



Betere koffie door scanner

De boeren van koffiecoöperatie MCCCUC in Kenia krijgen via bodemscanners meer inzicht in wat de bodem nodig heeft voor een goede oogst.

Lees verder op blz. **4**



Advies over teelt en opslag voor boeren in Rwanda

Pootgoedteler Matthijs Gebbink gaf Rwandese boeren teeltadvies en tips over bewaring. „Ik hoop dat ze allemaal een proefveld aanleggen.”

Lees verder op blz. **7**

Boer worden met mastertitel op zak

Zeven jonge boeren uit verschillende landen volgden in Nederland een masterclass 'Youth Leadership'. Na een week vol bedrijfsbezoeken, workshops en deelname aan de World Food Day in Ede, keren ze gemotiveerd en vol inspiratie terug naar eigen land. Wat de jonge boeren vooral bijzonder en motiverend vonden was dat in ons land bewust wordt gekozen voor het werken in de landbouw, zelfs als je een mastertitel hebt.

Lees verder op blz. **2**



Van ontwikkelingshulp naar adviesorganisatie

Agriterra timmert al 20 jaar flink aan de weg en heeft de ambitie om wereldwijd bekend te staan als dé kennisorganisatie op coöperatief gebied.

Lees verder op blz. **9**



Kwaliteitsverbetering door goede biologische mest

Zelf goede mest maken zorgt bij coöperatie UCA Tierra Nueva in midden-Nicaragua voor een kwaliteitsverbetering van de producten.

Lees verder op blz. **11**



Boer worden met een mastertitel op zak

Zeven jonge boeren uit verschillende landen die in Nederland een masterclass 'Youth Leadership' volgen. Een week lang interessante locaties bezoeken en kennis maken met politici en leeftijds- en vakgenoten. Het is niet verwonderlijk dat ze alle zeven terugkeren naar huis met een hoofd vol leer- en inspiratiemomenten. Daarmee is de masterclass een succes te noemen.

„Deze jonge mensen zijn in hun eigen land allemaal betrokken bij landbouwcoöperaties. In het kader van het Jaar van de jongeren van Agriterra komen ze naar Nederland. Wij laten ze kennis maken met onze landbouw en geven ze praktische tools waarmee ze thuis aan de slag kunnen. Daarbij zetten we vooral in op leiderschapvaardigheden. Want wat zij de afgelopen dagen gezien en geleerd hebben, moeten ze overdragen binnen hun eigen netwerk”, vertelt bedrijfsadviseur Nicole Sloot, die bijna de hele week met de groep op stap is geweest.

„De selectie van deze kandidaten heeft veel tijd gekost, maar betaalt zich nu wel uit. Stuk voor stuk zijn ze leergierig, weten ze goede vra-

gen te stellen en kunnen zij zichzelf en hun land prima presenteren op plaatsen waar dat kon. Ik ben echt trots op ze.”

Eye-openers

In een week tijd heeft de groep een goed beeld gekregen van de Nederlandse landbouwsector. Bedrijfsbezoeken bij jonge boeren, een zeer leerzame en inspirerende Youth Leadership Academy, een bezoek aan de Tweede Kamer in Den Haag en de deelname aan de World Food Day in Ede hebben het beeld dat de deelnemers vooraf van Nederland hadden, behoorlijk veranderd.

De Youth Leadership Academy was een hoogtepunt. Deze dag, die in samenwerking met NCR en NAJK was opgezet, bood voldoende



De zeven deelnemers bezochten diverse bedrijven van jonge boeren in Nederland.

de momenten om de eigen leiderschapskwaliteiten verder aan te scherpen en nieuwe inzichten te

leren. Diverse sprekers en leerzame workshops zorgen er voor dat de vijf mannen (afkomstig uit Ethiopië, Kenia en Nepal) en twee vrouwen (uit Zambia en Oeganda) met meer kennis naar huis terugreizen. „Sommigen kunnen bijna niet wachten om terug te gaan. Ze zitten vol ideeën waarmee ze het liefst vandaag nog aan de slag willen gaan”, lacht Sloot.

Ondernemerschap

De jongeren zijn het bijna unaniem eens over het meest waardevolle leermoment. „We hebben hier gezien dat werkzaam zijn in de landbouw écht ondernemerschap is”, vertelt Eric Munene uit Kenia. Vooral het bezoek aan een jonge boerin die bezig is met haar mas-

terstudie en daarna thuis het familiebedrijf gaat overnemen, maakte diepe indruk. Bewust kiezen voor een baan in de landbouw, terwijl je zo goed kunt studeren. De groep is er nog steeds verbaasd over. Ook de passie waarmee boeren in Nederland hun vak uitoefenen werd meerdere keren gevoeld en als zeer motiverend ervaren.

Bij de terugkeer in hun eigen land staat de jonge boeren een mooie uitdaging te wachten. Sloot vertelt: „Deze mensen gaan hun voortrekkersrol invullen in hun coöperatie en vanuit Agriterra ondersteunen onze lokale collega's hen daarbij. Ze nemen nu stuk voor stuk een hoop extra motivatie mee naar huis en willen die maar al te graag delen.”



In de melkstal tijdens een boerderijbezoek.

Colofon

Agrimondiaal is een uitgave van Agriterra en verschijnt als bijlage in 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

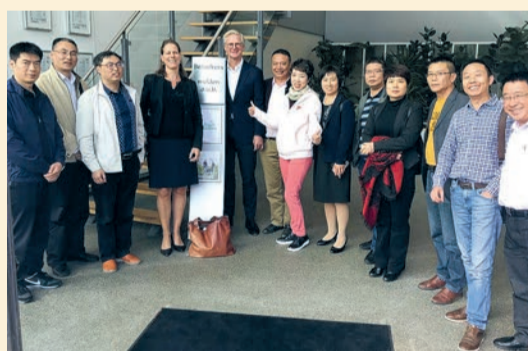
Met medewerking van: Gea Helms, Walter Hobelman, Maartje Mulders en Robert Sillevius

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

© Agriterra
Arnhem,
November 2017



Er waren dit najaar nog meer uitwisselingen



In oktober kwam een Chinese delegatie, met deelnemers op overheids- en coöperatief niveau, uit Chongqing op studietoer in Nederland om meer te leren over samenwerkingsstructuren in de Nederlandse landbouw- en tuinbouw. Ze bezochten onder andere Fruitmasters, waar ze een presentatie kregen over de coöperatieve structuur van het bedrijf.

Eind oktober kwamen 12 vertegenwoordigers van 6 coöperaties uit Indonesië (allen klant van Agriterra) en twee vertegenwoordigers van het Ministerie van Coöperaties naar Nederland. De studietoer duurde een week en stond in het teken van 'verandering' en hoe Nederlandse coöperaties daarmee omgaan. Na een workshop verandermanagement bezocht men diverse coöperaties, waaronder Cosun, Agrico, Nautilus, Vitelia, Royal FloraHolland en The Greenery.



De Departementale Federatie van Melkveehouders uit Santa Cruz, Bolivia, kwam naar Nederland om kennis te vergaren over de melksector. Deze uitwisseling werd door RVO gefinancierd en er namen bestuurders, managers en voedingsdeskundigen van FEDEPLE aan deel. De delegatie werd begeleid door Agriterra. De bezoekers leerden over de trends in de internationale markt en de efficiëntie van de sector in Nederland.



Agripoolnetwerk oktober 2017: coöperaties vragen om nieuw elan

De coöperatie leeft zeker, maar heeft behoefte aan nieuwe ideeën. Boerensamenwerking kan ook andere vormen zoeken, zeker tussen jongeren. Dit bleek tijdens een geanimeerde netwerkbijeenkomst van Agripoolers van LTO en NAJK op 5 oktober in Dronten.



Foto: Ruud Ploeg

Ruim 100 Agripoolers, andere leden met interesse in internationale samenwerking en studenten waren op de netwerkbijeenkomst afgekomen. Deze bijeenkomsten worden verspreid door het land gehouden. Het doel is om Agripoolers en andere geïnteresseerde leden met elkaar in contact te

brenge, en om een platform te hebben voor discussie over internationale samenwerking in de land- en tuinbouw, met name het werk van Agriterra. Wilt u ook eens zo'n bijeenkomst bezoeken? Neem dan contact op met Klaas Johan Osinga via kjosinga@lto.nl.

Samenwerkingsverband

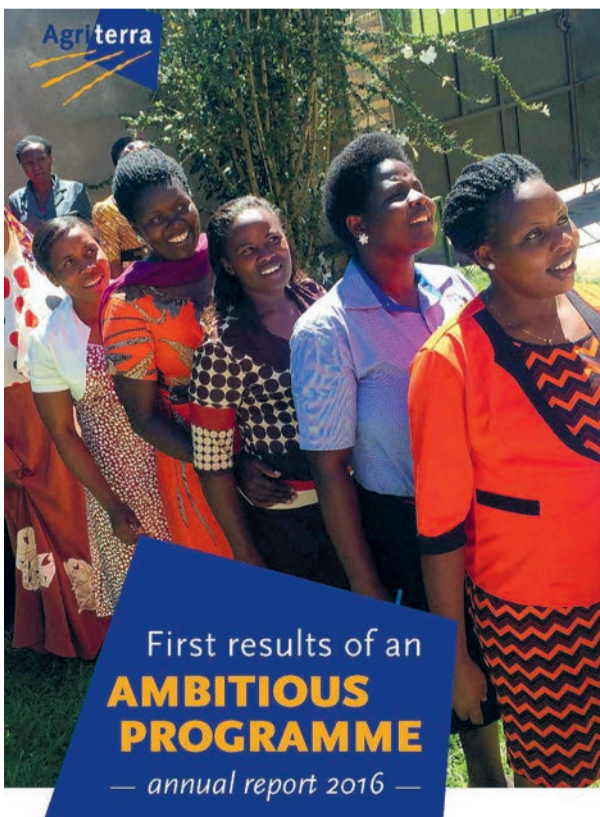
In 2017 zijn er tot en met september in totaal 232 Agripoolers afkomstig van Nederlandse organisaties ingezet.



Agriterra en ForFarmers zijn een samenwerkingsverband aangegaan om boerenorganisaties en coöperaties in opkomende markten te helpen professionaliseren. Jan Potijk, directeur ForFarmers Nederland (rechts) en Kees Blokland, directeur Agriterra (links), hebben het memorandum hiertoe ondertekend.

Organisatie	2016	2017
AB Vakwerk		3
ABAB	1	9
ABN AMRO	3	15
AGPFN		4
Agrico	2	5
AgriFirm	2	
AVEBE	1	3
CBZ		5
COBO	4	3
Coopnet		7
COSUN		4
CSV COVAS		3
CZ Rouveen	1	
CZAV		2
ENZA		2
FBD		10
FloraHolland		1
Flynth	6	11
ForFarmers		1
FrieslandCampina	21	38
Instituut voor Midden en Kleinbedrijf	1	
KVO		1
LAIK	1	2
LLTB		3
LTO Nederland		2
LTO Noord	1	11
MAM	1	1
NAJK	2	7
Nautilus	1	2
Nedato		1
Rabobank	15	35
Samenwerking		3
Stadsbrandierij DB		1
The Greenery		2
VAB	6	12
Vrouwen van Nu	2	7
ZLTO	6	16
Totaal	77	232

Jaarverslag



In oktober is het Jaarverslag 2016 verschenen. Deze kunt u downloaden van onze website www.agriterra.nl/publications/ of opvragen bij ons door een mail te sturen naar communicatie@agriterra.org.

Voorwoord

Duurzame landbouw, zonder honger

Waar lokale boeren niet beschikken over water, meststoffen, goed uitgangsmateriaal en logistiek en soms ook gebrek hebben aan actuele kennis, ligt honger op de loer en is een regionale vluchtelingenstroom een kwestie van tijd. Als we de conflicten en oorlogen van nu analyseren, zien we dat het ontbreken van water en mislukken van oogsten vaak het begin is van regionale onrust en geweld. Hoe mooi zou het zijn als er een einde komt aan honger, gewapende conflicten en oorlogen en dat welvaart en welzijn eerlijker worden verdeeld.

Mislukken van oogsten wordt door wetenschappers gezien als een van de gevolgen van de mondiale klimaatverandering. De aarde warmt op met 1 tot 2 graden als gevolg van gaten in de ozonlaag. Als Nederlandse boeren en tuinders de uitstoot van broeikasgassen verminderen, heeft dat een bescheiden, maar positief effect. Dat we in Nederland op dat terrein wat kunnen, bewijzen we iedere dag: minder uitstoot, minder fossiele energie en productie van schone energie.

De agrarische sector heeft de afgelopen jaren de draai gemaakt en investeert in productieprocessen met minimale verliezen. We zijn op weg, maar de transitie naar een volledige circulaire landbouw met nul-emissie staat nog aan het begin. We zullen nieuwe verdienmodellen bedenken, waarin klimaat en energie, maar ook de gezondheid van mens en dier, biodiversiteit en kwaliteit van natuur en landschap, schoon water en gezond uitgangsmateriaal een plek krijgen.

De agrarische sector zal de komende 20 jaar dus veranderen. De diversiteit in bedrijven neemt toe, nieuwe technologie zal zijn intrede doen en precisielandbouw neemt een vlucht. Tegelijkertijd zet de sector in op sluiten van grondstofkringlopen en versnellen van de circulariteit omwille van het milieu en een eerlijke verdeling van de schaarse grondstoffen. We hebben stappen gezet naar een duurzame agrarische sector, die niet alleen voor boeren en tuinders in Nederland meer bestaanszekerheid geeft, maar ook zal uitstralen naar andere delen van de wereld.

Maar wat heeft een boer aan de andere kant van de wereld aan wat wij hier doen? Morgen niets, maar overmorgen wel. Kennis en innovatie, praktijk- en managementervaring kunnen Nederlandse boeren via hun vertrouwde organisatie Agriterra delen met collega's elders in de wereld. Zo snijdt het mes aan twee kanten: onze landbouw wordt gaandeweg duurzamer en minder belastend, en met deze kennis kunnen wij wereldwijd boeren verder helpen in hun transitie en voorkomen dat oogsten mislukken. Agriterra en onze boeren, kunnen langs de weg van samenwerken en delen hun bescheiden bijdrage leveren aan vrede en einde aan honger.

Marc Calon,
voorzitter Agriterra



Simpele bodemanalyse zorgt voor betere koffie

Kenia

„Binnen twee tot drie jaar kan er hoge kwaliteit koffie van het district Meru verwacht worden.” Dat zegt de voorzitter van koffieboerencoöperatie MCCCU in Kenia.



De bodemproeven met de scanners zijn in oktober van start gegaan.

Strategie Agriterra blijft succes

Maar liefst vijf boerencoöperaties in Ethiopië hebben dit jaar een nieuwe fabriek opgestart of zijn er mee bezig. In het Boliviaanse Santa Cruz zet een federatie van veehouders een effectieve lobby op richting de overheid om rundvlees op de agenda te zetten tijdens de onderhandelingen over een handelsverdrag met China en Rusland. Zuivelcoöperatie KPBS in Indonesië

Tijdens een workshop met koffieboeren aangesloten bij de coöperatie werd duidelijk dat de kwaliteit van de bodem direct gerelateerd is aan de kwaliteit van koffiebonen. Daarom is het kunnen testen van bodemonsters een van de essentiële behoeften van de leden om meer en betere kwaliteit koffie te kunnen produceren.

Echter, de prijzen voor deze onderzoeken zijn hoog en voor veel leden niet op te brengen. Verder duurt het lang voordat de resultaten opgeleverd worden en er wordt geen advies bij gegeven over hoe de bodem verbeterd kan worden.

SoilCares

Agriterra's bedrijfsadviseur Tjeerd Rijpma legde in mei 2016 contact met SoilCares. Zij leveren handscanners om de bodem te testen. Deze scanners geven in minder dan 10 minuten de testresultaten en ook aanbevelingen met betrekking tot fertilisatie en kalkgehalte.

Op de handscanner kunnen een printer en een smartphone aangesloten worden.

SoilCares leverde 165 scanners in een pilotproject voor Keniaanse kleinschalige boeren, wat onderdeel uitmaakt van een gezamenlijk project met Rabobank Foundation.

Gewoonlijk kosten deze scanners €3.000, maar in dit geval zijn de kosten vanwege subsidie teruggebracht tot €500 per scanner.

Rijpma besprak de mogelijkheden om samen te gaan werken met MCCCU en bracht de partijen bij elkaar.

MCCCU's investering

Bestuur en management van MCCCU waren onder de indruk van de bodemanalyse-scanners maar voordat tot aankoop werd overgegaan, werd eerst nog een test uitgevoerd. De heer Mburugu, CEO van MCCCU: „We hebben identieke bodemonsters naar het onderzoeksinstituut van de overheid, Kenya Agricultural and Livestock Research Organization,

De Boliviaanse vleesroute

Bolivia

De rundvleessector in Bolivia heeft veel groeipotentie. Dit is te danken aan de ideale natuurlijke omstandigheden voor veehouderij. Alleen al in de regio Santa Cruz en Beni is er 20 miljoen hectare grond voor veehouderij beschikbaar, zonder aantasting van de bosreservaten en natuurbeschermingsgebieden.

De federatie van veehouders in Santa Cruz FEGASACRUZ vertegenwoordigt ongeveer 9.000 veehouders en is de belangrijkste leverancier van rundvlees in het land.

Dit jaar is er een samenwerking met Agriterra van start gegaan. FEGASACRUZ wil een effectieve lobby richting de Boliviaanse overheid opzetten om rundvlees als een van de top 100 producten te positioneren op de agenda voor de onderhandelingen over een handelsverdrag met China en Rusland.

Via FACT ontwikkelde de federatie een strategisch exportplan voor rundvlees en een lobbytraject richting de centrale overheid

Met behulp van Agriterra's 'Farmers Advocacy Consultation Tool' (FACT) ontwikkelde de federatie een strategisch plan voor de export van Boliviaans rundvlees en een lobbytraject richting de centrale overheid.

De lobbyactiviteiten van FEGASACRUZ bestonden onder meer uit de volgende stappen:

- overleg met partijen in de publieke en private sector om te komen tot een gedeelde visie

- prioriteitstelling van de rundvleessector op de officiële overheidsagenda
- consolidatie van publiek-private samenwerkingsverbanden door het versterken van het Rundvlees Exportcomité dat door FEGASACRUZ en de private bedrijfssector geleid wordt
- harmonisatie van de veeteeltstatistieken in Bolivia
- versterking van de diergeneeskundige diensten
- naleving van de aanbevelingen van de World Organisation for Animal Health (OIE)
- het waarborgen van de sanitaire status (Bolivia vrij van mond- en klauwzeer) en erkenning van 'land met verwaarloosbaar BSE-risico'

De verwachting is dat eind 2018 de samenwerking tussen de publieke en private secto-

ren in Bolivia zal leiden tot export van USD 40.000.000. 'Bolivian natural beef' zal het waarmerk worden voor het geëxporteerde Boliviaanse rundvlees.

Exportopbrengst

Daarnaast wordt er een toename verwacht in de exportopbrengst. De Boliviaanse rundvleesstapel zal tegen 2025 uit 12 miljoen stuks bestaan, ongeveer 2 miljoen meer dan in 2017. Het productieoverschot dat geëxporteerd zal kunnen worden, wordt geschat op ongeveer USD 256.000.000 aan rundvleesdeelstukken en karkassen.

Dit alles zorgt voor meer werkgelegenheid. De landbouwtekening van 2013 toont aan dat voor 385.924 mensen veeteelt de hoofdactiviteit is. Tegen 2025 zal dat door de toename in het aantal stuks vee met ongeveer 20.000 oplopen tot 405.924 veehouders.



Het verwachte productieoverschot dat geëxporteerd zal kunnen worden, wordt geschat op zo'n USD 256.000.000 aan rundvleesdeelstukken en karkassen.

Transformatie

Indonesië

Ook oude coöperaties kunnen veranderen in een modern functionerende coöperatie. Met de hulp van Agriterra heeft Koperasi Peternakan Bandung Selatan (KPBS) de afgelopen jaren deze verandering doorlopen.

KPBS is de oudste zuivelcoöperatie in West Java. In de Nederlandse koloniale tijd waren er in Pangalengan verschillende melkveehouderijen, zoals De Friesche Terp, Almanak, Van der Els en Big Man. Zij richtten Bandungche Melk Center (BMC) voor de gezamenlijke marketingactiviteiten op.

De veehouderijen werden tijdens de Japanse overheersing verwoest, maar de lokale mensen hielden nog wel koeien. In 1969 kwamen meerdere boeren overeen om KPBS Pangalengan op te richten. De coöperatie werd in 1988 als rechtspersoon geregistreerd.

KPBS is de op één na grootste zuivelcoöperatie in West Java, met in 2017 een productievolume van 85 ton per dag. Omdat KPBS zich graag wilde transformeren in een moderne coöperatie, werd contact gezocht met Agriterra.

Verbetering van het financieel management en de kwaliteit van bestuur zijn belangrijke aspecten waar de samenwerking met Agriterra zich op richt. Ook begeleidde Agriterra KPBS bij het opstellen van hun strategisch plan (2015-2020).

Verspilling

Een van de doelstellingen was verspilling van 1 procent (7 ton per maand) naar 0,1 procent terugbrengen. Om dit te verwezenlijken, besloot KPBS het servicecentrum waar melk ingezameld en gemeten werd op basis van volume in liters, om te vormen in een nieuw Milk Collection Point (MCP) waar de melk gemeten wordt op basis van gewicht in kilo's. KPBS richtte in totaal vijf MCPs op. Dit was

svol

laat zien dat ook oude coöperaties kunnen transformeren naar een modern functionerende coöperatie en de kwaliteit van koffie uit het Keniaanse district Meru schiet omhoog nu er met bodemscanners wordt gewerkt. Al deze grote sprongen voorwaarts kunnen worden gemaakt door de strategie van Agriterra: advies, training en uitwisseling.

gestuurd en dit leverde dezelfde resultaten op als de bodemanalyse met de scanner van SoilCares. Vervolgens hebben we vijf scanners van SoilCares aangeschaft.”

„MCCCU betaalde KES 281.250 voor de vijf scanners (ongeveer €500 per stuk)”, vertelt projectmanager de heer Kiogora. „Ook moesten we bij de scanners vijf thermische printers en smartphones aanschaffen. In september 2017 zijn de toekomstige gebruikers getraind.

voor de coöperatie, om de monsternemers en andere directe operationele kosten die verbonden zijn aan de bodemproeven te bekostigen. Vanwege de subsidie dient MCCCU in de komende 12 maanden op zijn minst 800 proeven per scanner uit te voeren om de scanners te kunnen houden. Als dat niet nagekomen wordt, dan zullen de scanners door SoilCares ingenomen worden of er zal een bepaald bedrag betaald moeten worden.

„Boeren hoeven niet langer te raden naar wat de bodem nodig heeft om een goede koffieoogst te krijgen.”

De bodemproeven gingen in oktober 2017 van start.”

Om het gebruik van de bodemanalysekits financieel haalbaar te houden, rekent MCCCU KES 650 (zo'n €5) voor elke bodemproef. Hier- van ontvangt SoilCares KES 350 en KES 300 is

De voorzitter van MCCCU verwacht dat zich met betrekking tot de koffieproductie in het district Meru een revolutie gaat voltrekken. „De boeren hoeven niet langer te raden naar wat de bodem nodig heeft om een goede koffieoogst te krijgen.”

naar een moderne coöperatie



In de nieuwe dochteronderneming maakt men 6 ton mozzarella per maand.

een totale investering van IDR 15 miljard (USD 1,1 miljoen). Ongeveer IDR 5 miljard (USD 374.000) werd met behulp van een lening bij een bank gefinancierd. Als gevolg hiervan bereikte KPBS de doelstelling met betrekking tot het verlies al in februari 2017, ruim voor de gestelde termijn.

Net als bij vele andere landbouwcoöperaties in Indonesië is een van de grootste uitdagingen van de coöperatie om deze vrij te houden van 'free riders'. Dit zijn boeren die gebruik maken van de diensten, maar niet bijdragen met hun producten, kapitaal, of anderszins. In maart 2016 besloot KPBS om de reglementen en statuten van de coöperatie te wijzigen. KPBS wil in haar ledenbestand meer ondernemende melkveehouders en minder melk-

veehouders die alleen voor hun eigen voorziening produceren. KPBS ontwierp een systeem waarin inactieve leden als slapend worden geregistreerd en bij wie na een vastgestelde periode het lidmaatschap beëindigd wordt.

Sinds 1979 maakt KPBS zuivelproducten om zo waarde toe te voegen aan de producten van haar leden. In 2016 werd in de dochteronderneming van KPBS 11 procent van de melk in mozzarella, slagroom, boter, yoghurt en gepasteuriseerde en gearomatiseerde melk verwerkt.

In 2016-2017 bouwde KPBS bij deze dochteronderneming een café, waar de producten direct verkocht kunnen worden.

Salarisschaal

Agriterra adviseerde KPBS in april 2017 op het gebied van salaris- en beloningssystematiek. Dat is een delicaat onderwerp, maar wel van strategisch belang.

Medewerkers zouden betaald moeten worden op basis van hun verantwoordelijkheden en taken en niet langer op basis van het aantal dienstjaren en hun opleiding. In de loop van 2017 zal KPBS een start maken met het doorvoeren van diverse wijzigingen op dat gebied.

Behaalde resultaten bij KPBS:

1. Wijziging van de reglementen en statuten van de coöperatie.
2. Een significante verlaging in het verlies: van 1% (7 ton per maand) naar 0%.
3. Een nieuwe beloningssystematiek

Fabrieken in Ethiopië

Ethiopië

De boerencoöperaties in Ethiopië timmeren flink aan de weg. In het afgelopen jaar zijn er maar liefst vijf coöperaties die een nieuwe fabriek hebben opgestart of dit op de planning hebben staan.

Becho Woliso

Becho Woliso is gespecialiseerd in graangewassen en peulvruchten in Oromia, Ethiopië. De coöperatie levert kunstmest voor ongeveer 48.000 kleine boerenbedrijven en zoekt een afzetmarkt voor de productie van haar leden. Momenteel zijn er drie agrarische fabrieken actief: een fabriek waar plastic zakken worden gemaakt, een kunstmestfabriek en een verpakingslijn. In 2018 wordt gestart met een fabriek voor de verwerking van kikkererwten.



Becho Woliso heeft onder andere een fabriek waar plastic zakken worden gemaakt.

Utu Wayu

Utu Wayu ligt midden in de 'tarwe-belt' van Ethiopië en de fabriek ligt ideaal om de tarwe te verwaarden tot tarwebloem. Gelijk met deze investering is gestart met een zaadschoning en kwaliteitsprogramma, om de kwaliteit van zaaizaad te verbeteren en de opbrengsten te verhogen. Van oudsher ligt productie extreem laag met opbrengsten rond de anderhalve tot twee ton per hectare, terwijl modelboeren met goed zaaizaad tot vijf ton kunnen produceren.

Tsehay

Tsehay FCU ligt in het noorden van Ethiopië, een regio met hele beste landbouwgrond. Naast diverse olie-zaden, zoals sesam en zonnebloemen, produceert men peulen en granen. De coöperatie heeft een uitstekende naam als het gaat om de kwaliteit van de sesam. Naast eigen productie voor export (voldoet aan internationale standaarden) schoont en sorteert zij ook voor lokale handelaren op commissiebasis. In november dit jaar staat de opening van een verwerkingsfabriek voor sesamzaad, nigerzaad, katoenzaad en zonnebloem gepland.

Raya Wakena

Deze coöperatie heeft een vergelijkbaar profiel met Utu Wayu, alleen is de productie van tarwebloem in deze regio in potentie twee maal zo hoog. Na een moeizame start door problemen met de elektriciteitsvoorziening is de fabriek in 2016 operationeel geworden. Grootste uitdaging is nu om een concurrerende prijsstelling en betaalvoorwaarden voor leden/leveranciers te maken, zodat de capaciteit van de fabriek beter benut kan worden.



De fabriek van Raya Wakena is in 2016 operationeel geworden.

Admas

De boerenleden van de coöperatieve unie Admas produceren brouwergerst, graan, koffie en vooral nigerzaad (in Nederland vooral gebruikt als vogelzaad, maar in Ethiopië wordt er bakolie uit gewonnen). Op 18 september is de fabriek voor verwerking van nigerzaad officieel geopend. Naar verwachting zal deze een grote bijdrage gaan leveren aan het verbeteren van de inkomens van de 45.000 boerenleden.



Admas opende in september een fabriek voor de verwerking van nigerzaad.

Jaar van de jongeren

Het jaar 2017 staat bij Agriterra in het teken van jongeren. Onze doelstellingen omtrent het vergroten van jongerenparticipatie zijn niet alleen gelinkt aan het opzetten van jongerenraden en het opnemen van jongeren in het bestuur van coöperaties. In de praktijk zien we dat het nodig is om jonge boeren de ruimte te geven zichzelf te ontwikkelen en hun zelfvertrouwen te laten groeien. Vervol-

gens kunnen zij met de opgedane kennis en ervaring weer andere jongeren inspireren. Agriterra gelooft daarbij sterk in de kracht van rolmodellen zoals Ruth (zie kader) en wij selecteren young leaders zoals haar voor trainingen en uitwisselingsprogramma's; omdat zij het in zich hebben om het verschil te maken.

Succes trekt succes aan. Wanneer jongeren het verschil kunnen maken als succesvol ondernemer, kunnen zij draagvlak creëren onder andere jongeren, wat zich vervolgens als een sneeuwbaaleffect zal voortzetten. In combinatie met het trainen van deze jongeren kan impact worden gegenereerd en zullen niet alleen zichzelf profiteren van de ontwikkeling die zij doormaken (persoonlijk en met betrekking tot bedrijfsvoering/technische kennis), maar ook de coöperatie waar zij lid van zijn en de gemeenschap als geheel.

Uitdagingen

Werkgelegenheid en kansen voor jonge agri-ondernemers in landbouw zijn vaak beperkt; met name in ontwikkelingslanden. Hierdoor kiezen veel jongeren ervoor om elders een

baan te zoeken. Dat terwijl het potentieel van de land- en tuinbouwsector groot is, zeker nu de vraag naar voedsel dat duurzaam geproduceerd is, stijgt. De grootste uitdagingen voor jongeren in de agrarische sector zijn:

1. Onvoldoende toegang tot kennis, informatie en onderwijs.
2. Beperkte toegang tot land.
3. Onvoldoende toegang tot financiële diensten.
4. Gering baanaanbod in landbouw voor jongeren.
5. Beperkte toegang tot markten.
6. Beperkte betrokkenheid bij beleidsdialog en besluitvorming.

Oplossingsrichtingen om deze uitdagingen

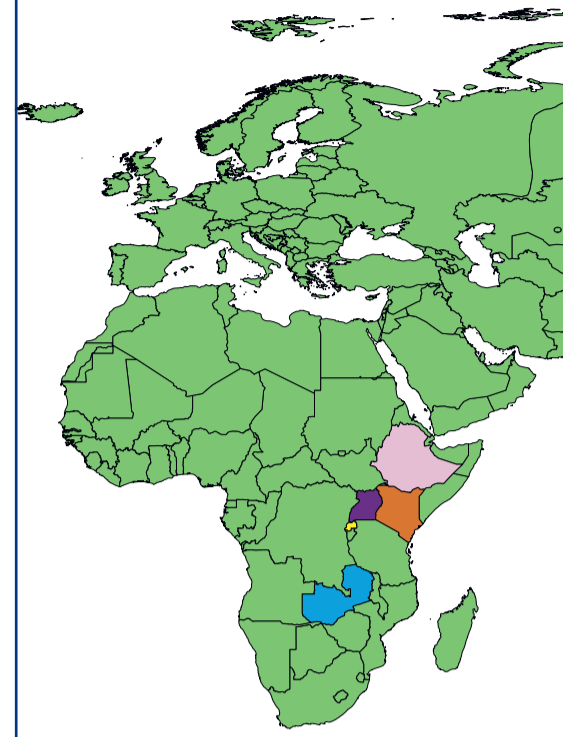
te lijf te gaan zijn er gelukkig ook. We werken intensief samen en maken gebruik van Nederlandse kennis. Daarnaast zijn jonge boeren enthousiast om innovatieve landbouw en wetenschappelijk onderzoek te omarmen en een duurzame, winstgevende en productieve toekomst voor de landbouw te garanderen.

Blik op de toekomst

Wanneer jongerenraden vorm en structuur hebben gekregen, wordt het tijd om naar de toekomst te kijken. Hoe borg je het voortbestaan en het functioneren van de jongerenraden?

Tijdens de workshops van Agriterra zullen er thema's opgepakt worden waarbij de grootste uitdagingen voor jongeren centraal

2017 Kick-Off Workshops gegeven in april tot en met september



staan. Zo zullen wij onze beproefde methode en producten voor lobby- en beleidsbeïnvloeding (FACT) koppelen aan het thema jongeren, bijvoorbeeld op onderwerpen als bedrijfsovername. Zo bewerkstelligen we als Agriterra samen met onze klanten en partners een langdurige verandering.

Eerste resultaten na workshops

- Dairy Association of Zambia heeft haar statuten gewijzigd. Opgenomen werd: zorgen voor continuïteit voor boerenorganisaties, opleiding voor jeugd bij boerenorganisaties, armoede-uitroeiing onder jongeren. Ook zijn jeugdleden opgericht.
- In Oeganda werd bij coöperatie Kibinge een jeugdraad opgezet. Coöperatie Uccu koos één van de deelnemers aan de workshop in haar bestuur.
- In Rwanda organiseerde coöperatie IAKIB een mobiliseringsevent voor jongeren en veel jonge boeren zijn bereid om aandelen te kopen. De coöperatie wil midden november een jeugdraad kiezen.



- In Nepal maakt coöperatie CTCF een profiel van succesvolle jonge boeren om aan andere jongeren te laten zien hoe aantrekkelijk de landbouw kan zijn. Coöperatie NACCFL heeft een handleiding opgesteld voor 'werken met een jeugdraad'.
- In Indonesië zijn er van de vijf coöperaties die de workshop in november 2016 volgden, twee die inmiddels een jeugdraad hebben.

Bereik workshops:

40

deelnemende organisaties elk met gemiddeld 5-7 deelnemers, 2 uit het bestuur/management en de rest bestaande uit jongeren

Lees meer inspirerende verhalen over 'power women' op www.agriterra.org/news/ of volg ons op Facebook



Power woman Ruth Namaganda



Toekomst voor jonge boeren

De landbouw biedt kansen voor jongeren. In Nederland maar ook in Oeganda, vertelt André Arfman. Als voorzitter van NAJK (Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt) is hij elke dag bezig met de ambitie om jonge boeren en tuinders een mooie toekomst te geven in Nederland.

Voor Agriterra was Arfman in Oeganda betrokken bij het project 'Youth for Agribusiness' (zie kader hiernaast), dat als doel heeft om jongeren te enthousiasmeren voor de agrosector. „De jeugdwerkloosheid is in Oeganda erg hoog, terwijl er in de voedselproductie en voedingsindustrie veel mogelijkheden voor hen zijn, gezien de wereldwijd toenemende vraag naar voedsel.”

Vergrijzing

Ook dicht bij huis biedt de toenemende vraag naar voldoende kwalitatief hoogstaand voedsel volgens de NAJK-voorzitter kansen voor jonge boeren en tuinders, maar vormt de vergrijzing van de agrarische sector in Nederland een bedreiging.

„Het kennisniveau en de infrastructuur van

de agribusiness is in Nederland erg hoog, maar doordat de komende jaren veel boeren en tuinders stoppen, lopen we het risico dit potentieel te laten liggen.”

De agrosector in Nederland is goed georganiseerd, ook voor jonge boeren. Mede dankzij NAJK, die met kennispartners als de Rabobank, Flynth, Interpolis, ForFarmers, Beta-

„Het kennisniveau en de infrastructuur van de agribusiness is in Nederland erg hoog”

seed en DeLaval, praktische kennis verspreidt en jonge boeren en tuinders ondersteunt bij bijvoorbeeld bedrijfsovernames.

„We organiseren workshops, discussieavon-

den en cursussen. Tegelijkertijd proberen we het ondernemersklimaat voor het runnen van een agrarisch bedrijf werkbaar te houden door te lobbyen bij beleidsmakers over bijvoorbeeld belemmerende regelgeving.”

Kennis verspreiden

Dat het delen van kennis niet vanzelfsprekend is, zag Arfman tijdens zijn verblijf in Oeganda. Veel basiskennis ontbreekt daar.

„In het begin van ons verblijf noemden jongeren vaak als knelpunt dat er te weinig productiemiddelen zijn. Uiteindelijk hebben we bereikt dat het besef kwam dat er veel

mogelijk is als je kennis over de juiste manier van produceren met elkaar deelt. Zoals wat de beste manier is om mest aan te wenden of wat het beste moment is om een bananen-

plant water te geven voor een zo hoog mogelijke opbrengst.”

De jongeren die hebben deelgenomen aan 'Youth for Agribusiness' zullen vervolgens de opgedane kennis zelf verspreiden. „Daarnaast hebben de jongeren een rapport kunnen presenteren aan een aantal belangrijke besluitvormers, waaronder de minister van Landbouw van Oeganda”, zo vertelt Arfman trots.

De reis is leerzaam geweest, zowel voor de jongeren als voor Arfman zelf. Deze wederkerigheid ziet hij als een belangrijke kracht van de werkwijze van Agriterra. „Doordat we als gelijkgestemden met elkaar in discussie konden gaan en informatie konden delen, werd ik al snel een onderdeel van de groep. Vanuit die gelijkwaardigheid is het echt mogelijk om kennis te delen en elkaar te helpen.”

Het planten van een mangoboom als symbool voor de start van het verspreiden van kennis via de jeugdcaravaan.



Je horizon verbreden

Samen met zijn ouders heeft Matthijs Gebbink (28) een bedrijf in de Noordoostpolder, waar ze pootgoed telen. Naast zijn werk op het bedrijf doet hij bestuurswerk voor LTO en zit hij bij Agrico in het jongerencollege. Matthijs ging voor Agriterra naar Rwanda om de boeren daar teeltadvies te geven.

Matthijs geeft aan dat hij het 'boerenwerk' fijn vindt, maar dat hij ook graag af en toe wat anders doet om zijn horizon te verbreden. Tijdens zijn studie zat hij een half jaar in Egypte en daar gaf hij teeltadvies. Toen Agriterra iemand zocht die in 2017 in Rwanda advies kon geven over aardappelen, nam hij contact op. „De opdracht was om het pootgoed daar te bekijken. Hoe is de kwaliteit, wat weten de boeren ervan en hoe kan het product verbeterd worden? Ik zag die reis als een verrijking van mijn eigen werk.”

Risico's en valkuilen

Matthijs bezocht iedere dag twee coöperaties. „De boeren daar hebben ervaring met het telen van consumptieaardappelen. Ik heb geprobeerd uit te leggen dat pootaardappelen telen iets heel anders is. Het gaat niet om grote dikke knollen, maar om zoveel mogelijk knollen van een bepaalde grootte. Door de afstand tussen de planten te verkleinen, krijg je minder grote aardappelen. Dat is beter.” „Mijn advies was om een proefveldje aan te leggen”, vervolgt hij. „Daarnaast heb ik verteld over de risico's en mogelijk valkuilen van poten tot en met opslag. Je zag bijvoorbeeld dat ze goed wisten hoe het op het veld moest, maar niet in de opslag. Daar is vaak weinig ventilatie en dat leidt tot kwaliteitsverlies.” Andere dingen die Matthijs tegenkwam, waren ziektes in het veld. Door structuur aan te brengen, kun je voorkomen dat deze verspreid worden. Hij hoopt van harte dat zijn adviezen worden opgepikt. „Ik heb geprobeerd om het simpel te houden door twee of drie dingen goed uit te leggen in plaats van tien dingen tegelijk. Sommige adviezen zijn heel makkelijk toepasbaar, bijvoorbeeld het inbrengen van traceerbaarheid



Door direct toepasbaar advies te geven op het veld, gaat het product vooruit en stijgt het inkomen van de boer.

door een stokje in het veld te zetten en door stickers te plakken in de opslag. Ik ben bezig om een poster te maken met de tien gouden regels voor het telen van pootgoed. Die komt bij de coöperaties in de kantoren te hangen.” Volgens Matthijs is het een rol voor Agriterra om de keten compleet te maken. Mogelijk met hulp van de overheid. Hij bracht daarom een bezoek aan de Rwanda Agricultural Board.

„Goed pootgoed is de basis van alles”

„Op dit moment worden miniknollen vooral geëxporteerd naar Congo en de Rwandese boeren kopen goedkoop pootgoed van mindere kwaliteit op de markt. Maar eigenlijk zouden de Rwandese boeren goede kwaliteit pootgoed moeten hebben. Dat is de basis van alles. Dan komt er structuur in de keten.”

Meer rendement

Agriterra zal de bezochte coöperaties de

komende tijd begeleiden. „Ik hoop dat ze allemaal een proefveld gaan aanleggen, zodat ze zelf resultaat zien. Als ze voor verandering open staan, ziet het er positief uit. Ze kunnen meer rendement halen van hun teelt. En dat is waar we het uiteindelijk voor doen.”

Het grote verschil tussen Rwanda en Nederland is volgens Matthijs de toegang tot kennis. „Er valt op het gebied van kennis en het delen daarvan nog veel te winnen. Ook het opleidingsniveau verschilt. In Nederland zijn de jonge boeren op zoek naar vernieuwing, terwijl in Rwanda de mentaliteit heerst van 'we doen het zoals we het altijd gedaan hebben'. Al waren de bezochte boeren wel leerzamer.”

Matthijs concludeert: „Het was kort en intensief, maar wel fantastisch! Agriterra had alles goed geregeld. Het land is schitterend, met vriendelijke mensen. Ik zou graag nog vaker op adviesreis willen, want het is leerzaam. Je praat over aardappelen met mensen uit een andere cultuur. Tegen collega-boeren zou ik willen zeggen: vind je zoiets leuk, meld je dan ook aan als Agripooler.”

Ruth Namaganda, 29 jaar, heeft sinds 2015 een leidinggevende functie binnen de coöperatie Kibinge Coffee Farmers' Co-operative Society Bukomansimbi in Oeganda. Ze is zich er erg van bewust dat ze als vrouw in deze positie een voorbeeldfunctie heeft voor andere jonge vrouwen.

Via scholing en trainingen wil Ruth jonge vrouwen aanmoedigen hun capaciteiten en hun stem te gebruiken en te laten zien dat ze net zo waardevol voor de coöperatie zijn als mannen.

„Mijn eigen grote voorbeeld is mijn vader. Hij heeft me altijd gezegd 'You can be anything a boy can be'.”



Jeugdkaravaan



Bij een zesdaagse 'jeugd in agribusiness'-karavaan in Oeganda bezochten eind augustus zestig jonge boeren succesvolle agro- en foodbedrijven in eigen land, met als climax een nationaal beleidscongres waar de campagne 'Feeding the world, changing lives' werd gelanceerd. Tijdens dit congres werd een officieel document aangeboden aan de aanwezige beleidsmakers waarin aandacht wordt gevraagd voor naleving van bestaande wetten. Zo zijn bijvoorbeeld landeigendomsrechten van vrouwen nog een groot probleem in Uganda. De wet is er, maar het schort bij de naleving ervan. Dit zorgt ervoor dat jonge vrouwen vaak niet de kans krijgen om zelf een succesvol boerenbedrijf te runnen. Veel deelnemers ontdekten daarnaast problemen bij hun lokale coöperaties. Deze zijn vaak inactief en worden opgericht met als doel het aantrekken van overheidssteun in de vorm van subsidie. Het doel van de karavaan is om een door jeugd geleide agribusinessbeweging in Oeganda op te bouwen, die een platform biedt voor het delen van informatie, kennis en ervaringen en die collectief actie onderneemt voor de belangen van de jonge boeren.

De audit van Nira Satria

Jaarlijks vraagt Agriterra aan haar klanten een audit, om te zien waar ze staan en wat er in dat jaar bereikt is. Vaak betaalt Agriterra mee aan de accountantscontrole die nodig is om tot de audit te komen.

Zo ook bij Nira Satria, een kokossuikercoöperatie op Centraal Java. Alleen de audit kwam maar niet.

Toen bedrijfsadviseurs Agnes Janszen en Richard van der Maden de coöperatie bezochten, vroegen ze waarom de audit niet aangeleverd werd. Na lang doorvragen kwam de reden boven tafel: Agriterra was vergeten het geld over te maken naar hun rekening, en ze hadden zelf onvoldoende geld in kas om de accountant te kunnen betalen!

In Nederland zouden we dan allang aan de bel hebben getrokken om te vragen waar het geld bleef, maar dat zit niet in de aard en cultuur van de Indonesiërs. Agriterra was dus zelf mede de oorzaak dat er niets gebeurd was al die tijd.

Kokossuikercoöperatie Nira Satria op Centraal Java had een bijzondere reden om de jaarlijkse audit niet uit te voeren.



Zonder ambitie gebeurt er niets. En het is beter eerst te kijken naar het geheel dan direct te focussen op oplossingen.



In Ethiopië stortten de exportprijzen voor sesam in. Dit was een van de redenen dat Selam FCu failliet ging.

De ondergang van Selam

Selam FCu was een van Agriterra's klanten in Ethiopië, in de regio Amhara. Een zeer vruchtbaar gebied, goed ontwikkeld en met boeren die veel en goede producten telen, waaronder sesam.

Toen Agriterra met deze klant aan het werk ging, wist ze al van het zwakke financiële management en het matige bestuur van de organisatie. Daarom werd ingezet op veel trainingen, workshops en het begeleiden van nieuw personeel. Dat de administratie nog niet geautomatiseerd was, dat de lening 'werkkapitaal' van vorig jaar nog niet was terugbetaald en dat de coöperatie een deel van de salarissen nog verschuldigd was, was bekend. Maar met advies en begeleiding van Agriterra leek de coöperatie op de goede weg en maakte duidelijke slagen in de verbetering van het management, de administratie en de automatisering.

Echter, door de instorting van de sesamprijzen (export), in combinatie met nauwelijks werkkapitaal, personeel dat niet meer trouw was en leden die niet langere leverden, is Selam begin dit jaar failliet gegaan. Uniek voor Ethiopische begrippen.

Wat Agriterra hiervan geleerd heeft, is om niet meteen op de oplossing van de soms erg grote problemen te focussen, maar eerst te kijken naar het geheel. Het blijft gissen, maar mogelijk was Selam nog te redden geweest als er meer was gefocust op het winnen van nieuw vertrouwen (bij leden, staf en leveranciers)?

In Agrimondiaal schrijven we graag over de successen van Agriterra. Maar natuurlijk verloopt niet altijd alles voorspoedig en succes bestaat tenslotte bij de gratie van mislukkingen. Op deze pagina een aantal voorbeelden van zaken die mis gingen.

Het Spaanse zusje van Agriterra, Acodea, liep tegen problemen aan bij cacao-coöperatie La Campesina in Nicaragua.



Geen certificering slachthuis

Fegachaco (La Federacion de Ganaderos del Gran Chaco) vertegenwoordigt 1.502 kleinschalige en middelgrote boerenbedrijven in de provincie el Gran Chaco in het zuidwesten van Bolivia. De leden van deze federatie van veehouders houden in totaal meer dan 120.000 stuks vee.

De unieke en karakteristieke smaak van het vlees uit de Chaco is het gevolg van de extensieve vorm van veehouderij en de specifieke voeding voor het vee, dat vrij rondloopt in de wildernis. Fegachaco heeft een eigen slachthuis dat ook diensten verleent aan derden.

In 2016 startte Agriterra een samenwerking met de federatie, waarbij gefocust werd op de verbetering van het operationeel management van het slachthuis en op de kwaliteit en veiligheid van het vlees. Tegelijkertijd werd de organisatie versterkt met managementtools. Er werd aandacht geschonken aan een HACCP-analyse en een analyse van de productie en operationele kosten van het slachthuis.

Daarnaast werd een training gegeven in 'Goede Hygiëne Praktijken' voor het personeel van het slachthuis.

Echter, Fegachaco gaf geen opvolging aan de uitdagingen die opgenomen waren in het actieplan. Acties werden niet uitgevoerd en er veranderde weinig.

Zonder ambitie gebeurt er niets. Daarom heeft Agriterra besloten de samenwerking op te schorten. Deze zal pas weer worden voortgezet als Fegachaco een certificering voor haar slachthuis heeft, conform Agriterra's advies.

Te druk voor trainingen

Cooperativa La Campesina is een cacao-coöperatie in Matagalpa in Nicaragua. De ruim 350 leden produceren 160 ton gefermenteerde cacao. De grootste klant koopt 90 procent van de productie en als de leden meer cacao aan de coöperatie zouden leveren, dat zou deze klant nog meer inkopen.

In juni 2016 startte de coöperatie een samenwerking met Acodea, het Spaanse zusje van Agriterra. De afgelopen jaren ontving de coöperatie aanzienlijke donaties voor haar projecten. Daardoor kon er in nieuwe infrastructuur en machines geïnvesteerd worden.

De verschillende projecten vereisten veel tijd en inzet van het personeel. Dat zorgde ervoor dat de trainingen en adviesdiensten die Acodea wilde uitvoeren, niet aansloegen bij de coöperatie. Ze waren gewend aan het ontvangen van subsidies.

Tijdens de projectaudit, die in januari 2017 plaatsvond, werd duidelijk dat in 2016 slechts enkele activiteiten uitgevoerd waren. Het team van Acodea besloot daarop als proef een actieplan voor zes maanden op te stellen met slechts drie activiteiten en twee adviesdiensten. In juni 2017 was nog geen enkele activiteit uitgevoerd en de adviesdiensten waren afgezegd vanwege gebrek aan interesse bij de managers van de coöperatie.

Het project was dus een flop. De coöperatie was te druk met de ontvangen subsidies en met het managen van projecten vanuit andere ontwikkelingsorganisaties. Daarnaast hield de algemeen directeur er andere ideeën op na.

„Vooruitgeschoven post Nederlandse landbouw”

Agriterra in Arnhem bestaat twintig jaar en is uitgegroeid van ontwikkelingshulporganisatie naar professionele adviesorganisatie. Het managementteam heeft de ambitie om in de toekomst wereldwijd bekend te staan als dé kennisorganisatie op coöperatief gebied.

Bij het professionaliseren van boeren en tuinders wereldwijd spelen Agripoolers, experts uit de Nederlandse agri- en foodsector, een sleutelrol. Zij adviseren boeren via lokale coöperaties en organisaties over hun bedrijfsvoering. Blijft dat in de toekomst ook zo?

Kees Blokland, directeur: „De ontwikkelingen gaan snel, maar dat verhaal blijft overeind. Ariterra wordt relevanter, voor boeren daar én hier. Wij zijn een vooruitgeschoven post van de Nederlandse landbouw. Die dient in de hele wereld als een voorbeeld waar iedereen vol bewondering over spreekt.”

In Nederland lijkt dat imago een stuk minder positief te zijn.

José Levelink, manager bedrijfsvoering: „Daar zie je inderdaad vaak een tegenovergesteld beeld, met veel negatieve publicaties over de Nederlandse landbouw. We zouden juist meer waarde moeten hechten aan wat wij te bieden hebben. Onze Agripoolers komen telkens weer terug met verhalen over hoezeer de Nederlandse landbouw in het buitenland wordt gewaardeerd.”

Wat ligt daaraan ten grondslag?

Cees van Rij, manager agri-advies: „In opkomende economieën zie je dat de landbouw daar slecht georganiseerd is. Netwerken, samenwerken en polderen zit in ons DNA. Daarmee helpen we boeren en tuinders in het buitenland om de productieketen efficiënt in te richten, met een sterke organisatie van zowel verwerkende partijen als handelaren. Naar de toekomst toe zal dat alleen nog maar aan belang winnen.”

Hoe krijgt dat vorm?

Levelink: „Wij zijn bij uitstek een netwerkorganisatie, en onze netwerken in het buitenland zullen in de toekomst alleen nog maar verder groeien. We werken daarbij niet alleen met Nederlandse adviseurs, maar ook met lokale business adviseurs in de landen zelf. Zij kennen de taal, de mensen en de cultuur. Zij werken samen met de Nederlandse Agripoolers voor het overdragen van kennis. Zo ontstaan prachtige verhalen, die zowel hier als daar verteld kunnen worden. Daarmee zetten we telkens weer een stapje vooruit en promoten we ook Nederland als BV.”

„Netwerken, samenwerken en polderen zit in ons DNA”

Zijn er voldoende Agripoolers te vinden?

Blokland: „We zenden een paar honderd Agripoolers per jaar uit. Daarnaast werken we samen met opleidingsinstituten als de HAS in Den Bosch, Hogeschool Van Hall Larenstein en de WUR. Hun stagiaires en afgestudeerden werken mee aan projecten in



Cees van Rij, José Levelink en Kees Blokland.

het buitenland. Dat zijn de professionals van de toekomst en hun nieuwe inzichten zijn van grote betekenis voor landen die kennis nodig hebben.

„We worden steeds groter en internationaler. Het is de kunst daarbij een Nederlandse adviesorganisatie te blijven, met de Nederlandse land- en tuinbouw als bakermat.”

Speelt bij die nieuwe inzichten het gebruik van landbouwdata ook een rol?

Van Rij: „Dat zou je in een breder spectrum kunnen bekijken. Het gaat bij de ontwikkelingen in de landbouw niet alleen om professionalisering van de bedrijfsvoering, maar ook om het verzekeren van inkomen voor boeren en tuinders en het zorgen voor goed en duurzaam voedsel. We bereiden ons voor op het gebruik van bijvoorbeeld geodata. In landen als Kenia, Vietnam en Bolivia zie je dat ze gebruik maken van de nieuwste technologieën.”

Blokland: „In Vietnam coördineren we de internationale adviesinbreng in het masterplan coöperatieve ontwikkeling met een focus op de nieuwste landbouwtechnologie.”

Agriterra heeft onlangs een samenwerkingsovereenkomst getekend met ForFarmers.

Blokland: „ForFarmers-medewerkers gaan via Ariterra de vlees-, zuivel- en eierenindustrie adviseren. Als Europees marktleider op het gebied van diervoeders zijn zij een aanwinst. Dit soort samenwerkingsverbanden gaan we steeds vaker aan. Het inspireert: Nederlandse coöperaties zien wat Ariterra in het buitenland voor elkaar krijgt.”

Van Rij: „Je ziet ook dat het bijna een trend is dat topbestuurders in Nederlandse landbouwcoöperaties en bij LTO een Agripoolachtergrond hebben. Een uitzending naar het buitenland draagt bij aan leiderschaps- en talentontwikkeling.”

Hoe ontwikkelt Ariterra zich verder?

Van Rij: „In 2015 hadden we 40 medewerkers, nu zijn dat er 110, met name in het buitenland. We hebben inmiddels geregis-

treerde kantoren in Ethiopië, Peru, Kenia, Oeganda en Zambia en hebben lokale teams in nog eens tien landen. Onze ambitie is om wereldwijd bekend te staan als dé kennisorganisatie op coöperatief gebied. Dat is wel een uitdaging, maar we hebben de afgelopen jaren veel goede en jonge mensen in dienst kunnen nemen.”

„Agripoolers komen steeds terug met verhalen over de waardering voor de Nederlandse landbouw”

Hoe zorgt Ariterra voor meer bekendheid?

Van Rij: „We zijn actief op social media en bereiken daarmee steeds meer boeren en tuinders. We laten zelfbewuste boeren aan het woord, die ‘fier’ zijn op wat ze bereikt hebben. De komende jaren willen we er nog een tandje bij zetten.”

Levelink: „We hebben zoveel moois te vertellen. Dat horen we ook terug van boeren en boerinnen die een adviesopdracht hebben uitgevoerd. Zij voelen dat ze daar verhalen te brengen hebben, maar komen anderzijds met nieuwe energie terug. Dan zijn ze trots op Nederland. Daar zouden we veel meer mee moeten doen.”

Bestaat Ariterra over twintig jaar nog?

Van Rij: „Zeker, de echte groei in de landbouw is niet in Europa te vinden, maar vooral in Afrika en Azië. Het is indrukwekkend om te zien wat daar gebeurt. Daar moet je bij zijn.”

Blokland: „De afgelopen twintig jaar hebben we een switch gemaakt van ontwikkelingshulporganisatie naar professionele adviesorganisatie. We groeien mee met de ontwikkelingen in de land- en tuinbouw wereldwijd. Onze ambitie is gebaseerd op de realiteit, omdat we uit de klei komen. Ons motto is niet voor niets: The best is yet to come!”

Column

Succes

Dat Ariterra zou uitgroeien tot de toonaangevende organisatie die het vandaag is, was twintig jaar geleden bij de oprichting bepaald nog niet te voorzien. Door de opheffing van het Landbouwschap dreigde het werk van de afdeling buitenland waar enkele projecten waren ondergebracht, verloren te gaan.

De jonge LTO-organisatie had de handen nog vol aan de eigen ontwikkeling en had andere prioriteiten. Tegelijk was er de Paulo Freire Stichting, een groep idealisten met veel buitenlandse contacten, groot enthousiasme, maar geen enkele structurele financiering.

Het samenbrengen van deze twee clubs leidde door de grote cultuurverschillen tot een nogal onwaarschijnlijk huwelijk. Dat er desondanks een prachtig gezin uit voortkwam is niet in de laatste plaats te danken aan de inspirerende leiding van directeur Kees Blokland.

Maar ook de toch wel typisch Nederlandse visie op hoe de sector het beste is geholpen draagt daar aan bij. Niet protectionisme (Frankrijk) of financiële steun (Duitsland) maar ontwikkeling van het ondernemerschap en versterking van de positie van agrarisch ondernemers in markt en maatschappij is de sleutel tot succes.

Daarbij is door Ariterra goed ingespeeld op de verandering van hulp naar handel. Juist het oprichten en versterken van coöperaties biedt in de huidige tijd perspectief.

Die coöperaties zullen dan wel anders moeten werken en functioneren dan voorheen. Door de snelle ontwikkelingen in de ICT is een goede digitale communicatie en infrastructuur nu een voorwaarde voor succes. Dat vraagt om heel andere kennis dan teeltadviezen en coöperatiestatuten.

Maar het bezit van een mobieltje betekent niet dat je als boer(in) ook de goede informatie krijgt of betrouwbare afspraken kunt maken. Voor landbouworganisaties en coöperaties liggen daar weer nieuwe kansen en mogelijkheden. En voor Ariterra dus ook. Heerlijk toch, zo'n steeds veranderende wereld!

Gerard Doornbos,
eerste voorzitter Ariterra



Ogen en oren wijd open... en dan verkopen

Met een groep mensen van een Nepalese zuivelcoöperatie de geheimen van marketing ontrafelen en hen trainen in een aantal basisprincipes.

Dat was de missie waarmee Suzanne van den Eshof en Kirsten Huijgen in juli 2017 voor Agriterra op werkbezoek gingen bij de Nepalese coöperatie ADPCL; de Annapurna Dairy Producer Cooperative Limited.

De coöperatie die in 1984 door melkveehouders is opgericht, verkoopt voornamelijk rauwe en gepasteuriseerde melk. Maar ook worden producten als yoghurt, panir (een feta-achtige kaas) en ghee (geklaarde boter) gemaakt. De afnemers zijn met name kleine winkeliers.

Van den Eshof is projectmanager bij FrieslandCampina met een specialisatie in marketing en Huijgen werkt als category developer bij FrieslandCampina Riedel. De Agripoolers richtten zich bij de adviesopdracht op het vergroten van de winstgevendende omzet van ADPCL middels zowel product- en marktanalyses als verbeterde verkooptechnieken en marketingacties.

Wensen van de klant

Huijgen: „Binnen de coöperatie lag de focus op verkoop, maar dan als een compleet op zichzelf staand

proces. Terwijl juist ook aandacht voor bredere marketingvraagstukken heel effectief kan bijdragen aan je omzetcijfers.”

‘Consumer insights’ noemt Huijgen het: kennis opdoen van de wensen en behoeften van de klant, waardoor je die beter kunt bedienen en dus meer omzet realiseert.

„Aandacht voor bredere marketing vraagstukken draagt effectief bij aan je omzetcijfers”

Van den Eshof vult aan: „Voor wat betreft marketing zit de kracht van een coöperatie in het feit dat ze rechtstreeks in contact staan met de producent. Dat geeft een ver-

haal en daarmee het product extra glans. Bovendien heeft een coöperatie als ADPCL de mogelijkheid heel direct invloed uit te oefenen op de kwaliteit van de rauwe melk die wordt aangeleverd, en op de verwerkingskeuzes. Wanneer je die uitgebreide invloed op je toelevering en productie combineert met inzichten in de voorkeuren van de consument, kan een coöperatie ijzersterke producten in de markt zetten.”

Naast gesprekken ging het tweetal ook praktisch aan de slag. Met het salesteam van ADPCL werd bijvoorbeeld een aantal winkels en foodservice outlets bezocht. Van den Eshof: „Het verkoopteam was zich wel bewust van het onderscheidende vermogen van het merk Annapurna, maar zette dat helemaal niet in bij salesgesprekken. Gezamenlijk hebben we die sterke punten benoemd en laten zien hoe die gebruikt kunnen worden in de verkoop.”

Improviseren

Veel technieken op het gebied van marketing, verkoop en productanalyse konden de Agripoolers inzetten vanuit hun eigen ervaring. Soms moest echter een flinke por-



tie improvisatievermogen worden ingezet.

Huijgens: „We merkten dat leeftijdsgebaseerde hiërarchie in Nepal ontzettend belangrijk is. Tijdens een bijeenkomst met de verkoopmedewerkers en hun manager, deden de jongere verkoopmedewerkers hun mond niet open. Suzanne en ik besloten de groep op te splitsen. Toen kwamen de tongen wel degelijk los en kwam er een aantal steengoede inzichten en ideeën op tafel.”

Over de opvolging van het plan dat tijdens het bezoek is ontwikkeld en de impact van de gehouden workshops, zijn de Agripoolers positief: „Agriterra heeft heel duidelijke afspraken gemaakt. Er staat al een vervolgopdracht gepland met financieel experts, maar die gaat alleen door als men daadwerkelijk aan de slag gaat met de resultaten uit dit werkbezoek. En het belangrijkste: het plan dat er nu ligt, sluit aan bij de ambitie die al door de coöperatie zelf was neergelegd.”

Stapje voor stapje

Daphne van Geffen werkt 20 jaar in commodity financiering, nu bij ABN AMRO, waar ze zich bezighoudt met handelsfinanciering van grote partijen cacao en koffie. Ze bezoekt opslaghuizen, havens en handelaren in Europa en reist ook veel naar Afrika. Maar in Democratische Republiek Congo was ze nog nooit geweest.

Samen met Jeroen Krufft, een expert op het gebied van ‘specialty’ koffie, vertrok Van Geffen in juni naar Idjwi, een eiland in het roerige Oost-Congo. Agriterra heeft daar contact met CPNCK (Coopérative des Planteurs et Négociants du Café au Kivu). Deze koffiencoöperatie wilde graag een businessplan om mee naar de bank te kunnen gaan.

Van Geffen en Krufft concludeerden echter al snel dat ze daar nog niet aan toe waren. „Ze hadden hun papierwerk en balans niet op orde. Uiteindelijk hebben we geen businessplan gemaakt, maar aanbevelingen gedaan. Het businessplan is een volgende stap.”

Er zijn duizend boeren aangesloten bij CPNCK, die niet allemaal actief zijn omdat er niet voldoende financiering is om alle koffiebossen van hen aan te kopen. De koffie wordt op achttien plekken verzameld.

Nadat ze verschillende koffieplantages bezochten, doken Van Geffen en Krufft in de cijfers. In overleg met de president en het bestuur van de coöperatie werd het break-evenpoint bepaald.

„Er was veel koffie klaar voor export, maar ze hadden geen idee hoeveel dat had gekost. Al interviewend rekenden we terug wat ze aan iedereen hadden betaald. Op basis daarvan hebben we een break-even-prijs bepaald.”

„Je moet denken in kleine stappen die beklijven.”

Daarnaast keken Van Geffen en Krufft naar de kwaliteit van de koffie, benodigde schaduw en vruchtbaarheid van de bodem. Ook liet Krufft zien hoe ze een goed koffiemonster kunnen maken om op te sturen naar mogelijke afnemers. Van Geffen moest af en toe wel wennen aan het ritme. „Ik heb



Tijdens de workshop konden de boeren via post-its aangeven of ze het eens of oneens waren met een stelling.

moeten accepteren dat alles echt stapje voor stapje gaat. Soms wil je te veel en alles te gepland. Maar je moet niet denken in grote stappen, maar in kleine stappen die beklijven.”

Ook viel haar op dat er niet naar de toekomst gekeken wordt. „Er is bijvoorbeeld geen plan B voor als een financier zich terugtrekt. Er is blijkbaar altijd weer een weldoener en eigenlijk stimuleert dat de autonomie niet. Dat gaat me nog het meest aan het hart.”

Van Geffen en Krufft organiseerden ook een workshop om de boeren te betrekken bij de coöperatie. Van alle achttien coöperaties waren

drie deelnemers aanwezig. Via prikkelende stellingen werden discussies gevoerd en werd duidelijk wat er leeft. De boeren gaven aan graag vooruit te willen en ze hebben zeker loyaliteit naar de coöperatie, maar de prijs voor hun koffie moet goed zijn, want ze moeten hun gezin voeden.

Goed nieuws

Terug in Nederland hoorde Van Geffen het goede nieuws dat CPNCK inmiddels koffie heeft verkocht aan een Zwitserse afnemer voor een prijs die boven het break-evenpoint ligt. Ze is optimistisch over de toekomst voor CPNCK. „Ik heb ze

onder andere een lijst gegeven op basis van welke criteria een bank zal toetsen of ze een lening toegekend krijgen. Het is belangrijk dat je kunt laten zien dat je het afgelopen jaar positief gedraaid hebt”, zegt ze.

„Daarnaast maken ze natuurlijk fantastische koffie. En de wereld gaat steeds meer ‘specialty’ koffie drinken. Doordat ze nu een afnemer gevonden hebben, ben ik erg hoopvol. Al moeten ze wel een consistente kwaliteit kunnen leveren. Gelukkig houdt Jasper Spikker, bedrijfsadviseur van Agriterra, contact met hen en daarmee is de follow up gegarandeerd.”



in drie jaar tijd twee keer zoveel bewerkte melk gaan verkopen. Met deze basis kunnen ze nu vol aan de slag.”

Er werden winkels bezocht om te kijken hoe het merk Annapurna daar in de schappen stond.

Laatste nieuws uit Nepal

ADPCL toont inzet en wil om te veranderen. Het is belangrijk voor hen om een sterk merkbeeld te creëren. Op dit moment heeft de

coöperatie al nieuw promotie-materiaal ontworpen en ook de verpakking van hun producten is aangepast.

Op maat gemaakte ondernemingsplannen

Agripoolers Peter van Boekel (VAB) en Suzanne Larsson (ABN AMRO) gingen eind augustus naar Ethiopië om een ‘businessstraining’ te geven aan drie coöperatieve unies: Wodera, Melik en Gamo Gofa.

Wodera Multipurpose Cooperative Union is in 2004 opgericht. Het is een unie van 18 primaire coöperaties met in totaal 14.000 kleine boeren als leden. Er worden voornamelijk granen en bonen verhandeld. Melik Cooperative Union is ook in 2004 gesticht, als unie van 13 primaire coöperaties met 3.000 leden. Er worden hoofdzakelijk granen verhandeld. Gamo Gofa Groente en Fruit Marketing Cooperative Union (bananen, mango's en appels) is in 2005 ontstaan en omvat 7 primaire coöperaties met in totaal 477 leden. Deze drie coöperatieve unies zijn sinds januari 2017 nieuwe klanten van Agriterra. Agriterra helpt hen door bestuursleden, management en staf te trainen en coachen bij het opstellen van degelijke en realistische ondernemingsplannen.

Lening voor werkkapitaal

In deze fase van hun ontwikkeling willen de unies graag in aanmerking komen voor bankleningen voor werkkapitaal voor de opkoop van producten van hun leden. De training- en coachingsessies van Agriterra geven deze unies de kennis om een goed ondernemingsplan op te stellen. De tweedaagse training wordt bij iedere unie aan tien tot vijftien

bestuursleden, management en stafleden gegeven. Namens de overheid zijn vertegenwoordigers van het Cooperative Promotion Office aanwezig die tijdens de trainingen actief meedenken.

Spelregels workshop

Van Boekel was wel verrast over het begin van een workshop in Ethiopië. Die begint namelijk met het opstellen van de spelregels: ‘no phonecalls’, ‘no side talks’, ‘open discussion’, en ‘be on time’. Er worden straffen opgesteld, en elke groep stelt zelfs uit haar midden een ‘rechter’ aan: overtreders kunnen kiezen uit een grap vertellen, iets zingen of een dansje doen. Van Boekel en Larsson werken tijdens elke training zoveel mogelijk vraaggericht en polsen telkens de

groep: ‘wat willen jullie weten, wat moet er gebeuren en staat iedereen hier achter?’ De geringe afstand tussen bestuur, management en staf draagt bij aan een open en interactieve sfeer tijdens de sessies. In vrij korte tijd zijn activiteiten en acties benoemd en is iedereen gefocust op het gezamenlijke doel.

Voorlopig resultaat

Visie, missie, de SWOT-analyse en de doelen, strategieën en actiepunten: alles wordt genoteerd op sheets. Elke coöperatieve unie krijgt zo als resultaat een ‘muur’ vol met acht sheets die de basis zijn voor het ondernemingsplan. Awoke Habtamu, de lokale bedrijfsadviseur van Agriterra, zal de unies verder ondersteunen, want de drie definitieve bedrijfsplannen moeten in oktober 2017 klaar zijn voor de bank. Habtamu is erg enthousiast over de doelgerichte aanpak en wil die graag uitrollen naar andere (potentiële) klanten van Agriterra in Ethiopië.



Door alles te noteren krijgt elke coöperatieve unie een ‘muur’ vol met acht sheets die de basis zijn voor het ondernemingsplan.

De invloed van hoge kwaliteit mest

Op initiatief van 23 koffieboeren in Boaco in midden-Nicaragua werd in 1997 de coöperatie UCA Tierra Nueva opgericht. Het doel was om gezamenlijk een oplossing te vinden voor de problemen met de verkoop van hun koffie.

In de jaren daarna sloten meerdere producenten zich bij de oprichters aan, en inmiddels zijn 674 producenten verspreid over zeven primaire coöperaties bij UCA aangesloten. Hoewel koffieproductie aan de basis van de organisatie staat, leidden onder andere de schimmelziekte ‘bladroest’ en sterke prijsschommelingen ertoe dat de organisatie de mogelijkheden van productdiversificatie ging onderzoeken, om het inkomen van de leden toch op peil te kunnen houden.

De productie van kurkuma is bijna verdrievoudigd

Naast honingproductie ontdekte UCA op een internationale beurs ook twee exotische producten die interessant zouden kunnen zijn: gember en kurkuma. Ramiro Espinoza, hoofd van de technische afdeling van UCA, ver-

telt: „In eerste instantie was de meerderheid van de leden geïnteresseerd in het verbouwen van gember, waarvan ze grotere productiviteit verwachtten. Kurkuma werd als een hen onbekend product terzijde geschoven. Echter UCA besloot dat de boeren die gember wilden verbouwen daarnaast ook kurkuma moesten verbouwen.” Dat bleek een gouden greep want tegenwoordig is voor UCA kurkuma qua omzet inmiddels het tweede gewas geworden, na koffie, en zowel de productiviteit als de marktkansen zijn veelbelovend.

Biologische mest

In 2015 klopte de coöperatie aan bij Acodea, de Spaanse zusterorganisatie van Agriterra. Bij het doorlichten van de organisatie kwam aan de orde dat de producenten voor hun gewassen hoge kwaliteit biologische mest nodig hadden. Elke producent maakte zijn eigen mest met de primaire grondstoffen die in zijn of haar perceel voorradig

waren, met de bijbehorende constante problemen van continuïteit en kwaliteit. Daarom werd aan UCA Tierra Nueva de optie voorgelegd om voor de leden kwalitatief goede mest te maken en verkopen. Het adviestraject met Acodea was doorslaggevend en er werd een businessplan opgesteld, zodat binnen vier jaar alle leden van UCA van mest kunnen worden voorzien. Doel hiervan is het verbeteren van de kwaliteit van de producten.

Inmiddels heeft UCA een terrein kunnen kopen om de werkzaamheden uit te breiden en productie van compost verloopt volgens plan. De producenten zijn erg tevreden over de kwaliteit van de compost met een toenemende vraag als gevolg. Bij de voorzitter van de coöperatie, één van de pioniers in het gebruik van de compost, is de kurkumaproductie op zijn perceel bijna verdrievoudigd. Volgens president Félix Trujillo zelf: „De hulp van Acodea

en haar focus op echte samenwerking heeft bij UCA Tierra Nueva de kans gecreëerd om haar eigen ontwikkelingen ter hand te nemen.” Om de groei van de coöperatie van een stevig fundament te voorzien heeft Acodea de afgelopen twee jaar met UCA Tierra Nueva ook gewerkt aan de versterking van organisatorische aspecten als financieel management, strategische planning en marketing & sales.



Twee Agripoolers (rechts) bekijken de biologische verwerkingsinstallatie van UCA Tierra Nueva.

SAMENWERKEN

Agriterra groeit gestaag door en verspreidt haar kennis en kunde over de hele wereld. Dit zorgt voor veel nieuwe mogelijkheden en successen, maar hoe blijf je goed in verbinding met je collega's in het buitenland? En hoe zorg je ervoor dat iedereen zaken op dezelfde manier aanpakt?



Contact met collega's in Indonesië. Eind september stonden teams van over de hele wereld met elkaar in verbinding. Zij presenteerden wat zij tot dusver hadden gedaan voor de blauwdruk en konden hier verder over sparren.

Iedereen bij Ariterra werkt voor hetzelfde doel; namelijk wereldwijd bekend staan als de expert als het gaat om het ontwikkelen en professionaliseren van boerencoöperaties en organisaties. Voor Ariterra is de manier waarop het doel bereikt wordt net zo belangrijk als het behalen van het doel zelf.

Eenheid en samenhang

Of het nou gaat om Ariterra in Vietnam of Peru, overall moet de Ariterra-aanpak hetzelfde zijn. Om dit te bereiken is de Ariterra Community in het leven geroepen. In deze community staat verbondenheid centraal. Alle medewerkers van Ariterra zijn de afgelopen tijd bezig geweest met het samen werken aan een Ariterra-blauwdruk. Deze bevat praktische elementen, bijvoorbeeld wat is er nodig voor het opzetten van een Ariterra-kantoor? Hoe dient een adviestraject met een klant te worden ingericht? Ook de Ariterra-identiteit komt aan bod: de kernwaarden als organisatie en de doelstellingen. Het zal fungeren als leidraad voor alle bestaande Ariterra-kantoren, en alle die nog zullen komen!

CoCo op reis

Bij een nieuwe community hoort natuurlijk ook een mascotte. Dat is CoCo! Zij reist samen met de bedrijfsadviseurs van Ariterra naar alle uithoeken van de wereld.



CoCo op het hoofdkantoor in Arnhem



Op 6 juni 2017 was er een kick-off meeting waarbij alle medewerkers in Arnhem via Skype contact hadden met hun collega's van over de hele wereld. Dat was een bijzonder moment!



Op de boot in Vietnam



's Avonds tijd om te relaxen



CoCo luistert mee bij een training in Peru



Op kantoor in Ethiopië



Bij haar familie op de Filipijnen