

De multifunctionele landbouw heeft in Nederland en Vlaanderen de laatste jaren een sterke professionaliseringsslag gemaakt. Als het financieel slecht gaat in de melkveehouderij, staan bedrijven met een goed renderende neventak economisch sterker. Maar in twee takken goed presteren vraagt wel veel van een veehouder. Afscheid nemen van hun koeien doen verbrede ondernemers echter zelden. De dieren zijn en blijven hun unieke verkoopargument.

tekst **Wichert Koopman**



Verbreiding is een niet meer weg te denken

# Twede tak vaak

**H**et klinkt als een term van deze tijd, maar verbreding in de landbouw is eigenlijk van alle tijden. Eeuwenlang waren boerenbedrijven gemengd, totdat na de Tweede Wereldoorlog de trend naar specialisatie en schaalvergroting werd ingezet. Een groot deel van de agrarische ondernemers koos ervoor om in één tak van hun bedrijf te investeren en de andere takken af te bouwen.

Tot op de dag van vandaag gaat deze ontwikkeling door. Tegelijkertijd is de productie van voedsel al lang niet meer de enige economische pijler onder agrarische ondernemingen. Zo wordt in veel boerengezinnen een aanzienlijk deel van het inkomen buiten het bedrijf verdiend. Daarnaast voorziet het buitengebied burgers in de stedelijke samenleving van Nederland en Vlaanderen niet alleen van voedsel maar ook van rust, ruimte en natuur. Dit biedt nieuwe kansen voor verdienmodellen op het platteland. Ook ondernemende melkveehouders slagen er steeds beter in deze te verzilveren.

Andries Visser, senior onderzoeker bij Wageningen Plant Research, gaf veertien jaar leiding aan een door de overheid gefinancierd onderzoeksprogramma naar multifunctionele landbouw. 'In het onderzoek hebben we multifunctionele landbouw gefinancierd als de verbreding van primaire agrarische bedrijven met activiteiten op het gebied van natuur- en landschapsbeheer, recreatie, zorg, boerderijverkoop, kinderopvang en boerderij-educatie', legt hij uit.

## **Bijna dertig procent verbreedt**

Volgens actuele cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), ontleend aan de gecombineerde opgave, werd in 2016 op ruim 28 procent van de melkveebedrijven in Nederland iets gedaan aan verbreding. Naast de door Visser genoemde activiteiten is in dit percentage ook het stallen van goederen of dieren en het uitvoeren van loonwerk voor derden meegenomen. Inkomsten door een baan of zzp-acti-



## en basis onder menig melkveebedrijf

# beste melkkoe

viteiten buiten het bedrijf vallen echter buiten deze telling. Veruit de belangrijkste verbredingsactiviteit in de melkveehouderij is sinds lange tijd natuur- en landschapsbeheer. Vergoedingen hiervoor leverden in 2016 op 18,6 procent van de bedrijven een bijdrage aan het inkomen. Loonwerk voor derden werd door 5,4 procent van de melkveehouders als nevenactiviteit aangevinkt. Ruim 3,5 procent van de ondernemers in de melkveehouderij gaf aan actief te zijn in agrotourisme (zie tabel 1).

### **Omzetgroei van 80 procent**

De ontwikkeling van de multifunctionaliteit in de melkveehouderij is niet direct zichtbaar in de cijfers van het CBS (zie tabel 2). Daarin schommelt het aantal verbrede melkveebedrijven over de jaren heen. Het percentage bedrijven dat activiteiten onderneemt op het gebied van verkoop aan huis, agrotourisme en verwerking van landbouwproducten is in 2016 ten opzichte van het jaar 2005 min of meer

constant gebleven. De deelname aan agrarisch natuur- en landschapsbeheer is gedaald, terwijl relatief nieuwe vormen van multifunctionele landbouw, zoals agrarische kinderopvang en zorglandbouw, sterk zijn opgekomen.

Schattingen in het onderzoek van Wageningen UR werpen een iets ander licht op de cijfers. 'Met name tussen 2007 en 2013 is de sector sterk geprofessionaliseerd', stelt Andries Visser vast. Zo groeide de omzet in de multifunctionele landbouw in deze periode met ruim zestig procent tot bijna 500 miljoen euro. Zonder agrarisch natuurbeheer, waar subsidies bepalend zijn voor de omzet, is de groei zelfs bijna 80 procent. Overigens betreft het hier de totale landbouw, dus niet alleen melkveebedrijven.

De laatste jaren stagneert de groei, maar Visser schrijft dit vooral toe aan de algemene economische recessie. 'Verbreding van de landbouw heeft nog steeds potentie en zal zich blijven ontwikkelen', verwacht hij. Met name in de zorglandbouw en

agrarische kinderopvang ziet de onderzoeker nog een grote latente vraag die niet is ingevuld.

