

Jan Douwe van der Ploeg: 'Nederland heeft last van zijn remmende voorsprong'

22 februari 2010

"Maar ik zie dat de padafhankelijkheid afneemt," zegt Jan Douwe van der Ploeg, hoogleraar Rural Development aan de WUR.

Van der Ploeg reist veel en heeft een internationale kijk op landbouw. Een andersschalige. De grootschalige is definitief te kwetsbaar gebleken. "China gaat de fout die ons nu de derde landbouwcrisis heeft opgeleverd niet maken." Hij heeft een duidelijk idee over waar het hier heen moet. "Combineer de innovatieve kracht en integrale manier van denken van boeren en ambachtslieden met de verbluffende logistieke competenties van grote verwerkers en retailers." Als marketeer zou ik het zo formuleren: stop de eenvormigheid van markten en je zit in een nieuwe en flexibelere economie. Als Schumpeteriaan zou ik zeggen: kijk toch, small is beautiful en veel wendbaarder in een nou eenmaal turbulente wereld. Om zover te komen, moet er eerst nog wat gebeuren. Van der Ploeg, icoon van de kritiek op het 'grote, industriële landbouwbeleid', is mijn negende gesprekspartner in de serie [Waait of stormt het?](#)

Waait of stormt het in boerenland?

We zitten precies in het oog van een orkaan. Daar is het windstil. Het gevaar voelt nog ver. In de antwoorden van je eerdere gesprekspartners valt me op, dat ze wel zien dat het er nu om gaat spannen, maar nog steeds niet de goeie diagnose stellen. Anders zouden ze zich minder beschouwelijk uitdrukken. De situatie is ernstig, wordt gezegd, maar stiekem denkt iedereen dat het nog wel op te lossen is binnen de huidige denkkaders. De meeste bestuurders en boerendenkers willen het liefste geloven dat ze weer door een tijdelijke dip gaan. 'Even je tijd uitzitten, doorhalen en het pakt wel weer op'. Ik hoor het ze denken. Het is alsof men bezig is zichzelf collectief te bedriegen. Er is geen dip. De weg is doodgelopen. De industriële landbouw zit midden in een crisis. Het is absurd dat bedrijven moeten groeien om met nog meer kapitaalslasten en nog grotere ondernemersrisico's nog steeds nauwelijks iets over te houden. Hoewel zeker grondgebonden bedrijven de nodige reserves hebben, lijkt nu toch langzaam een moment van bezinning te ontstaan: hoe lang gaan we nog door met het verbranden van kapitaal, pensioen en erfenissen? Is het niet de hoogste tijd voor nieuwe paden? Als ik goed lees, begint dat besef ook door te klinken in het interview dat je had met een boerenvoorman als [Hans Huijbers](#).

Verrassen zulke uitspraken je?

Het is een goed signaal. Of het genoeg is, weet ik niet. Ik hoop vurig dat het betekent dat er nieuwe luiken in het denken opengaan. Zien dat het anders moet, is één ding; het denkregister zal mee moeten veranderen omdat het oude niet geschikt is om de ontstane problemen op te lossen. We zijn institutioneel vastgelopen en kunnen daar nog niet goed mee omgaan.

Wat zit er dwars en in welke instituties?

