



Ruimte voor verbreding
landbouwverbreding gewikt en gewogen

Inhoud

Voorwoord	3
Landbouw in verandering	4

Voorwoord

De land- en tuinbouwsector is voortdurend in beweging. Het bestuur van de provincie West-Vlaanderen - dé land- en tuinbouwprovincie bij uitstek - heeft de sector steeds actief ondersteund. Via praktijkgericht onderzoek en voorlichting vanuit het provinciaal centrum te Beitem streven we naar economische, ecologische en sociale duurzaamheid. Anderzijds is de provincie ook niet blind voor de nieuwe richtingen die land- en tuinbouwers in slaan. Deze initiatieven bieden vaak een antwoord op een maatschappelijke vraag naar nieuwe producten en diensten. Ook onder impuls van het Europees en Vlaams beleid krijgen hoeveproducten, hoevetoerisme, zorgboerderijen,... meer mogelijkheden.

Het provinciebestuur wenst ook deze ontwikkelingen te ondersteunen. Vanuit de gebiedswerking landbouw zijn regionale landbouwteams reeds enkele jaren op het terrein aanwezig om de verbreders bij te staan.

De Provincie gaf opdracht aan de vakgroep landbouweconomie van de universiteit Gent om een studie te maken over landbouwverbreding in West-Vlaanderen. Deze publicatie brengt verslag uit van de belangrijkste bevindingen. De verbrede landbouw wordt er op een bijzondere manier in beeld gebracht. De studie reikt ook heel wat interessante informatie aan om enerzijds onze huidige werking te evalueren en anderzijds om het provinciale beleid verder te onderbouwen en bij te sturen op het vlak van verbrede landbouw.

We zijn dan ook alle landbouwers die de enquête invulden en in het bijzonder de dertig bedrijven die aan het opvolgingsonderzoek hebben willen meewerken van harte dankbaar. We zijn ervan overtuigd dat de beschrijving en analyse van deze gegevens niet alleen voor hen maar ook voor alle andere boeren en tuinders binnen en buiten West-Vlaanderen die met verbreding bezig zijn of eraan denken om ermee te starten interessante informatie bevat.

Deze studie en publicatie werd mede gefinancierd door Interreg III en Leader+.



Landbouw in verandering

In de 20ste eeuw onderging de landbouwsector een grote metamorfose. Waar tot diep in de jaren vijftig, landbouw in grote mate een kleinschalige bezigheid was met zeer veel handenarbeid, kwam onder impuls van de Europese eenmaking vanaf de jaren zestig een sterke modernisatie van de landbouw op gang. Dit leidde op zeer korte tijd tot sterk gemechaniseerde en gespecialiseerde productiesystemen waardoor veel handenarbeid kon uitgespaard worden. Boeren hadden de keuze: ofwel schaalvergroting ofwel intensiveren van de productie. Kleine bedrijven die niet het nodige kapitaal konden opbrengen om te investeren in de nieuwe technologie, waren gedoemd om te verdwijnen. In West-Vlaanderen leidde dit afhankelijk van de streek tot een explosie van onder andere de varkensproductie en groententeelt, maar ook tot gespecialiseerde melkveebedrijven en in de Polders tot relatief grote akkerbouwbedrijven.

Vrij vlug echter bleek dit landbouwmodel, gebaseerd op expansie en toenemende intensivering op een aantal grenzen te stuiten. Vanaf de jaren zeventig oversteeg de productie de vraag in Europa met hoge melk- en graanoverschotten tot gevolg, maar bleken er ook ecologische en sociale grenzen te zijn aan het model. Ecologisch werd de landbouw geconfronteerd met problemen inzake milieuvervuiling (vooral als gevolg van de mestoverschotten) en sociaal bleken de hoge kapitaalkosten meer en meer een hinderpaal voor overname van bedrijven, met als gevolg een grote daling van het aantal bedrijven. De hoge grondprijzen in ons dichtbevolkte Vlaanderen zijn hieraan zeker niet vreemd. Ook de maatschappelijke betekenis van landbouw veranderde. De maatschappij verwacht van landbouw niet alleen meer voldoende en veilig voedsel, maar ook zogenaamde groene (onderhoud van landschappen en biodiversiteit), blauwe (afvalrecyclage, buffergebieden tegen overstromingen) en gele diensten (sociale en recreatieve voorzieningen). Meer en meer consumenten ervaren ook de verbreking van de band tussen consument en producent als een gemis en beginnen ook grotere interesse te tonen voor authenticiteit in voedingsproducten. Platteland wordt ook meer en meer gezien als een consumptieve ruimte waar de stedeling verpozing vindt, geniet van natuur en landschap. Door deze toenemende interactie tussen stad en platteland verandert ook het