### Ondernemers met verbrede blik

Jan Leyten van de Belgische KBC Bank voorziet dat ook in Vlaanderen de multifunctionele landbouw voorlopig nog zal blijven groeien. 'Verbreding past in maatschappelijke trends zoals het streven naar duurzaamheid en verkorting van de voedselketen', stelt de landbouweconoom. 'Het biedt daarnaast ontwikkelingsmogelijkheden voor bedrijven in gebieden waar vergaande schaalvergroting niet haalbaar is, en die zijn er nogal wat in het verstedelijkte Vlaanderen. En ten slotte zorgt een goed renderende nevenactiviteit voor meer stabiliteit van het inkomen van de veehouder.'

Voorwaarde voor dit laatste is wel dat de aandacht voor de tweede tak niet ten koste gaat van de prestaties in de eerste tak. 'Uiteraard is dit sterk afhankelijk van de motivatie en de kwaliteiten van de veehouder', geeft Leyten aan. 'Maar niet zelden zien we dat ondernemers die succesvol zijn in de ontwikkeling van een neventak ook betere resultaten halen in de melkveehouderij. Ze zijn bewuster bezig met hun eindproduct, verbreden hun blik en staan meer open voor feedback.'

### Van prijsnemer naar bepaler

Op veel multifunctionele bedrijven is de rentabiliteit van de tweede tak beduidend beter dan die van de melkveehouderij. 'Melkveehouders zijn prijsnemers, ze moeten genoegen nemen met de prijs die de markt betaalt. Voor de producten en diensten die de tweede tak oplevert, kunnen ze zelf hun prijs bepalen. Dat is voor veel ondernemers even wennen. Het goed inschatten van de kosten van een neventak is vaak niet eenvoudig. Maar het biedt wel de mogelijkheid om een goede marge te realiseren', stelt Leyten vast.

Andries Visser kent heel weinig bedrijven waar de succesvolle ontwikkeling van een tweede tak de ontmanteling van de eerste tak heeft ingeluid, ook al overstijgt de omzet uit nevenactiviteiten soms vele malen die van de melkveehouderij. 'Sommige ondernemers kiezen voor extensivering van de melkveehouderij. Een enkeling schakelt over op vleesvee. Maar ik ken ook voorbeelden waar verdiensten uit verbreding worden gebruikt om de melkveetak juist uit te breiden', vertelt de onderzoeker. Dat succesvolle verbrede ondernemers

blijven melken, is volgens hem goed verklaarbaar. 'De combinatie van functies is juist de kracht van de multifunctionele landbouw. Koeien maken de tweede tak op een melkveebedrijf onderscheidend. Ze zijn het unieke verkoopargument.'

### Verbreding geen noodsporang

Bedrijven met een goed renderende tweede tak staan financieel sterker dan gespecialiseerde melkveebedrijven. 'Verbreding is een mogelijkheid om dalen in de melkveehouderij op te vangen, maar het mag geen noodsporang zijn. Als er bij de koeien nog veel verbeterd kan worden aan het rendement, is het niet logisch om aan een tweede tak te beginnen', vindt Niels Achten van het Vlaamse accountants- en advieskantoor Liba. 'Een neventak opstarten vraagt investeringen, tijd en aandacht. Deze renderen alleen als ook deze tak economisch goed presteert', stelt de bedrijfseconomisch adviseur. 'Een meer voor de hand liggende oplossing om perioden met een lage melkprijs door te komen, is proberen in goede tijden een buffer op te bouwen', aldus Achten.

Achten schat dat tussen de dertig en veertig procent van de klanten van Liba een deel van het inkomen van buiten de melkveehouderij haalt. 'Gemiddeld over alle bedrijven zijn nevenactiviteiten goed voor extra inkomsten van anderhalve cent per liter melk', zo heeft hij bere-

kend. Overigens betreft het hier niet alleen activiteiten buiten de primaire landbouw. Bedrijven waarbij de melkveehouderij wordt gecombineerd met bijvoorbeeld akkerbouw, varkenshouderij of vleesveehouderij komen in Vlaanderen relatief vaak voor.

### Vertrouwen in ondernemer

'Als verbreding noodzakelijk zou zijn om goed geleide melkveebedrijven van voldoende omvang in de benen te houden, zou er iets mis zijn met de sector', stelt ook Pierre Berntsens, directeur agrarische bedrijven bij ABN Amro. 'Het is nog altijd zo dat de beste tweede tak een goed presterende eerste tak is', herhaalt hij een oud gezegde.

'De meeste melkveehouders hebben volle werkdagen en weinig tijd om er wat bij te doen. Goede resultaten in de melkveehouderij staan of vallen met aandacht voor dieren en gewassen', geeft de financieel specialist aan. 'Als dit in gevaar komt, kost een neventak snel geld. En ook voor de neventak geldt dat deze alleen rendeert als er serieus aandacht voor is.'

