

A photograph of two men in business attire standing outdoors. The man on the left is wearing a grey suit, a white shirt, and a red and black striped tie. The man on the right is wearing a dark pinstriped suit jacket over a light blue button-down shirt. They are both smiling. In the background, there is a canal, a bridge with a railing, and some buildings and trees under a cloudy sky. A white van with 'agri' written on it is visible in the background.

Hendrik Arends en Gerlof Tempelman over agrarisch ondernemerschap:

'Ondernemen is gemotiveerd kiezen'

Melkveehouders en akkerbouwers krijgen vanaf 2015 te maken met veranderende marktomstandigheden. Minder subsidies vanuit Europa en beëindiging van de melkquotering. Dat heeft gevolgen op het boerenfront. Volgens Gerlof Tempelman (rechts op de foto), manager akker- en tuinbouw, en Hendrik Arends, manager rundveehouderij, van Agrifirm zullen agrarisch ondernemers goed moeten nadenken over de keuzes die ze gaan maken. De coöperatie helpt een handje via de 'Ambitieuze ondernemersaanpak'.

„De term ondernemerschap wordt in de agrarische wereld vaak vertaald als groei in bedrijfsomvang. Ik zie dat als een van de vele mogelijkheden binnen het ondernemerschap, waaruit boeren kunnen kiezen. Het belangrijkste is dat ze gemotiveerd kiezen en dat de keuzes goed passen”, zegt Hendrik Arends. Hij zit naast zijn collega Gerlof Tempelman op het hoofdkantoor van het oude Agrifirm in Meppel. Beide heren krijgen straks een bureau in het nieuwe hoofdkantoor in Apeldoorn. Voor hen beiden was dat ook kiezen. De rijafstand wordt groter, waardoor ze iedere dag meer tijd in de auto doorbrengen. Dat naudeel weegt niet op tegen het plezier dat ze hebben in hun huidige functie, dus stappen ze straks gewoon in de auto. Akkerbouwers en melkveehouders zullen in de ogen van Gerlof Tempelman niets anders doen. „De spelregels gaan veranderen, dus zul je daar als akkerbouwer en melkveehouder op in moeten spelen door keuzes te maken. Dat is dus iets anders dan denken dat je moet groeien om de kostprijs te verlagen.”

Geen blauwdruk

Tempelman en Arends zien dagelijks dat het ondernemerschap al sterk is vertegenwoordigd in beide sectoren. Binnen de akkerbouw maken graantelers duidelijke keuzes in bijvoorbeeld lange of korte bewaring en de keuze om te groeien en wel of niet met vreemde arbeid te gaan werken. Of om zelf buiten de deur te gaan werken. „Ik ken melkveehouders die vader op het bedrijf laten rondlopen voor de controle en zelf in loondienst zijn bij een ander. Agrarisch ondernemer zijn hoeft echt niet te betekenen dat je honderd procent van je tijd met jouw bedrijf bezig bent”, schetst Arends.

Een blauwdruk voor de beste keuze bestaat niet. „Ondernemers moeten denken vanuit hun huidige situatie en van daaruit bepalen welke kant ze met het bedrijf op willen. De belangrijkste vraag daarbij is uit welke werkzaamheden je zelf de meeste voldoening haalt. Als dat voor een akkerbouwer de teelt is, moet hij kijken hoe hij de afzet van zijn producten kan organiseren. Je kunt je producten zelf vermarkten door het bijvoorbeeld aan de eerste de beste handelaar die langskomt met een vrachtwagen mee te geven. Of je laat het een afzetorganisatie doen. Beide keuzes zijn goed. Je moet wel goed weten wat de gevolgen van zo'n keuze zijn en of dat in het belang is van jouw bedrijf”, stelt Tempelman.

Verschillende scenario's

Arends wijst ondernemers erop om vooral in verschillende scenario's te denken en daar

op te anticiperen. Het gaat dan vooral om scenario's op economisch vlak, doordat de prijzen van akkerbouwproducten, melk, voer en meststoffen meer gaan fluctueren. „De algemene opinie in de melkveehouderij is dat de melkproductie flink gaat groeien wanneer het quotum er in 2015 af is. Deze opinie is gestoeld op de gedachte dat de melk altijd wordt opgehaald en de prijs redelijk stabiel blijft. Bij de melkprijsdaling in 2008 kwam een aantal bedrijven echter direct in de problemen. Die bedrijven hadden met zo'n prijsdaling duidelijk geen rekening gehouden. Dus groeien zonder goed in beeld te hebben wat de gevolgen daarvan zijn, is niet verstandig.”

Arends adviseert melkveehouders verschillende scenario's op het eigen bedrijf los te laten. Bijvoorbeeld de gevolgen van kostenfluctuaties van voer en mestafzet met 10.000 euro, met 20.000 euro of 30.000 euro. De vraag die veehouders zich dan dienen te stellen is of die stijging te dragen is, of je dat wilt dragen en hoe je dat risico eventueel wilt afdekken. „En wat wil je zelf? De ene boer vindt risico's spannend en uitdagend, terwijl een andere er slecht van slaapt. Blijf bij dit soort afwegingen vooral dichtbij jezelf. En bespreek dit soort scenario's ook met je bank, zodat je financiële constructies krijgt die goed bij jou passen.”

