

Jeroen Doornhof naar Arkervaart

Jeroen Doornhof (25) is op 1 december 2009 begonnen als specialist pluimveehouderij bij Coöperatie Arkervaart in Nijkerk. Doornhof is afgestudeerd aan Wageningen Universiteit, richting Dierwetenschappen. Hij zal bij Arkervaart in eerste instantie in de legsector werkzaam zijn.



LinkedIn populair

Bijna 70 procent van de managers in de agrobusiness is actief op de netwerksite LinkedIn. Dat blijkt uit een inventarisatie van het agrarische communicatiebureau Green hybride marketing.

Een jaar eerder, in januari 2009, bleek nog slechts dertig procent van de ondervraagde doelgroep van 2000 marketing- en communicatiemanagers actief op LinkedIn.

In januari 2010 werd de vraag 'Zit u al op LinkedIn?' opnieuw voorgelegd aan dezelfde groep. Daaruit bleek dat inmiddels maar liefst bijna zeventig procent van de ondervraagden een profiel had aangemaakt op de site. Een enorme stijging.

Het hebben van nuttige, veelal internationale contacten werd door de ondervraagden als belangrijkste reden opgegeven voor deelname aan LinkedIn. Ook werd in de inventarisatie aangegeven dat het mooi zou zijn als ook ondernemers uit de primaire agrarische sectoren op LinkedIn actief zouden worden. Tot op dit moment maken deze ondernemers nog nauwelijks gebruik van deze netwerksite.

Piet Dijkstra in dienst bij Speerstra Feed

Op 1 februari 2010 treedt Piet Dijkstra in dienst als salesmanager bij Speerstra Feed Ingredients. Speerstra Feed Ingredients is een internationale handelsonderneming die zich richt op het vermarkten van diervoederingredienten en additieven. Dijkstra versterkt het verkoopteam voor met name de Benelux en de Duitse markt. Piet Dijkstra werkte voorheen als commercieel manager bij Sloten bv.



Gesprek grootste brenger van vakinformatie

De meeste vakinformatie bereikt de veehouder via het persoonlijke gesprek. Maar liefst 67,7 procent van de veehouders zegt via deze weg nieuwe informatie tot zich te nemen. Het betreft dan informatie die interessant is voor ondernemer en bedrijf. Dat is goed nieuws voor bedrijfsadviseurs, die voor een belangrijk deel de brenger zijn van die informatie.

Op de tweede plaats komen de vakbladen. Bijna de helft van de veehouders ziet deze als een belangrijke informatiebron. Dit blijkt uit de MultiMediaMeter van Opraappers Communicatie en ReMarkAble Communicatie. Het onderzoek is uitgevoerd onder in totaal 421 veehouders. Internet dekte bij 38,1 procent van de veehouders (een deel van) de informatiebehoefte.

Soort informatie

Opvallend is dat voor de aanschaf van duurdere producten, zoals grond, gebouwen en financieringen, de waarde van het persoonlijke gesprek toeneemt. Veehouders geven aan deze informatie vooral via deze weg te halen. Vakbladen blijven ook hier belangrijk, maar minder belangrijk dan het gesprek. De meeste informatie over vaktechnische zaken, zoals melktechnieken, mechanisatie en voeren, halen veehouders uit de vakbladen. De vakbladen zijn op deze terreinen de belangrijkste brengers van informatie.

Draagvlak Natuurwet kalft af

De natuurbescherming in Nederland is verworpen tot een ingewikkelde kwestie, waar vooral juristen en advocaten beter van worden. Nederland heeft het zich enorm moeilijk gemaakt, vindt LTO Nederland. Ondertussen weet vrijwel niemand meer hoe het precies zit met de natuurwetgeving. Het is dus niet zo verwonderlijk dat premier Jan Peter Balkenende in de fout ging, met zijn geklaag over Natura 2000 aan het adres van José Manuel Barroso, voorzitter van de Europese Commissie.