Ik heb over de ingesleten rolverdelingen van boeren, hun bestuurders, retailers, de grote verwerkers, agriwetenschappers en overheid. De schaalvergroting en industrialisatie van landbouw, de logica waarmee Nederland het in de wereld moest rooien, werkt niet meer. Toch klinkt die nog onverminderd zwaar door bij het verzinnen van oplossingen voor de problemen die we zien. Tragisch en ironisch genoeg blijken de grootste bedrijven die het sterkst zouden moeten zijn het zwakst. In fluctuerende markten blijkt hun cashflow zo fragiel dat ze in de kortste keren in heel zwaar weer kunnen komen. Toen in 2008 de eerste signalen kwamen dat onze vlaggeschepen in de problemen dreigden te komen, klonk als oplossing dat er nog efficiënter en grootschaliger geproduceerd zou moeten worden. M.n. in het kapitaalintensieve Westland zien we wat dat heeft opgeleverd. Er zou meer geld in onderzoek moeten. Ook al met het oog op efficiëntere vormen van teelt om nog sneller en op nog grotere schaal nog meer van hetzelfde te kunnen maken. En – zoals je ook in deze reeks nog hoort – boeren moesten nodig maar eens zakelijker worden. Hobbyen mag niet, terwijl dat nou juist de broedplaats is voor innovaties, dat wil zeggen echt andere producten die je nooit kunt krijgen uit het industriële paradigma. Dat volgt zijn gestandaardiseerde pad waarop het slechts fractioneel kan variëren, maar niet fundamenteel vernieuwen. Daarbij komt dat iedereen verwijst naar de ander. Dat leidt tot een soort georganiseerde onverantwoordelijkheid. De groot geworden boer voelt zich de pineut en wil een betere prijs dan hij in de huidige markt krijgt. Hem was beloofd dat hij het prima zou krijgen als hij maar tegen de laagste prijs zou produceren. Dat blijkt niet het geval. De coöperaties zeggen dat ze helaas niks voor hun eigen boeren kunnen doen omdat ook zij te maken hebben met de markt die nou eenmaal even niet beter betaalt.

De supers maken duidelijk dat ook zichzelf met concurrentie te maken hebben en het al moeilijk genoeg hebben. Ze zijn niet van de filantropie en dus moeten die boeren en coöperaties maar voor zichzelf zorgen. Natuurlijk heeft niemand 'het gedaan', maar als iedereen zijn handen in onschuld blijft wassen, dan gebeurt er niets. Onderwijl kunnen we wachten op de verwoestende werking van de orkaan die grote, maar heel kwetsbare bedrijven zomaar weg kan vagen.

Maar neem nou het 1-ster varkensvlees van Albert Heijn. Dat bedrijf doet toch iets waarmee het over zijn 'institutionele rol' heen springt?

Dat klopt. Je ziet wel degelijk een aantal voorzichtige openingen die er vroeger niet waren. Ook in de serie die jij nu voor het AGD aan het opbouwen bent, zie ik dat er van retailkant wordt gezegd: laten we schappen openen voor een leuk aanbod rechtstreeks vanuit de sector. Ook dat zijn echt heel goeie openingen, al zal het nog een godstoer zijn om het te realiseren. Dus ja, het begin is er. De eerste openingen worden zichtbaar en dat is verheugend. Toch denk ik dat de ingesleten rolverdelingen zoals die zich na WO II tussen boeren, verwerkers en supers zich hebben ontwikkeld, nog wat verder naast hun platgetreden paden moeten worden geduwd om echt iets op te gaan te brengen.

Wat gaat er dan nog steeds mis?

De manier waarop ze over elkaar en zichzelf denken. Ik zeg het maar even in karikatuurvorm. Voor de boer is de super een boef. De boer zet zichzelf in de slachtofferrol. Voor de super is de boer nog steeds een rommelaar die nu eindelijk eens professioneel moet worden. De grote verwerkers zitten voor de boer aan de boevkant, terwijl de super vindt dat hij met die jongens tenminste professioneel kan onderhandelen en dat alle heil op het gebied van productontwikkeling daarvandaan moet komen.

Waarom is dat een probleem?

Omdat zo de noodzakelijke innovaties niet ontstaan. Vanuit retailers wordt niet voor niets geklaagd over het gebrek aan echt vernieuwende producten. Om dat innovatievermogen aan te spreken, zullen we allemaal een beetje anders moeten leren denken.

Hoe?

