

Thieu Hendriks, directeur AgriDirect:

‘EU-breed contacten tot stand brengen’

Twintig jaar geleden begon Thieu Hendriks met het verzamelen van adressen van boeren en tuinders in Nederland. Duitsland en België volgden en inmiddels zijn ook de Poolse, Britse en Franse boeren in beeld. Hendriks wil de contacten tot stand brengen tussen agrarische toeleveranciers en deze boeren. Daarom worden de Europese agrariërs jaarlijks gebeld om te peilen wat hun investeringsplannen zijn. Investeren boeren in verschillende landen in dezelfde zaken?

Geesje Rotgers

Ambitie kan Thieu Hendriks niet worden ontzegd. Twintig jaar geleden begon hij met het verzamelen van gegevens van zo veel mogelijk agrariërs in Nederland, met name over investeringsplannen. Tegenwoordig gaat het om zo'n 50.000 adressen. "Wij richten ons op boeren en tuinders die bedrijfsmatig werken, dus niet de hobbyboeren", verduidelijkt Hendriks. In 2009 opende de agrimarketeer een nevenvestiging in Duitsland en voor dit land beschikt hij inmiddels over 150.000 adressen. "Ook hier gaat het om de grotere bedrijven, in geval van rundvee vanaf een omvang van zo'n dertig koeien." Polen is de laatste loot aan de stam. Hendriks: "Wij zijn net klaar met onze eerste belronde en hebben de boeren en tuinders nu redelijk in kaart. Polen telt zo'n drie miljoen boeren, maar veruit het grootste deel betreft bedrijven met

slechts 1 tot 2 hectare grond. Die bedrijven zijn voor ons niet interessant. Wij hebben voor Polen de ondergrens gesteld op minimaal 40 hectare en hebben nu 20.000 Poolse adressen in beeld." In Polen werkt Hendriks samen met een lokale partner. Ook in Frankrijk is er een dergelijk samenwerkingsverband en hier zijn 300.000 agrarische adressen beschikbaar. Groot-Brittannië is voor Hendriks nog een uitdaging. "Wij zijn bezig met het opzetten van een database. Je hebt hier relatief weinig bedrijven, maar de bedrijven die er zijn, zijn groot. Die hebben meer dan honderd koeien." Hendriks verwacht voor Groot-Brittannië op 20.000 adressen uit te komen. En daarna is Dene-marken aan de beurt.

Investeringsplannen
Ieder jaar worden de boeren en tuinders in alle landen gebeld voor actualisatie van hun

Themadag januari 2016: Hoe informeert de boer zich?

Dit najaar bestaat AgriDirect twintig jaar. Ter gelegenheid hiervan organiseert het bedrijf eind januari een themadag over de wijze waarop boeren en tuinders in de verschillende landen zich informeren. Tijdens de themadag zullen de deelnemers te horen krijgen via welke kanalen boodschappen richting agrarische ondernemers het best kunnen worden verspreid. In de afgelopen periode deed AgriDirect hiernaar onderzoek onder 'zijn' boeren en tuinders. Meer informatie over de themadag volgt via de website van AgriDirect.

Tabel 1

Plannen van melkveehouders in Nederland, Duitsland, België en Polen (Bron: AgriDirect)

	Nederland	Duitsland	België	Polen
Bedrijf uitbreiden	23,5%	13,5%	18,3%	niet bekend
Bedrijf beëindigen	1,7%	4,9%	3,0%	niet bekend
Bedrijfsopvolger is aanwezig	49,2%	niet bekend	44,3%	niet bekend
Plannen om te investeren in melkstal / melkapparatuur	8,7%	8,8%	8,8%	8,0%



THIEU HENDRIKS

"De professionele bedrijven investeren in dezelfde zaken, ongeacht het land."

Foto: Geesje Rotgers

gegevens. AgriDirect is vooral geïnteresseerd in de investeringsplannen van deze doelgroep. Volgens Hendriks zijn de investeringen op de grotere, professionele bedrijven in de verschillende landen redelijk vergelijkbaar. Dat geldt ook voor Polen. De grotere bedrijven kennen een redelijk hoog investeringsniveau en boeren zijn ook hier geïnteresseerd in tractoren, hakselaars, verreikers en stallen. Wel zijn er accentverschillen. Zo liggen op Duitse rundveestallen veel vaker zonnepanelen (op 60 procent van de daken) dan in Nederland (15 procent van de stallen). En op 38 procent van de Belgische stallen zijn zonnepanelen aanwezig. Verder beschikken Duitse agrariërs over in totaal 7.000 tot 9.000 biogasinstallaties, in Nederland gaat het om slechts een handjevol biogasbedrijven. "Deze verschillen hebben alles te maken met het stimuleringsbeleid voor duurzame energie van de overheid", weet Hendriks.

In Nederland, Duitsland en Polen heeft een vergelijkbaar percentage ondernemers plannen om te investeren in de melkstal (zie Tabel 1). De voorkeur voor het type melkinstallatie verschilt echter wel tussen de landen. Zo kiest de Poolse melkveehouder het

vaakst voor een visgraatmelkstal (29 procent), gevolgd door de melkrobot (14 procent) en melkapparatuur voor een aanbind/grupstal (14 procent). De aanbindstal is in Nederland alleen toegestaan voor hobby- en kleinschalige bedrijven. In Duitsland mag de melkrobot op veruit de meeste belangstelling rekenen. Maar liefst 42 procent van de veehouders is van plan hierin te investeren. De visgraatstal staat bij onze oosterburen met 22 procent voorkeursstemmen op de tweede plek. Zoals te verwachten valt, willen de echt grote bedrijven (vanaf 200 koeien) vaker een carousel. In Nederland is de visgraat populair: 53 procent van de veehouders heeft er een, gevolgd door de melkrobot die op 18 procent van de bedrijven staat.

Geen aanwijzingen voor forse groei melkveehouderij

Het idee dat veel melkveehouders fors zouden willen groeien na afschaffen van het melkquotum, klopt niet. Dat stelt Thieu Hendriks, directeur van AgriDirect op basis van de uitkomsten van de RundveeScanner. "Uit onze laatste Scanner van 2015 blijkt dat 23,5 procent van de melkveehouders zijn bedrijf wil uitbreiden. Dit is minder dan in de jaren ervoor (zie Tabel 1)." Hendriks benadrukt dat zijn bevindingen niet zijn gebaseerd op een steekproef of schatting. "Wij hebben alle melkveehouders persoonlijk opgebeld."