platteland en kan men zelfs spreken van de verstedelijking van het platteland met toenemende ruimtedruk tot gevolg en vraag naar ruimte voor wonen, maar ook voor andere functies. Dit alles zet grote druk op het inkomen en de uitbreidingsmogelijkheden voor de resterende boeren.

Door de dalende inkomsten en stijgende kosten als gevolg van een betere afstemming van het Europese landbouwbeleid op de marktsituatie en het verstrengen van de milieuregels gaan vele boeren dan ook op zoek naar nieuwe oplossingen om hun bedrijf uit te bouwen. Een aantal landbouwers proberen vandaag alternatieven uit om voldoende inkomen uit hun bedrijf te halen. In de jaren tachtig duiken de eerste landbouwers op die terug beginnen met verwerking en verkoop van eigen producten. Op zich is dit niet nieuw: boeren hebben dit immers altijd gedaan. Nieuw is wel dat een aantal boeren hierin bewust investeert en dat nieuwe afzetvormen ontstaan zoals hoevewinkels of boerenmarkten. Directe verkoop wordt dan een bewuste strategie om te overleven in de steeds hardere concurrentiestrijd. Andere boeren beginnen met verhuur van kamers of appartementen aan toeristen die het platteland willen verkennen. Nog andere boeren nemen maatschappelijke zorgtaken op zich zoals onderhoud van landschaps- en natuurelementen, maar ook opvang van personen met een handicap of opvoeding van jongeren via leerpaden en bedrijfsbezoeken.

Waar het in het begin vooral een aantal pioniers betrof in de meest verstedelijkte gebieden (onder andere in het Pajottenland rond Brussel), blijkt de laatste jaren toch een belangrijk deel van de boeren hierin geïnteresseerd, ook in een meer rurale provincie zoals West-Vlaanderen. Een mogelijke reden, naast het gebrek aan groeimogelijkheden in de klassieke landbouw, is ongetwijfeld het feit dat ook het Europese landbouwbeleid deze verbreding als een belangrijke pijler is gaan beschouwen en via het zogenaamde plattelandsbeleid financieel is gaan ondersteunen.



Een onderzoek naar verbreding

Op verzoek van de provincie West-Vlaanderen wordt in deze publicatie ingegaan op de verbreding van de landbouw, aangezien de provincie hier een uitgebreide werking heeft rond opgezet. Vragen die hierbij aan bod komen zijn: wat betekent verbreding precies, welke boeren doen aan verbreding en waarom, is verbreding een marginale activiteit of draagt het effectief bij tot de inkomensvorming van bedrijven, hoeveel arbeid vergt het, in welke mate is verbreding in staat om bijkomende arbeidsplaatsen te creëren en is het welslagen van verbreding afhankelijk van overheidssteun? Om op deze vragen een antwoord te bieden werd door de vakgroep landbouweconomie van de Universiteit Gent onderzoek uitgevoerd dat werd opgesplitst in twee delen. In een eerste deel werd via een grootschalige enquête nagegaan welke boeren al dan niet aan verbreding doen, wat hun motieven zijn om aan verbreding te doen en hoe belangrijk overheidssteun hierbij is. Daarnaast werden een aantal indicatoren verzameld om de rendabiliteit van de verbredingsactiviteit in te schatten. Om deze gegevens aan te vullen werd in een tweede meer diepgaand deel aan een dertigtal bedrijven verspreid over de provincie gevraagd om gedurende een volledig jaar alle gegevens over hun verbredingsactiviteit bij te houden. Op die wijze krijgt men een juister beeld van de arbeidsinzet, de ontvangsten en de kosten.

