



ForFarmers investeert in groei van zijn kernactiviteiten. Er gaat geen geld meer naar slachterijen, Welkoop-winkels en varkenshandel. Alle energie, geld en aandacht gaat naar voer.

Onderzoek is leuk, maar we houden het graag praktisch

Bert-Jan Ruumpol (48) is zichtbaar in zijn element in zijn kamer op de hoofdvestiging van ForFarmers in Lochem. Ontspannen drinkt hij zijn kop koffie en vertelt over de verwerving van het Duitse voederbedrijf BELA en de ingrijpende voornemens om het vermogen van de onderneming op naam van de leden te zetten.

Volgens de algemeen directeur gaat het goed met ForFarmers. De afzet van 1,1 miljoen ton mengvoeders in 2003 groeide naar ruim 1,3 miljoen ton in 2006, vóór de overname van BELA. Sinds 2003 richt het bedrijf zich op de kernactiviteiten voeders en handelsartikelen. De Welkoop-winkels zijn verkocht, evenals de belangen in een pluimveeslachterij en een varkenshandel.

Vanwaar de focus op voeders?

'Na jarenlang ondernemen volgens een integrale aanpak merkten we dat het meer oplevert als iedere schakel zijn eigen verantwoordelijkheid draagt. Doen waar je goed in bent. Wij zijn niet goed in winkels runnen, wij zijn goed in voer verkopen.'

Waarom is sindsdien niet continuïteit, maar ambitie het sleutelbegrip?

'Continuïteit is houden wat je hebt. Wij

gaan een stap verder. Dat betekent dat we onze klanten ook in de toekomst optimaal kunnen bedienen. Daarvoor is groei nodig.'

'Door kosten uit te smeren over meer eenheden product kan een scherpe voerprijs voor de boer behouden blijven. Vandaar ook de naamswijziging van ABCTA in ForFarmers. We zijn er voor de boeren, die ambitie staat centraal.'

Betekent dat voor u een eind aan de weg van kostprijsverlaging?

'In dit bedrijf weiger ik te accepteren dat er een grens is aan groei in efficiëntie. Er komen steeds weer nieuwe methoden en technieken die kosten verlagen. In het verleden kwamen alle orders binnen via telefoon, vóór die tijd nam de voorlichter ze mee als hij terugkwam van de bedrijfsbezoeken, en nu zien we dat veel bestellingen via internet lopen. Dat bedoel ik met efficiëntie.'

Tot 2003 was sprake van een neerwaartse afzet, maar nadien is de trend weer opwaarts. Waarom dan in 2006 de aankoop van BELA?

'De aankoop van het Duitse voederbedrijf BELA was een unieke kans. Onze doelstelling om de omzet in mengvoer te verdubbelen is met deze overname eind 2006 al bijna bereikt. We verkopen nu 2,1 miljoen ton mengvoeders.'

'Een Duitse holsteinkoe wijkt nauwelijks af van een Nederlandse. Door het uitwisselen van kennis kunnen we een betere bijdrage leveren aan het rendement van de klant. Enkele jaren geleden bijvoorbeeld startten we in Denemarken een samenwerking met een grote Deense voerproducent. Deze werkte al jaren met voer zonder antibiotica. Met hun kennis

konden we in Nederland een goede biggenkorrel zonder antibiotica verkopen.'

'Wij steken elk jaar honderdduizenden euro's in innovatie, in vernieuwing. Een speciaal innovatieteam ontwikkelt nieuwe producten om boeren nog beter van dienst te kunnen zijn. In de afgelopen jaren leidde dat onder meer tot de Eiwitwijzer – een handreiking om tot een hogere eiwitproductie te komen – en tot de Agroscoop, een managementprogramma

dat technische resultaten van veehouders op een rij zet.'

Is het niet voordeliger onderzoek over te laten aan externe partijen? U richt zich toch op het verkopen van voer?

'We doen niet alle onderzoek zelf, een deel van het budget gaat naar partijen als ASG en De Schothorst. Er moet ook niet te veel geld in onderzoek gaan zitten. Nu is het minder dan één procent van de totale omzet. Onderzoek is leuk, maar we willen het graag praktisch houden. We richten ons erop de kennis op het boeren-erf tot waarde te brengen. Want kennis en innovatie betekent niet alleen kennis verwerven, het gaat ook om kennis toepassen. Wij innoveren niet om te innoveren, het moet wel een bijdrage leveren.'

Uw leden hebben ingestemd om vermogen van ForFarmers op hun naam te zetten. Waarom bent u dat van plan?

'De groei van ons bedrijf mag niet ten koste gaan van het aandeel eigen vermogen dat namens de leden in ForFarmers zit. Als de huidige opzet in stand blijft, zal bij groei het vermogen van de leden verwateren op het balans totaal. Dit komt doordat ook nieuwe klanten lid kunnen worden en meedelen.'

'Om toch te groeien splitsten we het be-

drijf in een coöperatie – FromFarmers – en een onderneming – ForFarmers. De coöperatie blijft van de leden, terwijl de onderneming in de toekomst ook voor andere aandeelhouders beschikbaar is. Wie daarvan de vermogensverschaffer is, doet er niet zo veel toe. In de coöperatie zetten we het eigen vermogen op naam van de leden. Daarover ontvangen zij een jaarlijks rendement van zo'n acht tot twaalf procent.'

Welke ontwikkelingen ziet u op dit moment in veevoeders?

'Behalve aan krachtvoer in het CLA-project van Campina, denk ik aan de mogelijkheden voor gmo-vrije brok. Die kunnen we leveren, maar de kostprijs ligt nog erg hoog. De ontwikkeling in gmo-vrije producten is er wel, maar ik heb er persoonlijk weinig mee. Ik vertrouw de Amerikaanse onderzoeken die de veiligheid van gmo-producten testen. Ik weet wel dat de discussie draait om de vraag of je überhaupt organismen wilt aanpassen en niet om de vraag of het veilig is. Maar je houdt verandering niet tegen. Als ik kijk naar de veeverbetering, hoe door fokkerij in de loop der jaren de koe is veranderd... Ik ben er zeker van dat het rund in de natuur niet diezelfde richting was opgegaan.'

Waar zouden veehouders zich in hun bedrijfsvoering op moeten richten?

'Ik raad iedereen aan dat te doen waar hij of zij goed in is. Dat is de enige manier om een boterham te verdienen. Kijk als ondernemer welke doelen je wilt bereiken. Wij zijn goed in het produceren van mengvoer, daar beperken wij ons toe. Ga niet groeien om te groeien. Het is voor veel mensen verleidelijk een algemene richting te volgen, dat moet je niet doen. Soms is het beter even een pas op de plaats te maken en later toe te slaan. Continuïteit is geen schande. Kijk naar jezelf, bepaal je eigen koers.'

Tijmen van Zessen

ForFarmers-directeur Bert-Jan Ruumpol wil innovatie op het boeren-erf tot waarde brengen

'Innoveer niet om het innoveren'