Balkenende drong bij voorzitter Barroso van de Europese Commissie aan op afzwakking van het Europese natuurbeschermingsbeleid Natura 2000. Barroso nam scherp afstand van het standpunt van Balkenende dat Natura 2000 schade toebrengt aan economische activiteiten. Het antwoord van Barroso verbaast Nico Gerrits, secretaris van de Stichting Instituut voor Europese natuur- en milieuwetgeving, niet. "Balkenende klaagde aan het verkeerde adres." De briefwisseling tussen Balkenende en Barroso kwam in januari 2010 naar buiten, en dateerde van medio 2009. Gerrits: "Balkenende heeft terecht geklaagd over de problemen die natuurbescherming in Nederland veroorzaakt. Maar aan het verkeerde adres én over de verkeerde wetgeving. Het antwoord van Barroso is dan ook niet verrassend, want ook naar zijn mening is er niets mis met de Europese natuurwetgeving. Niet Natura 2000, maar onze eigen Natuurbeschermingswet (Nbwet) vormt een groot risico voor Nederlandse natuur en economie. Hij had dus moeten klagen bij zijn eigen ambtenaren."

Gebrekkige omzetting

Europese richtlijnen dienen door de lidstaten te worden omgezet in nationale wetgeving. Volgens Gerrits is voor de omzetting van de Vogel- en Habitatrichtlijnen grote nauwkeurigheid vereist vanwege de gedetailleerde voorschriften die deze richtlijnen bevatten. Volgens Gerrits is het bij die omzetting misgegaan. Volgens Europa zijn activiteiten in en om natuurgebieden toegestaan, tenzij uit onderzoek en monitoring blijkt dat deze (op termijn) schade kunnen aanrichten aan de natuur. De Nederlandse Nbwet stelt daarentegen dat alles verboden is, tenzij er een vergunning is verleend. LTO is blij met het antwoord van Barroso: dat verduidelijkt het basisprincipe van de Europese richtlijn en geeft aan dat Nederlandse juristen er kennelijk veel te strak mee zijn omgegaan.



STRIJD OM NATUUR

Juristen hebben Europese regels voor natuurbescherming te star vertaald.

Succesvolle bedrijfsadviseurs

Vraag een aantal bedrijfsadviseurs wat hen succesvol maakt en je krijgt veel dezelfde antwoorden: hij spreekt de taal van de klant, leeft zich in in de wensen van de klant en weet precies wat de klant wil. Een succesvolle adviseur bestudeert zijn klant van 'top tot teen' om zo de strategie te bepalen voor het winnen van de klant. Dat is geen eenvoudige taak, want er zijn veel soorten klanten. Hoewel vrijwel alle adviseurs hetzelfde antwoorden en in hoge mate dezelfde strategie zeggen te hanteren, zijn er toch geen twee adviseurs gelijk. Dat blijkt wel uit de vele interviews die V-focus heeft met net zoveel adviseurs. Wij willen niet de geijkte antwoorden horen, maar unieke uitspraken, wij willen weten wat een adviseur onderscheidt van anderen. Zoals de adviseur de klant bestudeert, zo bestudeert de redacteur de adviseur. Een paar bevindingen.

Er is een soort adviseur dat liever niet in de publiciteit wil. Het gesprek verloopt stroef, er wordt vooral bedrijfspolitiek correct geantwoord. Ofwel: er worden veel woorden gesproken om eigenlijk niet zoveel te zeggen. Niet zelden worden deze interviews daarna nog flink bewerkt door de communicatiecollega van de adviseur, die ook nog eens de allerleukste uitspraken gaat bijstellen. Zal zoveel intern toezicht de reden zijn dat de adviseur zich niet durft te profileren, vraag ik me af. Een totaal andere soort is er ook: deze adviseur bouwt, zoals hij gewend is, meteen een vertrouwensrelatie op met de redacteur. Recent kreeg ik bijvoorbeeld het verzoek om na het interview nog even wat uitleg te geven over het bewerken van beeldmateriaal. Een redacteur zal toch wel weten hoe je de vakantiekiekjes opleukt? Dan is er het verzoek om nog even te helpen met een persbericht. Meestal is dit wel de soort adviseur die zijn zin weet te krijgen. Een succesvol soort.

Het zijn twee uitersten. Meestal ligt het er tussenin, net zoals bij de drie genomineerde adviseurs voor de titel 'Bedrijfsadviseur van het jaar 2009' (pag. 8). De jury en de V-focusredacteur kwamen onafhankelijk van elkaar tot dezelfde slotsom. Op kennis kunnen we moeilijk oordelen, maar wél

hoe bedreven de adviseur is in het inpakken van de 'oppositie'. Over de eigenschappen die daar bijhoren, leest u in deze V-focus.



Geesje Rotgers
redactie V-focus