Deze studie is vrij uniek zeker in België, maar ook in de rest van Europa. Hier en daar zijn wel fragmentaire studies gedaan naar het belang van verbreding, vooral in Nederland en Engeland. Uit al deze studies blijkt dat verbreding een belangrijke bijdrage kan leveren aan het inkomen (o.a. Calus en Reyers, 1999, McNally 2001 en Wanninck, 2002). Een Europese studie uitgevoerd door Van der Ploeg uit Wageningen (Van der Ploeg et al, 2002) geeft op Europees vlak een aantal aanduidingen over het belang van verbreding op landbouwbedrijven. Gemiddeld komt deze studie uit op een bijdrage van verbreding aan het inkomen van de landbouwsector van 22%. Deze studies zijn echter moeilijk overdraagbaar en verschillen ook sterk inzake de wijze waarop de gegevens zijn verzameld. Vooral de combinatie van enquêtegegevens met minutieus bijgehouden bedrijfsgegevens onderscheidt deze studie van deze van Van der Ploeg.

Verbreiding: wat en hoe?

Wat wordt precies verstaan onder de term verbreiding? Verbreiding is immers een begrip dat op verschillende wijzen kan worden omschreven. In principe kunnen we alle activiteiten die land- en tuinbouwers ondernemen om hun inkomensbasis te verhogen onder deze noemer zetten. In de meeste studies wordt echter onderscheid gemaakt tussen productdiversificatie, diversificatie in productiewijzen, functieverbreiding en verticale verbreiding (Tabel 1). Van der Ploeg (2002) maakt onderscheid tussen verdieping (hogere toegevoegde waarde creëren voor het landbouwproduct), verbreiding (nieuwe activiteiten opnemen) en herbronning (beter gebruik maken van beschikbare natuurlijke inputs).

Tabel 1: Vormen van verbreiding

Productverbreiding	Diversificatie van de productiewijze	Functieverbreiding of horizontale verbreiding	Verticale verbreiding
<ul style="list-style-type: none"> • Invoegen van nieuwe teelten of diersoorten • Nieuwe toepassing van bestaande teelten 	Productie van gewassen of diersoorten op een andere wijze	Opname van activiteiten door boeren die in strikte zin niet meer tot de landbouwproductie behoren	Opname door de boer van activiteiten stroomopwaarts of stroomafwaarts in de keten
Voorbeelden:			
<ul style="list-style-type: none"> • nieuwe groenten of siergewassen • energiegewassen 	<ul style="list-style-type: none"> • geïntegreerde gewasbescherming • biologische teeltmethode 	<ul style="list-style-type: none"> • landschaps- en natuurbeheer • hoevertoerisme • dagrecreatie en zorgboederijen 	<ul style="list-style-type: none"> • hoeeverkoop of verkoop op boerenmarkten • zelfverwerking van producten

In deze studie zijn de eerste en tweede soort verbreiding uit Tabel 1 buiten beschouwing gelaten omdat ze kunnen aanzien worden als het normaal inspelen van boeren op nieuwe ontwikkelingen in productie-activiteiten. De studie concentreert zich met andere woorden op de horizontale en verticale verbreiding. Binnen deze twee groepen kan verder nog onderscheid gemaakt worden

tussen marktgerichte en niet-marktgerichte verbreding. Tot de eerste groep behoren die vormen van verbreding waarbij het inkomen behaald wordt uit economische activiteiten betaald door de klant terwijl de tweede groep bestaat uit maatschappelijke dienstverlening die betaald worden door de belastingsbetaler. Tot de eerste groep behoren thuisverkoop en hoevertoerisme, tot de tweede natuurbeheer of het uitvoeren van zorgtaken.

