

Grote melkveehouders eisen vooral kritische adviseur

Grote melkveehouders, met meer dan 1 miljoen liter melk, kloppen met andere zaken bij adviseurs aan dan ondernemers met een kleiner bedrijf. Bovendien stellen ze vaak andere eisen aan de adviseur die op hun bedrijf komt. En daarom benaderen adviseurs melkveehouders met een groot bedrijf vaak kritischer dan ondernemers met een kleiner bedrijf.

ir. Wilma Wolters

Melkveehouders die 200 koeien of meer melken, behoren tot de grootste ondernemers van Nederland. Zij hebben een omvang bereikt waarbij je je afvraagt of zij een adviseur nog wel van voldoende waarde vinden. Leert de adviseur niet meer van de ondernemer dan andersom? En als er adviseurs komen, vraagt een grote ondernemer dan om een ander advies of stellen zij meer eisen aan een adviseur dan kleinere ondernemers? Grote kans van wel, zo blijkt

uit een korte inventarisatie onder zowel grote melkveehouders als adviseurs.

Taak adviseur

“Een adviseur moet gaan voor economische optimalisatie van een bedrijf, of hij nou voor het voer komt of voor een financieringsplan. En dat kunstje moet hij bij iedere veehouder kunnen, zowel groot als klein.” Dat is de mening van Harm Holman, melkveehouder in Steenbergen (Drenthe) en voorzitter van de European Dairy Farmers (EDF). Ook Hendrik Arends, manager rundveehouderij bij Agrifirm, vindt de economische waarde van een advies belangrijk. “Een adviseur moet een plan van aanpak altijd vertalen in investeringen en opbrengsten en het netto-resultaat aantoonbaar maken.” Dat wil niet zeggen dat een adviseur daarom bij elke veehouder op een gelijke manier kan handelen volgens Holman. “Ik zie een groep boeren die ontvankelijk is voor advies. Als zij de meerwaarde van een adviseur inzien, dan vragen zij die ook op hun bedrijf. Een groot deel van de grote melkveehouders valt onder deze groep. Daarnaast is er een groep die moeite heeft om advies te implementeren. Het bespelen van die groep vraagt meer aandacht van adviseurs.”

Kritisch

Bart Geertsema, sectormanager melkveehouderij bij Rabobank Nederland, denkt dat melkveehouders meer en meer hogere eisen stellen aan hun adviseurs, vooral de ondernemers die hun bedrijf volop aan het ontwikkelen zijn en grote groeispongen willen maken. “Het merendeel van de melkveehouders is kritisch op zijn eigen functioneren, op de resultaten en op de bedrijfsontwikkeling. Zij willen daarom ook een adviseur die kritiek niet schuwt en die de pijnpunten bij de ondernemer weet bloot te leggen. Meelopers en meepraters zijn er al genoeg.” De bank speelt hierop in door een ‘zware’ adviseur aan de betere ondernemers te koppelen. “Dat zijn adviseurs die de juiste vragen stellen en die zich

kwetsbaar durven opstellen. Ook heeft zo iemand al meerdere jaren in de functie gezeten, komt hij bij verscheidene grote bedrijven en heeft hij een hoog kennisniveau.” Agrifirm maakt een opdeling in specialisten die graag specifiek nieuwe grote klanten bedienen en adviseren en specialisten die sterk zijn in een zeer hecht relatiebeheer. “De klant bepaalt met zijn wensen uiteindelijk wie zijn sparringpartner wordt,” aldus Arends. “Maar,” voegt hij eraan toe, “het verschil in de vragen van de ondernemers zit hem niet altijd in de grootte van het bedrijf, maar veel meer in het ambitieniveau van de ondernemer en de wil om actief te ondernemen.”

Soort advies

Grote melkveehouders of melkveebedrijven die volop in ontwikkeling zijn, komen voor andere vraagstukken te staan. Geertsema legt uit: “Bij een bedrijf met 6 tot 8 ton melk is arbeid veelal geen issue. Zodra meer dan een miljoen liter wordt gemolken, moet er vaak vreemde arbeid op het bedrijf komen. Daarnaast is het noodzakelijk om bij bedrijven in ontwikkeling vooraf knelpunten bloot te leggen op het sociale vlak, technische prestaties, rentabiliteit en huisvesting.” Arends denkt dat melkveehouders hun investeringen verschuiven van de aankoop van melkquotum naar het bedrijf op orde maken voor de situatie na het verdwijnen van de superheffing. “De strategische keuzes zijn op dit moment heel belangrijk. Verdere arbeidsefficiëntie bijvoorbeeld, zoals de keuze van het melksysteem en advies over verbouw en nieuwbouw van stallen.”

Leren van de ondernemer?

