

Economische rendabiliteit van hoeveproductie: een verkenning op basis van het Landbouwmonitoringsnetwerk

September 2010



Departement Landbouw en Visserij
afdeling Monitoring en Studie

Eline de Regt
Joeri Deuninck
Joost D'hooghe



Economische rendabiliteit van hoeveproductie: een verkenning op basis van het Landbouwmonitoringsnetwerk

Eline de Regt
Joeri Deuninck
Joost D'hooghe
September 2010

Studie, 37 blz.

Depotnummer: D/2010/3241/348



Departement Landbouw en Visserij
afdeling Monitoring en Studie
Ellipsgebouw (6de verdieping)
Koning Albert II - laan 35, bus 40
1030 Brussel
Tel. 02 552 78 24 - Fax 02 552 78 21
✉ e-mail: ams@vlaanderen.be

Vermenigvuldiging of overname van gegevens zijn toegestaan mits de bron expliciet vermeld wordt:

De Regt E., Deuninck J. & D'hooghe J. (2010) *Economische rendabiliteit van hoeveproductie: een verkenning*, Beleidsdomein Landbouw en Visserij, afdeling Monitoring en Studie, Brussel.

Graag vernemen we het als u naar dit rapport verwijst in een publicatie. Als u een exemplaar ervan opstuurt, nemen we het op in onze bibliotheek.

Wij doen ons best om alle informatie, webpagina's en downloadbare documenten voor iedereen maximaal toegankelijk te maken. Indien u echter toch problemen ondervindt om bepaalde gegevens te raadplegen, willen wij u graag hierbij helpen. U kunt steeds contact met ons opnemen.

Wilt u op de hoogte gehouden worden van onze nieuwste publicaties, schrijf u dan in op de AMS-nieuwsflash via de onderstaande link:

<http://www.vlaanderen.be/landbouw/studies/nieuwsflash>

Economische rendabiliteit van hoeveproductie: een verkenning op basis van het Landbouwmonitoringsnetwerk

Met dank aan:

Leen Bas, Tom Coulier, Nicky Van Otten, Dirk Van Gijseghem en de boekhouders in de buitendiensten (Departement Landbouw en Visserij, afdeling Monitoring en Studie)

Ann Detelder (Steunpunt hoeveproducten)

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	5
1 Inleiding	6
2 Methodologie	7
2.1 Oorsprong van de data.....	7
2.2 Methode van dataverzameling	7
2.3 Analysemethode	8
3 Hoeveproductie, onderdeel van multifunctionele landbouw.....	9
3.1 Definities	9
3.2 Hoeveproductie en hoeveverkoop.....	11
3.3 Motieven om voor multifunctionele landbouw te kiezen.....	13
3.4 Consumentengedrag	15
4 Beleid	17
4.1 Steunmaatregelen	17
4.2 Verplichtingen.....	18
5 Belang van hoeveproductie in Nederland en Vlaanderen	19
5.1 Aantallen	19
5.2 Rendabiliteit	22
5.2.1 Omzet	22
5.2.2 Winst / verlies.....	24
6 Bedrijfseconomische situatie: analyse van hoeveproductie in Vlaanderen	25
6.1 Bruto opbrengst.....	25
6.2 Kosten.....	25
6.2.1 Operationele kosten en bruto saldo	26
6.2.2 Afschrijvingen	26
6.3 Rendabiliteitscriteria	28
6.3.1 Bedrijfsinkomen en familiaal arbeidsinkomen	28
6.3.2 Netto bedrijfsresultaat	28
6.4 Belang van de zuivelverwerking in het bedrijf	30
6.4.1 Belang van de zuivelverwerking als percentage van de opbrengst.....	30
6.4.2 Belang van de zuivelverwerking in liters verwerkte melk.....	30
6.5 Conclusie: rendabiliteit van zuivelverwerking.....	31
Referenties.....	32
Lijst van tabellen, figuren en afkortingen	35
BIJLAGE 1: overzicht van de rentabiliteitscriteria volgens Van de Velde et al. (2005).....	36
BIJLAGE 2: overzicht van de rentabiliteitscriteria volgens Coulier (2009).....	37

Samenvatting

De primaire functie van een landbouwbedrijf is het produceren van voedsel. Daarnaast zoeken land- en tuinbouwers regelmatig naar andere, potentiële inkomensbronnen. Ook heeft de maatschappij andere verwachtingen gekregen van de landbouwsector. De landbouwsector kan hierop inspelen door, naast de voedselproductie ook een (breed) gamma aan (niet-) vermarktbare goederen te produceren, het milieu positief te beïnvloeden en sociale en culturele waarden bij te dragen. Hoeveproductie is één van de mogelijkheden om het inkomen te verruimen.

In deze studie gaan we in op verschillende definities die binnen dit werkgebied gebruikt worden en geven we een beschrijving van de motieven om voor multifunctionele landbouw te kiezen. Hierbij gaan we in op het beleid met betrekking tot verbrede landbouw en op het belang van hoeveproductie in Nederland en Vlaanderen. Uiteindelijk ligt de focus op de bedrijfseconomische situatie, nl. een analyse van zuivelverwerking in Vlaanderen. De studie gaat de rendabiliteit ervan na op basis van beschikbare data uit het Landbouwmonitoringsnetwerk (LMN), dit voor de boekjaren 2007 en 2008.

Thuisverkopers geven aan dat ze meer regie hebben over hun eigen producten en dat ze beter kunnen inspelen op de vraag van de consument. Thuisverkoop biedt bijgevolg de mogelijkheid om lokale marktkansen te benutten en daarmee het bedrijf te versterken. Daarentegen kost de hoevewinkel vaak wel veel tijd, energie en investeringen, wat een mogelijk obstakel kan zijn. Het creëren van een aanvullend inkomen en het doen aan risicospreiding komt naar voren als de belangrijkste motivatie voor het uitbouwen van een verbrede activiteit.

De bedrijfseconomische analyse toont aan dat er grote verschillen in de rentabiliteitscriteria te vinden zijn tussen de bedrijven. Dit is te verklaren door de hoeveelheid verwerkte melk, maar vooral door de productkeuze (boter, karnemelk, ijs e.d.). Hierbij dient vermeld te worden dat de steekproef slechts een beperkt aantal bedrijven (7) omvat wegens de representativiteit van het LMN.

Op basis van de data in het LMN kan besloten worden dat de verwerkers, gemiddeld gezien, een positief familiale arbeidsinkomen behalen voor hun zuivelverwerking. Dit betekent dat alle externe kosten vergoed zijn. Volgens het LMN bedraagt het familiale arbeidsinkomen van de zuivelverwerking ongeveer 9.000 euro.

De zuivelverwerking vraagt veel arbeid, die naar alle waarschijnlijkheid vooral aan de verkoop toe te wijzen is. Hierdoor betreft het fictief loon een aanzienlijk bedrag. Indien dit fictief loon afgetrokken wordt van het familiale arbeidsinkomen, wordt het netto bedrijfsresultaat berekend. Dit is, gemiddeld gezien, negatief, wat betekent dat de eigen arbeid (bedrijfsleider, partner en overige gezinsleden) niet vergoed kan worden. Volgens het LMN bedraagt het NBR \pm - 12.000 euro.

In de economische sectoren staat een correcte vergoeding tegenover arbeid (ook familiale), terwijl dit in de landbouwsector niet steeds het geval is. Toch zouden ook de hoevezuivelaars zich bewust moeten zijn van de impact die arbeid, via het fictief loon, heeft op de rentabiliteit van de neventak. Dit is een belangrijk aandachtspunt voor de sector. Ook de productkeuze heeft een grote impact op de rentabiliteit.

1 Inleiding

De maatschappij heeft gedurende het laatste decennium andere verwachtingen gekregen van de landbouwsector, waardoor het platteland steeds meer een gebruiksruimte wordt. De burger komt, mede om die reden, graag meer te weten over het leven op het platteland en de producten die de landbouwbedrijven voortbrengen. De interesse in producten die rechtstreeks afkomstig zijn van de boerderij neemt toe. Hoeveproductie, en zuivelverwerking in het bijzonder, komen hieraan tegemoet. Het is dan ook een neventak die gewonnen heeft aan populariteit en belang. Momenteel telt Vlaanderen volgens het Steunpunt Hoeveproducten 1411 bedrijven die aan een vorm van hoeveproductie doen.

De overheid steunt verschillende initiatieven die ten dienste staan van de sector en heeft steunmaatregelen uitgewerkt in het kader van VLIF-steun. Ondanks de aandacht die de sector mag ontvangen, zijn er weinig gegevens omtrent de economische rendabiliteit van hoeveproductie voorhanden. In deze studie wensen we een eerste raming te doen op basis van de data beschikbaar in het Landbouwmonitoringsnetwerk (LMN), dat beheerd wordt door de afdeling Monitoring en Studie (AMS), die onderdeel is het Departement Landbouw en Visserij van de Vlaamse overheid.

De studie start met een inventarisatie van de verschillende definities van multifunctionele en gediversifieerde landbouw, waarna de focus komt te liggen op hoeveproductie in het bijzonder. De definities, beleidsmaatregelen en motieven om te starten met hoeveproductie worden verder toegelicht.

In het tweede deel van de studie ligt de nadruk op de economische rendabiliteit van hoeveproductie. De studie geeft enkel de resultaten weer van zuivelverwerking en -verkoop. De rendabiliteit ervan wordt nagegaan op basis van beschikbare data uit het LMN (voor de boekjaren 2007 en 2008). Het analyseren en beoordelen van bedrijfsresultaten gebeurt met behulp van rentabiliteitscriteria (zoals het familiale arbeidsinkomen en het netto bedrijfsresultaat). Deze kengetallen zijn gebaseerd op de opbrengsten en de kosten van het bedrijf en hebben specifiek betrekking op de zuivelverwerking en -verkoop.

Deze studie werd uitgevoerd op vraag van de afdeling Duurzame Landbouwwontwikkeling van het Departement Landbouw en Visserij.

2 Methodologie

Deze studie start met literatuuronderzoek om de bestaande definities, beleidsmaatregelen en motieven om te starten met hoeveproductie en het belang ervan te kaderen. Vervolgens wordt de economische rendabiliteit onderzocht op basis van gegevens afkomstig uit een eerder uitgevoerde studie (Van de Velde et al., 2005) en beschikbare data uit het Landbouwmonitoringsnetwerk (LMN).

2.1 Oorsprong van de data

In 2005 heeft Universiteit Gent een onderzoek uitgevoerd naar landbouwverbreding in West-Vlaanderen. Dit onderzoek werd uitgevoerd door Van de Velde et al. (2005). Bij het bespreken van de resultaten uit het LMN wordt hier meermaals aan gerefereerd omdat deze bron kan dienen als enig beschikbaar vergelijkingspunt.

Naast de data uit Van de Velde et al. (2005), gebruiken we in het kader van deze studie data uit het Landbouwmonitoringsnetwerk (LMN), dat georganiseerd wordt door de afdeling Monitoring en Studie (AMS), die onderdeel is van het Departement Landbouw en Visserij van de Vlaamse overheid. Het doel van het LMN is het verzamelen, registreren, verwerken en analyseren van economische, technische en milieukundige boekhoudgegevens van deelnemende bedrijven tot bruikbare rapporten. Deze rapporten dienen o.a. tot de evaluatie van de toestand van de land- en tuinbouw, ter ondersteuning van het beleid en voor het aanleveren van boekhoudgegevens aan het Informatienetwerk Landbouwboekhoudingen (ILB) (De Becker, 2007). Het ILB (ook Farm Accountancy Data Network 'FADN' genoemd) komt voort uit de verplichting aan de Europese lidstaten om bedrijfseconomische gegevens te verzamelen. Aan het LMN nemen ongeveer 760 Vlaamse land- en tuinbouwbedrijven uit verschillende sectoren deel. Zij stellen hun bedrijfseconomische gegevens open voor de administratie.

2.2 Methode van dataverzameling

Van de Velde et al. (2005) hebben voor de bedrijfseconomische analyse een jaar lang 7 zuivelverwerkende bedrijven opgevolgd. Het bijhouden van gegevens gebeurde door middel van een Excel-bestand met verschillende rubrieken: arbeid, ontvangsten en uitgaven, eigen verbruik en investeringen. Aan de betrokken landbouwers werd gevraagd de gegevens wekelijks bij te houden, waarna de gegevens om de 3 maanden opgevraagd en tussentijds verwerkt werden. In totaal werden 7 bedrijven met zuivelverwerking en –verkoop opgevolgd.

De gegevensverzameling bij het LMN gebeurt in samenspraak met en aangestuurd door de boekhouder. Hierbij wordt gebruik gemaakt van verschillende documenten. De landbouwboekhouder controleert de inkomende gegevens, koppelt terug naar de deelnemer voor verificatie en brengt ze in het boekhoudpakket. Bij het berekenen van de boekhouding zorgt de software voor de uitvoering van controles.

