nieuws

Jonge melkveehouders denken op Agribex na over toekomst

nieuws

Sinds het afschaffen van het melkquotum beleven de Europese melkveehouders onzekere tijden. Waar de melkprijs anderhalf jaar geleden nog hoge pieken haalde, is na minder dan een jaar melken zonder quotum de melkprijs historisch laag. Liba, een adviesbureau dat gespecialiseerd is in de melkveehouderij, nodigde een 60-tal jonge melkveehouders uit op Agribex om mee na te denken over de toekomst. Samen met een panel werden drie thema's besproken: schaalvergroting, vermarkting en bedrijfsopvolging.

14 DECEMBER 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:25

Lees meer over:
melkvee



Sinds het afschaffen van het melkquotum beleven de Europese melkveehouders onzekere tijden. Waar de melkprijs anderhalf jaar geleden nog hoge pieken haalde, is na minder dan een jaar melken zonder quotum de melkprijs historisch laag. Liba, een adviesbureau dat gespecialiseerd is in de melkveehouderij, nodigde een 60-tal jonge melkveehouders uit op Agribex om mee na te denken over de toekomst. Samen met een panel werden drie thema's besproken: schaalvergroting, vermarkting en bedrijfsopvolging. Elk thema werd besproken aan de hand van een stelling die gehaald werd uit Agropinion, een bevraging van jonge landbouwers door Groene Kring en de Fédération de Jeunes Agriculteurs.

De eerste stelling luidde als volgt: 'Om een redelijk inkomen te verzekeren, moeten de landbouwbedrijven groeien'. Slechts een derde van de jonge landbouwers die de enquête invulden, was hiermee akkoord. Dat was voor Niels Achten, adviseur bij Liba, enigszins verwonderlijk. "Melkveebedrijven moeten groeien om het inkomen op peil te houden. Er treedt immers inflatie op en in de melkprijs zien we niet dezelfde inflatie als in de kosten. Je behoudt je inkomen wanneer je aan dezelfde snelheid groeit als de inflatie."

Hij benadrukt wel dat deze redenering enkel opgaat wanneer bedrijven meer melk produceren binnen dezelfde structuur. "Als je als melkveehouder de vaste kosten zoals pacht, mechanisatie, verzekeringen, enz. kan uitsmeren over meer liters zonder grote investeringen te doen, dan treedt er schaalvoordeel op", vertelt Niels Achten. "Doet een bedrijf een grote investering, dan wijzigt het zijn vaste kostenstructuur en moet het bedrijf opnieuw zoeken naar een optimaal productiepunt."

Hij waarschuwt er meteen ook voor dat er grenzen zijn aan groei. Daarvoor gebruikte Achten een tafel als metafoor. "Een melkveebedrijf heeft vier traditionele productiefactoren: land, kapitaal, arbeid en productierechten. Dit zijn de poten van de tafel. Het tafelblad is het management. Een sterk bedrijf heeft een stabiele tafel en een sterk tafelblad. Stabiliteit krijg je door te produceren zonder je productiefactoren uit te putten. Een sterk tafelblad zorgt ervoor dat je met dezelfde poten, je tafel groter kan maken zonder dat het blad breekt", legde Niels Achten aan de jongeren uit.

Het komt er volgens hem dus op neer dat groeien een must is om het inkomen op peil te houden, maar dat groeien evenwichtig moet gebeuren. “Je mag je productiefactoren dus niet uitputten of ze moeten gecompenseerd worden door een andere productiefactor. Zo kan je bijvoorbeeld externe arbeid aantrekken, maar dat zal je dan moeten kunnen compenseren door kapitaal”, stelt de Liba-adviseur. Tot slot wijst hij er nog op dat je voor je begint te groeien, eerst je bedrijf moet optimaliseren. “En je moet je ook bewust zijn dat groei niet voor iedereen is weggelegd.”