Ondernemersaanpak

Op verzoek van ondernemers werkt de coöperatie op dit moment aan het programma Ambitieuze ondernemersaanpak. Met dit programma probeert Agrifirm haar ondernemers en leden van nieuwe kennis, ervaringen en inzichten te voorzien, om zo jezelf als ondernemer of vakman verder te ontwikkelen. De mogelijkheden worden binnenkort netjes op een rij gezet in een ambitiegedis. „We willen in de eerste plaats duidelijk maken wat voor mogelijkheden er allemaal zijn, om de ondernemer te ondersteunen in de ambities die hij of zij wil realiseren. Daarna kunnen we met hen om de keukentafel gaan zitten en kijken in welke richting ze zich willen ontwikkelen. Dat kan bijvoorbeeld het verbeteren van de bewaring van akkerbouwproducten zijn of het klauwenprobleem onder de knie krijgen bij het melkvee. Hiervoor zou een klauwclinic kunnen worden gevolgd. Een andere keuze is om het ondernemersrisico beter in beeld te krijgen voor je eigen bedrijf. Daarvoor bieden we een masterclass aan. Een soort voeding voor het brein”, aldus Arends. Tempelman benadrukt voor de duidelijkheid dat de coöperatie niet op de stoel van de ondernemer gaat zitten. „Wij gaan de ondernemers niet een bepaalde kant op sturen. Wij

Voeding voor plant-concept

Coöperatie Agrifirm onderscheidt zich door toegevoegde waarde te brengen bij hun leden. Zo bieden ze het Voeding voor plant-concept aan. Een totaalaanpak waarbij naast kunstmest ook organische mest en bodemverbeteraars voor het beste economische resultaat worden ingezet. Daarbij stelt Agrifirm het resultaat van de klant centraal. Voor een aantal teelten willen akkerbouwers het liefst een combinatie van varkens- en rundveemest en dat moet beschikbaar zijn op het gewenste moment. De coöperatie heeft daar in gefaciliteerd en gecoördineerd, door een mestsiloplan op te zetten. Dat betekent het bouwen van mestsilos in de akkerbouwgebieden. Dat biedt akkerbouwers naast beschikbaarheid ook een goedkopere bemestingsvorm en veehouders een verzekerde mestafzet.

bieden het aan en ondernemers moeten zelf hun keuzes maken of en waar ze aan deel willen nemen. Wij beogen vooral het inzicht te vergroten in de mogelijkheden die er zijn en onze leden daar bewust van te maken. Veranderende omstandigheden bieden immers ook kansen.”

Volop kansen

Een van die veranderingen speelt zich af rondom tracking en tracing. Binnen de zuivel- en akkerbouwketen is tegenwoordig snel te achterhalen waar een verontreinigde partij veevoer of een probleem met bruinrot zijn oorsprong heeft en hoever het probleem zich al heeft gemanifesteerd in de keten.

„Veehouders en akkerbouwers keken hier in het begin naar als een middel dat bestrafte werkte. Tegenwoordig zie je bedrijven die zich hiermee proberen te onderscheiden, omdat ze volledig transparant zijn in hun productiewijze. Ondernemers grijpen dit aan om het imago van hun producten te verbeteren en daarmee extra omzet te genereren”, stelt Arends.

In de samenwerking tussen de coöperatie en de leden ontstaan ook nieuwe ondernemerskansen. Agrifirm staat bekend om het geven van vakinformatie in een praktijkomgeving. Door middel van studiegroepen en in de akkerbouw via de relatiedagen. „Dat werkt een stuk beter dan in zaaltjes gaan zitten, waarbij je vroeger door de rook heen je best moest doen om een boer te herkennen”, meent Arends.

Binnen de melkveehouderij bijvoorbeeld zijn er de afgelopen jaren tien praktijkleerbedrijven ontstaan. Dat zijn bedrijven van ondernemers die een nieuwe ontwikkeling zijn aangegaan, zoals de introductie van een melkrobot met dynamisch voeren, en daar graag hun ervaringen en advies over willen geven. „Dit zijn ondernemers die er plezier in hebben kennis over te dragen aan collega's. En wie kan dat nu beter vertellen dan iemand die het allemaal heeft meegemaakt? De ondernemer wordt ervoor betaald en kan ondersteuning krijgen door middel van opleiding of een cursus. Dat is nu nog verzorgd vanuit de coöperatie, maar ik kan me goed voorstellen dat meer ondernemers dat willen gaan doen en daar geld voor vragen als er studieclubs op bezoek komen. Dat is ook ondernemerschap.” ■



Boeren moeten meer ondernemer worden. Toonaangevende bedrijven in de Agribusiness maken zich hier via het project De Beste Boer sterk voor. In een artikelenreeks in Akker Magazine presenteren ze hun visie op groei naar meer ondernemerschap. In deze uitgave vertelt Agrifirm zijn verhaal. Meer Beste Boer – films, nieuws, een weblog en vraagbaak – op de website www.debesteboer.nl