Ik wil eerst eens een niet-karikaturaal beeld schetsen van 'de boer'. Net zomin als 'de landbouw' verkeert 'de boer' in een collectief coma. 'De landbouw' is niet de grote landbouw alleen, maar bestaat ook uit kleine boerenbedrijven die ik graag 'polyvalent' en 'polymorf' noem. Ze hebben vele vormen, vele gezichten, het zijn vaak weer gemengde bedrijven en ze bewegen zich op meerdere terreinen tegelijk. Het gaat om boeren die allang de uitweg gezocht en gevonden hebben in wat we in Nederland ook wel 'multifunctionele landbouw' noemen. Die liggen helemaal niet op apegapen. Ik ken er legio die het uitstekend doen. Soms zelfs met schitterende rendementen op eigen vermogen. Via boerenmarkten, nieuwe winkels en eigen producten springen ze in het gat van de behoefte aan producten die niet met zijn dertienen in het welbekende saaie dozijn passen. Dat gat laat de geïnstitutionaliseerde grote landbouw liggen. Ze vullen een gat in de markt met bijzondere producten en maken totaal nieuwe markten om de producten van de commodities-landbouw heen. Via 'bypasses' om de winkels en (huis)merken van het gangbare standaard aanbod heen weten ze de consument direct te bereiken. Dat lukt omdat ze het vermogen hebben om het publiek letterlijk naar zich toe te trekken vanuit nieuwe waarden die weer betekenis voor moderne mensen hebben. In dat fenomeen zitten strategisch heel belangrijke elementen om uit de huidige crisis weg te komen.

Maar ga je nou niet naar een heel romantische landbouw? Daar kun je toch niet iedereen voor een fatsoenlijke prijs van voeden?

Nou en of dat kan. Die landbouw heeft niets met romantiek en alles met intelligent realisme te maken. Hij kan de basis zijn voor een markt die het vermogen heeft om de bulk van anonieme landbouwproducten te vervangen. Het is interessant om in dit kader te vermelden dat er in zo totaal verschillende regio's als China, Brazilië en Europa heel serieus wordt nagedacht over 'rural development', zeg maar veelvormige, veel kleinschaliger landbouw die heel zelfstandig steeds nieuwe producten en diensten ontwikkelt. Hoe dat komt, was begin deze maand onderwerp van gesprek tijdens een internationaal seminar. Het lijkt erop dat de Chinezen en Brazilianen rural development zo serieus nemen omdat ze zien dat de grote commoditiesmarkten leiden tot wat economen 'market failures' noemen. De Brazilianen zien dat de markt het honger- en het werkgelegenheidsprobleem niet oplost. De Chinezen zien dat het leidt tot een ontvolking van het platteland, terwijl de steden niet iedereen kunnen herbergen zonder grote sociaal-economische

verstoringen. Beide landen weten dat onze agro-industriële landbouw de balans tussen arm en rijk niet gaat oplossen en willen dus onze fouten niet maken. Ze creëren doelbewust een levendige kleinschalige lokale landbouw om hun bevolking niet afhankelijk te maken van grote en kwetsbare commoditiesmarkten en een economie die alleen nog maar financieel is.

Nu terug naar die strategisch belangrijke elementen van lokale landbouw.

Nederland is traditioneel het beste jongetje van de klas in grote landbouw en de industriële verwerking van de producten daarvan. Andere vormen van productie hebben we weggeduwd, cq. we doen alsof die niet bestaan. Dat zet ons op achterstand in vergelijking tot landen als Frankrijk en zelfs Engeland, maar met name tot Italië, waar het lokale en bijzondere nog springlevend is en weer verder tot bloei komt. Zo'n landbouweconomie is een broedplaats van innovaties. Ze ontwikkelen zich heel direct in contact met het land, consumenten en met wat mensen mooi, lekker en bijzonder vinden. In samenhang bovendien tussen ecologie, landbouw, landschap, smaakgenot en schoonheid. Dat zijn waarden waar we als maatschappij behoefte aan hebben en mooi is dat deze innovaties zich volkomen organisch ontwikkelen. Het kost maar een fractie van wat het in een groot bedrijf kost en verkoopt, ondanks alle krakkemikigheid, prima. Zoals gezegd, helaas staan we in Nederland op achterstand en zijn we onderweg heel wat ambachtelijk innoverende boeren en verwerkers kwijt geraakt. We zullen het opnieuw moeten opbouwen. Dat gaat meer tijd kosten dan elders, maar ook hier is het volop aanwezig als we het maar een kans weten te geven.