Niettemin stelt Berntsens dat verbreding kansrijk kan zijn als alternatieve vorm van bedrijfsontwikkeling. 'De persoonlijke drijfveren en kwaliteiten van de ondernemer vormen een belangrijk criterium bij de beoordeling van financieringsaanvragen', zo geeft hij aan. 'Wij moeten er

#### BOER EN KERSTBOOM

GERT HULSCHER

2 2



#### BOER EN ZUIVEL

PHILIP EN NANCY  
FLEURBAEY-SERCU

3 4



	aantal bedrijven	% totaal aantal bedrijven
verkoop aan huis	405	2,5
stalling van goederen of dieren	344	2,1
agrotourisme	590	3,6
verwerking landbouwproducten	262	1,6
zorglandbouw	233	1,4
loonwerk voor derden	889	5,4
natuur- en landschapsbeheer	3.061	18,6
agrarische kinderopvang	81	0,5
bedrijven met verbreding*	4.628	28,1

\*Omdat bedrijven meerdere neventakken kunnen hebben, is het aantal bedrijven met verbreding kleiner dan de som van de verschillende vormen van verbreding

Tabel 1 – Aantal en percentage van verbredingsactiviteiten in de Nederlandse melkveehouderij in 2016 (bron: CBS)

vertrouwen in hebben dat de ondernemer zijn plannen waar kan maken en aan zijn verplichtingen kan blijven voldoen.'

### Sociale vaardigheid succesfactor

In het programma waaraan Visser leiding gaf, waren de benodigde eigenschappen van de ondernemer een belangrijk onderwerp van onderzoek. 'Melkveehouders die kiezen voor verbreding, zijn in ieder geval ondernemende mensen die het een uitdaging vinden om aan iets nieuws te beginnen', geeft de onderzoeker aan. 'Ze willen zelf aan de knoppen van hun bedrijf kunnen draaien om meer invloed te krijgen op het financieel resultaat. In de melkveehou-

derij zijn ze veroordeeld tot een kostprijsstrategie, in hun nevenactiviteit vinden ze meer ruimte om te ondernemen', aldus Visser. Het herstellen van de verbinding tussen de landbouw en de samenleving blijkt voor veel ondernemers een andere belangrijke drijfveer bij het opstarten van een neventak. 'Ze geven vaak aan dat ze het leuk vinden om te laten zien wat ze doen. Ze willen de dialoog aangaan met de burger en de consument', ervoert Visser.

Sociale vaardigheden zijn voor melkveehouders die hun bedrijf willen verbreden, een kritische succesfactor. 'Multi-functionele ondernemers ontvangen vaak klanten', legt Visser uit. 'Gastvrij-

heid is belangrijk. Daarnaast zullen verbreders actief contacten moeten aanknopen en onderhouden om zaken voor elkaar te krijgen. Dit betekent dat ze zich ook moeten begeven in netwerken buiten de landbouw, zoals bij gemeenten of organisaties in de zorgsector.'

Wie succesvol is in het ontwikkelen van een neventak, krijgt ten slotte vroeg of laat te maken met personeel. 'Het kan geen kwaad om daarop voorbereid te zijn', zegt de onderzoeker. Verschillende melkveehouderijen die in het programma werden gevolgd, zag Visser starten als eenmansbedrijf. Aan het eind van de periode waren ze uitgegroeid tot ondernemingen met tientallen personeelsleden. |

	2005	2007	2008	2009	2010	2013	2016
verkoop aan huis	3,1	2,4	2,2	2,2	2,5	2,6	2,5
stalling van goederen of dieren	2,4	1,9	1,7	1,8	2,2	2,3	2,1
agrotourisme	4,0	3,7	3,3	3,3	3,7	3,9	3,6
verwerking landbouwproducten	1,9	1,8	1,5	1,6	1,8	1,6	1,6
zorglandbouw	0,9	1,1	1,2	1,3	1,6	1,6	1,4
loonwerk voor derden	4,3	2,9	2,9	3,1	5,6	5,7	5,4
natuur- en landschapsbeheer	28,4	17,6	15,3	17,2	23,2	22,5	18,6
agrarische kinderopvang	—	—	—	0,1	0,5	0,6	0,5
bedrijven met verbreding*	34,6	23,1	21,1	22,6	31,6	31,5	28,1

\*Omdat bedrijven meerdere neventakken kunnen hebben, is het totaal aantal bedrijven met verbreding kleiner dan de optelsom van de verschillende vormen van verbreding

Tabel 2 – Verloop van het percentage verbrede bedrijven in de melkveehouderij tussen 2005 en 2016 (bron: CBS)

