

# Verdienvermogen agrarisch ondernemers



Boeren en tuinders hebben al decennia lang te maken met gelijkblijvende opbrengstprijzen en stijgende kosten. Daarom heeft een agrarisch ondernemer in de afgelopen 50 jaar ook maar twee bedrijfsstrategieën. Namelijk, óf je reduceert de kosten door een hogere efficiency. Of je vergroot je bedrijf en brengt zo de kosten per eenheid product omlaag. In beide strategieën zijn Nederlandse boeren en tuinders heel succesvol geweest. Beide strategieën lopen nu, in veel gevallen, tegen hun grenzen aan. Dat betekent dat het inkomen van de boer en tuinder alleen op peil kan blijven als óf de markt meer gaat betalen voor de extra inspanningen óf dat maatschappij meer gaat betalen voor maatschappelijke diensten. Boeren en tuinders moeten keuzes gaan maken welke koers ze gaan nemen. De één kiest voor de wereldmarkt, de ander voor een niche, een derde voor een gesloten keten en een vierde weer voor natuurinclusief. De uitdaging voor onze ondernemers is dat ze hier een bewuste keuze in maken. De uitdaging voor de overheid is dat ze steun en ruimte geeft aan deze diversiteit.

De afgelopen jaren zag de Tweede Kamer het verdienvermogen in de agrarische sector als één van de belangrijkste opgaven. Dat is hard nodig, want de nieuwe koers in zowel de plantaardige als dierlijke sectoren gaat flink drukken op het inkomen van tienduizenden boeren en tuinders. Zij investeren voor de lange termijn. Want weet, een stal of kas gaat al snel een generatie lang mee en met de kleine marges kent de sector lange terugverdientijden. Boeren en tuinders moeten zelf hun toekomst richting kunnen geven. Om te bepalen welk bedrijfsmodel voor hun bedrijf de beste toekomst biedt. Er worden keuzes gemaakt ten aanzien van de grootte van het bedrijf, de efficiëntie van de bedrijfsvoering en de richting die moet worden ingeslagen. Dit maakt het lastig te spreken over 'de Nederlandse boer'. Er is een grote en groeiende diversiteit aan bedrijven, elk met eigen verdienmodel.

LTO heeft ook zelf de handschoen opgepakt om het verdienvermogen van onze ondernemers te versterken. Als agrarische sector zijn we afgelopen jaar met verwerkers en supermarkten samen gaan werken aan toekomstgerichte ketens. De ketenpositie van de boer of tuinder is nu nog vaak zwak en onbeschermd, terwijl de internationale concurrentie toeneemt. Het doel is om meer geld op het boerenerf te laten landen en duurzame producten een daadwerkelijk concurrerende positie te geven. Waardecreatie in ketens noemen we dat.

## Waardecreatie in Ketens

In Waardecreatie in Ketens (WiK) werken supermarkten, verwerkers en boeren en tuinders samen aan het uitbouwen van ketens. Daarin is de boer een zakelijke partner met wie voor de lange termijn een onderscheidend product ontwikkeld wordt – en waarvoor de consument bereid is een structurele meerprijs te betalen. De boer is in die benadering dus geen uitwisselbare leverancier van een grondstof. Tegelijkertijd wordt er gewerkt aan het opzetten van een businessschool, waarin de kennis van alle ketenpartijen samen komt. Deelnemers wordt geleerd keten-denken in de dagelijkse praktijk toe te passen.

De initiatiefnemers van het project zijn LTO Nederland, NAJK en Rabobank. We werken aan een agrarische sector die waarde toevoegt aan de verwerkende industrie en detailhandel, én die meeprofiteert van die toegevoegde waarde. Dit geeft perspectief aan de keten als geheel en zorgt ervoor dat een sterke concurrentiepositie kan worden bereikt. In de opstartperiode in 2021 werd geïnventariseerd welke kansen en mogelijke risico's er liggen. Supermarktketens,

verwerkers en boeren gaan samenwerken om het vertrouwen binnen de keten te versterken en waardecreatie voor alle partijen te realiseren. De start is met vertrouwen gezet, maar vraagt ook om betrokkenheid en financiële ondersteuning vanuit de overheid.

### **Wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven**

Als de samenleving aan boeren en tuinders vraagt om extra inspanningen te leveren voor duurzaamheid, zoals voor de bescherming van klimaat, biodiversiteit en/of dierenwelzijn, moeten hun inspanningen beloond worden met een eerlijke meerprijs voor hun producten. Binnen ketens kunnen hierover afspraken gemaakt worden. Maar sectorbreed over ketens, voor het collectief, kan dat niet. De “Kip van Morgen” in 2015 was het schrijnende voorbeeld.

Extra beloning voor extra inspanningen komt op de vrije markt niet automatisch tot stand omdat ketens vaak op de laagste prijs concurreren. Collectief afspreken dat we bijvoorbeeld een merk als *Planet Proof* sectorbreed gaan hanteren en daarvoor een extra prijs doorberekenen aan de consument, is nog niet toegestaan. Hetzelfde geldt bijvoorbeeld voor een afspraak om de biodiversiteitsmonitor in de gehele melkveehouderij te gaan hanteren tegen een eerlijke meerprijs voor de geleverde melk.

Het wetsvoorstel Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven biedt hier wel kansen voor, maar ligt nog steeds op de plank van de Tweede Kamer. LTO roept op zo snel mogelijk deze wet in behandeling te nemen. Daarnaast hanteert de ACM een leidraad duurzaamheidsafspraken, waarmee de ACM de mogelijkheden verruimt voor samenwerking tussen concurrerende bedrijven op het gebied van duurzaamheid. Dit vooral voor het bereiken van klimaatdoelen.

### **Om het verdienvermogen van agrarische ondernemers te versterken vraagt LTO Nederland concreet om:**

- 1) Ruimte om te ondernemen en zelf te bepalen welke verdienmodel het best passend is bij deze lange termijn doelen én de omgeving (gebied) van het individuele bedrijf.
- 2) Het meer en eerlijker delen van de marge in de keten door het aanpakken van oneerlijke handelspraktijken en het versneld invoeren van de wet duurzaamheidsinitiatieven.
- 3) Het verminderen van kosten en het beperken van de risico's van investeringen die noodzakelijk zijn om voor de transitie-opgaven van de agrarische sector.
- 4) De marges, en de verdeling van de marges, in de keten van boer tot bord worden transparant gemaakt, zodat er een discussie komt over een eerlijkere verdeling van de marges in de keten.
- 5) Boeren en tuinders worden marktconform betaald voor maatschappelijk gewenste of vereiste diensten, bijvoorbeeld natuuronderhoud, instandhouding landschap, biodiversiteit, energie-opwekking, cultuurhistorie, etc.. Als er in de markt hiervoor geen prijs is dan vraagt dit om een marktconforme vergoeding uit belastingmiddelen.
- 6) Wetgeving staat aanpassing van het bedrijfsmodel aan veranderende omstandigheden of beleid vaak in de weg. Er moet meer ruimte in regelgeving komen om het bedrijfsmodel aan te passen. *Voorbeeld:* Bij overname verplicht de bedrijfsopvolgingsregeling de opvolger om het bedrijf ongewijzigd 5 jaar lang voort te zetten. Bij aanpassing van het bedrijfsmodel binnen deze periode vanwege bijvoorbeeld veranderende marktomstandigheden loopt de opvolger een groot risico op alsnog een fiscale claim van de Belastingdienst.