“Als adviseur moet je ervoor zorgen dat je niveau voldoende hoog is, en als een adviseur meer leert van de ondernemer waar hij komt dan de ondernemer van hem, dan zit er iets niet goed”, zo geeft Geertsema aan. Hij krijgt wel eens klachten van breed georiënteerde ondernemers over het feit dat adviseurs kennis op hun bedrijven weghalen. “Dat mag natuurlijk niet voorkomen. Een adviseur is er voor de ondernemer en niet andersom”. Maar de adviseur loopt vanzelf tegen de lamp volgens Geertsema, want na 2-3 keer hoeft hij echt niet terug te komen bij die ondernemer. “Als adviseur moet je ervoor zorgen dat je niveau aansluit bij de klanten die je bedient. Anders moet je op zoek naar een ondernemer

“Rantsoenadvies en inkoop van grondstoffen scheiden”

Ook bij de gebroeders Wim en Koos Van Adrichem is de voeradviseur de belangrijkste adviseur op het bedrijf. Als de Van Adrichems een andere adviseur nodig hebben, is dat met name ter bevestiging van hun ideeën. Ze vragen dan een bekende met een eigen adviesbureau. “We willen niet de grote firma’s. We houden van korte lijnen.” Adviseurs mogen best kennis bij het bedrijf van de Van Adrichems weghalen. “Ze kunnen alleen onze manier van werken afkijken. Dat is niet erg. En als we daarmee een ander binnen de sector vooruit kunnen helpen, dan hoeft dat voor ons niks op te brengen.”

De broers melken in het Groningse Noordbroek een quotum van 2,5 miljoen liter vol met 300 koeien op 155 hectare. De huidige, min of meer vaste voeradviseur komt sinds twee jaar op het bedrijf. “Wij zijn eigenlijk nog steeds zoekende naar wie en wat ons past. Maar dat is ook deel van onze strategie: we kopen in waar dat het goedkoopst kan. Adviseurs die hier komen moeten er tegen kunnen dat we hun advies vragen, maar bij een ander de grondstoffen kopen. Sommigen kunnen daar tegen, anderen zien we na de kennismaking niet meer terug.”

Met deze manier van werken willen de broers ook de toekomst tegemoet. Want over 10 jaar is de adviseur volgens hen onafhankelijk en zet hij alleen het rantsoen in elkaar. “De inkoop van grondstoffen valt daar dan volledig buiten en kan daarom heel scherp.”



Foto: Wilma Wolters

die beter bij jou en je kennisniveau past.” Volgens Arends is de tijd dat sommige voerleveranciers de veehouders als een opleidingsinstituut gebruikten, voorbij. “Het is nu direct melk omzetten in klinkende munt. Aantoonbare meerwaarde leveren, daar draait het mijns inziens om.”

Meerwaarde

Wat is dan die meerwaarde die de adviseur moet leveren? Arends noemt het aanbieden van een breder advies, niet alleen gericht op de verkoop van voer. “Daarnaast moet een specialist een klik met de afnemer hebben en nauw aansluiten bij de ambities van de ondernemer.” Holman vindt dat een adviseur moet oppassen dat de kennis van een ondernemer hem niet inhaalt. “Een adviseur moet altijd op het scherpst van de snede zitten, dat moet zijn belangrijkste toegevoegde waarde zijn.”

“Adviseur kan niet voor je dromen of durven”

Gerland Glijnis uit Uitgeest (Noord-Holland) zit met zijn vader en oom in een vennootschap. Samen met een werknemer is hij verantwoordelijk voor het melken en voeren van de 330 koeien. Het belangrijkste advies op het bedrijf komt van een voeradviseur. “We kijken bij het kiezen van een adviseur als eerste naar de kostprijs. Met de huidige voeradviseur hebben we de afspraak dat de voerkosten 2 cent moeten dalen.” Doet het karakter van een adviseur er dan helemaal niet toe? “Jazeker wel,” vindt Glijnis, “het moet wel klikken met een adviseur. Als de omgang niet soepel verloopt, ga ik op zoek naar een ander.”

Glijnis heeft adviseurs om hem scherp te houden. “Ik verwacht van een adviseur dat hij mij behoedt voor bedrijfsblindheid. Hij mag best kritisch zijn.” Een adviseur die alleen maar kritiek levert op andere firma’s, vindt Glijnis geen goede. Ook een gebrek aan kennis ziet hij als een grote valkuil voor een adviseur. Studieclubs en de MelkveeAcademie dragen ook bij aan de kennis van de familie Glijnis. En Gerland Glijnis vindt ze belangrijk. “Ondernemers moeten kunnen dromen, denken, durven en doen. De meeste adviseurs kunnen niet dromen en durven niet. Andere ondernemers kunnen dat wel.” Toch ziet Glijnis de adviseurs in de toekomst niet verdwijnen op zijn bedrijf. “Goede adviseurs kunnen zeggen wat er slecht is op je bedrijf. Je buurman durft dat niet.”



Foto: Wilma Wolters