

Diversificatie: een belangrijke bedrijfsstrategie in de landbouw

Er kleeft een aantal bezwaren aan de gangbare wijze van landbouwbeoefening. Een onconventionele bedrijfsstrategie, diversificatie, vergt van boeren een forse culturele omschakeling. Diversificatie komt echter tegemoet aan bezwaren van de gangbare wijze van landbouwbeoefening. Daarom dient deze bedrijfsstrategie krachtig door overheden te worden ondersteund.

MICHEL FILART*

Binnen de samenleving bestaat in toenemende mate ontevredenheid over gangbare wijzen van landbouwbeoefening. Deze onvrede wordt veroorzaakt door negatieve aspecten, als milieuvervuiling, landschapsaanbasting en slechte leefomstandigheden van de veestapel. Daarnaast blijkt dat veel landbouwproducten niet voldoen aan kwaliteitseisen van gebruikers. Veel consumenten zetten vraagtekens bij bijvoorbeeld de samenstelling, de veiligheid voor de gezondheid en de herkomst van producten. Verder vindt economische aanwending van agrarische productiemiddelen in 'producten' als natuur en landschapsschoon slechts in beperkte mate plaats. Onder andere voor recreatieve doeleinden heeft de samenleving echter grote behoefte aan dergelijke producten.

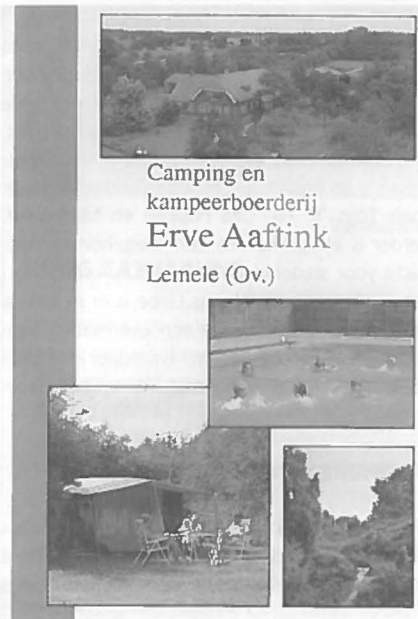
WERKGELEGENHEID

Het industrialisatieproces in de landbouw van na de Tweede Wereldoorlog heeft niet geleid tot een grotere bestaanszekerheid van boerenbedrijven. Dit blijkt onder andere uit de gestage afname van het aantal bedrijven in dezelfde periode. Omdat de prijzen voor agrarische producten voortdurend onder druk staan, moeten landbouwbedrijven hun produktiviteit steeds opvoeren. Dit lukt slechts door het doen van hoge investeringen, die op hun beurt weer moeten worden terugverdiend door de produktiviteit verder te verhogen. Er blijven steeds minder bedrijven over die deze produktiviteitsrace volhouden.

BEDRIJFSSTRATEGIE

Diversificatie is een bedrijfsstrategie waarbij landbouwers nieuwe producten afzetten op nieuwe markten. Agrarische nevenproducten, als natuurlijke en landsschappelijke kwaliteiten,

zijn secundair geweest aan de voedselproductie. Tegenwoordig is er echter steeds meer vraag naar deze producten. Er zijn mogelijkheden voor boeren ontstaan om deze nevenproducten te exploiteren. Dat kan, met behulp van



Camping en kampeerboerderij Erve Aaftink Lemele (Ov.)

Nieuwe mogelijkheden op voormalige landbouwgrond. Foto: "Erve Aaftink"

een goed marketingconcept, via de vrije markt, bijvoorbeeld door het vragen van hogere prijzen voor 'natuurlijke' producten, of door het aanbieden van toeristische diensten. Het is ook mogelijk dat overheidsinstanties optreden als intermediair tussen vragers en aanbieders. Dit doet zich bijvoorbeeld voor als boeren vergoedingen krijgen voor beheerswerkzaamheden.

CULTUUROMSLAG

De implementatie van diversificatie als strategie vergt een cultuuromslag bij de boeren. In economisch en in cultureel opzicht is voedselproductie altijd de belangrijkste functie van de landbouw geweest. Nevenfuncties, zoals landschapsbeheer, zijn daaraan ondergeschikt gesteld. Veel landbouwers kijken dan ook neer op het ontwikkelen van 'nevenfuncties'. Uitspraken als: "Ik ben boer en geen vogeltjesman", duiden hierop. Landbouwers die onconventionele markten aanboren, worden door collega's vaak niet voor vol aangezien. Dergelijke boeren 'zijn geen echte boeren', of 'ze zullen het met landbouw alleen wel niet helemaal rond kunnen zetten'. In werkelijkheid lijken echter met name vooruitstrevende boeren, die voorheen ook al voorop liepen bij het moder-

niseren van de bedrijfsvoering, diversificatie-activiteiten te ondernemen.

Naast de geringe belangstelling van de agrarische sector voor nieuwe markten, vormt haar sterke produktiegerichtheid een belemmering voor het benutten van nieuwe kansen. In de gendustrialiseerde landbouw zijn verwerkings- en verkooptaken overgenomen door aparte schakels in de produktiekolom. Daardoor zijn belangrijke 'diversificatie-vaardigheden', zoals marktgerichtheid, marketingkennis en -vaardigheden, weinig ontwikkeld op agrarische bedrijven. Dergelijke vaardigheden zijn onontbeerlijk bij het ontwikkelen van nieuwe producten en markten.

DIVERSIFICATIE

De bedrijfsstrategie diversificatie kan zowel voor boeren als voor de samenleving positieve effecten hebben. Voor boeren kan het aanboren van nieuwe markten bijvoorbeeld leiden tot aanvullende inkomsten en grotere bedrijfszekerheid. Voor de samenleving als geheel is het te verwachten positieve effect gelegen in ondersteuning van de werkgelegenheid en sociale structuren op het platteland, landschapsonderhoud, verbetering van natuurlijke, milieu- en landschapskwaliteiten en uitbreiding van het toeristisch aanbod. Kortom: diversificatie kan een positieve bijdrage leveren aan de leefbaarheid van het platteland.

SUGGESTIES

Op verschillende niveaus hebben overheden industriële landbouwbeoefening in het verleden daadkrachtig ondersteund. Daardoor zijn zij medeverantwoordelijk voor de bovengenoemde cultuurproblemen waarmee boeren kampen bij het ontwikkelen van nieuwe markten, zodat ze nu ook op ondersteuning van de overheid zouden moeten kunnen rekenen.

Het valt te verwachten dat diversificatie al veel meer op landbouwbedrijven toegepast zou zijn indien de coördinatie tussen beleidsvelden, die zich bezighouden met het landelijk gebied, verbeterd werd en overheidsinstanties beter boeren zouden communiceren met boeren. Gebrekkige coördinatie en communicatie hebben ertoe geleid dat er nu onder boeren een grote mate van wantrouwen jegens de overheid bestaat. Het instellen van centrale aanspreekpunten waar individuele landbouwers met vragen over beleidsinstrumenten aan kunnen kloppen zou een oplossing kunnen zijn.

*De auteur studeerde sociale geografie aan de Rijksuniversiteit Utrecht. Dit artikel is gebaseerd op zijn doctoraalscriptie *Diversificatie, nieuwe kansen voor Overijsselse landbouwers*. Voor inlichtingen: 0548-655666