



Erik van der Hijden: „Succes hangt af van zaken als goed management, juiste keuzes en kwaliteit van de biggen.”

Geld verdienen met slechts 300 zeugen

Schaalvergroting uit, optimalisatie in

De mythe van ‘groter is altijd beter’ is passé. Een zeugenhouderij kan met 300 zeugen ook geld verdienen; dat hoeven er echt geen 3.000 te zijn, is de overtuiging van Erik van der Hijden van FarmAdvies: „Het gaat om de juiste keuzes maken, goed management en focussen op de kwaliteit van de big.”

Menig zeugenhouder krabt zich achter oren over schaalvergroting. Hij beleeft onrustige nachten, voert pittige gesprekken met de bank, wikt en weegt tot hij ‘een ons weegt’ hoe de schaalvergroting vorm te geven en in te passen in zijn persoonlijkheid en bedrijf. Want hem is in de afgelopen jaren geleerd dat schaalvergroting de enige weg vooruit is. Wil de zeugenhouder mee in de vaart der volkeren, dan rest hem niets anders dan zijn bedrijfsomvang te verdubbelen of liever nog te verdriedubbelen. „Onzin”, beweert Erik van der Hijden, directeur van Farm-Advies en varkensdeskundige met kennis op zowel financieel als technisch gebied. „Ik zie bedrijven met 4.000 tot 5.000 zeugen die minder verdienen dan klanten met 900 zeugen.” Het gaat volgens hem niet alleen over de omvang van het bedrijf, maar ook hoe het bedrijf bestuurd wordt. „Succes hangt af van zaken als goed management, juiste keuzes en de kwaliteit van de biggen. In de hele discussie over bedrijfsontwikkeling en de ‘stal van de toekomst’ mis ik deze aspecten. Zo is de kostenstructuur van grote bedrijven veel hoger dan bij bedrijven met lagere aantallen zeugen door onder meer hogere personeelskosten en het aantal entingen. De kostprijs van een bedrijf met 400 zeugen kan, afhankelijk van de ondernemer, dan zomaar lager zijn.”

Lagere voerwinst

Vier tot vijf jaar geleden koos de sector

vooral voor schaalvergroting, omdat men verwachtte dat dit een kostprijsverlaging en meer efficiency zou opleveren. Maar die schaalvergroting heeft volgens Van der Hijden niet overal goed uitgekapt. „Er waren bedrijven die een voerwinst hadden beoogd van 150 procent, maar in realiteit viel deze winst veel lager uit. Dat heeft onder meer te maken met het verschil in de Duitse prijzen opzichte van de prijs die AgroVision berekend heeft; de zogenaamde kengetalenspiegel. De laatste twee jaar is de Duitse biggenprijs veel lager dan de jaren ervoor en bedrijven hebben hierdoor inkomsten gemist. De kosten zijn hoger geworden, maar de opbrengst minder. Voor een aantal grote bedrijven heeft dit verkeerd uitgekapt. Veel grotere bedrijven voelen de druk van de liquiditeit en stranden onder deze druk. Ze zijn juist financieel kwetsbaar geworden mede door de schaalvergroting. Veel ondernemers hebben daarbij moeite om een bedrijf met 2.000 zeugen aan te kunnen. Dat heeft de afgelopen crisis duidelijk laten zien.”

Beperkte schaalvergroting is nog steeds een optie voor de toekomst, maar tegenwoordig verdienen je niet per definitie meer. „Deze bewustwording moet zich nog voltrekken in de sector. In feite kun je stellen dat voor nu de focus niet meer specifiek op schaalvergroting moet liggen, maar op kwaliteit en optimaliseren van bedrijfsprocessen. Een big extra per zeug per jaar verlaagt de kostprijs sterker dan

schaalvergroting. De kosten kun je namelijk delen door meerdere eenheden biggen.”

Geen peulenschil

Opschalen van het bedrijf is daarnaast geen peulenschil. Om van 800 naar 1.600 te groeien, vraagt om een totaal andere benadering. „Was een zeugenhouder voorheen samen met zijn vrouw en vader op het bedrijf aan het werk. Met 1.600 zeugen heeft hij personeel nodig en moet hij alles managen. Dat is lastig en een verbeteringslag in de biggenkwaliteit maken, is voor sommigen onmogelijk. Er zijn uitzonderingen: zeugenhouders die na schaalvergroting wel in staat bleken kwaliteit te leveren en hun producten goed te verkopen.”

„Het best verdienende bedrijf uit ons klantenbestand heeft 1.000 zeugen. Deze zeugenhouder kan met dit aantal een technische slag te maken van 32 naar 33 biggen. Een ander bedrijf met 200 zeugen heeft 34 biggen. De kunst is om technisch maximaal te presteren. Dat is makkelijker op een kleiner bedrijf, omdat het vooral gaat om in de details de verbetering te zoeken.”

Lastig punt op een groot bedrijf van meer dan 1.000 zeugen is zelf de motivatie te vinden om op elk detail te letten. Nog belangrijker: zo'n zeugenhouder moet zijn personeel motiveren. „Dat is een totaal ander proces en de zeugenhouder moet zich aan deze veranderde rol aanpassen. Het kan jaren duren voordat hij dit in zijn vingers heeft. ▶

„Technisch maximaal presteren is op een kleiner bedrijf makkelijker, omdat het gaat om verbetering zoeken in de details.”



