, testten ze uit, maar de cliënt in kwestie had zo'n bureaucratische manier van beslissingen nemen dat er nooit een contract is getekend. We hebben zelfs een hele campagne gemaakt, waaronder een heel erg dure tv-reclame, zonder dat er ooit iets is uitgezonden. Nee, het is geen *Mad Men*.

Het was nietsontziend. Mensen kwamen en gingen in een mum van tijd. Geen geschreven waarschuwingen, geen 'punten waaraan gewerkt moest worden' in je jaarlijkse functioneringsgesprek, geen ernstige een-op-eengesprekken met je directe leidinggevende (volgens mij heb ik zelfs nog nooit zo iemand gehad). Je werd gewoon ontslagen. Bij één bureau hadden ze er zelfs een naam voor: de witte bestelbus.

'Waar is Bob?' vroeg iemand dan. (Ik heb de naam verzonnen; mensen in Reclameland zijn te cool om Bob te heten.)

'O, de witte bestelbus is hem komen halen.' Wat betekende dat hij was ontslagen en een ontslagvergoeding had gekregen, en niemand hoorde ooit nog iets van hem. Arme Bob.

Een andere keer, bij hetzelfde bureau, stond ik op een personeelsfeestje nerveus van mijn drankje te nippen, toen een senior planner tegen me begon te praten. Hij zat ergens hoog in het managementteam dat verantwoordelijk was voor het aannemen en ontslaan van mensen, en hij vertelde me over de wederwaardigheden van 'vooruit willen komen'. 'Weet je, alle planners die ik op mijn kantoor heb ontboden voor een promotie, biechttten na afloop op dat ze eigenlijk hadden gedacht dat ze ontslagen zouden worden.' Hij zei het vrolijk, vond het heerlijk met zijn macht anderen vrees aan te jagen. Ik lachte gehoorzaam terwijl

mijn morele kompas naarstig op zoek ging naar mijn noorden. Wat voor cultuur is dat waarin mensen die op het punt staan om promotie te krijgen zich zo onbekwaam voelen dat ze denken dat ze zullen worden ontslagen?

Hoe dan ook, of het nu goed of slecht was, het was wel meer dan tien jaar mijn wereld. Ik hield van de uitdagingen, vooral van die stugge portefeuilles van de multinationals. Ik meende dat ik er talent voor had om me de complexiteit daarvan eigen te maken, die in mijn eentje te herkauwen en alles er vervolgens uit te spugen in een eenvoudige en inspirerende formule die de creative teams konden omzetten in leuke advertenties. Ik kende het ontbijtmenu van Pret uit mijn hoofd en kon een powerpointpresentatie geven waar iedereen steil van achteroversloeg. Mijn presentaties waren fantastisch. Ware kunstwerken. Ik zat in de lift.



De ham-kaascroissant van Pret

Er was maar weinig dat ik miste aan Londen toen ik daar uiteindelijk wegging, maar deze croissant was er een van. De Pret-zaak het dichtst bij mijn kantoor ging om zeven uur 's ochtends open en wanneer ze de rolluiken omhoogschoven stond ik buiten al te wachten om de warmste, verste ham-kaascroissant te kopen, die ik dan achter mijn bureau opat. Machtig, warm, calorierijk, zout – alles wat een lichaam dat slecht heeft geslapen nodig heeft.

Ik heb ze thuis met enig succes weten na te maken door een vel bladerdeeg van 320 gram in vier rechthoeken te snijden en elk daarvan te beleggen met een eetlepel tomaten-