

De dubbele pet van Gerrit Hiemstra

Gepubliceerd: maandag, 01 juni 2026 10:14



Het was een bekend beeld in de Nederlandse huiskamers: Gerrit Hiemstra die kalm en vakkundig het weerbericht presenteerde bij het NOS Journaal.

Maar sinds zijn vertrek bij de publieke omroep in 2023 is er iets fundamenteels veranderd. Hiemstra is niet langer alleen waarnemer van het klimaat; hij is speler geworden op de commerciële klimaatmarkt.

Ruim 25 jaar lang gold hij als een baken van journalistieke onafhankelijkheid. Maar sinds zijn vertrek bij de publieke omroep in 2023 is er iets fundamenteels veranderd. Hiemstra is niet langer alleen waarnemer van het klimaat; hij is speler geworden op de commerciële klimaatmarkt. En wanneer zo iemand aanschuift bij een prestigieus journalistiek programma als *Buitenhof*, wringt dat aan alle kanten.

Toen Hiemstra afscheid nam van de NOS, deed hij dat met een heldere missie. Hij wilde niet meer alleen vertellen dát het klimaat verandert, maar actief bijdragen aan de oplossing.

Een nobel streven, zou je op het eerste gezicht zeggen.

Het probleem ontstaat echter wanneer de grens tussen ideologische missie en commercieel belang volledig vervaagt.

Hiemstra bouwt die oplossingen namelijk niet op vrijwillige basis; hij runt een commercieel imperium dat simpelweg winst moet maken.

Zijn zakelijke portfolio is inmiddels breed en strategisch opgebouwd rondom de klimaattransitie:

- **Oarshûs:** Het paradepaardje van zijn nieuwe zakelijke leven. Met dit eind 2023 opgerichte bedrijf richt hij zich samen met een architect en energie-adviseur op de commerciële opschaling van biobased bouwen. Het bedrijf verkoopt woningen en concepten die gebouwd zijn met natuurlijke materialen zoals hout en hennep.
- **Weather Impact:** Een commercieel adviesbureau dat al sinds 2015 onder zijn

De dubbele pet van Gerrit Hiemstra

Gepubliceerd: maandag, 01 juni 2026 10:14

vleugels opereert. Dit bureau verkoopt meteorologische diensten, data en softwareoplossingen aan met name de agrarische sector wereldwijd, om boeren te helpen omgaan met extreme weersomstandigheden.

- **Sprekersbureau:** Als kers op de taart exploiteert Hiemstra zijn landelijke bekendheid via de congresmarkt. Als betaald keynote spreker laat hij zich stevig compenseren om bedrijven te adviseren over duurzaam ondernemerschap.

Wanneer Hiemstra vervolgens bij *Buitenhof* mag aanschuiven om te praten over de noodzaak van een andere bouwsector of de impact van extreme weersomstandigheden, bevindt de publieke omroep zich op flinterdun ijs.

Als expert legt hij haarfijn uit dat we direct af moeten van traditioneel beton en dat de agrarische sector zich sneller moet aanpassen.

Toevallig zijn dat exact de doctrines én de producten die hij met *Oarshûs* en *Weather Impact* in de markt zet.

Voor een kritische kijker voelt dit al snel als pure misleiding.

Terwijl de burger geacht wordt te kijken naar een onafhankelijk analytisch gesprek over klimaatbeleid, kijkt hij in feite naar een prachtig vermomde reclamespot voor biobased bouwen en klimaatadaptatie.

In de commerciële televisiewereld kost een paar minuten zendtijd tienduizenden euro's.

Bij de NPO krijgt deze klimaatondernemer het gratis, verpakt als maatschappelijke expertise.

De optredens fungeren zo als de ultieme marketingtool voor zijn eigen BV's en verhogen direct zijn marktwaarde op de sprekersmarkt.

Natuurlijk beschikt Hiemstra over enorme dossierkennis. Maar kennis ontslaat een gast niet van de plicht om transparant te zijn over diens belangen.

Het is een journalistieke wet dat nevenfuncties en commerciële belangen klip-en-klaar moeten worden benoemd.

Als een topman van een farmaceut of een lobbyist van de fossiele industrie aan tafel zit,

De dubbele pet van Gerrit Hiemstra

Gepubliceerd: maandag, 01 juni 2026 10:14

eist de kijker (en de presentator) ook dat dit expliciet in beeld wordt gebracht.

Waarom krijgt een 'groene' ondernemer dan het voordeel van de twijfel?

Door Hiemstra aan de talkshowtafel primair te presenteren met nostalgische titels als 'voormalig weerman' of het vage 'klimaatdeskundige', houdt de redactie de schijn op van de oude, vertrouwde onafhankelijkheid.

Daarmee doet de omroep zijn eigen publiek tekort. Wie een commercieel belang heeft bij de oplossingen die hij aandraagt, hoort met een kritisch ondernemers-id-kaartje in de titelbalk te worden geïntroduceerd.

Er is niets mis met ondernemerschap, en er is in een kapitalistische markt niets mis met geld verdienen aan de energietransitie.

Maar we moeten wel stoppen met het romantiseren van de 'klimaatondernemer' alsof het een onbaatzuchtige filantroop betreft die louter voor de goede zaak leeft.

Als Gerrit Hiemstra de markt opgaat om biobased huizen, agrarische weerdiensten en dure lezingen te verkopen, is hij in de eerste plaats een zakenman.

En een zakenman hoort zijn eigen markt aan te jagen op de beursvloer, niet op de gratis praatstoel van een onafhankelijke talkshow.