Die tijd heeft hij nu niet meer. Vroeger was het verschil tussen kost- en opbrengstprijs 10 euro. Dat verschil is door de lagere biggenprijzen en hogere kosten kleiner geworden. Er zijn nu veel klanten die ik begeleid in hun rol als manager. De meeste mensen moeten dit nog leren, maar eigenlijk is hier geen financiële ruimte voor.”

Duizend zeugen

Van der Hijden stelt niet dat alléén de kleinere bedrijven toekomst hebben. Dat gaat te ver. Elk bedrijf heeft een bepaalde omvang nodig, maar dat hoeft niet 2.000 of 3.000 zeugen te zijn. „Ik denk dat 1.000 zeugen een mooi aantal is. Dan heb je de beste efficiëntie met volle koppels en kun je nog steeds kwaliteit leveren. Maar een bedrijf met 400 zeugen en een vierwakensysteem kan ook heel efficiënt zijn.”

Met de huidige biggenprijzen is het krijgen van de beste prijs belangrijk. Een bedrijf met 2.000 zeugen kon twee jaar terug de slechte biggen nog compenseren met de hoge prijs, maar die tijd is voorbij. Niet omvang maar kwaliteit is nu leidend. Het is daarom belangrijk dat een zeugenhouderij weet wat de klant wil; dan kan hij zijn bedrijf en biggen hierop aanpassen. „De vraag is dan of hij moet kiezen voor 1.000 zeugen of voor optimalisatie en kwaliteit. Een bedrijf met 350 zeugen en 30 biggen kan op jaarbasis 10.000 biggen afleveren met de kwaliteit van het Beter Leven-kenmerk. Een mester met 4.000 vleesvarkensplaatjes wil echt wel extra betalen voor een kwaliteitsbig. Essentieel daarbij is dat de vermeerderaar grip op de kwaliteit houdt en goed met de mester communiceert. Fokker en mester moeten een hechte een-op-eenrelatie hebben. Met zijn tweeën kunnen ze namelijk meer verdienen dan apart. Als

varkenshouders moeten je leren waar je elkaar kunt versterken.”

Rendement en samenwerking

Een hechte samenwerking tussen vermeerderaar en mester is ook een soort schaalvergroting. Zeker als beiden niet te ver van elkaar wonen, want een big zal minder gestrest uit de vrachtwagen kruipen na een rit van tien minuten dan van twee uur. Van der Hijden is ervan overtuigd dat een betere communicatie tussen mester en vermeerderaar tot een beter rendement voor beiden zorgt. „Maak goede afspraken en bespreek de verbeterpunten. Een samenwerking bespaart geld op de tussenpersoon en transportkosten, en leidt tot efficiënter gebruik van ertingen. En als de zeugenhouder afhankelijk wordt van de resultaten van de mester door een bonussysteem, zal hij nog meer gestimuleerd worden om de beste biggen te leveren.”

De varkenshouderij-deskundige vraagt zich hardop af waarom varkenshouders dergelijke samenwerking niet meer opzoeken. Nog geen dertig jaar terug was het vrij normaal wanneer twee varkenshouders in één dorp op een dergelijke manier samenwerkten. De afgelopen jaren van schaalvergroting hebben dit veranderd, maar met de focus op kwaliteit past dit weer helemaal bij een moderne varkenshouderij. Heeft een zeugenhouder geen een-op-eenrelatie met zijn afnemer, dan adviseert Van der Hijden om regelmatig contact met de afnemer te hebben. „Vraag je afnemers om een terugkoppeling van de technische resultaten. Je wilt en moet weten hoe goed jouw biggen het doen.”

Zeugennachtdienst


Verbeteren van kwaliteit van de big is een aspect waar de zeugenhouder zich op moet richten. Het andere aspect is inzetten op

optimalisatie van het bedrijf. Het succes van de optimalisatie is echter sterk afhankelijk van de ondernemer zelf, meent Van der Hijden:

„De zeugenhouder moet zelf de bedrijfsprocessen willen verbeteren. Hij moet zich elke dag afvragen hoe hij de kwaliteit omhoog kan brengen en betere resultaten kan realiseren; in fokkerij, gezondheid, management en voeding. Daarbij zou hij ook een omgeving moeten creëren die hem hierin stimuleert. In de Achterhoek zit een zeugenhouder die de 'nachtdienst' heeft geïntroduceerd. Op het moment dat de zeugen gaan werpen, gaat hij 's nachts werken. Zijn personeel neemt de dagdienst. Door de extra aandacht weet hij op een nacht 20 biggen te redden. Deze ondernemer voelt de drang om te zoeken waar en hoe iets beter kan. Zoek naar de kansen om het beter te doen. Laat je daarbij inspireren door anderen, zoals deze Achterhoekse zeugenhouder.”

Lactatiedeskundige

Maar optimalisatie betekent meer dan zoeken naar verbeterpunten en je laten inspireren. De rationele kant is visie-ontwikkeling, maken van een bedrijfsplan, kennis vergroten, problemen adequaat opsporen, analyseren en doorpakken. „Dat betekent ook dat er meer gevraagd wordt van de adviseurs. De allround adviseur zal zich wellicht meer moeten specialiseren als een lactatiedeskundige of klimaatspecialist. Hier is nog een hele wereld te winnen. Biggen produceren wordt namelijk steeds meer een 'topsport' en dat vraagt om 'topcoaches' die tot in detail zoeken naar problemen en verbeterpunten. Topboeren hebben topadviseurs nodig. En dan maakt het weinig uit of je 300 of 3.000 zeugen hebt.” ■

 **Reageren?**
redactie@pigbusiness.nl