Hoe zit het met de prijs van die producten?

Die hoeven niet duurder te zijn dan de gangbare uit de commodities-landbouw, terwijl ze nou juist wel appelleren aan waarden die consumenten willen. Niet duurder dus, maar wel met een meerwaarde. Mensen zoeken weer naar het echte en naar het diverse. Eten is voor mensen uit de stad bovendien hun band met de natuur. Uit fabrieken komt eten zonder 'distinctie', zonder onderscheid of eigenheid. Het is saai, betekenis- en natuurloos. Daarom hebben die nieuwe productievormen alle kansen. Naarmate boeren en ambachtslieden het publiek via markten, eigen schappen in supers en wellicht boerensupers gaan bereiken met meer van dit soort eigenzinnige producten, zal de dynamiek in de markt veranderen. Als de vraag serieus toeneemt, zullen de supers en grote verwerkers gaan bewegen omdat ze op die nieuwe productstroom moeten overstappen om niet teveel omzet te verliezen. Ook de boeren en ambachtslieden zullen dan moeten bewegen en professionaliseren. Maar dat laatste is niet noodzakelijk industrialiseren en eenvormig maken. Van die padafhankelijkheid in ons denken moeten we nu eindelijk eens af. Het nieuwe denken zou flexibeler moeten zijn. Meer ruimte bieden aan meerdere productielijnen, -vormen en manieren naast elkaar. Het accent zou moeten liggen op excellentie en niet op een zo goedkoop mogelijk volume alleen. Uiteraard moet het te maken volume wel betaalbaar en rendabel zijn. Als we het ons toestaan om zo te gaan denken, kunnen nieuwe verbanden en nieuwe verbindingen ontstaan. Boeren en ambachtslieden zijn goed in innoveren in de marge van hun gaande bedrijf en weten daarmee distinctie te creëren. De grote bedrijven zijn verbluffend goed in hun logistieke processen, maar slecht in innovaties. Neem Campina Friesland dat tientallen miljoenen uitgeeft aan uiteindelijk floppende 'innovaties', terwijl het om hen heen barst van de innovaties die lekker, bijzonder en 'echt' zijn en die wachten op productie en distributie. Als die oude en nieuwe krachten elkaar weten te vinden, ontstaan heel nieuwe en zich steeds opnieuw ordenende markten. De kunst is die krachten zich zo te laten vormen dat ze het doel van de collectiviteit voorop stellen in plaats van deelbelangen zoals nu. Dat doel vertaalt zich in een integrale mix van smaak, intermenselijke betekenis en ecologische, dierenwelzijns-, biodiversiteits- en landschappelijke waarden. Het is letterlijk de kunst om het uitzonderlijke goeie in al zijn samenhang samen te maken. Als beleidsmakers deze visie zouden delen, leidt die tot 2 vragen:

1. hoe versterk je die nieuwe, spontaan innoverende markten zodat ze de bestaande mainstream opporren en transformeren?
 2. hoe kunnen de supers en verwerkers daar hun verbluffende logistieke en procesbeheersingscompetenties inzetten om die nieuwe, diverse en voortdurend innoverende mainstream naar het publiek te brengen?
- Die twee vragen zouden het uitgangspunt voor politieke keuzen moeten zijn. Die keuzen zijn nodig als aanvullend beleid. Als ze niet gemaakt worden zal de liberale markt een flink deel van de landbouw in zijn verwoestende draaikolk meezuigen.

AUTEUR: DICK VEERMAN