De basisperiode voor het bijhouden van de LMN-boekhoudingen is een boekjaar, dat samenvalt met een kalenderjaar (1 januari – 31 december). Omdat de basisperiode van de boekhouding het boekjaar is, dienen de kosten te worden gecorrigeerd naar het boekjaar. Dit wil zeggen dat kosten voor zuivelverwerking van een vorig boekjaar niet in aanmerking komen voor de boekhouding van het huidige jaar, terwijl kosten die nog niet betaald zijn op het einde van het boekjaar maar wel betrekking hebben op de zuivelverwerking van het huidige boekjaar wel aangerekend worden. De tijdens het boekjaar gerealiseerde meerwaarde (= opbrengst) wordt gewaardeerd zodat op basis van deze waarde de kosten kunnen bepaald worden die ten laste komen van het boekjaar. Eventuele voorraden worden geraamd. Om ervoor te zorgen dat alle bedrijven vergelijkbaar zijn, krijgen alle productiefactoren (ook kapitaal en familiale arbeid) een normale vergoeding.

In het kader van deze studie worden de data uit de boekjaren 2007 en 2008 in beschouwing genomen.

Het LMN vormt een representatieve steekproef van de land- en tuinbouw in Vlaanderen. Het aandeel bedrijven met een neventak is daardoor beperkt. De grootste neventak die het LMN momenteel herbergt is de 'verkoop en verwerking van melk'. Voor het boekjaar 2007 zijn in het LMN 7 bedrijven met zuivelverwerking opgenomen. In 2008 zijn de resultaten van 6 zuivelverwerkers beschikbaar.

2.3 Analysemethode

Het analyseren en beoordelen van de bedrijfsresultaten gebeurt met behulp van rentabiliteitscriteria (zoals het familiale arbeidsinkomen en het netto bedrijfsresultaat). Deze kengetallen zijn gebaseerd op de opbrengsten en de kosten van het bedrijf en hebben, in onderhavige studie, specifiek betrekking op de zuivelverwerking en -verkoop. In de studie van Van de Velde et al. (2005) worden enigszins andere criteria toegepast. De verschillen worden in de tekst verduidelijkt.

Gezien het geringe aantal bedrijven kunnen deze resultaten niet veralgemeend worden, maar de gemiddelden, minima en maxima geven wel een indicatie van de mogelijke effecten die het doorvoeren van de zuivelverwerking kan hebben binnen de algemene bedrijfsvoering.

3 Hoeveproductie, onderdeel van multifunctionele landbouw

3.1 Definities

De primaire functie van een landbouwbedrijf is het produceren van voedsel. Daarnaast zoeken land- en tuinbouwers regelmatig naar andere, potentiële inkomensbronnen. Ook heeft de maatschappij andere verwachtingen gekregen van de landbouwsector. Het platteland wordt steeds meer een gebruiksruimte, waar verschillende functies verenigd worden (landbouw, ontspanning, sociale aspecten, natuurbehoud e.d.). De landbouwsector kan hierop inspelen door, naast de voedselproductie, ook een (breed) gamma aan (niet) vermarktbaar goederen te produceren, het milieu positief te beïnvloeden en sociale en culturele waarden bij te dragen. Deze uitgebreide functies worden ‘multifunctionele landbouw’ genoemd en volgens de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO/OECD) gedefinieerd als (OECD, 2001):

“Beyond its primary function of producing food and fibre, agricultural activity can also shape the landscape, provide environmental benefits such as land conservation, the sustainable management of renewable natural resources and the preservation of biodiversity, and contribute to the socio-economic viability of many rural areas. Agriculture is multifunctional when it has one or several functions in addition to its primary role of producing food and fibre.”

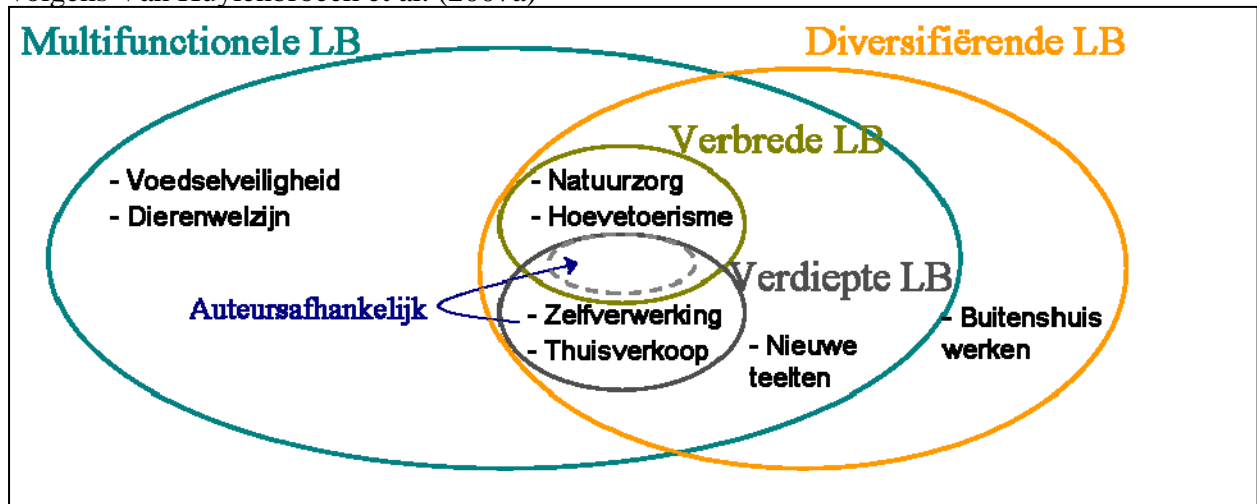
Voornoemde definitie is nog heel breed en niet eenvoudig om te zetten naar beleidsinitiatieven. Van Huylenbroeck et al. (2007b) vatten een multifunctionele landbouw samen in vier functies:

- Groene functies: maatregelen die de landbouw realiseert ter bevordering van milieu- en natuurdoelstellingen (bijvoorbeeld landschapsbeheer, habitatbescherming, het behoud van biodiversiteit en de vermindering van CO₂-uitstoot).
- Blauwe diensten: doelstellingen betreffende integraal waterbeleid zoals watermanagement, waterkwaliteit, overstromingsbestrijding en de creatie van energie.
- Gele diensten: rol van landbouw voor cohesie en vitaliteit op het platteland, het behoud van cultuurhistorisch erfgoed, het creëren van een regionale identiteit en het verstrekken van mogelijkheden tot hoevertoerisme en educatie.
- Witte functies: voedselveiligheid en voedselzekerheid.

Het doel van multifunctionele landbouw is dus niet steeds het uitbreiden van het inkomen. Indien dit wel het geval is, spreekt men eerder van diversificatie. Figuur 1 geeft een overzicht van het verband tussen multifunctionele landbouw, diversificatie, verbreding en verdieping volgens de visie Van Huylenbroeck et al. (2007a). ‘Multifunctionele landbouw’ geeft volgens hen de verschillende functies van de landbouw weer, waardoor het een zeer ruim begrip is. ‘Diversifiërende landbouw’ is meer afgebakend en omvat de verschillende manieren om het inkomen uit te breiden via, vooral, vermarktbaar goederen en diensten (Van Huylenbroeck et al., 2005). In de literatuur worden hieronder ook activiteiten verstaan die strikt genomen niet meer onder de landbouwproductie vallen (zoals buitenshuis werken).

Diversifiërende landbouw is volgens Van Huylenbroeck et al. (2007a) verder onderverdeeld in verschillende luiken (zie hierna), waaronder verbreding en verdieping. Of hiertussen een onderscheid gemaakt wordt is sterk auteursafhankelijk. De definities worden vaak door elkaar gebruikt, waardoor ‘verdieping’ vaak meegenomen wordt onder de term ‘verbreding’.

Figuur 1. Overzicht multifunctionele, diversifiërende, verbrede en verdiepte landbouw volgens Van Huylenbroeck et al. (2007a)



Bron: Van Huylenbroeck et al. (2007a)

Venema et al. (2009) en Vrijens et al. (2005) zien duidelijk drie luiken binnen ‘diversificatie’:

- **Verbreding:** het realiseren van activiteiten, naast de reguliere landbouwkundige activiteiten waarbij gebruik gemaakt wordt van de beschikbare productiemiddelen (grond, arbeid, kapitaal, kennis) (Berkhout & van Bruchem, 2009). Hierdoor worden nieuwe, niet agrarische inkomensbronnen gegenereerd. Voorbeelden hiervan zijn o.a. zorg, educatie, recreatie, energieproductie en waterberging (Schoorlemmer et al., 2006a; Vrijens et al., 2005).
- **Verdieping:** eigen producten verwerken en/of verkopen met als doel om, per eenheid product, een hogere prijs te ontvangen of producten en/of diensten te leveren waar maatschappelijke vraag naar is.
- **Herfundering:** activiteiten waarbij, meestal arbeid, gewijd is aan activiteiten die niet behoren tot de traditionele landbouwproductie (bijvoorbeeld buitenshuis werken). Vrijens et al. (2005) scharen ook het zoeken naar een economische en ecologische duurzame basis voor het bedrijf hieronder (bijvoorbeeld het gebruiken van minder kunstmest).

Anderen bekijken diversificatie via een andere invalshoek (Van Huylenbroeck et al., 2007a):

- **Inkomensverbreding:** verwerving van toenemend inkomen door verschillende activiteiten te ondernemen binnen en buiten het landbouwbedrijf. Het betreft de verkoop van producten (hoevetoerisme, hoeveverwerking e.d.), het aanbieden van diensten (beheersovereenkomsten, zorgboerderijen e.d.) of het uitbesteden van productiefactoren (verhuur van grond, buitenshuis werken e.d.).

- **Activiteitenverbreding:** de landbouwproductie blijft de hoofdtaak, waarnaast tevens andere activiteiten worden opgezet. Activiteitenverbreding kan plaatsvinden op vier niveaus, nl. productiegebonden (introductie van nieuwe teelten, vermindering van bemesting in het kader van beheersovereenkomsten e.d.), productgebonden (vertrekt van op het bedrijf geproduceerde landbouwgrondstoffen zoals hoeveverwerking), bedrijfsgebonden (hoevetoerisme, zorgboerderijen, onderhoud van perceelsranden e.d.) en niet-bedrijfsgebonden activiteiten (buitenshuis werken e.d.).

‘Verbrede en verdiepte landbouw’, die behoren tot diversificatie, omvatten beide eerder activiteiten op bedrijfsniveau, terwijl ‘multifunctionele landbouw’ eerder geldt op het niveau van de gehele maatschappij (Van Huylenbroeck et al., 2007).

In de literatuur komt naar voren dat de definities niet steeds sluitend zijn en dat ze door elkaar gebruikt worden (Venema et al., 2009). Welke activiteiten onder ‘verbreding’ en ‘verdieping’ geassocieerd worden én of er een onderscheid gemaakt wordt tussen beide is dan vaak ook afhankelijk van de auteur en het synoniemgebruik (multifunctionaliteit, diversificatie, verbreding, verdieping). ‘Verbreding’ en ‘verdieping’ lopen in elkaar over en zijn niet duidelijk afgeleid. De verschillende definities kunnen leiden tot verschillen bij het bepalen van de economische relevantie van verbreding. Het zorgt er tevens voor dat onderzoeken naar verbreding moeilijk onderling vergelijkbaar zijn (Venema et al., 2009).

Hoeveverkoop is een vorm van gediversifieerde landbouw. Volgens de visie van Venema et al. (2009) en Vrijens et al. (2005) behoort hoeveproductie en –verkoop tot ‘verdieping’ (diversificatie) wegens het verwerken en verkopen van eigen producten om het inkomen uit te breiden. Er wordt toegevoegde waarde gecreëerd. Volgens de visie van Van Huylenbroeck et al. (2007a) behoort hoeveproductie tot de productgebonden activiteitenverbreding en inkomensverbreding via de verkoop van producten.

3.2 Hoeveproductie en hoeveverkoop

Zoals de term ‘verdieping’ is ook ‘hoeveproductie’ een niet goed afgeleid begrip, waarvoor nog geen wettelijke definitie bestaat.

Hoeveproducten zijn producten die op het land- en tuinbouwbedrijf geoogst en eventueel verwerkt worden en daarna te koop worden aangeboden, rechtstreeks aan de consument of aan derden. Het primaire product wordt geproduceerd door een land- of tuinbouwer in hoofd- of nevenberoep. Het doel van hoeveproductie is het vergaren van een extra inkomen door het verwerken en verkopen van (eigen) landbouwproducten. Kenmerkend is de herkomst van de producten (hoeve) en de manier van vermarkten (korte keten).

Verschiedende producten komen in aanmerking om verwerkt te worden van ruw landbouwproduct (bijvoorbeeld melk) tot een ander product (bijvoorbeeld kaas, yoghurt), dat als hoeveproduct gekenmerkt wordt. Het kan tevens gaan om de verwerking van fruit tot jam en sappen (Schoorlemmer et al., 2006a). Immink & van der Kroon (2006) stellen vast dat er in de praktijk een grote variatie is in het aangeboden assortiment. Bepaalde thuisverkopers bieden slechts één product aan (meestal zuivelproducten), terwijl anderen beschikken over een breed assortiment.

Hoeveproducten worden veelal ter plaatse of via de korte keten verkocht; hoofdzakelijk rechtstreeks aan de consument of eindverbruiker. Het vermarkten via de 'korte keten' betekent dat er een rechtstreeks samenwerkingsverband bestaat tussen producent en consument; er zijn geen tussenschakels van voedingsverwerkende industrie of distributie. De hoeveverkoop kan plaatsvinden op het bedrijf zelf, in de hoevewinkel, via thuisverkoop of op boerenmarkten of via collectieve systemen zoals Voedselteams en groenteabbonementen (Cazaux, 2010).

Op een boerenmarkt verkopen producenten hun producten rechtstreeks aan de eindverbruiker. De koopwaar, al dan niet verwerkt, is grotendeels afkomstig van het eigen bedrijf en wordt soms aangevuld met producten van collega's. Voedselteams zijn groepen mensen uit eenzelfde buurt die gezamenlijk voedsel aankopen, rechtstreeks bij lokale en regionale producenten. Dit gaat gepaard met een rechtstreeks contact tussen producent en consument.

De vzw Voedselteams richt zich naar de producent (bijvoorbeeld overhalen om mee te doen, samenbrengen voor overleg) en naar de consument (sensibiliseren, model aanbieden) (Cazaux, 2010). Bij groenteabbonementen wordt vooral gebruik gemaakt van streekeigen en seizoensgebonden groenten. De verdeler is een (bio)boerderij (of een groothandelaar) die de pakketten samenstelt met eigen groenten (Cazaux, 2010).

Literatuuronderzoek toont vrij snel aan dat verschillende definities door elkaar gebruikt worden. Zo spreken onze noorderburen in de 'Taskforce Multifunctionele landbouw' (<http://www.multifunctionelelandbouw.nl>) en bij het Landbouw Economisch Instituut (LEI) herhaaldelijk van 'streekproducten' in plaats van hoeveproducten. In deze context zijn streekproducten omschreven als producten die expliciet verbonden zijn met de landbouw van een streek. De Nederlandse Taskforce Multifunctionele Landbouw erkent boerderijproducten (producten gemaakt en vermarkt door de boer), boerengroepproducten (gezamenlijke afzet van boerderijproducten) en streeklijnproducten (producten die één lijn vormen en onder één naam op de markt worden gebracht). Hoeveproducten worden in Nederland dus eerder 'boerderijproducten' genoemd.

In Vlaanderen, daarentegen worden streekproducten op een andere manier gedefinieerd. Onder de vleugels van de VLAM (Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing) is het Steunpunt Streekproducten opgenomen. Ze definiëren streekproducten als "*producten die bereid zijn met grondstoffen uit de streek en/of een recept kennen volgens een traditionele bereiding (eventueel met uitheemse ingrediënten). De streekproducten worden naar ambachtelijke wijze vervaardigd in hun streek van oorsprong volgens de streektraditie en worden door de lokale bevolking of een breder publiek aanvaard als traditioneel streekeigen*" (<http://www.streekproduct.be>). Met 'traditie' wordt in deze context bedoeld dat het product langdurig of historisch bekend (minstens 25 jaar) is als streekspecialiteit. Kenmerkend is dus dat het product met de streek verbonden is. Enkele voorbeelden zijn Brabants grondwitloof, Oude Geuze, cuberdons en Geraardsbergse Mattentaarten. In Vlaanderen bestaat dus wel de verbondenheid met de streek, maar dient er niet specifiek sprake te zijn van een verbondenheid met landbouw.

De termen hoeveproductie en streekproducten worden daardoor vaak door elkaar gebruikt. Vlaanderen en Nederland kennen op dit vlak dus een verschillende visie. In deze studie kiezen we voor de Vlaamse visie.

3.3 Motieven om voor multifunctionele landbouw te kiezen

Immink & van der Kroon (2006), LNV (2005), het Steunpunt Hoeveproducten (2010) en Van den Ham et al. (1998a) melden dat er wel degelijk redenen zijn om multifunctionele activiteiten aan te bieden, nl.:

- Het zeker stellen van het inkomen door extra inkomen te genereren en financiële risico's proberen te reduceren.
- Het garanderen van de continuïteit van het bedrijf (ook door bijvoorbeeld het gebrek aan uitbreidingsmogelijkheden).
- Het ontbreken van perspectief om te concurreren op de wereldmarkt en de mogelijkheid om lokale marktkansen te benutten via hoeveverkoop.
- Uitdaging (bedrijfsvoering, ondernemerschap, creativiteit) en het verhogen van de arbeidsvoldoening.
- Het inzetten van overtollige arbeid (bijvoorbeeld na overname, terwijl de ouders nog werkzaam zijn).

Thuisverkopers geven aan dat ze meer regie hebben over hun eigen producten en dat ze beter kunnen inspelen op de vraag van de consument. Thuisverkoop biedt bijgevolg de mogelijkheid om lokale marktkansen te benutten en daarmee het bedrijf te versterken. Daarentegen kost de hoevewinkel vaak wel veel tijd, energie en investeringen (Immink & van der Kroon, 2006), wat een mogelijk obstakel kan zijn. Enkele overige aandachtspuntjes zijn o.a. dat men er de juiste persoon voor moet zijn (vanwege het vrij intensieve contact met de consument) en dat men dient te beschikken over een goede locatie, vergunningen en bestemmingsplannen en, eventueel, het kunnen inzetten van extra arbeid (LNV, 2005).

Venema (2006) stelt dat voor iedere individuele ondernemer de onderlinge verhouding tussen de mogelijke prikkels verschilt, waardoor het niet mogelijk is om één specifieke beweegreden te benoemen.

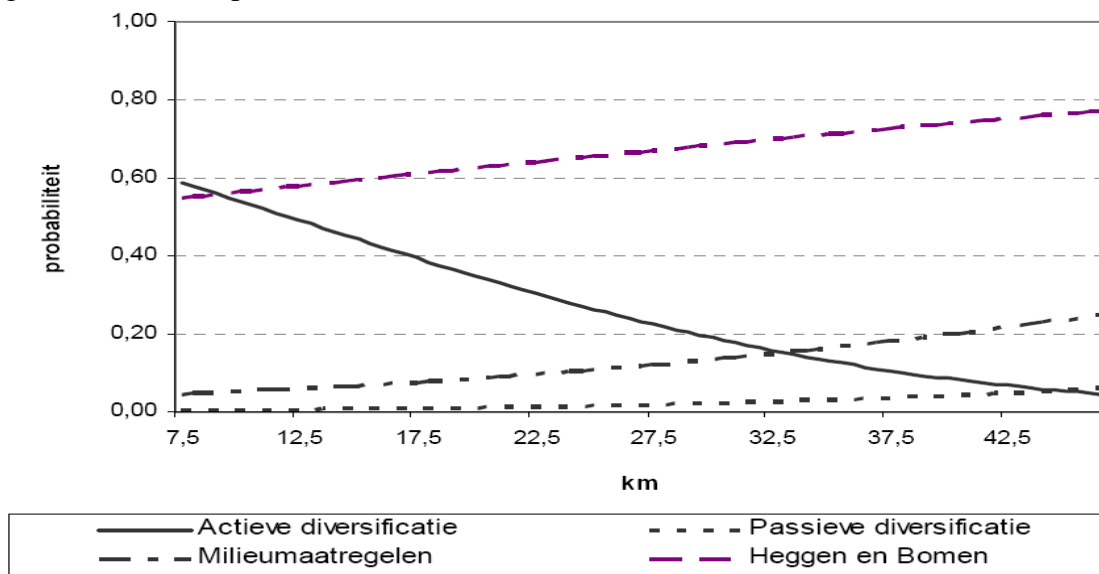
Volgens Van de Velde et al. (2005) en het Steunpunt Hoeveproducten (2010) is voor hoeveverwerkers en –verkopers het creëren van een aanvullend inkomen en het doen aan risicospreiding de belangrijkste motivatie voor het uitbouwen van de verbrede activiteit.

De beslissing om over te gaan tot verbreding kan twee verschillende invalshoeken hebben. Geïnspireerde verbreders worden niet rechtstreeks aangestuurd door de samenleving, maar eerder door hun eigen visie en overtuiging. Ze nemen dus hoofdzakelijk beslissingen op basis van de maatschappelijke ontwikkelingen (Van den Ham & Ypma, 2000). Rationele verbreders daarentegen ontwikkelen, naast enkel voedselvoorziening, meer activiteiten als reactie op kritiek uit de samenleving. Ze streven daardoor eerder naar een 'license to produce'; de voedselproductie blijft hun belangrijkste inkomensbron. Ze nemen vooral beslissingen op basis van de markt, waarbij ze zich tevens sterk richten op het beleid van overheden. Het uitbouwen van een verbredingsactiviteit is voor hen dan ook afhankelijk van de stimulansen die geboden worden door de overheid (Van den Ham & Ypma, 2000). Deze trend kan mogelijk een bedreiging vormen voor de toekomst van de verbrede landbouw.

Volgens Van de Velde et al. (2005) zijn de hoeveverwerkers en –verkopers vooral rationele verbreders. Het financiële aspect is voor hen, zoals eerder vermeld, het belangrijkste motief.

Verschillende studies wijzen op een verband tussen multifunctionele landbouw en de afstand tot de stad. Van Huylenbroeck et al. (2005) tonen in Figuur 2 aan dat de kans op actieve diversificatie (hoeveverkoop e.d.) toeneemt wanneer de afstand tot de stad verkleint. De kans op passieve diversificatie (milieumaatregelen e.d.) neemt lichtjes toe wanneer de afstand tot de stad toeneemt. Bij actieve diversificatie maken de landbouwers dus gebruik van de nabijheid van de consumenten, mede door in te spelen op het toenemende belang voor gezonde, kwaliteitsvolle voeding. Directe verkoop kan zo de bestaande nadelen van de nabijheid van de stad (beperkte uitbreidingsmogelijkheden, hoge grondprijzen, slechte verkaveling e.d.) compenseren en de relatief kleinere bedrijven toch een toekomst gunnen. Ook het (lokale) beleid en promotie kunnen een impact hebben op diversificatie.

Figuur 2. De kans op multifunctionele activiteiten in relatie tot de afstand tot de stad.



Bron: Van Huylenbroeck et al. (2005)

Schoorlemmer et al. (2006a) stellen dat het vooral jongere ondernemers zijn die de weg van verbreding inslaan. Hun onderzoek wijst uit dat er op 22% van de bedrijven met een bedrijfsleider jonger dan 50 jaar één (of meerdere) verbredingsactiviteit(en) voorkomen. Volgens gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (<http://statline.cbs.nl>) hebben 22% van de Nederlandse landbouwbedrijven in 2009 een verbredingstak.

Van Huylenbroeck et al. (2005) stellen vast dat op de bedrijven met een relatief groot aandeel aan inkomen uit verbredingsactiviteiten vaak een meewerkende echtgeno(o)t(e) aan het werk is. De bedrijfsleider heeft vaak een landbouwopleiding genoten en beschikt vaak over een opvolger.

Immink & van der Kroon (2006) en Berkhout & van Bruchem (2009) stellen vast dat qua bedrijfsgrootte vooral de middenmoot aan hoeveerverkoop doet. Het zoeken naar alternatieve inkomensbronnen en de beschikbaarheid van gezinsarbeid kunnen hierbij een rol spelen. Relatief grotere bedrijven kiezen volgens hen eerder voor schaalvergroting en efficiëntie.

3.4 Consumentengedrag

Van Huylenbroeck et al. (2005) hebben de bekendheid van diversificatie van landbouwbedrijven onder inwoners van het Brussels stadsgewest¹ onderzocht. Ongeveer 35% van de burgers gaf aan thuisverkoop te kennen. Dit was volgens deze studie de bekendste diversificatieactiviteit. Opvallend is dat hoe verder men van de stad woont, hoe meer multifunctionele landbouwbedrijven men kent. Eén op drie van de respondenten geeft aan al eens hoeveproducten gekocht te hebben. Opvallend hierbij is wel het verschil in aankoopfrequentie. Zo blijkt er een positieve relatie te zijn tussen het kopen van hoeveproducten en de afstand tot de stad Brussel (Van Huylenbroeck et al., 2005). Van Huylenbroeck et al. (2005) concluderen op basis van deze gegevens dat hoe verder men van de stad woont, hoe meer men bewust is van de multifunctionaliteit van de landbouw en hoe meer men participeert.

Uiteraard kunnen ook economische en sociale parameters een rol spelen in het verklaren van het gedrag ten opzichte van diversificatieactiviteiten. Begrippen zoals boerenmarkt, groenteabonnementen, voedselteams zijn volgens Van Huylenbroeck et al. (2005) niet goed bekend.

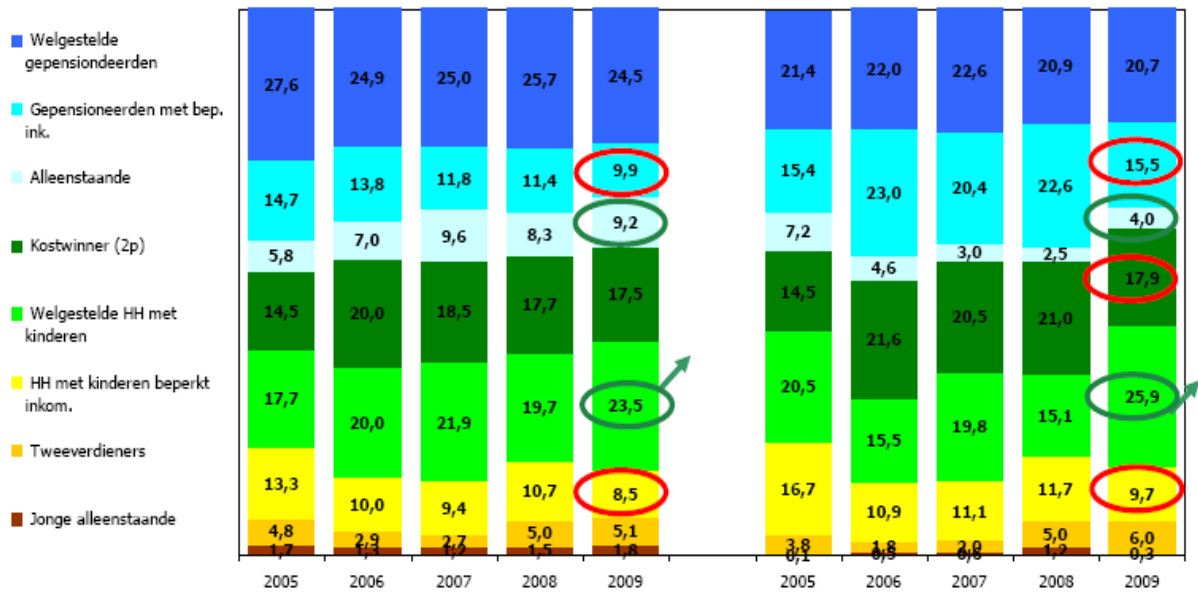
De redenen voor het rechtstreeks kopen bij de boer zijn, volgens Immink & van der Kroon (2006) en Van Huylenbroeck et al. (2005) vooral de kwaliteit van de producten (44,5%), de versheid ervan (30,4%) en de prijs (25,2%).

Volgens VLAM (2010) kocht bijna 19% van de Belgische gezinnen minstens eenmaal voedingsproducten op een hoeve; in Vlaanderen betreft het 23% van de gezinnen. De omzet is, vergeleken met 2008, in 2009 met 2% afgenomen. Hierbij merken we wel op dat 2008 een bijzonder goed jaar was voor de hoeveverkoopers, aangezien ze toen een omzetstijging kenden van 25%. Opvallend is dat er, op nationaal niveau, meer huishouders kopen op de hoeve, maar dat ze, gemiddeld gezien, minder besteden dan in 2008.

Figuur 3 toont dat het kerncliënteel vooral bestaat uit welgestelde gepensioneerden en welgestelde gezinnen met kinderen. Samen maken ze de helft van het cliënteel uit en vertegenwoordigen ze bijna de helft van de omzet. In 2009 vond de rekrutering vooral plaats bij welgestelde gezinnen met kinderen en oudere alleenstaanden (40+). Jonge alleenstaanden zijn slechts sporadisch op de hoeve te vinden.

¹ Dit omvat in het westen een deel van het Pajottenland, in het noordwesten grenst het aan Klein-Brabant en in het noordoosten aan de groentestreek; langs de zuidoostelijke, de zuidelijke en de zuidwestelijke zijde grenst het stadsgewest aan de Brabantse Leemstreek.

Figuur 3. Evoluitie van het consumentenprofiel van hoevekopers in België
 % KOPERS % BESTEDINGEN



Bron: VLAM (2010)

4 Beleid

In het Regeerakkoord 2009 (Vlaamse overheid, 2009) wordt benadrukt dat het duurzame karakter van de Vlaamse landbouw verder dient te worden versterkt via o.a. diversificatie van landbouwbedrijven. Tevens geeft de Vlaamse overheid aan ontwikkelingskansen te willen scheppen. In de Beleidsnota Landbouw, Visserij en Plattelandsbeleid 2009 - 2014 (Peeters, 2009) wordt aangegeven dat verbreding kan leiden tot de creatie van extra toegevoegde waarde. De minister geeft aan de sector hiervoor de nodige kansen en ondersteuning te willen bieden, o.a. via een wetgevend kader voor hoeveproducten, de verdere uitbouw van het Steunpunt Hoeveproducten en de promotionele werking van de VLAM.

4.1 Steunmaatregelen

In het Programma voor Plattelandsontwikkeling (PDPO) II is steun voor verbreding uitgetrokken. In Vlaanderen is 667,5 miljoen euro overheidssteun via het PDPO II beschikbaar, waarvan 224,5 miljoen euro Europese steun. De uitgaven in 2007 zijn als volgt verdeeld over de verschillende assen: 73,6% voor as 1; 24,5% voor as 2; 1,9% voor as 3 en 0% voor as 4 (Platteau et al. (reds.), 2008). Binnen as 3 werd 21,6 miljoen euro besteed aan investeringen met betrekking tot diversificatie van landbouwactiviteiten. Een deel van de middelen komt uit het Europees Landbouw Fonds voor Plattelandsontwikkeling (ELFPO) en een ander deel betreft cofinanciering van Vlaanderen. De cofinanciering gebeurt via het Vlaams Landbouw Investeringsfonds (VLIF), dat steun verleent voor algemene investeringen en investeringen met betrekking tot diversificatie.

Ook op regionaal en lokaal niveau kan het beleid (ruimtelijke ordening, promotie e.d.) een impact hebben op de ontwikkeling van landbouwstructuren die er voorkomen en op het toepassen van multifunctionele activiteiten.

Momenteel neemt de Vlaamse overheid al enkele maatregelen om verbrede landbouw te kunnen ondersteunen. Binnen het VLIF zijn, onder bepaalde voorwaarden, twee steunmaatregelen opgenomen die hoeveproductie aan kunnen moedigen:

- Investeringen in landbouwbedrijven (maatregel 121):
Deze steun dient ter verbetering van het concurrentievermogen van de land- en bosbouwsector. De steunintensiteit varieert naarmate het innovatieve, duurzame en milieuvriendelijke karakter van de aangevraagde investering.
Voor investeringen gericht op hoeveverkoop worden onder maatregel 121 enkel die investeringen aanvaard waarbij de hoofdmoot van de investering betrekking heeft op het verwerken/bewerken van basisproducten (Departement Landbouw en Visserij, 2006).

- Investerings met betrekking tot diversificatie van landbouwactiviteiten (maatregel 311-A):
Via deze steun worden de land- en tuinbouwers aangemoedigd om hun bedrijfsactiviteiten te diversifiëren (waarbij er een logische link is tussen de verbrede activiteit en de agrarische activiteit) en de rendabiliteit van hun bedrijf te verhogen. Wel gelden er enkele voorwaarden: beroepsbekwaamheid, levensvatbaarheid van het bedrijf, de landbouwactiviteit zelf dient de hoofdactiviteit te blijven, en er dient meer dan 50% van de verwerkte en verhandelde hoeveproducten van het eigen bedrijf afkomstig te zijn (Departement Landbouw en Visserij, 2006). Investerings gericht op de verkoop van aangekochte hoeveproducten worden niet gesubsidieerd. In het kader van maatregel 311-A worden voor hoeveverkoop enkel investeringen aanvaard waarvoor het grootste deel van de investering betrekking heeft op de commercialisatie van deze hoeveproducten (Departement Landbouw en Visserij, 2006).

4.2 Verplichtingen

Indien men wenst te starten met hoeveproductie, dient men een registratie, toelating of erkenning aan te vragen bij het Federaal Agentschap voor de Voedselveiligheid (FAVV). Het FAVV is belast met het uitoefenen van de controles op alle voedselbedrijven, waaronder land- en tuinbouwbedrijven. Voor sommige producten zijn de normen en frequentie van controles wettelijk vastgelegd. Jaarlijks dient aan het FAVV een bijdrage betaald te worden (www.steunpunthoeveproducten.be).

Indien de hoeveproducent beschouwd wordt als handelaar (bij verkoop van producten van collega's en/of bij verkoop van producten die een secundaire verwerking hebben ondergaan), dient hij zich in te schrijven bij de Kruispuntbank voor Ondernemingen (KBO). Indien producten verkocht worden op een andere plaats dan vermeld in het KBO (bijvoorbeeld markten), is er sprake van 'ambulante handel'. In dit geval is een machtiging tot uitoefening van ambulante handel vereist (leurkaart) (FOD Economie, 2005).

Voor het inrichten van een hoevewinkel, consumptieruimte of verwerkingseenheid dient steeds een stedenbouwkundige vergunning te worden aangevraagd. De geplande wijzigingen worden vervolgens getoetst aan de ruimtelijke draagkracht. Deze stedenbouwkundige vergunning kan gekoppeld worden aan de milieuvergunning. Of een milieuvergunning vereist is, is afhankelijk van de klasse waartoe de inrichting behoort. Voor een inrichting van klasse 3 is er enkel een meldingsplicht (www.steunpunthoeveproducten.be).

Voorverpakte voedingsmiddelen (wanneer de inhoud niet meer kan worden veranderd zonder de verpakking te openen of aan te tasten) die in de handel worden gebracht dienen voorzien te zijn van een etiket. Hierop dienen bepaalde gegevens vermeld te worden (www.steunpunthoeveproducten.be).

5 Belang van hoeveproductie in Nederland en Vlaanderen

5.1 Aantallen

Berkhout & van Bruchem (2009) hebben enkele verbredingsactiviteiten opgelijst en bekeken wat de ontwikkeling is van het aantal Nederlandse bedrijven met verbredings- en verdiepingsactiviteiten. Er blijken grote verschillen te zijn. Figuur 4 (dubbeltellingen zijn mogelijk door het eventueel voorkomen van combinaties) laat een opvallende daling zien van het aantal bedrijven dat aan hoeveverkoop doet. De afname van het aantal bedrijven in 2007 komt vooral voor bij de groep ondernemers jonger dan 40 jaar. Het aantal Nederlandse bedrijven met hoeveverwerking (bewerking van producten) is lichtjes gestegen. Berkhout & van Bruchem (2009) vinden echter geen aanwijsbare redenen voor deze trends. Het totale aantal land- en tuinbouwbedrijven in Nederland is sinds 2003 gedaald van 85.410 naar 75.151 in 2008.

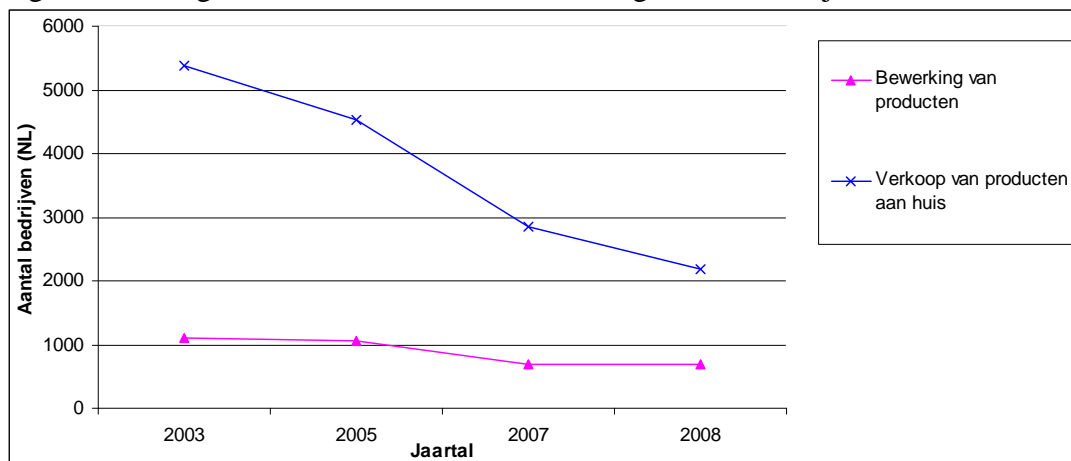
In Nederland is ‘verkoop aan huis’ na ‘agrarisch natuur- en landschapsbeheer’ de tweede belangrijkste verbredingstak (in aantal bedrijven). Merk op dat de ‘verwerking van producten’ bij het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) niet opgenomen is onder ‘verkoop aan huis’. Indien dit wel het geval zou zijn, is ‘hoeveverwerking en –verkoop’ de grootste tak in Nederland.

Roest et al. (2009) stellen dat veel ondernemers begonnen zijn met hoeveproductie en/of –verkoop op een moment dat het in de landbouw financieel gezien niet voor de wind ging. Hierdoor verhoogt de kans dat er ondoordacht te werk werd gegaan en dat er veel arbeid mee gemoeid ging. De betrokken bedrijven zouden volgens Roest et al. (2009) dan ook vrij snel gestopt zijn met hun activiteiten.

Volgens Berkhout & van Bruchem (2009) en Schoorlemmer (2006b) komt hoeveverkoop ($\pm 3\%$ van de bedrijven in 2008) vooral voor op opengrond tuinbouwbedrijven, gevolgd door akkerbouwbedrijven en melkvee- en andere graasdierbedrijven.

De meest verhandelde producten zijn aardappelen, groenten en fruit (LNV, 2005). Volgens Venema et al. (2006) zijn de twee belangrijkste takken binnen hoeveverwerking melk en aardappelen.

Figuur 4. Weergave van het aantal Nederlandse agrarische bedrijven met nevenactiviteiten



Bron: Berkhout & van Bruchem (2009) o.b.v. CBS-Landbouwtelling; eigen bewerking

De situatie in Vlaanderen is volgens de Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) lichtjes verschillend. In 2007 deden 242 Vlaamse bedrijven aan de verwerking van hoeveproducten (Tabel 1). Dit komt neer op ongeveer 0,75% van de bedrijven. De meeste bedrijven met ambachtelijke en/of hoeveverwerking zijn te vinden in Oost- en West-Vlaanderen. Tabel 1 toont evenwel een afname van het aantal hoeveproducenten (absoluut), hoewel het aandeel hoeveproducenten eerder gelijk gebleven is (relatief).

Tabel 1. Aantal Vlaamse land- en tuinbouwbedrijven met ambachtelijke activiteiten en verwerking van hoeveproducten

Activiteit	2003	2005	2007
Aantal land- en tuinbouwbedrijven in Vlaanderen	36.681	34.519	31.984
Waarvan met ambachtelijke activiteiten ²	93	83	88
Waarvan met verwerking van hoeveproducten ³ (exclusief de fabricatie van boter)	275	258	242

Bron: ADSEI (Landbouwtelling)

Figuur 4 (Nederland) en Tabel 1 (Vlaanderen) tonen aan dat de sector over de laatste jaren zowel in Nederland als in Vlaanderen, absoluut gezien, niet of nauwelijks gegroeid is. De reden hiervan kan liggen aan de aanbodzijde (agrarisch ondernemer) of aan de vraagzijde.

Hoeveproducenten kunnen sinds 2005 bij het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) een erkenning aanvragen als 'erkend verkooppunt hoeveproducten' met als doel het verhogen van de zichtbaarheid van de verkoopplaats van hoeveproducten. De focus ligt dus op het verkooppunt en niet bij het hoeveproduct zelf. Op datum van 02/03/2010 zijn er 239 erkende verkooppunten van hoeveproducten (<http://www.hoeveproducten.be>). Hiervan bevindt 60% zich in Oost- en West-Vlaanderen. Niet alle hoeveproducenten sluiten zich aan bij de VLAM, aangezien ze dienen te voldoen aan bepaalde voorwaarden en hun gegevens openbaar gesteld worden (wat niet alle hoeveproducenten wensen). Het werkelijke aantal hoeveproducenten ligt dus (veel) hoger. Er zijn tevens andere mogelijkheden om bekendheid te kunnen genieten. Een voorbeeld is Fermweb, waarbij geen criteria verbonden zijn aan de registratie. Op hun website staan 341 hoeveproducenten geregistreerd (<http://www.fermweb.be>).

Volgens de data uit de gegevensbank van het Agentschap voor Landbouw en Visserij (ALV) zijn er in 2008 327 landbouwers actief als hoevezuivelaar (databank ALV op 26/10/2009). Ook het Steunpunt Hoeveproducten beschikt over een databank met hoeveproducenten. Daarnaast beschikt ook het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van Voedselketen (FAVV) over cijfers. Beide zijn, per provincie, weergegeven in Tabel 2.

² Ambachtelijke activiteiten = waren die hetzij door het bedrijfshoofd of zijn familie, hetzij door arbeidskrachten, niet gezinsleden ambachtelijk zijn vervaardigd, mits de makers ervan ook landbouwwerk verrichten, ongeacht hoe de producten worden verkocht.

³ De verwerking op het bedrijf van een primair landbouwproduct tot een verwerkt secundair product, ongeacht of de grondstoffen op het bedrijf worden geproduceerd of elders worden gekocht.

Tabel 2. Aantal hoeveproducenten per tak en per Vlaamse provincie, volgens het FAVV en het Steunpunt Hoeveproducten (situatie op 9/04/2010)

Provincie	Aantal hoevezuivelaars (1)	Aantal hoeve-slagers (2)	Aantal verwerkers groenten en fruit (3)	Totaal aantal hoeveproducenten volgens FAVV (1+2+3)	Totaal aantal hoeveproducenten volgens Steunpunt Hoeveproductie
Antwerpen	37	13	59	109	278
Limburg	34	9	73	116	170
Oost-Vlaanderen	126	36	98	260	307
Vlaams-Brabant	33	19	81	133	211
West-Vlaanderen	164	38	103	305	445
Vlaanderen: totaal	394	115	414	923	1411

Bron: Steunpunt Hoeveproducten (2010)

In Tabel 2 is het verschil tussen het aantal hoeveproducenten volgens het FAVV en het Steunpunt Hoeveproducten te verklaren door het feit dat het Steunpunt ook verkopers van primaire producten als hoeveproducent ziet (deze zijn niet verplicht zich te registreren bij het FAVV). Daarnaast bestaat de mogelijkheid dat bepaalde van deze hoeveproducenten zich mogelijk (nog) niet gemeld hebben bij het FAVV, waardoor het aantal hoeveproducenten tussen het Steunpunt en het FAVV verschillend is.

Het verschil tussen het aantal hoeveproducenten in Vlaanderen weergegeven in Tabel 1 (ADSEI) en Tabel 2 (Steunpunt Hoeveproducten en FAVV) is toe te schrijven aan de definities die gebruikt worden. ADSEI neemt enkel bedrijven op die primaire landbouwproducten op hun bedrijf verwerken tot secundaire producten, terwijl bij het Steunpunt ook de verkoop van primaire landbouwproducten opgenomen kan zijn. De telling van ADSEI neemt anderzijds ook niet alle vormen van hoeveproductie mee (zo wordt de verwerking van zuivel tot boter beschouwd als gewone landbouwactiviteit).

Het aandeel biologische bedrijven binnen hoeveproducenten is niet exact bekend, maar is volgens het Steunpunt Hoeveproducten wel vrij hoog. Ook Van de Velde et al. (2005) zien een sterke relatie tussen hoeveverwerking en –verkoop en biologische bedrijven.

Wat de evolutie in de tijd betreft, meldt het Steunpunt dat er nu minder bedrijven starten met hoeveproductie. Als reden worden de grote investeringen genoemd (in machines, inrichting van het verwerkingslokaal en verkoopruimte) (Steunpunt Hoeveproducten, 2010). Venema et al. (2006) melden eveneens dat het verwerken van hoeveproducten forse investeringen vraagt, meestal boven de 50.000 euro. Over de hoogte van investeringen voor huisverkoop is volgens Venema et al. (2006) weinig bekend.

5.2 Rendabiliteit

Rond de rendabiliteit van hoeveproductie is nog weinig geschreven in de literatuur. In deel 5.2 geven we weer wat reeds bekend is uit eerdere studies.

5.2.1 Omzet

Volgens de gegevens van Venema et al. (2006) kennen de bedrijven die aan hoeveproductie doen een grote spreiding qua omzet. Eén derde behaalt een omzet van meer dan 50.000 euro, terwijl de helft van de bedrijven blijft steken tussen de 1.000 euro en 5.000 euro. De bijhorende kosten zijn in dit onderzoek niet bekend. Roest et al. (2009) stellen dat de opbrengst van hoeveverkoop tevens afhankelijk is van het afzetkanaal. Tabel 3 toont aan dat de omzet van hoeveverkoop afhankelijk is van het gekozen afzetkanaal.

Tabel 3. Geraamde omzet per bedrijf in functie van het afzetkanaal

Afzetkanaal	Geraamde omzet (€bedrijf)
Hoevewinkel	20.000 (kleine winkel) – 100.000 (grote winkel)
Verkoop langs de weg	3.000 – 5.000
Verkoop op de markt	15.000 – 20.000
Levering aan horeca	15.000 – 20.000
Verkoop via internet en/of via groenteabbonnementen	35.000

Bron: Roest et al., 2009

Uiteraard kunnen er grote verschillen optreden tussen verschillende bedrijven (locatie, aanbod, motivatie e.d.). De afzetkanalen gaan tevens gepaard met een verschil in kosten en uitgaven, zoals investeringen (kraampje aan de weg versus winkelruimte), inrichtingskosten e.d.

Tabel 4 en Figuur 4 geven een beeld van het aantal Nederlandse bedrijven dat aan de verwerking en/of verkoop van landbouwproducten aan huis doet. Tevens geeft Tabel 4 een beeld van het aandeel van hoeveverwerking in de totale omzet die de bedrijven behalen. Volgens het CBS (2010) bedraagt in 2009 het inkomen uit verbreding in 54% van de gevallen minder dan 10% van de totale bruto opbrengst. Tabel 4 toont dat slechts in 10% van de gevallen de opbrengst uit verbreding groter is dan het inkomen uit de traditionele activiteiten.

Tabel 4. Aantal landbouwbedrijven in Nederland met verkoop aan huis en verwerking van landbouwproducten, incl. aandeel van verbreding in de opbrengst

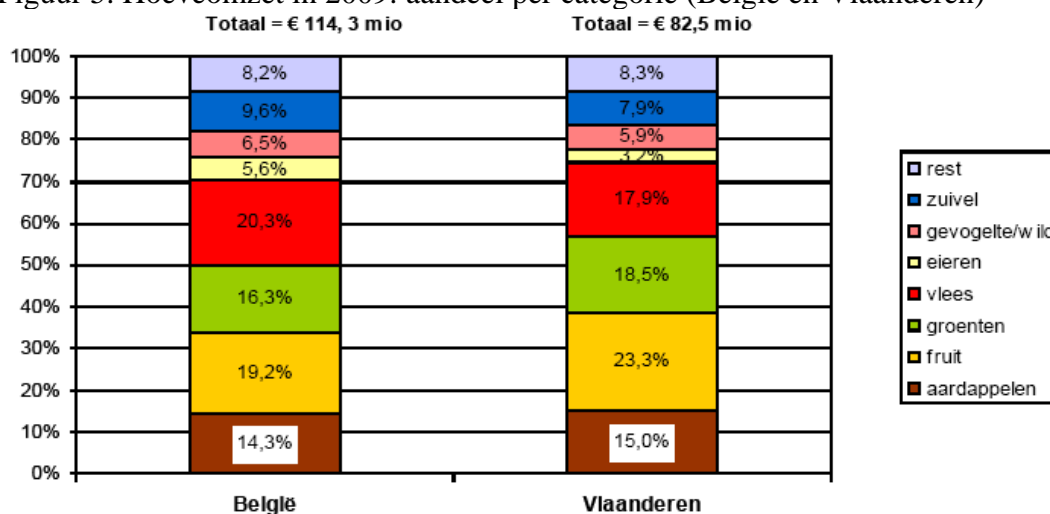
Aantal bedrijven en aandeel van verbreding in de opbrengst (%)		2008	2009
Aantal bedrijven	Totaal aantal landbouwbedrijven	75.151	73.008
	<i>Waarvan met verkoop aan huis</i>	2.188	2.252
	<i>Waarvan met verwerking van landbouwproducten</i>	696	731
Aandeel van verbreding in de opbrengst ⁴ (%)	Opbrengst uit verbreding < 10%	55%	54%
	Opbrengst uit verbreding 10 – 50%	33%	36%
	Opbrengst uit verbreding > 50%	12%	10%

Bron: CBS (2010)

In Vlaanderen gebeurt onder de vleugels van VLAM een consumentenonderzoek om de omzet van hoeveeverkoop na te gaan. Volgens VLAM (2010) besteedde de gemiddelde Vlaamse hoeveekoper in 2009, gemiddeld gezien, een bedrag van 17,2 euro per aankoop en een jaarlijks bedrag van 141 euro. Volgens VLAM (2010) koopt 23% van de Vlaamse gezinnen wel eens hoeveproducten. Vlaanderen telt 2.580.481 huishoudens (ADSEI, 2010). Op basis van deze cijfers krijgen we dan een omzet van 83,7 miljoen euro in Vlaanderen. Volgens de gegevens in Figuur 5 bedraagt de omzet in Vlaanderen 82,5 miljoen euro. Immink & van der Kroon (2006) daarentegen stellen vast dat de gemiddelde besteding per bezoek aan een Nederlandse hoewewinkel ligt op 5 euro tot 10 euro. Dit is beduidend lager dan de bevindingen van VLAM (2010).

De omzet van hoeveeverkoop is in 2009 in Vlaanderen gedaald met 2%, na het uitstekende jaar 2008 toen de omzet met een kwart toenam (VLAM, 2010). De omzetzakking komt vooral op het conto van de aardappelen. Toch worden aardappelen het vaakst gekocht op de hoeve, gevolgd door fruit, groenten en eieren. Het aantal hoeveeverkopers mag dan gedaald zijn (Tabel 1), maar het aantal hoeveekopers is dus gestegen (VLAM, 2010). Hoewel aardappelen het vaakst gekocht worden, kennen ze niet de grootste omzet. Op Vlaams niveau behaalt fruit de grootste omzet (23%), gevolgd door groenten (19%), vlees (18%) en aardappelen (15%) (Figuur 5).

Figuur 5. Hoeveomzet in 2009: aandeel per categorie (België en Vlaanderen)



Bron: VLAM (2010)

⁴ Opbrengst uit verbreding (alle mogelijke takken) ten opzichte van de totale bruto opbrengst (incl. toeslagen); % van bedrijven met verbreding

5.2.2 Winst / verlies

Van Boxtel & Schlaman (2008) halen de variatie in rendement tussen de directe verkopers aan. Onderzoek onder 14 verbredende ondernemers toonde aan dat de winst/het verlies uit de verbrede tak varieerde van - 45.000 euro tot + 110.000 euro per bedrijf. Dit duidt opnieuw op een immense spreiding tussen de verschillende bedrijven. De gemiddelde winst uit directe verkoop bedroeg in dit onderzoek + 15.000 euro. Schoorlemmer et al. (2006b) stellen dat een motivatieverschil tussen de ondernemers om een multifunctionele tak op te pakken medebepalend is voor de variatie in inkomen.

Het starten met hoeveverwerking en/of –verkoop is dus geen garantie voor succes. Immink & van der Kroon (2006) bevestigen dat er ondernemers zijn die ondanks hoeveverkoop toch een negatief inkomen behalen. Deze situatie is niet duurzaam, aangezien ze interen op hun eigen vermogen. Immink & van der Kroon (2006) concluderen dat hoeveverkoop voor veel bedrijven slechts in beperkte mate bijdraagt tot een hoger (gezins)inkomen, maar dat het op individueel niveau (zeer) aantrekkelijk kan zijn. De eigen arbeid wordt dan echter vaak niet in rekening gebracht.

6 Bedrijfseconomische situatie: analyse van hoeveproductie in Vlaanderen

In deel 6 worden de resultaten van de data-analyse gepresenteerd (zie 2). De data van Van de Velde et al. (2005) gelden hierbij als vergelijkingspunt, terwijl de LMN-data uitgebreider weergegeven worden.

6.1 Bruto opbrengst

Tabel 5 geeft, naast de gemiddelde bruto opbrengst tevens een beeld van de spreiding in bruto opbrengst tussen de bedrijven. Uiteraard zullen ook de kosten verschillen tussen de bedrijven. De bruto opbrengst die verkregen wordt uit verbreding, is de eerste indicator voor het al dan niet welslagen van de activiteit.

Volgens Van de Velde et al. (2005) bedraagt de gemiddelde bruto opbrengst van zuivelverwerking 56.489 euro per bedrijf.

Volgens de gegevens van het LMN bedraagt de bruto opbrengst, gemiddeld gezien, ± 38.000 euro. Opvallend is de hoge maximum bruto opbrengst die Van de Velde et al. (2005) in hun onderzoek noteren.

In het LMN zijn de bedrijven met de hoogste bruto opbrengst de grootste verwerkers (hoogste aantal liter verwerkte melk), waardoor het grootte-effect een rol speelt.

Tabel 5. Bruto opbrengst van de zuivelverwerking, minimum, maximum en gemiddelde (€bedrijf)

Boekjaar	Minimum bruto opbrengst (€bedrijf)	Maximum bruto opbrengst (€bedrijf)	Gemiddelde bruto opbrengst (€bedrijf)
2005 (n=7) *	12.428	174.919	56.489
LMN (2007 en 2008) (n=7)	± 10.000	± 80.000	± 38.000

Bron: LMN; * Van de Velde et al. (2005)

Wegens de sterke verbondenheid met de kosten kunnen op basis van de bruto opbrengst geen uitspraken gedaan worden over de rendabiliteit. Hiervoor dienen ook de kosten in rekening genomen te worden.

6.2 Kosten

Boer-burger initiatieven, zoals het exploiteren van een hoevewinkel, gaan gepaard met kosten (in tijd en geld) voor communicatie, transparantie, administratie, preventie, waardering, verzekering en verantwoording (Verschuur, 2009). Het bedrijfseconomische resultaat bestaat dan ook uit het verschil tussen de extra opbrengst en de bijkomende kosten.

Verschuur (2009) stelt dat diversificatieactiviteiten vaak gepaard gaan met het probleem van het beheersen én beheren van de kosten (kosten kennen en doorrekenen in de prijs). Immink & van der Kroon (2006) halen aan dat de eigen arbeid vaak niet in rekening wordt gebracht.

6.2.1 Operationele kosten en bruto saldo

De operationele kosten worden voor het grootste deel bepaald door de aankoop van grondstoffen (vooral via de interne aankoop van melk voor de verwerking). De nutsvoorzieningen, verkoopskosten e.d. vervolledigen de operationele kosten.

Indien de operationele kosten afgetrokken worden van de opbrengsten, verkrijgen we het bruto saldo. Hierbij wordt nog geen rekening gehouden met de structurele kosten waaronder de afschrijvingen.

Tabel 6 geeft een indicatie van de gemiddelde operationele kosten en het gemiddeld bruto saldo.

Het gemiddelde bruto saldo bedraagt volgens Van de Velde et al. (2005) 24.252 euro per bedrijf in 2005. Volgens de gegevens van het LMN bedraagt het gemiddelde bruto saldo per bedrijf ± 15.000 euro. Het verschil tussen Van de Velde et al. (2005) en het LMN wordt voornamelijk veroorzaakt door het verschil in de gemiddelde bruto opbrengst.

Tabel 6. Gemiddelde bruto opbrengst, operationele kosten en bruto saldo (€bedrijf)

Boekjaar	Gemiddelde bruto opbrengst (€bedrijf) (1)	Gemiddelde operationele kosten (€bedrijf) (2)	Gemiddelde bruto saldo (€bedrijf) (1)-(2)
2005 (n=7) *	56.489	32.237	24.252
LMN (2007 en 2008) (n=7)	± 38.000	± 23.000	± 15.000

Bron: LMN; * Van de Velde et al. (2005)

Naast de operationele kosten dienen, voor de volledigheid, ook structurele kosten in rekening gebracht te worden. De afschrijvingen en fictieve intresten bepalen hiervan het overgrote deel. De hoogte van de investeringen hangt mede af van het verkoopskanaal en de moderniteit van het bedrijf.

6.2.2 Afschrijvingen

De gekozen afzetstrategie kan een impact hebben op de opbrengsten (zoals aangetoond in Tabel 3 via de omzet), maar ook op de kosten (investeringen e.d.) (van Boxtel & Schlaman, 2008). De keuze voor bijvoorbeeld een kraampje langs de weg (opbouw kraam, geldkistje) zal gepaard gaan met minder kosten dan die voor een heuse hoevewinkel (winkelruimte, koeling, personeel, marketing, parkeermogelijkheid e.d.). Ook de mogelijkheden van het bedrijf zelf bepalen mede de investeringsbehoefte.

De hoogte van de investering hangt mede af van het type verbreding, het verkoopskanaal en de moderniteit van het bedrijf. Voor het verwerken van producten, zoals melk, dient het gebouw te voldoen aan hygiënische normen. Ook investeringen in het kader van inrichting en materieel zijn typeafhankelijk. Voor het verwerken van producten zijn hoge investeringen vereist. Voor investeringen kan in bepaalde gevallen een beroep gedaan worden op tegemoetkomingen (VLIF e.d.).

Immink & van der Kroon (2006) stellen dat de mate van investeringen in hoeveerverkoop een afspiegeling is van hoe de thuisverkoop gepresenteerd wordt naar de klant. Het betreft dan vooral investeringen in de winkel (winkelruimte, aankleding, koeling e.d.), maar ook in het erf, uithangborden, promotiemateriaal e.d. Het betreft specifieke investeringen die moeilijk voor andere doeleinden kunnen worden aangewend, waardoor ze een indicatie geven over de mogelijkheid om tot de markt van boerderijverkoop toe of uit te treden (Immink & van der Kroon, 2006).

Bedrijfseconomisch gezien geldt niet de investering zelf, maar wordt de jaarlijkse afschrijving ervan in rekening gebracht.

Volgens Van de Velde et al.(2005) bedragen de afschrijvingen, gemiddeld gezien, 5.620 euro per bedrijf. Volgens het LMN bedragen de afschrijvingen en fictieve intresten gemiddeld gezien ± 3.000 euro per bedrijf.

Opvallend is de spreiding tussen de verschillende bedrijven die het minimum en maximum bepalen. De mogelijkheid bestaat dat de bedrijven met weinig kosten verbonden aan afschrijvingen recent weinig tot niet geïnvesteerd hebben of dat investeringen niet vereist waren en/of dat hun investeringsmiddelen reeds afgeschreven zijn. Mogelijk is deze kostenpost niet volledig correct ingevuld, waardoor er sprake is van een onderschatting van de kosten verbonden aan afschrijvingen en fictieve intresten.

Tabel 7. Afschrijvingen, minimum, maximum en gemiddelde (€bedrijf)

Boekjaar	Minimum afschrijvingen (€bedrijf)	Maximum afschrijvingen (€bedrijf)	Gemiddelde afschrijvingen (€bedrijf)
2005 (n=7) *	1.058	13.428	5.620
LMN (2007 en 2008) (n=7)	± 25	± 10.000	± 3.000

Bron: LMN; * Van de Velde et al. (2005)

Van de Velde et al. (2005) berekenen uitgaande van het bruto saldo, de afschrijvingen en belastingen en subsidies de factor opbrengst (zie Bijlage 1). In het LMN beschikken we niet over gegevens inzake de belastingen. De gegevens die verderop weergegeven worden, zijn dus niet meer volledig met elkaar te vergelijken.

Van de factor opbrengst worden vervolgens de betaalde lonen en de betaalde pacht (zal nihil zijn) en betaalde intrest in mindering gebracht om te komen tot het bedrijfsinkomen. Dit weerspiegelt het inkomen van de hoevezuivelaar indien alle externe kosten werden vergoed. Hierdoor is het een vergoeding voor alle productiefactoren die in eigendom zijn van de bedrijfsleider.

Op basis van de gegevens in het LMN zijn we niet in staat het bedrijfsinkomen (BI) te bepalen volgens de methode van Van de Velde et al. (2005). Wel kunnen we het familiaal arbeidsinkomen (FAI) berekenen, als het verschil tussen de opbrengsten en alle kosten (behalve het toegerekend loon van de familiale arbeidskrachten). Het familiaal arbeidsinkomen komt dus overeen met de vergoeding voor alle familiale arbeid (zie Bijlage 2).

6.3 Rendabiliteitscriteria

6.3.1 Bedrijfsinkomen en familiaal arbeidsinkomen

Het bedrijfsinkomen geeft het inkomen weer nadat alle externe kosten vergoed zijn. Hierdoor is het bedrijfsinkomen eigenlijk een vergoeding voor alle factoren die in eigendom zijn van de bedrijfsleider (grond, kapitaal, eigen arbeid). Het familiale arbeidsinkomen komt overeen met de vergoeding voor alle familiale arbeid.

Het verschil tussen het bedrijfsinkomen en het FAI zit in de betaalde intresten, de belastingen en subsidies, die niet in rekening gebracht zijn voor het FAI, én de aangerekende intresten, die niet in rekening gebracht zijn voor het bedrijfsinkomen.

Volgens de gegevens van Van de Velde et al. (2005) bedraagt het gemiddelde bedrijfsinkomen van een hoevezuivelaar 15.715 euro per bedrijf. Volgens het LMN komt het familiale arbeidsinkomen neer op ± 9.000 euro per bedrijf. Ook hier opnieuw een opvallende spreiding tussen de bedrijven. Deze spreiding kan liggen aan een grootte-effect (verwerkte hoeveelheid melk) of aan de productkeuze.

Tabel 8. Bedrijfsinkomen (BI) of familiaal arbeidsinkomen (FAI), minimum, maximum en gemiddelde (€bedrijf)

Boekjaar	Minimum BI of FAI (€bedrijf)	Maximum BI of FAI (€bedrijf)	Gemiddelde BI of FAI (€bedrijf)
2005 (n=7): BI *	890	38.953	15.715
LMN (2007 en 2008): FAI (n=7)	± 1.000	± 20.000	± 9.000

Bron: LMN; * Van de Velde et al. (2005)

Indien van het familiale arbeidsinkomen de vergoeding voor familiale arbeid (fictief loon) in mindering gebracht worden, ontstaat het netto bedrijfsresultaat. Dit netto bedrijfsresultaat vertegenwoordigt het verschil tussen de totale opbrengsten en kosten en geeft aan in welke mate de totale opbrengsten voldoende zijn om alle kosten te dekken, waardoor het duidt op winst (indien >0) of verlies (indien <0).

6.3.2 Netto bedrijfsresultaat

Het netto bedrijfsresultaat geeft aan of alle factoren een ‘normale’ vergoeding kunnen krijgen. Alle kosten (werkelijke en aangerekende) zijn dus in beschouwing genomen bij het netto bedrijfsresultaat. Ook in een vergoeding voor eigen arbeid (fictief loon) is voorzien.

6.3.2.1 Indicatie van de kost verbonden aan eigen arbeid: fictief loon

De vereiste arbeid is sterk verschillend tussen verschillende verbrede activiteiten. Van de Velde et al. (2005) melden het opvallend hoge aandeel familiale arbeid ten opzichte van het aandeel betaalde arbeid. Ook op het vlak van zuivelverwerking valt op dat het merendeel van de arbeid verricht wordt door het gezin.

Volgens de gegevens uit het LMN wordt, gemiddeld gezien, ongeveer 1.500 uur per bedrijf gespendeerd aan de zuivelverwerking en –verkoop. Het betreft vooral familiale arbeid, waarbij de partner van de bedrijfsleider het grootste deel voor rekening neemt. De gemiddelde arbeidsbehoefte voor het verwerken van melk is, gemiddeld gezien, hoog (gemiddeld aantal gewerkte uren van een voltijdse werknemer in loondienst bedraagt ± 1.800 uur per jaar). De arbeidsbehoefte is, naast de omvang van de neventak, mede afhankelijk van het productassortiment.

Deze indicatie van het aantal gewerkte uren door familiale arbeidskrachten, geeft aanleiding tot een vergoeding voor de familiale arbeid, het fictief loon. Op basis van de gewerkte uren en de minimumlonen (zoals bepaald door het Nationaal Paritair Comité voor de land- en tuinbouw) die verhoogd worden met de sociale lasten, worden de toegerekende lonen berekend. Op basis van de gegevens uit het LMN bedraagt het fictief loon ± 21.000 euro per bedrijf.

Op basis van het familiale arbeidsinkomen en het fictief loon kan het netto bedrijfsresultaat (NBR) berekend worden. Dit geeft aan of alle kosten (ook alle toegerekende kosten) een vergoeding krijgen en dus of er sprake is van winst of verlies.

6.3.2.2 Netto bedrijfsresultaat

Op basis van Tabel 9 kan besloten worden dat het netto bedrijfsresultaat, gemiddeld gezien, onvoldoende is om alle kosten te dekken. Het netto bedrijfsresultaat bedraagt ongeveer - 12.000 euro per bedrijf.

Van de Velde et al. (2005) geven geen exacte bedragen mee in hun studie, hoewel de getoonde bedragen in dezelfde richting gaan.

Tabel 9. Netto bedrijfsresultaat (NBR), minimum, maximum en gemiddelde (€bedrijf)

Boekjaar	Minimum NBR (€bedrijf)	Maximum NBR (€bedrijf)	Gemiddeld NBR (€bedrijf)
2005 (n=7) *	<0	>0	<0
LMN (2007 en 2008) (n=7)	$\pm - 23.500$	$\pm - 4.500$	$\pm - 12.000$

Bron: LMN; * Van de Velde et al. (2005)

De gegevens tonen aan dat het fictief loon een aanzienlijke kostenpost is voor de hoevezuivelaars.

Gemiddeld gezien behalen de hoevezuivelaars een positief familiaal arbeidsinkomen, wat betekent dat alle kosten (met uitzondering van toegerekende kosten voor familiale arbeid) vergoed kunnen worden. In de praktijk wordt met het fictief loon echter weinig rekening gehouden, waardoor het familiale arbeidsinkomen een belangrijke indicator is. Indien het fictief loon eveneens in beschouwing wordt genomen, leidt dit tot een gemiddeld netto bedrijfsresultaat van ± -12.000 euro per bedrijf. Dit betekent dat niet alle kosten een vergoeding krijgen. In de praktijk komt het erop neer dat de familiale arbeid niet volledig gecompenseerd wordt.

6.4 Belang van de zuivelverwerking in het bedrijf

6.4.1 Belang van de zuivelverwerking als percentage van de opbrengst

Uit de LMN-data kan op basis van de totale opbrengst (exclusief premies) van het volledige bedrijf en de opbrengst van de zuivelverwerking het belang van de zuivelverwerking bepaald worden. Het gemiddelde belang van de zuivelverwerking in het bedrijf bedraagt 20%.

Tabel 10. Weergave van het belang van de zuivelverwerking in het totaal van het bedrijf (op basis van de opbrengst exclusief premies).

Boekjaar	Minimum belang van de zuivelverwerking (%)	Maximum belang van de zuivelverwerking (%)	Gemiddeld belang van de zuivelverwerking (%)
LMN (2007 en 2008) (n=7)	5	38	20

Bron: LMN

6.4.2 Belang van de zuivelverwerking in liters verwerkte melk

Het belang van de zuivelverwerking is mede afhankelijk van het aandeel liters melk dat verwerkt wordt. Tabel 11 geeft aan dat, gemiddeld gezien, ongeveer 17% van de geproduceerde melk verwerkt wordt door de hoevezuivelaars. Wegens de relatief hoge opbrengst (in euro per liter) is het aandeel melk dat verwerkt wordt lager dan het belang van de zuivelverwerking in het volledige bedrijf.

Tabel 11. Weergave van het aandeel liters melk dat verwerkt wordt (ten opzichte van het geproduceerde aantal liters)

Boekjaar	Minimum aandeel (%)	Maximum aandeel (%)	Gemiddeld aandeel (%)
LMN (2007 en 2008) (n=7)	3	40	17

Bron: LMN

Voor de volledigheid geven we hier tevens de gemiddelde verwerkte hoeveelheid melk mee. Tabel 12 toont aan dat gemiddeld \pm 61.000 liter melk wordt verwerkt.

Tabel 12. Weergave van het aantal liters melk dat verwerkt wordt, minimum, maximum en gemiddelde (l)

Boekjaar	Minimum verwerkte hoeveelheid melk (l)	Maximum verwerkte hoeveelheid melk (l)	Gemiddeld verwerkte hoeveelheid melk (l)
LMN (2007 en 2008) (n=7)	2.300	190.000	61.000

Bron: LMN

6.5 Conclusie: rendabiliteit van zuivelverwerking

Deze resultaten betreffen een eerste analyse van de beschikbare data inzake zuivelverwerking binnen het LMN. Op basis hiervan kan het boekhoudpakket aangevuld en verbeterd worden en kunnen de resultaten met de desbetreffende boekhouders besproken worden.

De aanpassingen aan het boekhoudpakket nemen enige tijd in beslag. De eerste verbeterpunten zullen zichtbaar zijn vanaf boekjaar 2010, waarvan de gegevens eind 2011 te onzer beschikking komen. Het aantal bedrijven met zuivelverwerking binnen het LMN is vrij laag vanwege het belang van de representativiteit voor de Vlaamse landbouw.

De resultaten tonen aan dat er grote verschillen in de rentabiliteitscriteria te vinden zijn tussen de bedrijven. Dit is te verklaren door de hoeveelheid verwerkte melk, maar vooral de productkeuze (boter, karnemelk, ijs e.d.). De hier getoonde resultaten zijn dus niet te veralgemenen.

De zuivelverwerking heeft, gemiddeld gezien, een belang (op basis van de opbrengsten) van ongeveer 20% in het volledige bedrijf, waarbij de hoevezuivelaars ongeveer 17% van de geproduceerde hoeveelheid melk verwerken.

Op basis van de data in het LMN kan besloten worden dat de verwerkers, gemiddeld gezien, een positief familiale arbeidsinkomen behalen voor hun zuivelverwerking. Dit betekent dat alle externe kosten vergoed zijn. Volgens het LMN bedraagt het familiale arbeidsinkomen van de zuivelverwerking ongeveer 9.000 euro.

De zuivelverwerking vraagt veel arbeid, die naar alle waarschijnlijkheid vooral aan de verkoop toe te wijzen is. Hierdoor betreft het fictief loon een aanzienlijk bedrag. Indien dit fictief loon afgetrokken wordt van het familiale arbeidsinkomen, wordt het netto bedrijfsresultaat berekend. Dit is, gemiddeld gezien, negatief, wat betekent dat de eigen arbeid (bedrijfsleider, partner en overige gezinsleden) niet vergoed kan worden. Volgens het LMN bedraagt het NBR \pm - 12.000 euro.

In de economische sectoren staat een correcte vergoeding tegenover arbeid (ook familiale), terwijl dit in de landbouwsector niet steeds het geval is. Toch zouden ook de hoevezuivelaars zich bewust moeten zijn van de impact die arbeid, via het fictief loon, heeft op de rentabiliteit van de neventak. Dit is een belangrijk aandachtspunt voor de sector. Ook de productkeuze heeft een grote impact op de rentabiliteit.

Referenties

Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) (2009) *Landbouwenquête 2009, voorlopige resultaten*.

<http://statbel.fgov.be>.

Berkhout P. & van Bruchem C. (red.) (2009) *Landbouw-Economisch Bericht 2009*, LEI, Den Haag.

Cazaux G. (2010) *Korte keten initiatieven in Vlaanderen – Een inventaris*, Intern document, Beleidsdomein Landbouw en Visserij, afdeling Monitoring en Studie (AMS), Brussel.

Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2010) *StatLine databank*.

<http://statline.cbs.nl>.

Coulier (2009). *Rentabiliteitsrapport Land- en tuinbouw 2008*, Beleidsdomein Landbouw en Visserij, afdeling Monitoring en Studie, Brussel.

Departement Landbouw en Visserij (2006) *Programma voor plattelandontwikkeling Vlaanderen (2007 – 2013)*.

http://lv.vlaanderen.be/nlapps/data/docattachments/pdpo2_integraal.pdf.

Federale Overheidsdienst (FOD) Economie, KMO, Middenstand en Energie (2005) *Een nieuw tijdperk voor de ambulante activiteiten. De wet van 4 juli 2005*, Brochure, FOD Economie, Brussel.

Federale Overheidsdienst (FOD) Economie, KMO, Middenstand en Energie. Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) *Landbouwtelling*, meerdere jaargangen, Brussel.

Immink V. & van der Kroon S. (2006) *Wat je vers haalt is lekker. Thuisverkoop op het platteland*, Rapport 227, Wetenschapswinkel Wageningen Universiteit, Wageningen.

Kambara K.M. & Shelley C.L. (2002) *The California agricultural direct marketing study. California institute for rural studies*.

<http://www.ams.usda.gov/directmarketing/CIRSDMReport.pdf>.

LNV (2005) *Perspectieven voor de agrarische sector in Nederland. Achtergrondrapport bij 'Kiezen voor landbouw'*, LNV, Den Haag.

http://www.minlnv.nl/portal/page?_pageid=116,1640321&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_file_id=14156.

Nationaal Paritair Comité voor land- en tuinbouw. CAO.

OECD (2001) *Multifunctionality. Towards an analytic framework*, OECD, Parijs.

Peeters K. (2009) *Beleidsnota Landbouw, Visserij en Plattelandsbeleid 2009-2014*, minister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Economie, Buitenlands Beleid, Landbouw en Plattelandsbeleid, Vlaams Parlement, Stuk 196 (2009-2010) – Nr. 1, 26 oktober 2009.

Provincie Antwerpen (2009) *Beleidsnota: streekgebonden producten in de provincie Antwerpen*, Provincie Antwerpen, Departement Welzijn, Economie en Plattelandsbeleid, Antwerpen.

Roest A., Oltmer K., Venema G., Jager J., Schoorlemmer H., Goossens V., Dekking A., Kamstra J-H. & Visser A. (2009) *Kijk op multifunctionele landbouw, omzet en impact. Achtergronddocument*, Rapport 2009-041, LEI, Den Haag.

Schoorlemmer H., Migchels G. & Venema G. (2006a) *Meer dan landbouw: kansen voor verbreding*. Brochure, Praktijkonderzoek Plant & Omgeving (PPO), Wageningen.

Schoorlemmer H.B., Munneke F.J. & Braker M.J.E. (2006b) *Potenties van multifunctionele landbouw*, Praktijkonderzoek Plant & Omgeving (PPO), Wageningen.

Steunpunt Hoeveproductie (2010) Persoonlijke mededeling op 09/04/2010.

Van Boxtel M. & Schlaman G. reds. (2008) *Handboek directe verkoop van boerderijproducten. Inspiratie voor boeren en tuinders over directe verkoop van boerderijproducten via de boerderijwinkel, boerenmarkt, webwinkel, abonnementen en andere verkoopsystemen*, Stichting Biologica, Utrecht.

Van Broekhoven E., Somers L. & Tacquenier B. (2010) *Overzicht van de boekhoudkundige resultaten van 767 land- en tuinbouwbedrijven Boekjaar 2008 Landbouwmonitoringsnetwerk*, Beleidsdomein Landbouw en Visserij, afdeling Monitoring en Studie, Brussel.

Van Broekhuizen R. & Tacken G. (2004) *Koepelproject kennisontwikkeling streekgebonden productie en vermarkting* (ACB/ACD 03.045), Bijlage 1: quick scan huidige situatie en ontwikkelingspotentieel.

Van den Ham A. & Ypma M.E. (2000) *Verbreding op landbouwbedrijven – Met visie en creatieve vasthoudendheid naar succes*, LEI, Den Haag.

Van de Velde L., Calus M., Lecoutere E., Vanslebrouck I. & Mettepenningen E. (2005) *Landbouwverbreding in West-Vlaanderen*, Onderzoek in opdracht van Provincie West-Vlaanderen, Ugent, Gent.

Van Huylenbroeck G., Reymen D., Vandermeulen V., Van Dingenen K., Verspecht A & Vuylsteke A. (2007a) *Toestandsrapport voor verbrede landbouw. Analyse van de beschikbare informatie inzake de verschillende groepen verbrede landbouwactiviteiten*, Universiteit Gent en Idea Consult, Brussel.

Van Huylenbroeck G., Vandermeulen V., Mettepenningen E. & Verspecht A. (2007b) *Multifunctionality of agriculture: a review of definitions, evidence and instruments*, Living reviews in landscape research, 1 (3). <http://landscaperesearch.livingreviews.org/Articles/lrlr-2007-3/download/lrlr-2007-3Color.pdf>.

Van Huylenbroeck G., Van Hecke E., Meert H., Vandermeulen V., Verspecht A., Vernimmen T., Boulanger A. & Luyten S. (2005) *Overlevingsstrategieën voor multifunctionele landbouw in verstedelijkte gebieden. Plan voor wetenschappelijke ondersteuning van een beleid gericht op duurzame ontwikkeling. Deel 1: duurzame productie- en consumptiepatronen*, Federaal wetenschapsbeleid, Brussel.

Van Zeebroeck M., Carels K., Samborski V. & Danckaert S. (2009) *Programma voor plattelandontwikkeling Vlaanderen, 2007 – 2013. Jaarverslag 2008*, Beleidsdomein Landbouw en Visserij, afdeling Monitoring en Studie (AMS), Brussel.

Venema G., Jager J., Doorneweert B. & van der Klooster A. (2006) *Verbreding onder de loep. Monitoring economische positie van agrarische bedrijven met verbreding in recreatie, huisverkoop en zorg*, LEI, Den Haag.

Venema G., Doorneweert B., Oltmer K., Dolman M., Breukers A., van Staalduinen L., Roest A. & Dekking A. (2009) *Wat noemen we verbrede landbouw? Verkenning van definities en informatiebehoeften*, LEI, Den Haag.

Verschuur G. (2009) *De bedrijfseconomische betekenis van boer-burger initiatieven*, Taskforce Multifunctionele Landbouw, Amersfoort.

Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) (2010) *Hoeveverkoop 2009 – Back to basics heeft positief effect op de hoeveverkoop*, Onderzoek uitgevoerd door GfK Panel Services Benelux.
<http://www.vlam.be>.

Vlaams Landbouwinvesteringsfonds (VLIF) (2009) *VLIF Activiteitenverslag 2008*, Agentschap Landbouw en Visserij, afdeling Structuur en Investerings (SI), Brussel.

Vlaamse Overheid, Afdeling Communicatie (2009) *De Vlaamse Regering 2009-2014. Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden. Voor een vernieuwende, duurzame en warme samenleving*, Brussel.

Vrijens C., Carels K. & Van Gijsegem D. (2005) *Landbouw en ruimte in Vlaanderen: een verkennende analyse*, Beleidsdomein Landbouw en Visserij, afdeling Monitoring en Studie (AMS), Brussel.

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

<http://statline.cbs.nl>

<http://www.steunpunthoeveproducten.be>

<http://www.fermweb.be>

<http://www.hoeveproducten.be>

<http://www.multifunctionelelandbouw.nl>

<http://www.platteland-stad.be/Boerenmarkten>

<http://www.streekproduct.be>

<http://www.verbredelandbouw.info>

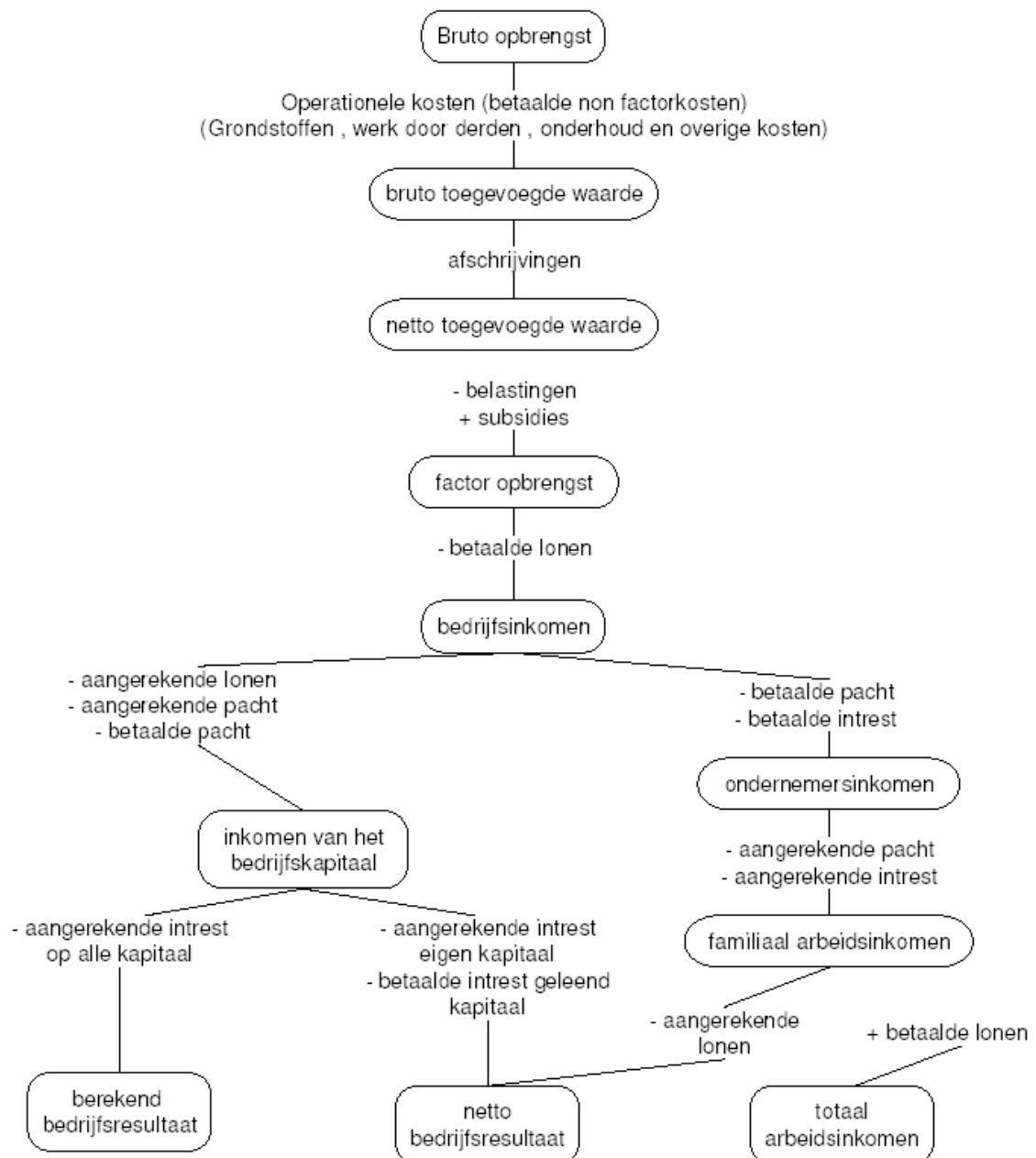
Lijst van tabellen, figuren en afkortingen

Tabel 1. Aantal Vlaamse land- en tuinbouwbedrijven met ambachtelijke activiteiten en verwerking van hoeveproducten	20
Tabel 2. Aantal hoeveproducenten per tak en per Vlaamse provincie, volgens het FAVV en het Steunpunt Hoeveproducten (situatie op 9/04/2010).....	21
Tabel 3. Geraamde omzet per bedrijf in functie van het afzetkanaal.....	22
Tabel 4. Aantal landbouwbedrijven in Nederland met verkoop aan huis en verwerking van landbouwproducten, incl. aandeel van verbreding in de opbrengst	23
Tabel 5. Bruto opbrengst van de zuivelverwerking, minimum, maximum en gemiddelde (€bedrijf)	25
Tabel 6. Gemiddelde bruto opbrengst, operationele kosten en bruto saldo (€bedrijf).....	26
Tabel 7. Afschrijvingen, minimum, maximum en gemiddelde (€bedrijf)	27
Tabel 8. Bedrijfsinkomen (BI) of familiaal arbeidsinkomen (FAI), minimum, maximum en gemiddelde (€bedrijf).....	28
Tabel 9. Netto bedrijfsresultaat (NBR), minimum, maximum en gemiddelde (€bedrijf).....	29
Tabel 10. Weergave van het belang van de zuivelverwerking in het totaal van het bedrijf (op basis van de opbrengst exclusief premies).	30
Tabel 11. Weergave van het aandeel liters melk dat verwerkt wordt (ten opzichte van het geproduceerde aantal liters)	30
Tabel 12. Weergave van het aantal liters melk dat verwerkt wordt, minimum, maximum en gemiddelde (l)	30

Figuur 1. Overzicht multifunctionele, diversifiërende, verbrede en verdiepte landbouw volgens Van Huylenbroeck et al. (2007a).....	10
Figuur 2. De kans op multifunctionele activiteiten in relatie tot de afstand tot de stad.....	14
Figuur 3. Evolutie van het consumentenprofiel van hoevekopers in België.....	16
Figuur 4. Weergave van het aantal Nederlandse agrarische bedrijven met nevenactiviteiten.	19
Figuur 5. Hoeveomzet in 2009: aandeel per categorie (België en Vlaanderen)	23

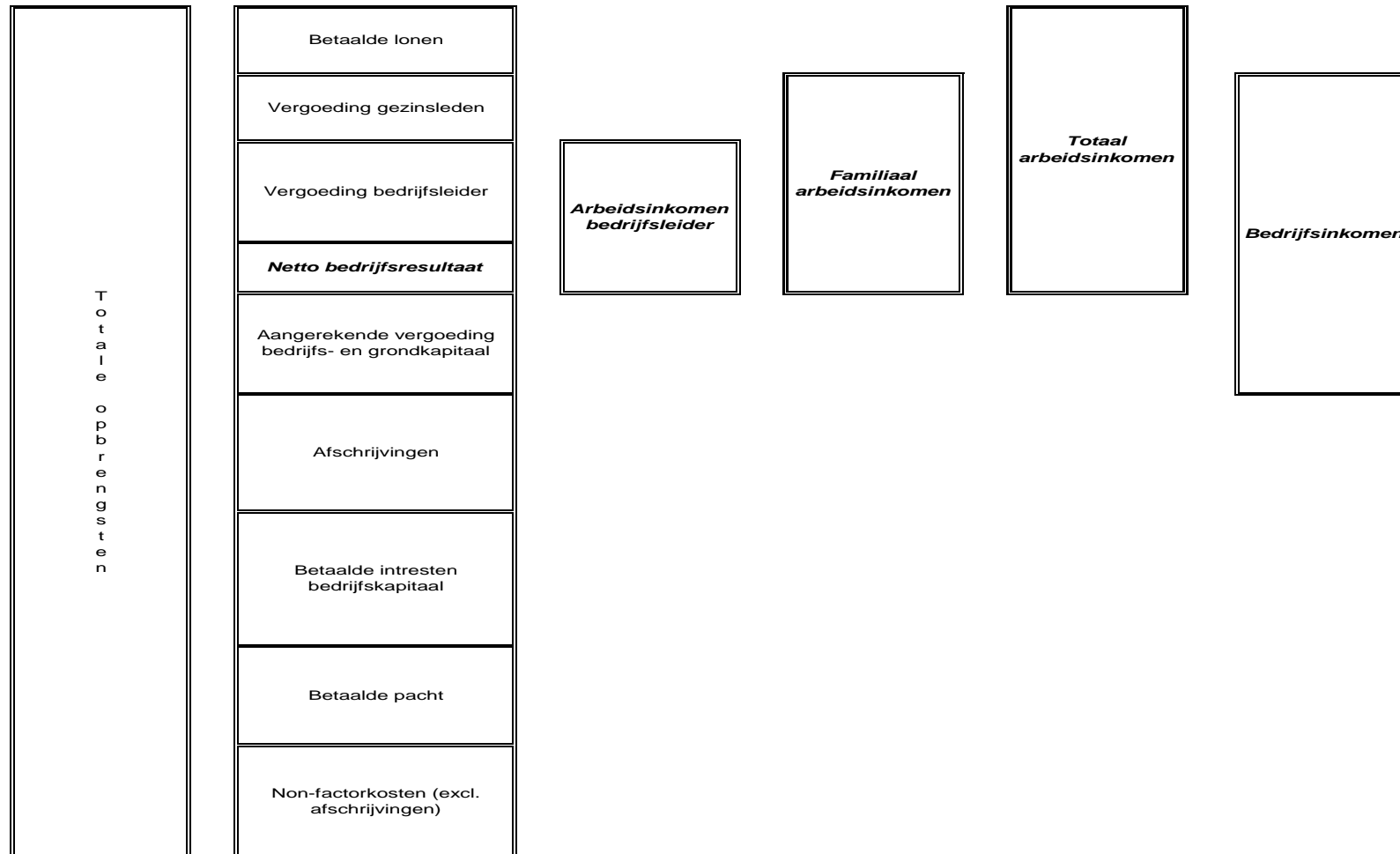
ADSEI	Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (Federale Overheidsdienst Economie)
AMS	afdeling Monitoring en Studie
BI	bedrijfsinkomen
CAO	collectieve arbeidsovereenkomst
excl.	exclusief
FADN	Farm Accountancy Data Network
FAI	Familiaal arbeidsinkomen
gem.	gemiddelde
ha	hectare
ILB	Informatienetwerk Landbouwboekhoudingen
incl.	inclusief
kg	kilogram
l	liter
LMN	Landbouwmonitoringsnetwerk
NBR	Netto bedrijfsresultaat
opp.	oppervlakte
u	uur
UGent	Universiteit Gent

BIJLAGE 1: overzicht van de rentabiliteitscriteria volgens Van de Velde et al. (2005)



Bron: Van de Velde et al. (2005)

BIJLAGE 2: overzicht van de rentabiliteitscriteria volgens Coulier (2009)



Bron: Coulier (2009)

