

Agrarische ondernemers staan voor strategische uitdagingen. Want waar vroeger het platteland van de boeren was, bemoeien organisaties en consumenten zich – direct en indirect – steeds meer met hun bedrijfsvoering. Ron Methorst, docent-onderzoeker bij Aeres Hogeschool Dronten, onderzocht op Kampereiland hoe boeren hun mogelijkheden zien in deze veranderende wereld.

tekst: Manouk Jansen fotografie: Peter Timmer

Boeren in een veranderende wereld

Methorst promoveerde op dit onderwerp en heeft onderzoek gedaan naar hoe het komt dat de ene melkveehouder ervoor kiest om meer melk te produceren, terwijl de ander een winkel begint om zijn kaas direct aan de consument te verkopen. Oftewel: hoe maken melkveehouders strategische keuzes voor de toekomst van hun bedrijf? 'Als we weten hoe boeren keuzes maken, kunnen we namelijk beter begrijpen waarom ze doen wat ze doen. De uitkomsten kunnen bijdragen aan beter beleid, advies en onderwijs', vertelt hij.

ONDERZOEK OP KAMPEREILAND

Voor zijn promotie-onderzoek deed hij onderzoek op Kampereiland, een rustiek stukje IJsseldelta waar ruim 100 melkveehouderijen zijn gevestigd. Methorst ontdekte dat de persoonlijke voorkeuren van de boer leidend zijn in het maken van keuzes. 'De verschillen in de ontwikkelruimte die de individuele boeren zien, worden voor een belangrijk deel verklaard door hun persoonlijke kijk en voorkeur. Ze volgen geen strak keuzeproces, zoals bij bedrijven als Philips. De perceptie van de ondernemer zelf is leidend.'

De mening van je omgeving wordt steeds belangrijker

DE RELATIE MET DE OMGEVING

Om meer grip te krijgen op die persoonlijke voorkeuren, bestudeerde Methorst hoe de verschillende typen bedrijven zich verhouden tot de omgeving waarin de boer werkt. 'Daarin heb ik gekeken naar hoe de bedrijven zijn ingebed in hun omgeving. Er zijn drie dimensies waarin de relatie van een boer met zijn omgeving varieert. De grondstoffen die hij kiest, zijn waardeketen-relaties en zijn sociaal culturele relaties spelen een rol. Voer je bijvoorbeeld met eigen gras, of koop je voer in? Gaat de melk overal naartoe of creëer je een eigen lokale markt?'

Methorst heeft op basis van de uitkomsten het 'model van de drievoudige inbedding' ontwikkeld dat inzicht geeft en handvatten biedt om je voorkeuren, en daarmee de strategie, helder te krijgen. 'Zie het als een mengpaneel met schuiven. Ondernemers kunnen met dit model zelf bekijken of wat ze doen op het bedrijf wel in balans is met hun voorkeuren en of wat ze doen wel echt past bij wat ze zouden willen. En vervolgens ook of dat aansluit bij wat er in hun omgeving gebeurt. Als bij een van beide kanten pijnpunten ontstaan, is dat een signaal dat ze iets moet veranderen in hun keuzeproces om een oplossing te vinden.'

Op zoek gaan naar wat je wilt als ondernemer en je bewust zijn van de omgeving waarin je werkt,

is dan ook wat Aeres Hogeschool de nieuwe generatie meegeeft. 'Waar we nu heel actief mee bezig zijn, is het omgevingsgericht en omgevingsbewust ondernemen. Onderneem op zo'n manier dat je bedrijfsvoering in balans is met de omgeving waarin je produceert. Want een boerenbedrijf staat niet los van zijn omgeving. Wees je bewust van de keuzes die je maakt, en hoe de consument naar je kijkt. Het is namelijk niet meer voldoende om alleen je bedrijf goed te runnen; de mening van je omgeving wordt steeds belangrijker.'

GOED OF FOUT

Ook aan adviseurs en bestuurders heeft Methorst een boodschap. 'Gesprekken zouden niet moeten gaan over wat goed of fout is, maar over de voorkeuren van de boer. Begin het gesprek daarom niet met de vraag: zou je een biologische boer willen worden? Want daarmee impliceer je dat wat hij nu doet, niet goed zou zijn. Bovendien is zijn omgeving veel te complex om makkelijk over grote keuzes te praten.'

'Vraag liever naar zijn visie', geeft Methorst als tip mee. 'Het onderzoek dat ik heb gedaan, vormt een instrument waarmee we omgevingsgericht ondernemen beter kunnen leren begrijpen en het gesprek erover kunnen voeren. Zo krijgen we inzichten, zonder dat er direct spanning ontstaat.' ◀