Omdat over verbreding weinig of geen gegevens beschikbaar zijn in bestaande statistieken (in de jaarlijkse landbouwtellingen wordt slechts in geringe mate hiernaar gevraagd en ook in bestaande landbouwboekhoudingen wordt tot dusver weinig of geen aandacht besteed aan andere inkomensbronnen van het bedrijf) werd besloten om zelf op zoek te gaan naar gegevens. Dit gebeurde op twee manieren.

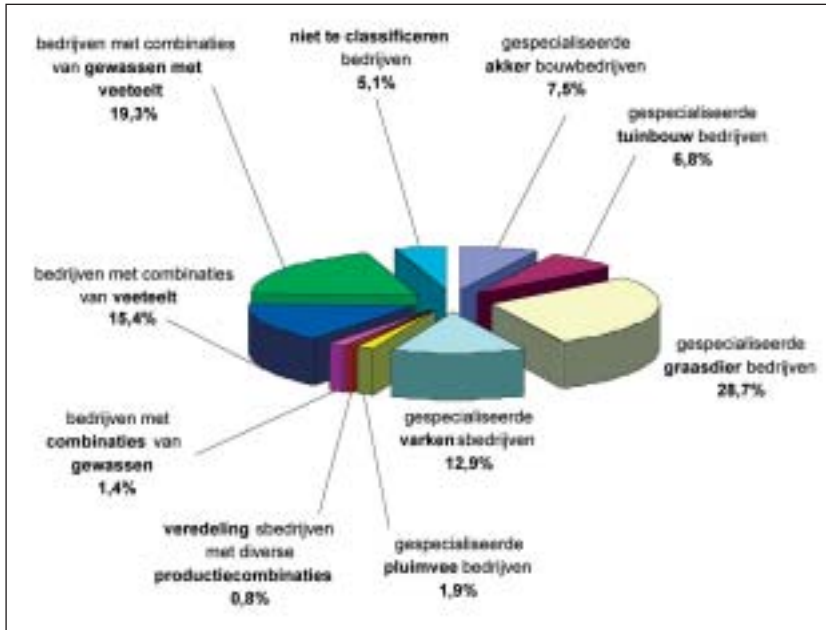
Ten eerste werd met behulp van de Provincie in het voorjaar van 2004 een enquête gestuurd naar alle telplichtige land- en tuinbouwers uit de provincie. De enquête kende een groot succes. In totaal werden 2400 van de 12047 opgestuurde formulieren teruggestuurd (20%) wat hoog is voor een schriftelijke enquête. Zowel naar ligging van de bedrijven als naar socio-economische kenmerken mag de enquête dan ook als representatief worden beschouwd, te meer het vooral de bedrijfsleiders zijn ouder dan 65 die in iets mindere mate hebben geantwoord. Er is ook een iets hogere responsgraad bij de voltijdse boeren en bij deze met een landbouwopleiding, maar ook dit is gebonden aan de lagere respons van oudere bedrijfsleiders. Ook qua typologie van bedrijven (Figuur 1) en grootte van bedrijven (ingedeeld op basis van standaardgrootte-eenheden (SGE¹)) (Figuur 2) komt de verdeling overeen met gegevens voor de gehele provincie.

¹ SGE is een maatstaf om bedrijven in te delen in grootteklassen op basis van het behaalde bruto saldo (zonder rekening te houden met verbrede activiteiten). 1 SGE komt daarbij overeen met een bruto saldo (opbrengsten min variabele kosten) van 5305 euro.

