nieuws

# "Bouw van varkensstal genereert geen recht op inkomen"

nieuws

Eind april maakte de provincie Limburg de vijf laureaten van de Innovatie-award bekend. De ondernemers die hun idee bekroond zagen, produceren niet met oogkleppen op maar doen dat heel marktgericht. Hoe cruciaal dat vandaag is, maakte landbouweconoom Xavier Gellynck (UGent) bij de uitreiking van de award in Hasselt duidelijk. “Door een hectare bloemkolen te planten of een varkensstal te bouwen, creëer je niet automatisch een ‘recht op inkomen’. Een landbouwer moet zich afvragen wie geïnteresseerd is in zijn product, welke waarde hierdoor gecreëerd wordt en welke prijs de afnemer daarvoor wil betalen”, aldus professor Gellynck.

4 MEI 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:21

Lees meer over:
economie
marketing



Eind april maakte de provincie Limburg de vijf laureaten van de Innovatie-award bekend. De ondernemers die hun idee bekroond zagen, produceren niet met oogkleppen op maar doen dat heel marktgericht. Hoe cruciaal dat vandaag is, maakte landbouweconoom Xavier Gellynck (UGent) bij de uitreiking van de award in Hasselt duidelijk. “Door een hectare bloemkolen te planten of een varkensstal te bouwen, creëer je niet automatisch een ‘recht op inkomen’. Een landbouwer moet zich afvragen wie geïnteresseerd is in zijn product, welke waarde hierdoor gecreëerd wordt en welke prijs de afnemer daarvoor wil betalen”, aldus professor Gellynck.

Voor de vijfde editie van de Innovatie-award opteerde de dienst Landbouw van de provincie Limburg voor projectvoorstellen die een duidelijke link hebben met de verwerking en vermarkting van landbouwproducten. Gedeputeerde Inge Moors herinnerde aan het Russisch handelsembargo en de gevolgen voor de Limburgse fruitsector om duidelijk te maken dat een vlotte afzet geen vanzelfsprekendheid (meer) is. De laureaten van de Innovatie-award hebben dat al langer begrepen. Vier van de vijf ideeën situeren zich in de korte keten, waar de landbouwer zelf zijn product aan de man moet brengen. In de gangbare voedselketen lijkt marktgericht produceren minder doorgedrongen. “Heel wat mensen weten zelfs niet wat het precies betekent”, steekt Xavier Gellynck, professor aan de vakgroep Landbouweconomie, van wal.

De expert in agribusinessmarketing meent dat de landbouwsector vandaag op een kantelpunt staat. “Er zijn weinig sectoren die zo’n mooi marktvooruitzicht hebben, namelijk een verdubbeling van de voedselvraag tegen 2050, maar de vraag is of de Belgische en Vlaamse landbouw daar hun graantje van zullen meepikken.” Heden ten dage lijkt dat voor de primaire producenten niet te lukken, alle beloftevolle cijfers over de groeiende vraag ten spijt. Gellynck hoeft maar een kort overzicht van de landbouwactualiteit te tonen – van de varkenssector in crisis en fruitprijzen die kelderen tot hoge kosten in de braadkippenhouderij en oneerlijke concurrentie in de leghennenhouderij door import van eieren – om iedereen daarvan te overtuigen. De Ruslandcrisis doet hem vragen stellen bij de afzetstrategie van de Belgische agrovoedingsindustrie. “Rusland is een schoolvoorbeeld van een risicomarkt. Sommige subsectoren ontvingen daarvoor een aanvaardbare ‘risicopremie’ en deden er gouden zaken maar anderen deden er zaken tegen bedenkelijk lage marges.”
In Europa wordt landbouwers al enige tijd voorgehouden dat ze marktgericht moeten produceren. “De koerswijziging werd ingezet door oud Europees landbouwcommissaris Ray MacSharry. Hij stelde zich tevreden met een gelijkblijvende landbouwproductie, het moest wel efficiënter en productiever maar vooral verklaarde hij dat landbouw meer moest doen dan alleen produceren. Dat zou voortaan marktgericht moeten gebeuren.” Vandaag wordt marktgericht produceren door zowel beleidsmakers als vakorganisaties gepromoot. “Zonder een klaar en duidelijk antwoord wat dat nu precies is”, hekelt professor Gellynck. Wanneer hij naar de gemiddelde waarde kijkt van vlees-, zuivel- en groente-export, dan vreest de professor dat we onze overschot exporteren in plaats van datgene wat werkelijk gewenst is door de klant. “We zijn tevreden met de kruimels want buurlanden Duitsland, Frankrijk en Nederland realiseren betere prijzen met hun intracommunautaire export”, zegt een zichtbaar verongelijkte Gellynck.
Dat getuigt volgens de expert in agribusinessmarketing van te weinig ondernemerschap. Veel sectoren ondergaan of moeten op een incident in het buitenland hopen om zelf geld te kunnen verdienen. De professor noemt dat een “calamiteitenbusiness”. “Er wordt een stal gebouwd en vol gezet met kippen of varkens maar met heeft er geen idee van wie in het vlees geïnteresseerd is en men weet bij god niet welke prijs men zal ontvangen.” Illustratief is de ‘hoop’ die er bij sommige spelers in de varkenshouderij leeft dat het PED-virus voor een aanboddaling kan zorgen. Een andere eigenaardigheid is dat de landbouwsector negatief, soms bijna vijandig staat tegenover zijn afnemers. “De klant wordt als tegenstander gezien en andere landbouwers als kameraden in plaats van concurrenten. In andere sectoren heb je dat niet”, analyseert Gellynck. Deze houding brengt volgens hem geen zoden meer aan de dijk in een tijdperk dat de overheid zich steeds meer terugtrekt van de markt. Nog te vaak kennen de verschillende schakels (bv. varkenshouder – slachthuis – vleesverwerker) elkaars business niet en weten ze van elkaar niet wat de problemen zijn.
Hoe moet het dan wel? Je begint best met je de vraag te stellen welke waarde je creëert met een product. Wie is er in geïnteresseerd en aan welke prijs? “Marketing is begrijpen wat de klant nodig heeft. Kan de klant rond mijn product een businessmodel opbouwen waarin ik een onmisbare schakel ben. Hoe kan ik er voor zorgen dat de klant van mijn product beter wordt”, zo verwoordt Gellynck het. Een landbouwer die op zoek is naar antwoorden op het afzetvraagstuk zou extern advies kunnen inwinnen. “In andere ondernemingen is één persoon ook niet verantwoordelijk voor zowel aankoop, productie, verwerking, administratie, financiën en dan nog eens de verkoop.”
De professor geeft producenten alvast het advies om zich niets te laten wijsmaken omtrent ‘faire prijzen’. “Produceren is niet hetzelfde als waarde creëren. In de huidige constellatie bestaan faire prijzen voor landbouwproducten niet. In het verleden garandeerde de EU dat nog via zijn landbouwbeleid, maar nu doet niemand dat. Je genereert dus geen recht op een inkomen omdat je een varkensstal opzet of een veld vol met bloemkolen plant. De omgeving is veranderd, dus moet je ondernemerschap tonen en niet uitvoeren wat anderen je opdragen.” Gellynck besluit dat ‘marktgericht ondernemen’ een collectieve verantwoordelijkheid (keten, kennisinstellingen, overheid) is. “Er zijn 1001 mogelijkheden om het begrip in te vullen maar de creativiteit van de ondernemer is daarbij cruciaal.” De tijd dat de boer zijn schouders ophaalde en voortploegde, lijkt voorbij.

## VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

## Contact

M • info@vilt.be

## Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada