

Koffie uit Congo scoort op beurs

Drie koffiecoöperaties uit DR Congo bezochten in juni de koffiebeurs World of Coffee in Amsterdam. „We hebben ons te lang laten overrulen door opkopers. Nu hebben we rechtstreeks contact en kunnen we goede zaken doen”, concludeert Gilbert Makelele van koffiecoöperatie CPNCK.



6



Jonge boeren op studietoer door Nederland

Negen jonge boeren uit verschillende landen toerden in oktober door Nederland. Ze bezochten diverse bedrijven en spraken met politici.

2



Met heldere statuten wordt besturen beter

Ankie Wijnen hielp coöperatie Ruihuang in China bij het herschrijven van de statuten. „Zeer nuttig advies”, vond voorzitter Zhong.

5



„Positie vrouw verbeteren is mijn passie”

Willemien Koning hield in oktober een speech voor de VN in New York. „Ik hoop dat mijn speech mensen echt heeft geraakt.”

9



„Verbeter iedere dag 1 procent om doel te halen”

Agripoolers Johan Jansen en Tom Scholten gaven tips aan de leiding van een theefabriek in Nepal, om haar doelen te bereiken.

10

Enza Zaden geeft technisch advies in Nepal

In het district Makawanpur in Nepal geven coöperaties vorm aan hun eigen toekomst. Na een succesvolle pilot hebben Enza Zaden en Agriterra hun samenwerking uitgebreid. Boerenorganisaties worden verder ondersteund bij de productie en marketing van zaden. Het contract werd op 23 augustus ondertekend.

De eerste overeenkomst tussen Enza en Agriterra kwam in 2016 tot stand. Enza verleende technische assistentie aan leden van coöperatie DACU Makawanpur bij het verbeteren van de zaadproductie. Dat betrof kwaliteit en kwantiteit, goede vermeerdering en selectie. Het doel was de lokale variëteiten te verbeteren van hete pepers in Bajrabarahi, mosterd in Namtar Laliguras en bonen in Cogane.

Alle drie deelnemers aan de pilot hebben hun variëteiten fors verbeterd.

Het zadenbedrijf uit Enkhuizen bezocht Nepal tijdens een aantal cruciale momenten van zaadproductie met als gevolg uit-

stekende resultaten in de afgelopen twee jaar. Alle drie de coöperaties die deelnamen aan de pilot hebben hun variëteiten fors verbeterd: de opbrengsten van de gewassen zijn hoger, de vruchten zijn uniformer van grootte en hebben een mooiere vorm. Door de adviezen van Enza begrijpen de Nepalese boeren ook beter hoe de basis van zaadpropagatie werkt. Dit geeft hen een concurrentievoordeel.

Vruchtbare toekomst

De toekomst ziet er goed uit: de zaden die dit jaar uit de geselecteerde planten zijn geoogst, worden gebruikt voor de productie van elitezaad en ook voor de productie van commercieel zaad. Het eerste commerciële zaad is in oktober van dit jaar beschikbaar en zal in 2019 te koop zijn.



Cees van Rij (Agriterra) en Joep van Balen (Enza Zaden) ondertekenen de samenwerkingsovereenkomst.

Enza en Agriterra tillen nu het project naar een nog hoger niveau; na de opstartfase is dit het moment om op te schalen. De verbeterde lokale variëteiten worden verwerkt, verpakt en op de markt gebracht in heel Nepal. Dit opschalen verbetert het inkomen van de boeren én van de boeren die de zaden gebruiken.

Daarnaast zijn er meer positieve ontwikkelingen. Door goed technisch advies hebben de variëteiten een betere weerstand tegen ziekten en plagen. Daardoor zijn er minder chemicaliën nodig, wat zorgt voor gezondere voeding en betere arbeidsomstandigheden voor de boeren.

Krachtenbundeling vastleggen in samenwerkingsovereenkomsten



Agriterra sluit regelmatig samenwerkingsovereenkomsten af. De ene keer is dat met een bedrijf of organisatie uit Nederland, de andere keer met een coöperatie of een overheidsinstantie in het buitenland. Op deze pagina lichten we een aantal van deze samenwerkingen uit.

Rabo Partnerships

Kees Blokland, Managing Director Agriterra, en Marianne Schoemaker, Directeur Rabo Partnerships, tekenden op 14 augustus een samenwerkingsovereenkomst. Met deze strategische samenwerking bundelen beide organisaties hun krachten voor de verdere professionalisering en modernisering van agrarische en financiële coöperaties in Afrika, Azië, Latijns-Amerika en voormalig Oost-Europa. Met de samenwerking bieden Rabo Partnerships en Agriterra een completer pakket aan diensten aan voor de ontwikkeling van moderne, marktgerichte agrarische coöperaties in opkomende markten en coöperatieve financiële instellingen met een focus op agribanking. Naar verwachting zal de samenwerking leiden tot een grotere inzet van Agripool-experts van de Rabobank die hun kennis en experti-

se inzetten voor internationale projecten van Agriterra.

Tanzania

Agriterra en TCDC (Tanzania Cooperative Development Commission) ondertekenden begin augustus een overeenkomst om samen te werken bij het versterken en professionaliseren van landbouwcoöperaties in Tanzania. Momenteel werkt Agriterra Tanzania samen met boerencoöperaties in cashew, rijst, maïs en koffie ter ondersteuning van hun bedrijfsontwikkeling. Daarnaast ondersteunt Agriterra spaar- en kredietcoöperaties, met als doel de toegang van boeren tot financiering te verbeteren. Tanzania is een verre van eenvoudig land om met coöperaties te werken. Grote uitdagingen zijn het ontbreken van ondernemerschap en het soms grillige overheidsbeleid. Toch heeft Tanzania een groot agrarisch potentieel en is een echt coöperatief land. Zodoende kunnen coöperaties een belangrijke rol spelen in de hervorming en verbetering van de landbouweconomie.

Colofon

Agrimondiaal is een uitgave van Agriterra en verschijnt als bijlage bij de landelijke uitgave van Nieuwe Oogst.

www.agriterra.org
communicatie@agriterra.org

Concept en fotografie: Agriterra
Eindredactie: Nieuwe Oogst
Vormgeving: Content Innovators
Druk: Rodi Rotatiedruk

Met medewerking van: Walter Hobelman, Robert Sillevius en Gea Helms

Overname is toegestaan na toestemming van Agriterra en onder vermelding van de bron.

© Agriterra
Arnhem,
november 2018

Marianne Schoemaker en Kees Blokland bezegelden op 14 augustus de strategische samenwerking tussen Agriterra en Rabobank.

IN MEMORIAM

Anton van Vilsteren

* 27 oktober 1953 † 5 oktober 2018

Ons bereikte het trieste nieuws dat op 64-jarige leeftijd Anton van Vilsteren is overleden. Anton was sinds 2013 een actief Agripooler en hij is voor Agriterra op reis geweest naar China, de Filipijnen, Myanmar en Nepal. Op zijn rouwkaart staat de tekst: 'Als polderjongen geboren heeft hij vele stippen op de kaart gezet en is nu voor de laatste keer thuisgekomen.'

Dat is precies hoe Agriterra zich hem herinnert. Sommige mensen leven en laten een onuitwisbare en inspirerende indruk achter die de achterblijvers verder helpt in de rest van hun leven. Anton was zo'n man. De medewerkers die met hem op stap mochten, waren stuk voor stuk onder de indruk van hem als mens en als deskundige op velerlei terrein. Hij heeft bij de coöperaties die hij heeft bezocht,



zijn sporen nagelaten door hen te adviseren en uit te dagen. Het overlijden van Anton is voor het bestuur, management en staf van Agriterra een groot verlies. Wij zijn hem dankbaar voor zijn inzet en wensen zijn nabestaanden veel sterkte toe. We hopen dat zij uit de herinneringen aan hem kracht putten om verder te gaan.

Jonge boeren op studietoer in Nederland

Negen jonge boeren uit verschillende landen kwamen in oktober naar Nederland om een studietoer te volgen. Een week lang maakten ze kennis met de Nederlandse landbouw.

Ze bezochten diverse boerderijen en bedrijven, volgden een masterclass 'Youth Leadership' en gingen in gesprek met politici uit Den Haag. Wat ze gezien en geleerd hebben, kunnen ze in hun eigen

land overbrengen aan andere jonge boeren.

Bekijk het filmpje over deze studietoer op het YouTube-kanaal van Agriterra: bit.ly/jonge-boereninNederland



In het suikerbietenveld tijdens een boerderijbezoek.

Een nieuwe generatie koffieboeren

De Kibinge Coffee Farmers' Cooperative Society (KCFCS) in Oeganda werd geconfronteerd met het probleem dat boeren minder productief zijn naarmate ze ouder worden. De coöperatie bedacht daarom een nieuwe vorm van dienstverlening: landbeheer.

De bevolking van Oeganda bestaat uit meer dan 44 miljoen mensen en is een van de jongste ter wereld: 77 procent is jonger is dan 30 jaar. Er zijn momenteel maar liefst ruim 7,3 miljoen jongeren in de leeftijdsgroep van 15 tot 24 jaar. Van deze groep is naar schatting 83 procent werkloos. De komende jaren moeten daarom veel banen worden gecreëerd.

Naarmate Oegandese boeren ouder worden, worden ze minder productief. Sommigen huren arbeiders in om hun velden te beheren, maar meestal valt het voor boeren niet mee om mensen van buiten goed aan te sturen, waardoor de productie achterblijft bij de verwachtingen. KCFCS bedacht daarom een nieuwe vorm van dienstverlening. Via landbeheer worden leden van de jongerenraad van de coöperatie ingezet voor het beheer van de koffieplantages. Zij leren hoe ze de koffiepercelen het beste kunnen onderhouden en krijgen geleidelijk meer verantwoordelijkheden over de plantages. De dienst is alleen toegankelijk voor leden van KCFCS.

Iedereen profiteert: de jeugd, de coöperatie en de landeigenaren

Omdat koffie een meerjarig gewas is, is er een langetermijnverbintenis nodig om een productieve plantage op te bouwen. De coöperatie sluit daarom contracten af voor minimaal vijf jaar. Alle tijdens het beheer door de coöperatie gemaakte kosten worden verrekend in het ver-



Het bord dat aangeeft dat dit veld onder beheer is van de coöperatie.

koopseizoen. De coöperatie verzamelt gegevens over de percelen en weet zo precies wat het potentieel is van elk individueel perceel. Hierdoor kan de coöperatie de leden voorschotten geven, zonder al te veel risico te lopen dat ze deze niet terugkrijgen.

Een voorbeeld

Salim Senyange is boer en heeft 20 hectare grond, waarvan hij 12 hectare gebruikt voor de koffieproductie. Zijn kinderen studeren in de stad en hebben tot nu toe niet veel interesse getoond in de boerderij. Om zijn totale productiviteit te verhogen, besloot Senyange om 3,5 hectare van zijn koffieplantages toe te wijzen aan het landbouwbeheer van de coöperatie. Voorheen beheerde hij dit deel van zijn boerderij nauwelijks en produceerde hij 30 zakken (elk 70 kilo) koffie per jaar. Dit jaar zijn op deze 3,5 hectare maar liefst 120 zakken koffie geproduceerd. Onproductieve planten zijn ge-

snoeid of vervangen. Daarnaast is het onkruid verwijderd, wordt er kunstmest gebruikt en vindt er regelmatig inspectie plaats.

Gegevens verzamelen

Kan deze productiviteitsstijging volledig worden toegeschreven aan het uitstekende landbouwbeheer door de jongeren? „We kunnen voorkomen dat boeren hun producten eigenhandig gaan verkopen, omdat we veel gegevens verzamelen over de boerderijen die we beheren, zoals het aantal planten en de hoeveelheid toegediende meststoffen”, vertelt operations manager John Mark Kasule van Kibinge. „Op basis hiervan kunnen we inschatten hoeveel koffie op elk perceel geproduceerd zal worden en berekenen hoeveel we de boer kunnen voorschieten als hij of zij contant geld nodig heeft. Daarmee nemen we het Unique Selling Point van de tussenhandelaren om direct contant geld te geven, weg.”

Elk perceel in deze pilot heeft een referentienummer dat het dorp, de boer en het landbouwbeheer nummer aangeeft. Hiermee kan makkelijk een overzicht worden gemaakt. Ook wordt het gebruikt voor marketing voor de coöperatie. Alle boeren in het dorp kunnen nu zien hoeveel productiever hun velden kunnen worden met goed landbouwbeheer. De pilot is erg succesvol en boeren staan in de rij bij de coöperatie om zich aan te melden. Het landbeheer van KCFCS draagt flink bij aan het terugdringen van de hoge werkloosheid. In de pilot zijn nu 43 boerderijen met 80 hectare. Gemiddeld zijn per jaar 36,5 werkdagen nodig voor één hectare. De coöperatie heeft zo 2920 dagen werk gecreëerd voor plattelandsjongeren en tegelijkertijd de omzet verhoogd voor boer en coöperatie.

Voorwoord

Boerenlobby

Bekend gevoel: je zit in een bijeenkomst, kijkt om je heen en denkt: wat doe ik hier eigenlijk?

Ik had dat als beginnend landbouwbestuurder wel. Je zit met voorname politici, deftige ambtenaren, duurbetaalde wetenschappers. En jij bent de enige boer(in) in die grote zaal. Dat je het gevoel bekruipt: ik ben maar een boertje, ze luisteren vast niet naar mij.

In veel landen in de wereld staan boeren inderdaad onderaan de ladder. Anderen weten wel wat goed voor je is. Om daar wat aan te doen, hebben we Agriterra in 1997 opgericht. Agriterra is een Boerenclub die Boeren helpt met hun Boerenlobby. Er is cursusmateriaal ontwikkeld dat boerenvertegenwoordigers helpt goed voorbereid en met zelfvertrouwen die bijeenkomst in te gaan met die minister of professor. Dat heet: FACT ofwel Farm Advocacy and Consultation Tool. Het helpt je goed beslagen ten ijs te komen zodat je niet bij het minste of geringste wordt weggezet als dat boertje.

Je zit dus in die bijeenkomst en je bent de enige boer. En dan komt het moment dat je over die drempel heen moet. Je durft dat omdat jij jouw huiswerk gedaan hebt. Je hebt een onderbouwd standpunt dat in jouw landbouworganisatie breed wordt gesteund. En dan trek je je mond open, niet alleen namens jezelf maar namens vele anderen.

Ik heb het zelf ooit ook moeten leren. Nu leren we het boeren in vele andere landen, waar de boerenemancipatie nog moet komen. Daarom is 2018 voor Agriterra het 'Jaar van de Lobby'. Want een sterke boerenstem is nodig voor de economische ontwikkeling van het platteland overal ter wereld.

Een sterke boerenstem bereik je door de krachten te bundelen. Boeren zijn individuele ondernemers waar ook ter wereld. Maar aan de kracht van onze sector ligt het collectief ten grondslag. In een periode dat armoede schering en inslag is, brengt samenwerking boeren welvaart. Samen kunnen we een vuist maken, een betekenisvolle gesprekspartner zijn als boer en boerenbestuurder, elkaar helpen wanneer een individu hulp nodig heeft.

Ik geloof in de kracht van het collectief. Samen kom je verder dan alleen. Elk individu heeft iets dat van waarde kan zijn voor het collectief. Ik denk dat we vaak te veel gericht zijn op het individu, terwijl de vooruitgang onlosmakelijk verbonden is met 'samen'. Ik ben ervan overtuigd dat de kracht van de samenwerking goed is voor het collectief én voor het individu. Ik ben dan ook trots op boeren en tuinders. Die, met elkaar en met ons, in goede en kwade tijden zich verbinden.

Marc Calon,
voorzitter Agriterra



PRAKTISCHE ADVIEZEN ZORGEN VOOR BETERE TOEKOMST

De praktische aanpak van Agriterra helpt coöperaties wereldwijd om een verandering op gang te brengen voor de aangesloten

boeren. Via uitwisseling, training en advies kunnen de coöperaties én hun leden zich verder ontwikkelen. Deze keer kunt u lezen

over de inbreng van Agriterra bij een zuivelbedrijf in Bolivia, een melkcoöperatie in Kenia en boerencoöperaties in Ethiopië en China.

Het succesverhaal van Tsehay

Ethiopië

Tsehay, de unie van boerencoöperaties in het noorden van Ethiopië, werkt sinds 2012 samen met Agriterra. Sinds die tijd is er veel veranderd. De vereniging werkt een stuk professioneler en de positie van boeren is verbeterd.

Tsehay werd achttien jaar geleden opgericht en is nu een vereniging van 142 coöperaties in tien districten. De vereniging telt meer dan 120.000 leden, van wie zo'n 94.000 mannen en ruim 26.000 vrouwen. Er werken honderd werknemers, die vooral sesamzaad, kikkererwten, sojabonen, teff en specerijen van de leden verwerken en afzetten. Verder koopt de vereniging meststoffen, zaden en gewasbeschermingsmiddelen in, die leden met korting kunnen kopen.

Agriterra heeft verschillende opleidingen gegeven, bijvoorbeeld management en bestuur, personeelszaken en communicatie. Voor de komst van de agrarische ontwikkelingsorganisatie leverde Tsehay alleen landbouwproducten op de lokale markt en had zij geen toegang tot internationale markten.

Agriterra zorgde voor trainingen op het gebied van internationale marketing, klantenbeheer, voorbereiding van export-

documenten en het aanvragen van leningen bij banken. Daardoor steeg het aantal marketingtransacties spectaculair: van 135 naar 2654 ton per jaar.

Tsehay verhoogde de harde valuta van 337.500 dollar naar 3.750.000 dollar. De export van sesamzaad is flink gegroeid. De vereniging begon in 2017 met de export van biologisch sesamzaad naar de Europese Unie, de Verenigde Staten en Koeweit. Gangbaar sesamzaad gaat naar China, Israël, India en Koeweit.

Oliefabriek

Tsehay wilde graag een fabriek bouwen voor de verwerking van sesamzaad, nigerzaad en zonnebloemen.

Agriterra heeft de boeren geleerd hoe ze dit geld bij elkaar konden krijgen. Na twee maanden hadden zij al meer dan 420.000 euro opgehaald. Een maand later kon de fabriek daadwerkelijk olie produceren. Op basis van deze ervaring gaat de vereniging

nieuwe investeringen doen.

Dankzij Agriterra doet Tsehay de boekhouding niet meer op papier, maar met een boekhoudprogramma. Voor die tijd was het moeilijk om de resultatenrekening, de balans en de kasstroom binnen een maand op te maken, maar na het installeren van een softwareprogramma en een training aan de administratief medewerkers, kunnen de medewerkers nu overzichten in één dag maken. Alle financiële transacties van de vereniging lopen via het boekhoudsysteem.

Agriterra constateerde dat het magazijnbeheer van de vereniging niet op orde was. Materialen waren niet op een overzichtelijke manier opgeborgen. Ook werden allerlei grondstoffen samen met chemicaliën opgeslagen.

De magazijnbedienden hebben een cursus gevolgd. Sindsdien zijn de magazijnen overzichtelijk ingericht, zodat bestellingen makkelijker kunnen worden geleverd. Ook is het magazijn nu schoner, zodat insecten uit de buurt blijven van de opgeslagen grondstoffen.



Agriterra leerde de boeren hoe ze geld bij elkaar konden krijgen voor de bouw van een nieuwe fabriek.

Het belang van een goede door

Bolivia

Bedrijfsadviseurs Guido Guerra en Alejandra Bazoberry uit Bolivia analyseerden zuivelbedrijf 'La Purita'. In een week tijd ontleedden ze elk aspect: het bedrijfsmodel, de financiën, het bestuur, de personeelsstrategie en de betrokkenheid van de leden. Zo'n grondige analyse zorgt voor betere resultaten bij een mogelijke toekomstige samenwerking.

La Purita is in handen van 230 melkveehouders en wil graag een nieuwe productielijn voor melkpoeder ontwikkelen. De belangrijkste aanleiding hiervoor is de stagnatie van de melkverwerking in de afgelopen drie jaar.

Hoewel het plan goed klinkt, zijn er wel enkele pijnpunten. Op dit moment verkoopt La Purita melk en yoghurt via distributeurs, die de producten positioneren

„We interviewden distributeurs en klanten”

in supermarkten, en op markten. Melkpoeder heeft echter andere distributiekanaalen. Daarnaast is het zo dat de producten van La Purita toegevoegde waarde hebben door merkpositie en klantenbinding, terwijl melkpoeder alleen op prijs concurreert.

Bovendien staat Bolivia bekend om zijn dure melk, die twee keer zo veel kost als in sommige buurlanden. Exporteren wordt daardoor bijna onmogelijk. Guerra en Bazoberry gingen op zoek naar betere alternatieven.

Allereerst onderzochten ze waarom de melkverwerking stagneert. De adviseurs spraken met enkele boeren om na te gaan of de melkaanvoer schaars was. Verrassend genoeg was dat niet het geval. De boeren verhoogden juist de melkproductie in een exponentieel tempo en ondervonden ernstige problemen om hun volume kwijt te raken aan de zuivelbedrijven. In de fabriek van La Purita zagen Guerra en Bazoberry dat het productieproces zeer goed verliep. Het bedrijf heeft een efficiënte indeling, geavanceerde technologie, opgeleid personeel en goede werkprocedures. Ook concludeerden ze dat de fabriek de capaciteit heeft om het

huidige volume dat verwerkt wordt, te verdubbelen.

Guerra: „Daarna controleerden we de markt vraag, interviewden we distributeurs en klanten. Ze vertelden ons dat de producten van La Purita bekend staan om hun kwaliteit en lekkere smaak. Prijzen zijn echter niet erg concurrerend.”

Prijsverlaging

De boeren hadden op dat moment twee opties. De eerste was om te verkopen aan een andere afnemer voor een prijs van 3 boliviano (BOB) per liter en boven een bepaald volume, dat ze momenteel overtreffen, moesten ze alle melkoverschotten

verkopen tegen BOB 1,50, een prijs lager dan de productiekosten.

De tweede optie was om melk te verkopen aan hun eigen bedrijf La Purita. La Purita betaalde BOB 3,30 per liter, een stijging van 10 procent ten opzichte van haar concurrent. Daarom was het voor La Purita moeilijk om te concurreren op een markt die vooral wordt aangedreven door concurrerende prijzen.

Guerra en Bazoberry stelden voor om de boeren minder te betalen voor hun melk. Als de melkveehouders accepteren om melk te verkopen aan La Purita voor BOB 3, dan kan La Purita haar producten concurrerender maken en tegelijkertijd een



Het team van Agriterra presenteerde de uitkomsten aan bestuur, management en de boeren.

Coöperatie Tsehay blijft zich ontwikkelen

Veranderingen die binnenkort worden doorgevoerd:

1. De koppeling tussen de vereniging en de coöperatie wordt verbeterd
2. De vereniging opent een nieuwe afdeling voor zaadvermenigvuldiging en de productie van gewassen
3. De kwaliteit van landbouwproducten wordt verbeterd
4. De boeren kunnen de prijs van landbouwproducten bepalen
5. Een deskundig bestuur en managementteam worden gevormd
6. De kennis en vaardigheden van de medewerkers van de vereniging en de coöperaties worden verbeterd
7. De vereniging krijgt toegang tot de internationale markt en harde valuta

Wat deze veranderingen betekenen voor de boeren:

- Het wordt makkelijker om agrarische productiemiddelen in de buurt van hun dorp te krijgen
- De boeren krijgen een goede prijs voor hun producten
- Het inkomen van de boeren stijgt
- Hun levensstandaard neemt toe
- Ze openen bankrekeningen en storten er geld op
- Ze kunnen makkelijker materiaal kopen
- De boeren kunnen betalen voor de opleiding van hun kinderen

Beter besturen met heldere statuten

China

Ankie Wijnen ging in september voor Agriterra naar China. Ze hielp het bestuur van Ruihuang Cooperative bij het herschrijven van de statuten.

Wijnen is melkveehouder in Asten-Heusden en bestuurslid van onder andere AB Werkt en Rabobank. Ze gaf tijdens een vierdaags bezoek aan Ruihuang praktisch advies over het wijzigen van een aantal artikelen van de statuten. Bij Ruihuang Cooperative werken boeren als coöperatie samen in het ontwikkelen van betere (leef)omstandigheden.

De geschiedenis van de moderne coöperatieve ontwikkeling in China is veel minder lang dan die van Nederland. De boerencoöperatie van het nieuwe type, dat verschilt met de door de staat georganiseerde communes van de jaren vijftig in het tijdperk van Mao, ontwikkelde zich vanaf de jaren '90. Pas in 2007 had China een eigen coöperatieve wet.

Privébelangen

In de afgelopen tien jaar is het aantal landbouwcoöperaties in China snel uitgebreid. Deze coöperaties voldoen vaak niet aan het doel om tegemoet te komen aan de behoeften van de leden. In veel gevallen worden coöperaties gedomineerd door privébelangen van een aantal leden of is het moeilijk om winstgevend te blijven.

Slecht bestuur wordt algemeen erkend als een van de belangrijkste oorzaken van het falen. De coöperatieve statuten zijn hier debet aan. Ze zijn onduidelijk en vaak een kopie van een standaardmodel van internet. Agriterra wil dan ook graag een goed bestuur ontwikkelen voor haar coöperatieklanten in China, met een actieve



Ankie Wijnen, bedrijfsadviseur Lei Chen en de coöperatievoorzitter bij een gerberakweker.

inbreng van de leden.

Het bestuur van Ruihuang zag het belang van goed bestuur en goede statuten in na het volgen van de Coöperatie Governance Training van Agriterra in november 2017. Begin 2018 startte men de reorganisatie van de bestuursstructuur, inclusief de ontwikkeling van nieuwe statuten waarvoor men ondersteuning vroeg aan Agriterra.

Samen met de lokale bedrijfsadviseur werden de huidige statuten doorgenomen. Agripooler Wijnen deelde haar praktijkervaringen en deed aanbevelingen voor aanpassingen. Een daarvan was dat het niet verstandig is om alle details in de statuten te stoppen maar dat de coöperatie naast statuten ook interne voorschriften kan aannemen in aanvullende documenten.

Regels beschermen

Voorzitter Zhong was erg tevreden met de aanbevelingen van Wijnen. „Het advies is zeer nuttig en 'to the point'. Ze heeft al mijn vragen beantwoord.” Bestuurslid Liu gaf aan dat hij zich zelfverzekerder en comfortabeler voelt om voor de coöperatie te werken. Hij is zich er nu bewust van dat deze statuten bestaan uit regels waaraan voldaan moet worden, maar dat dezelfde regels hem ook beschermen bij het uitoefenen van zijn taken.

De definitieve versie van de statuten worden ter goedkeuring voorgelegd aan de jaarlijkse algemene vergadering van Ruihuang.

Ndumberi laat stijgende lijn zien

Kenia

Melkcoöperatie Ndumberi in Kiambu in Kenia bestaat al 55 jaar. Het merk dat zij voert is 'Winners'. Toen de coöperatie in 1963 werd opgericht, zag de regering een coöperatie als een middel om de banden tussen mensen uit verschillende regio's in het land te versterken.

Sinds de oprichting heeft Ndumberi een langzame maar gestage groei gehad. In 2012 werd de coöperatie een klant van Agriterra. Op dat moment produceerde Ndumberi 18.000 kilo melk per dag. Veertig procent daarvan werd gepasteuriseerd en een gedeelte daarvan verwerkt tot yoghurt. De overige zestig procent van de rauwe melk werd verkocht aan zuivelfabriek Brookside en aan consumenten in de dichtstbijzijnde stad.

In 2014 werd een nieuw businessplan voor de verwerking van de melk opgesteld. Ondanks dat het intern rommelde en het niet goed ging met de coöperatie, werd het plan niet uit het oog verloren. In 2015 werd een nieuwe directeur aangenomen en daarna viel alles op zijn plaats. Een van de belangrijkste opdrachten van de nieuwe directeur was kostenreductie. Agriterra speelde hierin een sleutelrol door trainingen te geven met de focus op het versterken van interne controles en het verhogen van de efficiëntie. De coöperatie verhoogde daarop de interne controles, voerde een reorganisatie door en kreeg meer grip op haar financiële huishouding.

Bedrijfsresultaten

De bedrijfsresultaten van Ndumberi zijn sindsdien aanzienlijk verbeterd. Uit een marktonderzoek in 2016 dat samen met

Agriterra werd uitgevoerd, bleek dat het mogelijk was om de verkoop van gepasteuriseerde melk te verhogen. De verkochte 7500 kilo per dag zou kunnen stijgen naar 15.000 kilo per dag, via detailhandelaren in de vorm van agent-schappen.

Op basis van deze aanbevelingen intensiverde Ndumberi de pasteurisatie naar 9500 kilo melk per dag. Het stopte daarnaast met de verkoop van melk aan Brookside voor Ksh 39 per kilo en begon met rechtstreekse verkoop van rauwe melk voor Ksh 45 per kilo.

Via trainingen door Agriterra kreeg Ndumberi meer grip op haar financiën

De pasteurisatie zorgde af en toe nog wel voor problemen omdat de capaciteit voor koeling en van de pasteurisatielijn onvoldoende was.

In 2016 onderhandelde Ndumberi met

advies van Agriterra over een lening ter waarde van 12 miljoen Ksh (100.000 euro) van K-Unity bank voor de aankoop van een pasteuriseermachine en een ijsbank. Een extra 7 miljoen Ksh (60.000 euro) werd gefinancierd door de leden zelf.

Deze nieuwe melkpasteurisatielijn is in juni 2018 in gebruik genomen en kan maximaal 40.000 kilo per dag verwerken. Ndumberi verwerkt de volledige 15.000 kilo per dag via dit systeem. Dit heeft tot nu toe geleid tot een gemiddelde dagelijkse omzetgroei van 12 procent.

Strategisch plan

Ndumberi laat zien dat wanneer kleinschalige boeren gezamenlijk actie ondernemen en een duidelijk visie hebben, ze hun doel zullen bereiken.

Onlangs heeft de coöperatie een nieuw strategisch plan voor 2018-2023 gemaakt. De ambitie is om de capaciteit van de fabriek te optimaliseren en de productlijn uit te breiden in een ruimer pand met een adequaat proces voor verwerking en hergebruik van afvalwater.



De nieuwe melkpasteurisatielijn heeft tot nu toe tot een gemiddelde dagelijkse omzetgroei van 12 procent geleid.

lichting

betere marge behalen. Met deze betere marge kan La Purita geld besparen om te investeren in transport, magazijnen en dergelijke om nieuwe markten te betreden en het marktaandeel te vergroten. Dus de boeren verkopen tegen een lagere prijs aan La Purita, maar ze zullen in staat zijn om meer melk te verkopen (vanwege de nieuwe markten van La Purita) voor BOB 3 in plaats van het overschot voor BOB 1,50 te verkopen aan de andere afnemer. Dit levert voordeel op voor de boeren. Ze ontvangen het dubbele bedrag voor melkoverschot, stijgende winsten verhogen het jaarlijkse dividend en aandelen nemen in waarde toe en fungeren als een soort pensioenfonds.

Goed nieuws

Het Agriterra-team presenteerde de onderzoeksuitkomsten aan bestuur, management en de boeren. La Purita kwam daarna met de boeren overeen om de vaste prijs af te schaffen. Dit is goed nieuws, want het wijzigen van de prijs zal het interne kapitaal in een jaar met USD 300.000 verhogen.

Met dit kapitaal kan La Purita nieuwe markten betreden. En met steun van Agriterra zal een marktonderzoek uitgevoerd worden om concurrenten te vergelijken en om de beste marketingstrategieën voor hun producten te vinden.

Prijns koffie ingestort

Koffie is aantrekkelijker dan ooit. Op veel plekken wereldwijd kom je speciale soorten koffie tegen. Ook in Nederland is de tijd van alleen rode en blauwe pakken koffie –met of zonder cafeïne– allang voorbij. De single-origin specialty coffees, traceerbare koffie uit één gebied en van hoge kwaliteit, zijn populair.

Deze specialty-koffies worden vermarkt met een 'goed verhaal' over de boer, een innovatief productieproces of met gelabelde duurzaamheid. We zien dit in de supermarkt, koffiebar, bij de thuis-barista en steeds vaker ook op kantoor. Een groeiende specialty-markt met betere koffie en meer duurzame beloften kan toch alleen maar een hogere prijs voor de boer tot gevolg hebben? Helaas niet.

Het is verbazingwekkend te zien dat de wereldkoffieprijs de laatste maanden onder een dollar per pond is gezakt, een belangrijke psychologische barrière voor de op één na laagste prijs sinds 2006. Een dollar dekt de kosten van de productie van een pond koffiebonen bij lange na niet en deze crisis is realiteit voor meer dan 10 miljoen, al dan niet georganiseerde, kleinschalige koffieboeren in Latijns-Amerika, Afrika en Azië. Het inkomen neemt af, schulden stapelen zich op en voedselonze-kerheid ligt op de loer.

De oorzaak van de lage prijs is onder andere gerelateerd aan de enorme overproductie in Brazilië, de deflatie van de Braziliaanse Real, speculatie op wereldmarkten en machtsconcentratie in de koffiemarktketen. Een markt die na olie de op één na grootste ter wereld is met een detailhandelswaarde van jaarlijks 200 miljard dollar omzet, waarvan optimistisch geschat 7 procent achterblijft bij de boer.

Coöperaties kunnen een belangrijke rol spelen in het aanspreken van topsegment-markten van koffie door investering in kwaliteit, kennis, aggregatie en marketing. Echter, het merendeel van de koffiesector, inclusief veel 'duurzame opties', gebruikt de markt als startpunt voor prijsbepaling. Aan de ene kant wordt koffie gebrand en verkocht in het specialty-segment maar tegelijkertijd nog steeds ingekocht als grondstof, zoals het altijd was.

Agriterra werkt daarom actief samen met ondernemende pioniers in de koffiesector die langdurige relaties durven aan te gaan. Agriterra zorgt hierbij voor coöperatieversterking en het creëren van transparantere en duurzamere waardeketens, iets waar onlangs onder andere in DR Congo en Tanzania succes mee geboekt is. Agriterra kan, samen met haar wereldwijde agrarisch netwerk, bijdragen aan het veiligstellen van een beter inkomen van koffieboeren én een beter kopje koffie.

Yorick Bruins
Bedrijfsadviseur Agriterra



Koffie uit Congo scoort

Ondersteund door Agriterra bezochten in juni dit jaar drie koffiecoöperaties uit DR Congo de koffiebeurs World of Coffee in Amsterdam. Ze werden vertegenwoordigd door de drie voorzitters van de coöperaties.

Agriterra werkt met elf klanten in Democratische Republiek Congo, waaronder vijf koffiecoöperaties. Drie hiervan, SOPACDI, CPNCK en CKK, hebben een productiepotentieel van 60 tot 400 ton en zijn gespecialiseerd in het produceren van Arabica-koffie op 'specialty-niveau'. Bij specialty-koffie wordt de koffiebes met water gescheiden van de boon en een etmaal gefermenteerd in speciale 'coffee washing stations'. De coöperaties hanteren een flotatiesysteem waarmee alleen de rijpe bessen geselecteerd worden. Na het drogen van de koffiebonen wordt nogmaals met de hand een selectie gedaan om alleen uniforme, grote en egale bonen over te houden. De afnemers van specialty-koffie zijn zeer strikt in hun kwaliteitseisen, maar betalen daar ook een hogere prijs voor.

„Nu hebben we rechtstreeks contact en kunnen we goede zaken doen.”

Coöperaties met een hoge kwaliteit koffie dus, maar met een gebrek aan internationale kopers voor hun speciale koffie. Het bezoek van de coöperatievoorzitters kende daarom twee hoofdonderdelen: de deelname aan de koffiebeurs en het bezoek aan enkele kopers in Amsterdam en Antwerpen.

Agriterra boekte een gezamenlijke stand voor de drie coöperaties met de naam 'Kawa Kivu', wat 'koffie uit Kivu' betekent. Kivu is een oostelijke provincie in DR Congo. Het idee achter deze naam

was om de samenwerking tussen de coöperaties te bevorderen, om informatie te delen en om niet alle drie apart de markt op te gaan. Agriterra adviseerde de coöperaties om ieder hun unieke verkoopargument te presenteren aan de kopers en samen te werken wanneer nodig. Ook werd er een website gemaakt voor alle koffiecoöperaties in Kivu: <http://kawakivu.com/>.

De stand 'Kawa Kivu' kreeg veel belangstelling, van onder andere kopers, branders, marketingorganisaties en verkopers van koffiemachines. Koffietelers lieten hun koffie zien en organiseerden voor sommige bezoekers koffieproeverijen. Kopers en branders waren nieuwsgierig naar de koffie uit Congo en raakten onder de indruk van deze nieuwe soort met een enorm potentieel.

De belangrijkste activiteiten van het evenement werden gefaciliteerd door Jeroen Krufft, een expert in de koffiesector, en Jim Liseki, de bedrijfsadviseur van Agriterra in DR Congo.

Europese kopers

De koffie scoorde goed op de beurs, echter de koffie is niet zo bekend en slechts beperkt verkrijgbaar in Europa. De voorzitters van de drie Congolese coöperaties brachten daarom ook een bezoek aan vijf grote koffie-inkoopbedrijven: Trabocca, Douqué Group en Daarnhouwer in Amsterdam en EFICO en 32Cup in Antwerpen.

Deze bedrijven waren alle vijf in principe bereid om te kopen uit Congo, maar benadrukten dat ze overtuigd moeten zijn van de consistentie (kwantiteit en

kwaliteit) en er zeker van moeten zijn dat ze een langdurige samenwerking kunnen aangaan met de Congolese coöperaties. De beurs en de bezoeken hebben de koffiecoöperaties met succes gelinkt aan de kopers. En de eerste resultaten zijn er al. SOPACDI heeft een contract getekend met Traboca (6 ton) en Daarnhouwer (18 ton) met de intentie de hoeveelheden in het volgende seizoen te verhogen. CKK tekende met Traboca een contract voor 3 ton. De gesprekken met EFICO zijn nog gaande.

Na het bezoek verklaarde Gilbert Makelele, voorzitter van CPNCK: „Ik was erg verbaasd dat we al zo lang niet op de hoogte waren van de koffiebusiness. Al meer dan 40 jaar laten we ons economisch 'overrulen' door opkopers in Rwanda, Oeganda en Burundi. Nu hebben we gelukkig zelf rechtstreeks contact met kopers en kunnen we goede zaken doen”

Bedrijfsadviseur Jim Liseki beaamt dat de toekomst van deze coöperaties er rooskleurig uitziet. Agriterra zal de drie coöperaties verder coachen om de relaties te versterken die tijdens het World of Coffee-evenement zijn gemaakt.



Van koffiebes tot koffieboon

De koffieboon is een belangrijk exportproduct van landen rondom de evenaar. Landen die in deze 'koffiegordel' liggen, produceren verschillende soorten koffiebonen. Maar hoe verandert een koffiebes in een koffieboon?

Koffie wordt bereid op basis van water en gedroogde en gebrande zaden van de koffieplant, de koffiebonen. Voor de bereiding van koffie worden rijpe bessen geogst.

De bessen hebben zo'n acht maanden nodig voordat ze rijp genoeg zijn om geplukt te worden. In die tijd verkleuren ze van groen naar rood.

De koffiebes bestaat uit vruchtvlees en de pit/boon. Na het plukken moeten de koffiebonen uit de bes gehaald worden. Dit kan via verschillende methodes. Bij de natte methode worden de bessen in een bassin met water gedaan. De onrijpe bessen blijven drijven en de rijpe bessen zinken.

Persen en borstelen

Het vruchtvlees van de rijpe bessen wordt verwijderd door de bessen onder water door een rooster te persen. Hierna worden de pitten machinaal geborsteld tot ze schoon zijn van vruchtvlees.

De vrijgekomen koffiebonen worden

gedroogd in de zon. De bonen moeten om de paar uur omgeroerd worden en ze mogen ook niet té droog worden. Soms worden speciale ovens gebruikt om de

bonen te drogen. Als de bonen gedroogd zijn, worden ze gesorteerd op verschillende kwaliteitscriteria.

Hierna volgt het roosteren van de koffie, ook wel koffiebranden genoemd. De bonen worden, met een beetje olie, in een speciale oven geroosterd totdat ze de juiste geur krijgen. De gebrande bonen kunnen gemalen worden geleverd (vacuüm verpakt) of ongemalen.



Koffiebonen die liggen te drogen moeten om de paar uur omgeroerd worden.



Proefboerderij voor koffieplanten

Peru



Het waterreservoir van de koffieplantenkwekerij.

Cecafé, klant van Agriterra Peru, heeft op 8 hectare grond het project 'Finca de investigación' (proefboerderij) geïmplementeerd. Het gaat om een koffieplantenkwekerij waar variëteiten worden gekweekt die resistent zijn tegen de gevolgen van klimaatverandering.

Met behulp van de kwekerij van de Peruaanse coöperatie van koffie-exporteurs Cecafé worden de koffieplantages van de leden gedeeltelijk of compleet vernieuwd met kwalitatief superieure planten, vergeleken met de huidige aanplant in hun percelen.

De kwekerij heeft een capaciteit van 2 miljoen kiemplantjes. Marsellesa, uit Midden-Amerika geïmporteerd, is een van de variëteiten die er worden gekweekt. Marsellesa kan gedistribueerd worden naar diverse coöperaties in het land.

Hogere opbrengst

De nieuwe planten hebben een hogere opbrengst en leveren een betere kwaliteit koffie op. Momenteel wordt de koffie van Cecafé gewaardeerd met 83 punten.

Met de onlangs aangelegde kwekerij verwacht men meer dan 85 punten te halen. Om dit voor elkaar te krijgen wordt gewerkt aan productieplanning, onderzoek en het uitproberen van nieuwe variëteiten. De opgedane kennis wordt gedeeld met de leden. Dit stelt hen in staat om bij de inkopers betere prijzen voor hun koffie te kunnen vragen en deze als specialty-koffie gekenmerkt te krijgen.

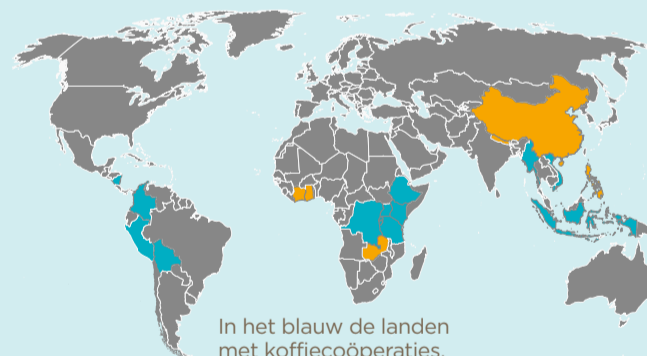
Coöperatielieden ontvangen kwalitatief superieure planten.

Verder worden er in de kwekerij ook nieuwe variëteiten ontwikkeld met behulp van druppelirrigatie en met irrigatie vanuit het eigen waterreservoir, dat gevuld wordt met rivierwater. Cecafé wil een betere aansluiting krijgen bij de marktvraag en -tendensen en zo de toegevoegde waarde van haar product verhogen. Daardoor kunnen meer en meer betrouwbare kopers van hun product gevonden worden.



Na het plukken moeten de koffiebonen uit de bes gehaald worden.

Agriterra is inmiddels actief in 20 landen. In 14 van die landen zijn koffiëcoöperaties en koffie-unies onze klanten.



	Aantal koffiëcoöperaties (of unies)
Bolivia	1
Colombia	3
DR Congo	5
Ethiopië	3
Indonesië	2
Kenia	3
Myanmar	1
Nicaragua	3
Peru	4
Rwanda	1
Tanzania	2
Oeganda	6
Vietnam	2
Burundi	1
Totaal	37

Registratie in Indonesië



Agnes Janszen in gesprek met de manager van melkcoöperatie Saluyu.



Irawan Tjandra (rechts) met Arjen Juurlink (FrieslandCampina) bij coöperatie KPBS.

Agriterra heeft een team van zes personen in Indonesië. Omdat Indonesië zo groot is, is er geen centraal kantoor zoals in andere landen. Iedere bedrijfsadviseur werkt in zijn eigen gebied. Wel is er regelmatig teamoverleg per Skype, onder andere over de aanstaande registratie.

Agnes Janszen verhuisde 4,5 jaar geleden met haar gezin van Nederland naar Indonesië om daar in het veld te werken. „Het leukste van werken bij Agriterra vind ik dat je iets bijdraagt aan de ontwikkeling van mensen en organisaties. Dat je hen op weg helpt om de situatie beter te maken.”

Ze hoopt dat Agriterra eind 2018 officieel geregistreerd is. „Dan pas ben je hier wat. Op dit moment bestaan we formeel niet voor de Indonesische overheid en als we geregistreerd zijn, wordt er met ons samengewerkt.”

De Indonesische bedrijfsadviseur Irawan Tjandra kan dat bevestigen. „We hebben het Ministerie van Coöperaties en het Midden- en Kleinbedrijf ervan overtuigd om het werk van Agriterra, het bevorderen van het coöperatieve model van landbouwindustrialisatie, op te nemen in hun programma. We zullen nog dit jaar een samenwerkingsovereenkomst ondertekenen. Bij de ondertekening zullen we ook ons gezamenlijk programma lanceren.”

„De coöperaties moeten meer van de boeren zelf worden.”

De registratie is belangrijk omdat de overheid kan helpen om Agriterra's missie in Indonesië te realiseren en weet welke ambitieuze landbouwcoöperaties Agriterra het beste kan ondersteunen. Daarnaast heeft de overheid een budget-, subsidie- en leningprogramma dat Agriterra kan gebruiken om haar werk te financieren. Dankzij de registratie kan Agriterra ook samenwerken met het Ministerie van Landbouw en het Ministerie van Industrie. Agriterra heeft momenteel 13 klanten in

Indonesië, allen coöperaties. Janszen: „We werken niet met landbouworganisaties. Zij zijn allemaal gelinkt aan politieke organisaties en hebben een politieke agenda.”

Indonesië heeft geen definitie van een boer, wat verwarring scheidt. Tjandra: „Als je drie chiliplanten in een pot hebt of een uur per maand op de boerderij werkt, kun je beweren dat je een boer bent. De meeste boerenorganisaties worden bestuurd door niet-landbouwers.”

Uitleg begrip coöperatie

Het is daarnaast een grote uitdaging om iedereen duidelijk te maken wat een coöperatie precies is. Veel coöperaties werden opgericht om subsidie van een donor of de overheid te krijgen. De coöperatie werd gezien als intermediair handelaar om grondstoffen te verzamelen (traditioneel coöperatief concept). Het was niet bekend dat coöperaties ook agri-industrie kunnen omvatten (coöperatie van de nieuwe generatie).

„Ook de coöperatieleden begrijpen niet wat het betekent om zowel eigenaar als gebruiker te zijn. Ze verkopen bijvoorbeeld melk aan andere kopers als ze daar een hogere prijs krijgen. Ze beseffen niet dat ze zelf eigenaar van de coöperatie zijn”, legt Tjandra uit. „Omdat een coöperatie natuurlijk ook geen gemakkelijk te begrijpen concept is, heb ik een ‘Moderne Coöperatie Workshop’ ontwikkeld om dit goed uit te leggen aan de coöperaties met wie we samenwerken.”

Janszen: „De coöperaties moeten meer van de boeren zelf worden. Ze moeten beseffen dat het een goed middel is om een beter inkomen te krijgen. Echter, dat is een kwestie van het veranderen van de mindset en dat kost tijd.”

Voor veel coöperaties in Indonesië wordt het nu wel duidelijk dat er wat moet veranderen. „Als ze vooruit willen, moeten ze zakelijker worden. De nieuwe regering richt zich nu bijvoorbeeld op belasting betalen en dat betekent dat ze hun financiën op orde moeten hebben. Ze worden daardoor professioneler”, zegt Janszen.

„Ik denk dat over tien jaar veel coöperaties zijn verdwenen of zijn samengegaan. Ze moeten wel, want de ontwikkelingen gaan hard en als je stil blijft staan, loop je achter.”

Een van de doelen die Agriterra wil bereiken in samenwerking met het ministerie is om de komende twee jaar bij vijf coöperaties een fabriek op te zetten. Tjandra: „We werken vanuit een businessplan. We kijken eerst of een coöperatie ambitieus is en bereid om te veranderen. Daarna bekijken we hoe we kunnen zorgen voor een betere positie in de keten.”

„Op dit moment bestaan we formeel niet voor de Indonesische overheid”

Janszen heeft de afgelopen vier jaar al wel gemerkt dat je in Indonesië veel geduld moet hebben. „Het is een land van veel overleggen, maar weinig besluiten nemen. Ook ontbreekt soms een goede administratie en kijken ze niet vooruit. Die cultuur kun je niet 1-2-3 veranderen, dus het zijn altijd kleine successen die we vieren. Bijvoorbeeld dat van melkcoöperatie Saluyu waar we een strategisch plan hebben ontwikkeld en waar de zaken goed gaan.” (zie kader).

Nederlandse bedrijven

De koffie- en cacaosector in Indonesië is groot. Er zijn enkele Nederlandse inkopers, maar zij halen het product naar Nederland om daar te verwerken.

Tjandra: „Nu moedigt de overheid aan om de grondstof in Indonesië zelf te verwerken. Dat is mooi, want zo bevorderen we het coöperatieve model, waarbij de fabriek eigendom is van de boerenleden.

Succes voor Agriterra en melkcoöperatie

Melkcoöperatie Saluyu op West-Java heeft de afgelopen jaren veel vooruitgang geboekt. De administratie en het financieel management zijn verbeterd, het aantal leden is gegroeid en de melkproductie is van 6900 kilo melk per dag in 2015 verhoogd naar 11.300 kilo melk per dag in 2017.

Het is de bedoeling om in 2019 een mozzarella-fabriek te starten.



Dit is een veelbelovende kans voor Indonesische coöperaties.”

En Indonesië biedt zeker kansen, stellen de twee bedrijfsadviseurs. „Het is een van de grootste landen ter wereld met een grote bevolking en een groeiende middenklasse. Er is zeker een potentieel. Als het geprofessionaliseerd wordt, kan het een welvarende economie worden.”

„Agriterra heeft een netwerk opgebouwd en kan bedrijven in Nederland linken met partijen hier. Zo hebben we bijvoorbeeld een Nederlandse inkoper van Robustakoffie in contact gebracht met een coöperatie hier die de koffie kan leveren. Dat hopen we in de toekomst veel meer te kunnen doen.”



Indonesië in cijfers

Hoofdstad: Jakarta
Regeringsvorm: Republiek
Oppervlakte: 1.910.931 km² (4,85 procent water)
Aantal inwoners: 260.580.739 (2017)

De agrarische sector van Indonesië bestaat uit grote plantages (zowel in eigendom van de staat als privé) en kleine boeren. De plantages richten zich vooral op grondstoffen die belangrijke exportproducten zijn (palmolie en rubber). Kleine boeren richten zich op

rijst, sojabonen, mais, fruit en groenten. Belangrijke landbouwproducten zijn: palmolie, rubber, cacao, koffie, thee, cassave, rijst en tropische kruiden. Volgens de Indonesische landbouwtekening 2013 is het aantal landbouwers 31.705.295 (ongeveer 12 procent van de totale bevolking). Echter, de definitie van boer bestaat uit mensen die op eigen risico voedselgewassen telen met het doel om te verkopen. Mensen die werken bij een boer voor loon zijn niet inbegrepen.

„Positie vrouw verbeteren is mijn passie”

Willemien Koning hield als vrouwenvertegenwoordiger namens het Koninkrijk der Nederlanden in oktober een speech voor de Algemene Vergadering van de VN in New York. Ze sprak over kansen en mogelijkheden voor gelijkheid en het versterken van de positie van vrouwen op het platteland.

Koning vertelt enthousiast over haar rol als vrouwenvertegenwoordiger en over wat ze het afgelopen jaar heeft gedaan. „Mijn hoofdtaak was de speech bij de VN. Je bent daar namens alle vrouwen in Nederland en dat is hét moment om je standpunten in te brengen. Om die speech goed te kunnen houden, heb ik in de maanden daarvoor input opgehaald. Ik heb gesproken met vele vrouwen, maar ook mannen, op het platteland en bij verenigingen, organisaties en bedrijven.”

„Ook heb ik diverse deskundigen en politici gesproken”, vervolgt ze. „Niet alleen in Nederland, ook in andere Europese landen en zelfs tijdens mijn Agriterra-opdracht in Ethiopië heb ik vrouwen gevraagd naar hun knelpunten.”

Koning was ook vóór 2018 al bezig met het onderwerp, vanuit haar bestuursfuncties bij LTO Vrouw & Bedrijf en Copa Women's Committee in Brussel. „Zodra

dag training kwamen er ook mannen bij, de voorzitters van tien lokale coöperaties. Zij ondersteunden de ambitie dat meer vrouwen lid worden van de coöperatie en bestuursfuncties vervullen. Ze waren enthousiast en positief en er werden goede actieplannen gemaakt, bijvoorbeeld om het aantal vrouwelijke leden met 100 te verhogen in drie maanden. We stimuleerden de deelnemers om de plannen concreet en realistisch te maken via de SMART-methode, met vragen als: hoe ga je dat realiseren?”

Koning merkte wel dat mannen het soms moeilijk vonden, maar zij stonden open voor discussie. Een vrouw in het bestuur kon nog wel, maar een vrouw als voorzitter van het bestuur, daar waren de meningen over verdeeld. De actieplannen worden het komende half jaar gevolgd. Daarna komt er een evalueerend met de betrokken bedrijfsadviseur van Agriterra.

„Ik hoop dat mijn speech mensen echt heeft geraakt.”

ik hoorde dat in 2018 het onderwerp van de 62ste Vrouwencommissievergadering bij de VN, de CSW62, het verbeteren van de positie van de vrouw op het platteland was, dacht ik: Ik moet nú solliciteren, want dit onderwerp heeft mijn passie en het is een unieke kans om de wereld toe te kunnen spreken.”

Haar man en zoon gaven Koning de kans om het te doen. „Samen hebben wij een melkveebedrijf. Doordat ik veel bestuursfuncties heb, waren ze er al aan gewend dat ik vaak weg was. Afgelopen jaar ben ik natuurlijk extra vaak op pad geweest maar ik had het er graag voor over. We hebben op nationaal en Europees niveau al veel bereikt, maar er is nog veel meer verbetering mogelijk. Ik wil mij daar graag voor inzetten als vrouwenvertegenwoordiger.”

Training in Ethiopië

Koning ging in september ook nog voor Agriterra, waar ze namens LTO Noord lid is van de adviesraad, op reis. Ze gaf er een 'female leadership'-training. „De deelnemers waren ambitieuze vrouwen. Na een

Het viel Koning op dat de deelnemers allemaal echt gemotiveerd waren. „Ze moeten daar heel hard werken op het land om een inkomen te realiseren. Ik vind het knap dat ze de moeite en tijd nemen om naar zo'n cursus te gaan. Ze strijden om het wat beter te krijgen in hun leven. Ik zie het werk van Agriterra als heel



Gemotiveerde cursisten tijdens de Female Leadership training in Ethiopië.



Willemien Koning voor het gebouw van de Verenigde Naties in New York.

waardevol. De Nederlandse landbouw is groot geworden door coöperaties en dat is voor anderen ook een goede weg. Samen kom je veel sneller vooruit.”

Meer vrouwen in besturen

Het item 'meer vrouwen in de besturen' kaartte Koning ook aan in haar speech in New York. 'Ik vind dat als vrouwen veel werk doen in de voedselvoorziening, ze ook aan de beslissingstafel moeten zitten.' Dit geldt ook voor Nederland, waar het aantal vrouwen in besturen van landbouworganisaties en coöperaties een verbeterpunt is. Koning sprak hierover met minister Carola Schouten van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. Schouten kan hierover niet zelf beslissen, maar belooft een appél te doen op die organisaties.

Koning stelt dat het best lastig was om

in slechts vijf minuten alle belangrijke onderwerpen aan de orde te brengen (zie kader).

„Ik hoop dat mijn speech mensen echt heeft geraakt. Dat ze het onthouden en er iets mee gaan doen. Ik heb geprobeerd de knelpunten duidelijk te maken, dit geïllustreerd met cijfers en voorbeelden. Ook heb ik de lidstaten opgeroepen de besluiten van de CSW62 en de resolutie van de VN over het verbeteren van de situatie van vrouwen en meisjes in plattelandsgebieden, te implementeren. Daarbij heb ik vijf focuspunten aangegeven. Het is niet zo dat ik als VN-vrouwenvertegenwoordiger zeg 'Zo doen we het in Nederland en dit is het beste'. Je moet dit als Verenigde Naties en als lidstaten samen bekijken: hoe kunnen we dat knelpunt in elk land het beste aanpakken?”

Statement maken

Koning is in ieder geval erg dankbaar dat ze de kans heeft gehad om haar statement te maken. „En het was niet alleen de speech. Ik ben langere tijd in New York geweest en heb daar veel goede contacten gelegd.”

Vanaf 1 januari 2019 is er een nieuwe Vrouwenvertegenwoordiger. Maar ook dan blijft er voor Koning nog genoeg te doen. „Ik heb uitnodigingen staan voor diverse lezingen en natuurlijk blijf ik me in Nederland en Europa inzetten voor het versterken van de positie van vrouwen, in het bijzonder voor vrouwen op het platteland. Mijn passie voor belangenbehartiging voor boerinnen blijft bestaan. Ik ga de opgedane kennis verder inzetten!”



In haar speech voor de VN deed Willemien Koning vijf aanbevelingen.

Gezamenlijk kun je meer bereiken

Willemien Koning sprak op 5 oktober in New York gedurende 5 minuten namens het Koninkrijk der Nederlanden als Vrouwenvertegenwoordiger de Algemene Vergadering van de Verenigde Naties toe. Deze speech is online te bekijken op de Facebookpagina 'onze vrouw in NY'.

Een aanbeveling in haar speech is dat het heel belangrijk is voor vrouwen op het platteland om lid te worden van landbouworganisaties en coöperaties, omdat dat echt een manier is om hun positie te verbeteren. Koning betoogt: „Ze redden het niet alleen. Ze moeten het met elkaar doen, dan kunnen ze de

markt beter bedienen en samen goed basismateriaal inkopen. Gezamenlijk kun je meer bereiken. Ik zie echt heel veel kracht in die coöperaties en landbouworganisaties.”

Een onderwerp dat aan bod kwam, is dat er wereldwijd steeds meer voedsel nodig is. De vrouwen op het platteland spelen een belangrijke rol in de productie van ons dagelijks voedsel. Koning vroeg in haar speech aandacht voor het belang van een eerlijke, kostendekkende prijs voor de producten van boerinnen en vissersvrouwen. „Zij nemen een sleutelpositie in bij de voedselvoorziening. De primaire producenten, fa-

miliebedrijven, hebben een kostendekkende prijs nodig om voort te kunnen blijven bestaan en om in te spelen op duurzaamheidseisen en te anticiperen op klimaatverandering.”

Een derde thema dat werd aangekaart, betrof de groeiende kloof tussen stad en platteland. Dit wordt wereldwijd door boerinnen genoemd als knelpunt. Koning pleitte in haar betoog voor het verkleinen van die kloof. „Het is belangrijk dat mensen in de stad en mensen op het platteland, dat de consument en de producent van voedsel, elkaar begrijpen en waarderen. Zij hebben elkaar nodig.”

„Commerciële gedachte onmisbaar in coöperatie”

Een voorraad ter grootte van een jaarproductie. Een marketing manager die de enige is met echte technische kennis van het productieproces. Het verbeterpotentieel ligt voor het oprapen bij Prithvinagar Small Farmer Agriculture Coöperative (PSFAC), een theecoöperatie in Nepal.

Tom Scholten van ABN Amro en Johan Jansen van Special Plant Zundert brachten in augustus een week door in de fabriek van de coöperatie.

In de theefabriek, opgezet door de coöperatie met behulp van de Nepalese regering, wordt CTC-thee geproduceerd. Jansen, de enige theeproducent van Nederland, omschrijft het CTC (crush, tear, curl)-proces als ‘een worstendraaier’ die de theebladeren plet, versnipperd en perst. Daarmee wordt in twee uur tijd een redelijk stabiele thee geproduceerd, die de coöperatie verkoopt aan Indiase handelaren. Zij verkopen de thee veelal door op de Russische markt.

Scholten: „Voor wat betreft vermarkting is ons advies de keten zo kort mogelijk te maken. Nu gaan alle tussenhandelaren er vandoor met de marge; probeer er wat schakels tussenuit te krijgen.”

Arbeidsomstandigheden

Het viel de Nederlanders op hoezeer de coöperatie staat voor de belangen van hun leden en de lokale bevolking. Bij een bezoek aan een andere fabriek werd meteen duidelijk hoeveel slechter de arbeidsomstandigheden daar waren.

Scholten: „Het was er donker, slordig en er hingen spinnenwebben. Mensen waren er op blote voeten hout in de oven aan het scheppen. Het voelde heel onprettig aan, onveilig zelfs. Dan zie je opeens wel het verschil dat een coöperatie zoals Prithvinagar maakt, ondanks dat het allemaal nog niet perfect is.”

Jansen: „Je ziet de coöperatieve gedachte duidelijk terug, maar niet de commerciële gedachte. Toch is ook die onmisbaar om de fabriek tot een succes te maken.” De afwegingen zijn ook niet altijd eenvoudig: één van de adviezen die de Nederlandse boer en bankier gaven, is om meer

„Verandering begint met de wil om dingen anders te gaan doen.”

thee machinaal te gaan plukken. Dit komt de kwaliteit ten goede. Eén boer binnen de coöperatie heeft zo'n machine, die fantastisch werkt en een rendement van 140 procent oplevert ten opzichte van handmatig plukken. Maar stoppen met handmatig plukken betekent minder werkgelegenheid. Dan weerhoudt

het vooruitzicht mensen te moeten ontslaan de boeren ervan die verbeterslag te maken. Een duivels dilemma.

Kaizen

„Het is niet zo dat het management van de fabriek of het bestuur van de coöperatie geen visie hebben. Alleen zien ze wel het einddoel, maar lijkt niemand zich te beseffen dat je daar komt door kleine stappen te zetten. Wij hebben de Kaizenmethode gepresenteerd: door iedere dag 1 procent te verbeteren, is je resultaat na 72 dagen twee keer zo goed”, vertelt Jansen.

„Met die ‘kleine stapjes’ hebben we al tijdens ons bezoek een begin gemaakt. We stelden voor dat men regelmatig tests zou doen om het productieproces en de eindkwaliteit te verbeteren. Zo zou men de volgende dag in alle vroegte een test doen door alleen de topjes van de theebladeren te verwerken. Toen wij die ochtend aankwamen, was dat niet gedaan. De manager zei dat er plotseling een levering klaargemaakt moest worden waar iedereen in de fabriek druk mee was, maar eigenlijk was er gewoon weerstand.”



Yanamani Nepal, Tom Scholten en Johan Jansen in

„Maar verandering in organisaties is vaak een moeizaam proces, overal ter wereld”, onderstreept Scholten. „Het bestuur van de coöperatie wilde duidelijk vooruit, maar in de fabriek moet zich dat nog bewijzen. De potentie is in elk geval enorm.”

Of de fabriek daadwerkelijk door Agriterra begeleid gaat worden bij het maken van een marketingplan? „Dat hangt ervan af. Bedrijfsadviseur Yanamani Nepal van Agriterra gaf aan dat er dan wel eerst opvolging gegeven moet worden aan de adviezen uit dit bezoek. Hopelijk raken ze

1 plant voor 5 basissoorten thee

Witte thee:	gedroogde blaadjes van de theeplant
Groene thee:	gestoomde en gedroogde theeblaadjes
Oolong:	half geoxideerde thee met minder cafeïne
Geel:	een zeldzame thee met een geheim productieproces
Zwarte thee:	volledig geoxideerde theeblaadjes

„Opkomst landbouw in China van wereldbelang”

Domènec Vila Navarra reisde voor Acodea, de Spaanse zusterorganisatie van Agriterra, naar China om daar met sinaasappelcoöperatie Yubi een strategisch plan te ontwikkelen voor de komende vier jaar. Vila Navarra is hoofd bedrijfszaken van de Catalaanse federatie van landbouwcoöperaties.

Hoe is uw ervaring met Acodea/Agriterra?

„Meteen toen ik over het doel van de beide organisaties hoorde, was ik geboeid. De ervaringen die ik de afgelopen jaren heb opgedaan, hebben mijn eerste indruk alleen maar bevestigd; zowel de doelstelling als de methodiek zijn samenhangend en hiermee worden de uitdagingen van de landbouwcoöperaties in ontwikkelingslanden op efficiënte en verantwoorde wijze het hoofd geboden.”

Hoe vond u het om naar China te gaan?

„Het besluit nemen viel me niet makkelijk. Maar het was een persoonlijke uitdaging en een nieuwe kans om meer te weten te komen over, en bij te dragen aan, de ontwikkeling van de coöperatieve landbouwsector in een land dat zo speciaal is als China.”

„De grootste uitdaging lag hem in het feit dat ik ging werken met leden van bestuursraden met wie ik niet direct meningen uit kon wisselen en waarvoor een tolk noodzakelijk zou zijn. Het resultaat heeft me verbaasd. Alle doelstel-

lingen van de missie hebben we kunnen behalen dankzij het geweldige werk dat de bedrijfsadviseur van Agriterra verzet heeft. Het was echt teamwork!”

Wat waren de moeilijkheden die u verwachtte tegen te komen?

„Ik verwachtte dat de taalbarrière het grootste probleem zou zijn. Aan de ene kant was er de uitdaging van het toepas-

sen van de methodiek, die ik al wel bij Catalaanse en Latijns-Amerikaanse coöperaties had toegepast. Die was voor deze missie naar het Engels vertaald. En aan de andere kant voelde ik me er ongemakkelijk bij hoe de leden van de bestuursraden van de Chinese coöperaties op een Agripooler zouden reageren die niet met hen in hun eigen taal zou communiceren.”

Welke verschillen tussen de Latijns-Amerikaanse en Chinese coöperaties vielen u op?

„Vanaf het begin vroeg ik me af wat de cultuurverschillen zouden zijn. Gaandeweg echter, merkte ik op dat de problemen, de zorgen en de uitdagingen van de

mensen die samen de Chinese coöperatieve landbouwsector vormen, erg vergelijkbaar zijn met die van de coöperatieve landbouwsector in Nicaragua, Bolivia of Spanje.”

Zou u deze ervaring opnieuw aangaan?

„Uiteraard. De Chinese landbouwsector is in opkomst en de coöperaties zullen zich ontwikkelen en sociale veranderingen in gang zetten die de wereldwijde coöperatieve landbouwsector zal beïnvloeden. We moeten deze veranderingen van nabij meemaken om de strategieën op wereldniveau te kunnen coördineren met als doel een verbetering in de voedselproductie wereldwijd en van de rol die de landbouwcoöperaties hierin spelen.”

Raadt u het andere Agripoolers die meerdere talen spreken aan om adviesreizen in Afrika en Azië te vervullen?

„Ik vind het een geweldige ervaring die enorm verrijkend is voor zowel de coöperaties van de ontvangende landen als voor de landen die Agripoolers uitzenden. Het persoonlijke contact, de samenwerking met als doel de ontwikkeling van de coöperatieve landbouwsector is positief en daarvan ondervinden beide partijen baat. Ik zou zeggen: Ga vooral door met het experimenteren met adviesreizen in verschillende landen en deel de ervaringen met collega's.”



Domènec Vila Navarra (tweede van rechts) met het bestuur van Yubi in China.



een veld met theeplanten.

„Al veel werk verzet in Vietnam”

Een andere mindset realiseren bij mensen die hun leven lang ‘van bovenaf’ zijn aangestuurd, is een grote uitdaging. Sjors Kruiper (59), financieel directeur bij Fruitmasters in Geldermalsen, reisde in juli voor Agriterra naar Vietnam om een rijstcoöperatie te adviseren bij het opstellen van een beleidsplan voor de komende vijf jaar. Hierin speelt die gedragsverandering van leden én bestuurders een belangrijke rol.

Vietnam is nog steeds een socialistische volksrepubliek. De Communistische Partij van Vietnam heeft als enige politieke partij alle macht in handen. Toch is het land sinds 1985 bezig om economische hervormingen door te voeren.

De coöperatie Ai Nghia, die in 1978 werd opgericht, transformeert langzaam van een door de overheid gestuurde entiteit, naar een door rijsttelers gedragen bedrijf dat actief met rijstproducten de markt opgaat.

„In vijf dagen tijd hebben we veel werk verzet in Vietnam”, vertelt Kruiper. „Het doel was een plan op te stellen voor de komende jaren en lijn te brengen in het organisatorische en financiële denken van de bestuurders van de coöperatie. En daar zijn goede stappen in gezet.”

„Ik verwacht over een jaar al veranderingen te zien.”

De coöperatie was al een flink eind op weg, ontdekte Kruiper bij aankomst. „Het is niet eenvoudig om bedrijfsvoering en visie te veranderen op het moment dat de overheid zich volledig terugtrekt. Ik merkte dat de leiding van de coöperatie daarin al goede vorderingen maakt. Het is echter voor hen een uitdaging om al die rijsttelers in dat proces mee te nemen. Dat gaat gewoon niet lukken.”

De coöperatie, die tot voor kort uit onge-



Samen met het management van Ai Nghia werd een businessplan gemaakt.

veer 4.000 telers bestond, gaat daarom krimpen tot ongeveer 1.100 leden. „Er is een hele grote groep, vooral oudere telers, die er niet op zit te wachten om nog nieuwe wegen in te slaan. We hebben een plan gemaakt om op een nette manier afscheid van deze leden te nemen. In het plan ligt de focus op de jongere generatie, die nut en noodzaak inziet om te veranderen, en op het met commerciële ogen kijken naar hun business. Want er zijn mogelijkheden genoeg.”

Zo wordt er nu nagedacht over het opzetten van een webshop voor de verkoop van rijst. „Ook in Vietnam heeft bijna iedereen tegenwoordig een smartphone. Online verkoop biedt absoluut mogelijkheden. Maar ook het produceren van rijstpapier biedt groei- en omzetkansen.”

Ruilverkaveling

„Wat zeker ook aandacht nodig heeft, is ruilverkaveling. Daar is nog een grote slag te maken, waarbij overheid en coöperatie samen moeten werken. Maar dat wordt nog een behoorlijke klus”, vertelt Kruiper. Met de lokale Agriterra-adviseur Nguyen Thu Trang en het management van Ai Nghia besprak hij de hele bedrijfsvoering. Gezamenlijk werkten ze aan het opstellen van een businessplan. „Ik ben onder de indruk van de manier waarop Agri-

terra in Vietnam bezig is. Alle kennis om een stap-voor-stap veranderingsproces te realiseren is aanwezig. De passie om mensen een beter toekomstperspectief te bieden in de hele keten is voelbaar en zichtbaar aanwezig. Echt inspirerend!” Kruiper heeft er alle vertrouwen in dat het nieuwe plan een positief effect zal hebben. „Het draagvlak binnen de coöperatie is er. De follow-up ligt bij het management én bij Agriterra en graag blijf ik het van afstand volgen. Ik verwacht over een jaar al veranderingen te zien, want aan het enthousiasme van de Vietnamezen ligt het niet.”

Bekijk op YouTube het filmpje over coöperatie Ai Nghia: bit.ly/AiNghia



Zeven coöperaties bijgespijkerd in Manilla

Klaas Johan Osinga werkt voor LTO Nederland en houdt zich onder andere bezig met internationale handel, Brexit, landbouwbeleid, mededinging en internationale samenwerking. Namens Agriterra is Osinga al regelmatig op pad geweest. In augustus was hij als Agripooler betrokken bij een FACT (Farmers' Advocacy Consultation Tool) training in Manilla op de Filippijnen.

FACT is een door Agiterra ontwikkeld lobby- en pleitbezorgingsinstrument voor boerenorganisaties en -coöperaties. De training gaat in drie stappen: een voorbereidende workshop, een periode van 6 tot 8 maanden om FACT te testen en een ‘Lessons learned’ workshop. De voorbereidende workshop vond plaats



Een kijkje bij het verpakken van muscovado (ongeraffineerde) rietsuiker bij FPSDC in Manilla.

in Manilla. Vertegenwoordigers van zeven boerencoöperaties namen deel, waarvan er één is gevestigd in Nepal (NACCFL) en de anderen op de Filippijnen (Abrasa MPC, Fatima MPC, FPSDC, Labo Progressive MPC, Patanom en SIDC). Het zijn qua omvang en professionaliteit verschillende organisaties die samen voor honderdduizenden familiebedrijven werken.

De nadruk lag in deze fase op consultaties van leden, participierend onderzoek, SMART-voorstellen schrijven (doelen helder en concreet maken) en het in kaart brengen en analyseren van stakeholders.

Klasse en status

Jun Virola, bedrijfsadviseur van Agriterra Filippijnen leidde de workshop samen met Osinga. De deelnemers besteedden

drie en een halve dag aan uitleg van theorie, presentaties en praktische training. Iedere delegatie maakte een FACT-actieplan. Over acht maanden wordt de uitvoering hiervan geëvalueerd.

Osinga merkte dat consultatie van leden als eerste stap niet altijd voor de hand ligt in een maatschappij waar klasse en status belangrijk zijn. Ook zag hij dat tien minuten theorie bij iedere sessie wel het maximum was. Daarom werd er verder in groepen gewerkt. De nadruk lag vooral op structuur aanbrengen in de belangenbehartiging. Ondertussen werkten de vertegenwoordigers van de zeven coöperaties samen en leerden ze elkaar en Agriterra beter kennen. Dat is heel waardevol.

FACT-modernisatie

FACT is door Agriterra ontwikkeld in een tijd dat sociale media nog niet zo dominant waren. Dat is met WhatsApp, Facebook, Twitter, Snapchat en internetfora nu heel anders. Enerzijds kan hiermee het sentiment onder boeren beter gevolgd worden. Aan de andere kant beïnvloedt de berichtenstroom meningen van leden, spelers en het publiek. Belangenorganisaties moeten hier rekening mee houden. De FACT-tool krijgt daarom van Agriterra een update om nieuwe trends en technologieën te integreren. Osinga vertelt: „De training toon-

de aan dat de methode ook te gebruiken is voor commerciële activiteiten door coöperaties. FACT kan een gereedschapskist worden voor een geoliede beïnvloedingsmachine. Het daarbij in kaart brengen van spelers en hun belangen/invloed en coalitievorming is een dynamisch proces.”

De volgende fase is uitvoering van de opgestelde FACT-actieplannen en het plannen van de ‘lessons learned’-workshop volgend jaar. Voor de deelnemende coöperaties en voor Agriterra Filippijnen en Nepal breekt dan een cruciale testfase aan. Osinga is benieuwd naar de resultaten.

Studietoer in Nederland

Agriterra nodigde in september deelnemers van twee van de in dit artikel genoemde Filipijnse coöperaties (SIDC en FPSDC) uit voor een studietoer naar Nederland. Tijdens de studietoer werd een samenwerkingsovereenkomst getekend tussen de beide coöperaties en Agriterra.

Bekijk op YouTube twee filmpjes over deze studietoer:

bit.ly/studietoerFilippijnen
bit.ly/studietoerFilippijnen2

Kennis opdoen in Nederland

AGRI
TERRA

Jean Remy Muramira is een Rwandese landbouwkundige die als lokale adviseur voor Agriterra werkt in het ontwikkelingsprogramma voor aardappelcoöperaties in Rwanda. Hij begeleidt ook veel Nederlandse Agripool-experts die naar Rwanda komen.

In juli dit jaar kreeg Muramira de kans om Nederland te bezoeken om meer inzicht te krijgen in de aardappelproductie hier. Hij bezocht Nedato, Agrico, Tolsma Storage Technology en Henk Scheele (Hoeksche Chips). Daarnaast bezocht hij de Nederlandse Agripoolers Gertjan Van

Dueren den Hollander, Sander Giesen, Jos Heermans en Matthijs Gebbink. Allen zijn experts in de aardappelteelt. Muramira geeft aan dat hij veel geleerd heeft: „Het uitwisselingsbezoek aan Nederland stelde mij in staat om waardevolle ervaringen op te doen in de groot-

schalige moderne landbouw. Deze nieuwe kennis zal ik verspreiden onder de klanten van Agriterra, coöperaties van aardappeltelers in Rwanda. Ik ben ervan overtuigd dat de droom van Rwandese boeren om professionele aardappeltelers te worden, realiteit zal worden door het delen van expertise, onder andere via Agripool-diensten.”

Muramira constateerde dat de landbouw in Nederland goed georganiseerd en vergevorderd is ten opzichte van de landbouw in Rwanda. Nederlandse boeren bezitten veel landbouwgrond en

deze wordt efficiënt gebruikt. Er wordt bijvoorbeeld rekening gehouden met gewasrotatie, bemesting en bodemvruchtbaarheid. Dit in tegenstelling tot de aardappelteelt in Rwanda. De gemiddelde opbrengst per hectare voor consumptieaardappelen in Nederland ligt tussen 50 en 55 ton per hectare. In Rwanda is dat 15 tot 25 ton. Voor pootaardappelen in Nederland is de opbrengst 35 tot 40 ton per hectare en in Rwanda 12 tot 20 ton.



Bij Gertjan van Dueren den Hollander werd het belang van goede opslag (een geventileerde en donkere kamer) nog eens benadrukt. Door de aardappelen zorgvuldig te sorteren en labelen zijn de diverse soorten eenvoudig te identificeren.



Bij Henk Scheele in de Hoeksche Chips-fabriek.



Aardappelteelt in Rwanda

De aardappel is een van de belangrijkste voedingsgewassen van de wereld, vanwege de aanzienlijke productie van zetmeel en hoogwaardige eiwitten en vitamines. In Rwanda worden aardappelen vooral geteeld in het noordelijke deel van de districten Musanze en Burera. Agriterra ondersteunt hier meer dan 10 coöperaties van zowel poot- als consumptieaardappelen. De productie in Rwanda wordt echter geconfronteerd met veel problemen zoals plagen en ziekten die het veldgewas of het opgeslagen product volledig kunnen vernietigen.

Op het bedrijf van Jos Heermans testte Muramira een nieuw instrument: een sproeier met 4 spuitmonden waarmee je sneller chemicaliën kunt spuiten.



Op bezoek bij Agrico waar Muramira onder andere werd geïnformeerd over de verschillende soorten rassen die er bestaan. Zo zijn bepaalde rassen meer resistent tegen aardappelziekte en bestaan er ook variëteiten die geschikt zijn voor het tropische klimaat, met name voor Rwanda.

„Ik ben erg blij met alle opgedane kennis. Deze is van groot belang voor de transformatie van de Rwandese landbouw, vooral in de aardappelwaardeketen.”



Proces van het wassen en verpakken van aardappelen, voor marktlevering bij Nedato.