Om het debat over het thema vermarkting op gang te krijgen, werd gekozen voor de stelling ‘Landbouwers moeten zich aanpassen aan de wensen van de consument, zelfs als dat ook aanpassingen of verandering in het bedrijfsmanagement met zich meebrengt’. Zowat 65 procent van de jonge landbouwers verklaarde zich akkoord met deze stelling. Griet Lemaire, directeur van VILT, mocht haar visie hierover meegeven aan de jongeren. Volgens haar is de aandacht voor afzet en vermarkting relatief nieuw binnen de landbouwsector, maar is het voor landbouwers toch belangrijk om hier aandacht aan te besteden in hun bedrijfsvoering.

“Vaak hoor ik landbouwers zeggen dat je daar als individuele boer weinig zelf aan kan veranderen, tenzij je voor de korte keten kiest. Die redenering klopt gedeeltelijk, maar dat betekent niet dat je je niet bewust moet zijn van wat er zich op de markt afspeelt.” Griet Lemaire wijst erop dat landbouwers zich vandaag meer dan ooit moeten afvragen wie hun melk gaat afnemen en tegen welke prijs. “Recente gebeurtenissen hebben bewezen dat dit niet langer een evidentie is”, klinkt het. “Het is ontzettend belangrijk om daar heel bewust mee om te gaan als je groeiplannen hebt. Zorg ook dat je uitgaat van een realistisch prijsniveau.”

De VILT-directeur benadrukt dat melkveehouders zicht moeten hebben op de wereldwijde tendensen die een invloed kunnen uitoefenen op de melkprijs in België. “De enorme vraag naar babymelk in China of de plannen van de Ierse overheid om de melkproductie in het land te verdubbelen, het zijn zaken die ook de situatie in België zullen beïnvloeden”, aldus Lemaire. Ze adviseert de jonge melkveehouders om kranten en websites te lezen en stil te staan bij wat er in de maatschappij leeft. “De klimaatopwarming, de toegenomen aandacht voor dierenwelzijn,... Dat zijn factoren die invloed hebben op het keuzegedrag van de consument en dus vroeg of laat ook op je landbouwbedrijf.”

De discussie over het derde thema, bedrijfsopvolging, werd aangewakkerd met volgende stelling: ‘Het is enorm belangrijk om bij een familiale bedrijfsoverdracht je gevoelens aan elkaar te uiten, voor het welslagen ervan’. Bijna alle jonge boeren die de enquête invulden, hebben hier volmondig ‘ja’ op geantwoord. Maar dat de theorie en de praktijk niet altijd op elkaar aansluiten, bleek ook uit de vragen die over dit thema uit het publiek kwamen. De crisis in de melkveehouderij zorgt ervoor dat generatieconflicten niet alleen vaker opspelen, maar soms ook rapper escaleren.

Vincent Van Zande, Market Manager Landbouw bij Crelan, adviseerde de jonge melkveehouders om voldoende tijd te nemen voor een bedrijfsovername. “Een overname kan gemakkelijk tien jaar in beslag nemen: vijf jaar familiale voorbereiding en vijf jaar operationele voorbereiding”, stelt hij. Hij hernam de metafoor van de tafel van Niels Achten. “Het tafelblad moet voldoende groot zijn zodat er veel mensen rond de tafel kunnen zitten die met elkaar willen en durven praten. Aan die tafel moet niet alleen plaats zijn voor de jonge boer en zijn ouders, ook met broers of zussen moet het gesprek aangegaan worden.”

Volgens Van Zande moet een jonge boer zich goed voorbereiden op zo’n overname. “Je moet nadenken over waar je met het bedrijf naartoe wil. Hoe sterk is je visie? Ligt die visie in dezelfde lijn als die van je ouders? Welke rol hebben zij te spelen in je plannen? Dat zijn zaken die je je op voorhand moet afvragen.” De Crelan-manager ziet een professionele ervaring buiten het bedrijf als een meerwaarde. “Het helpt je met een zekere neutraliteit naar het eigen bedrijf te kijken en zorgt ook dat je sterker in je schoenen staat.” Al benadrukt hij wel dat een ondernemer ook niet alles moet kunnen. “Een goede ondernemer heeft vooral de capaciteit om zich met de juiste mensen te omringen.”

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 |