

De focus voor groei ligt buiten Europa en vraagt lef en modern onderschap

Hans Ligtenberg: 'Alleen schaalvergroting



Hans Ligtenberg: "De focus voor groei van de sector ligt buiten Europa. Dat vraagt om lef en modern onderschap. Maar de tuinbouw kan die kansen alleen pakken, als de sector thuis de boel goed op orde heeft en houdt."

De tuinbouwsector in Nederland is op dit moment volop in beweging. Het aantal bedrijven neemt af en het areaal blijft ongeveer gelijk. De bedrijven worden dus steeds groter. Het tempo waarin deze veranderingen zich voltrekken is enorm. Er is nauwelijks een andere sector die zo snel verandert en zich zo snel ontwikkelt. De markt vraagt hoge kwaliteit, constante jaarrond aanvoer en wil er eigenlijk niet voldoende voor betalen. Schaalvergroting is volgens Hans Ligtenberg dan ook het toverwoord, maar is op termijn een doodlopende weg.

TEKST EN BEELD: HANS LIGTENBERG, AGRARISCHE HOGESCHOOL INHOLLAND DELFT

Grotere bedrijven moeten leiden tot meer efficiency en effectiviteit. De Nederlandse tuinbouwbedrijven zitten op de koers van kostenreductie en 'costleadership'.

In het agrarische domein is de tuinbouw de meest arbeidsintensieve tak. Naast personeelskosten vormen de energiekosten de grootste kostenpost. De energiekosten zijn voor de Nederlandse teler niet of nauwelijks beïnvloedbaar en personeelskosten kunnen ze slechts marginaal beïnvloeden door de inzet van goedkopere (vooral Poolse) uitzendkrachten.

Beperking aan schaalvergroting

Op de een of andere wijze heeft de tuinbouwsector op productieniveau de Nederlander niets te bieden. De zoektocht naar nog meer efficiency zal dus gevonden moeten worden in nog meer technologische ontwikkelingen, zoals automatisering en

robotisering. Op zich een goede ontwikkeling, want het houdt de sector op vele fronten scherp.

De route van alleen schaalvergroting en efficiency is op termijn echter een doodlopende weg. De mogelijkheden tot kostenreductie worden steeds kleiner. Kleiner dan klein en minder dan minder zal het niet worden.

Het ontstaan van steeds grotere bedrijven heeft ook nog een ander gevolg. De tuinbouwsector in Nederland was tot nu toe een voorbeeld voor vele sectoren in de wereld als gaat om samenwerking binnen de hele keten. In de Nederlandse tuinbouwsector werken concurrerende bedrijven nauw samen in telersverenigingen. Bovendien is de handel nog steeds sterk gebaseerd op het coöperatieve gedachtegoed.

Nu bestaat het gevaar dat deze bijzondere vorm van samenwerking sterk onder druk komt te staan omdat de grote bedrijven

is een doodlopende weg'

sterk geneigd zijn de individuele bedrijfsbelangen te laten prefereren boven het algemene belang. De financiële- en marktbelangen worden te groot voor deze grote bedrijven.

Schaalvergroting als bijl aan de wortel van de sectorale samenwerking?

Het roer moet helemaal om

Naast deze ontwikkeling speelt nog een ander knelpunt. De Nederlandse tuinbouwsector is sterk gericht op de Europese markt. Niet alleen de Nederlandse markt heeft last van een krimpende, steeds ouder wordende bevolking. Dit probleem speelt in geheel Europa. Ook besteedt de Europese consument steeds minder aan groen in het boodschappenmandje. Kortom voor de Nederlandse tuinbouw is Europa kortweg gezegd een krimpende markt voor het onbewerkte product.

Wat mij betreft moet het roer geheel om. De sector staat bekend als zeer innovatief, met name gericht op de techniek. Wij hebben een nummer-1 positie in de wereld op het gebied van producten, techniek, veredeling, kennis, organisatiekracht en logistiek. Vele buitenlandse studenten geven aan dat op tuinbouwgebied Nederland 'the place to be' is. Als je iets wil leren op dit gebied dan moet je in Nederland gaan studeren.

Wij hebben nog meer te bieden dan kwalitatief goede producten en de wereld is beduidend groter dan Europa alleen. Deskundigen van Goldman Sachs (een zeer grote Amerikaanse zakenbank) publiceerden in 2003 een rapport. Daarin stellen ze dat de economieën van China, Rusland, India en Brazilië in 2050 groter zijn dan de zes grootste economieën op dit moment (VS, Japan, Duitsland, UK, Frankrijk en Italië). Na 2050 staat China op 1 gevolgd door de VS, India, Japan, Brazilië en Rusland. Misschien dat Duitsland dan nog in de top 10 staat als enig Europees land.

Nieuwe, moderne, brutale vormen van ondernemen

De groei van de economieën in deze landen is zo langzamerhand voor een ieder zichtbaar. In Nederland zijn wij al blij met een groeipercentage van 2 tot 3%, terwijl de economie van China al tientallen jaren groeit met meer dan 10%

per jaar. Nu moesten ze ook van heel ver komen maar toch. De marktgroei vindt plaats buiten Europa, vooral in het Aziatische deel van de wereld.

De genoemde landen met een enorme groei beschikken, met uitzondering van Rusland, niet over noemenswaardige voorraden fossiele brandstof. Wij kunnen dus spreken van een stevige, structurele groei. Een land als China is al 30 jaar de sterkst groeiende economie op deze wereld. Er staat dus wat te gebeuren.

Landen als China, India, Pakistan, Rusland en Brazilië vormen zo ongeveer de helft van de wereldbevolking. Een bevolking die steeds meer kan profiteren van hun groeiende economieën. Alleen al in China zijn circa 400 miljoen mensen (ongeveer de gehele populatie van Europa) de armoede ontstegen door de gigantische economische groei. Met deze economische groei ontstaat er ook een gigantische markt voor de producten waar wij goed in zijn. Het besteedbaar inkomen groeit bij grote delen van deze bevolking. Zij zijn op (korte) termijn in staat om een fatsoenlijke prijs voor onze producten te betalen. Maar dan moeten wij wel eerst deze markt naar ons toe zien te trekken. Dit vraagt om nieuwe, moderne, brutale vormen van ondernemen. Het roer moet helemaal om.

De NV Horti Culture Holland

Stel je voor dat een aantal bedrijven een soort consortium vormt onder een eigen naam in het buitenland en daar aan het werk gaat. Een nieuwe vorm van samenwerken. In Nederland zijn en blijven de telers elkaars concurrenten. Maar voor het benaderen van de buitenlandse markten buiten Europa vormen zij één front. Dit maakt het financieel makkelijker en ze worden op deze markten niet op prijs tegen elkaar uitgespeeld. De Nederlandse telers presenteren zich als 'NV Horti Culture Holland' buiten de grenzen van Europa.

Een voorbeeld: Op basis van Nederlands uitgangsmateriaal, kennis, management en logistieke kennis wordt een groot productiebedrijf opgezet bij bijvoorbeeld een grote stad in China (5 tot 10 miljoen inwoners). In combinatie met Chinese infrastructuurkosten, Chinese loonkosten, Chinese energiekosten leidt dit

tot een, voor de Chinese markt, betaalbaar product van een excellente kwaliteit.

Meer dan alleen lage-loon-land

Kijk niet naar deze landen als 'lage-loon-landen'. Kijk verder en ontdek dat zich daar gigantische markten voor onze producten ontwikkelen. Fysiek en prijstechnisch is het niet of nauwelijks aantrekkelijk onze producten (grote volumes) naar dit soort markten te exporteren. Dus moet en kan het anders.

Deze ontwikkelingen geven een extra dimensie aan het begrip ondernemen. Uiteraard zijn er nog best een aantal hordes te overwinnen. Maar een land als China stelt zich meer en meer open, neemt actief deel aan de vrijmarktconomie en profiteert hier duidelijk van.

Deze ontwikkelingen zijn ook niet meer terug te draaien. De bestuurders van China begrijpen ook dat zij, als ze verder willen groeien, zich ook aan de spelregels van de vrijmarktconomie moeten houden. Kortom de kansen zijn legio en de risico's zullen afnemen. De focus voor groei van de sector ligt dus buiten Europa en vraagt om lef en modern onderschap. Randvoorwaarden voor deze ontwikkeling is wel dat Nederland haar nummer-1 positie in de tuinbouw behoudt. Daarvoor is een sterke groene kenniskolom, sterk groen onderwijs en een sterk professionele productieomgeving noodzakelijk. De tuinbouw kan de kansen buiten Europa alleen pakken, als de sector thuis de boel goed op orde heeft en houdt.

De route van alleen schaalvergroting en efficiency is op termijn een doodlopende weg. De mogelijkheden tot kostenreductie op de bedrijven in Nederland worden steeds kleiner. Daarom moet volgens Hans Ligtenberg het roer om. Naar zijn mening moet de Nederlandse tuinbouw vooral kijken naar de mogelijkheden van China, India, Pakistan, Rusland en Brazilië. Deze landen vormen de helft van de wereldbevolking. We moeten deze markt naar ons toe zien te trekken. Dit vraagt om nieuwe, moderne, brutale vormen van ondernemen.

SAMENVATTING