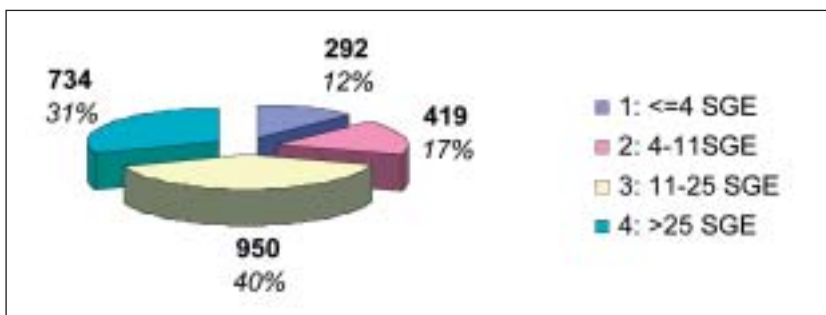
Tabel 2:
Vergelijking van de steekproef van de enquête met de bevroegde doelgroep

		frequentie (%) steekproef	frequentie (%) W-Vl. NIS	
geslacht bedrijfsleider	man	90,9	88,1	
	vrouw	9,1	11,9	
leeftijd bedrijfsleider	t.e.m.34 jaar	15,8	11	
	35-45	34,2	26,1	
	45-55	27,7	23,9	
	55-65	17,6	21,9	
	vanaf 65 jaar	4,7	17,1	
burgelijke stand	getrouwd/samenwonend	86,5	88,4	
	weduwe/weduwnaar	2	3,8	
	gescheiden	1,5	1,9	
	alleenstaand	10	5,9	
bedrijfsleider: voltijds?	ja	84,5	71,5	
	nee	15,5	28,5	
beroep buitenshuis	bedrijfsleider	ja	14,9	14,2
		nee	85,1	85,8
	partner	ja	25,4	
		nee	61,0	
		n.v.t.	13,6	
	landbouwopleiding	ja	67,4	50,9
nee		32,6	49,1	

Figuur 1: Verdeling van de respondenten over de types bedrijven



Figuur 2: Verdeling van de respondenten over de 4 klassen a.d.h.v. SGE



Om nog een beter inzicht te krijgen in de bedrijfseconomie van verbreding werd in een tweede deel van de studie aan een dertigtal bedrijven gevraagd om gedurende één jaar alle bedrijfsgegevens bij te houden met betrekking tot de verbrede activiteit. De bedrijven werden gecontacteerd door de gebiedswerkers

van de provincie West-Vlaanderen zodat zowel op vlak van geografische ligging als op basis van type verbreding een goede spreiding werd verkregen. De intensieve bedrijfsopvolging werd toegespitst op twee vormen van verbreding, met name deze waarvan vermoed wordt dat ze bedrijfseconomisch het hoogste potentieel hebben: verwerking en verkoop van hoeveproducten enerzijds en hoevetoerisme anderzijds. Binnen elke categorie werden drie subgroepen onderscheiden (Tabel 3): bij de hoeveverkoop het verkopen van zuivelproducten, groenten en fruit of vlees en bij hoevetoerisme het verhuren van kamers (met ontbijt en eventueel andere maaltijden), het verhuren van appartementen (zonder maaltijden) en het organiseren van bedrijfsbezoeken op de boerderij.

Het bijhouden van gegevens gebeurde door middel van een excel-file met verschillende rubrieken: arbeid, ontvangsten en uitgaven, eigen verbruik en investeringen. Aan de betrokken landbouwers werd gevraagd de gegevens wekelijks bij te houden gedurende het jaar 2004. Elke 3 maanden werden de gegevens opgevraagd en tussentijds verwerkt. Geografisch zijn de 30 bedrijven verspreid over de provincie West-Vlaanderen maar door het relatief klein aantal waarnemingen kon geen verschil worden vastgesteld naargelang de ligging van het bedrijf. Om de betrouwbaarheid van gegevens te garanderen worden in het rapport enkel de gemiddelden van de bedrijven binnen één type van verbreding weergegeven.

Tabel 3:
Spreiding van de bedrijven over de verschillende types van verbreding

Verkoop en verwerking			Hoevetoerisme		
Zuivel	Groenten en fruit	Vlees	Kamers	Appartementen	Bezoek
7	6*	5	4	5*	4**

(*) een bedrijf heeft twee vormen van verbreding waarbij de gegevens werden gesplitst over beide vormen
 (***) hierbij werden enkel die bedrijven opgenomen waarvoor dit de enige vorm van verbreding is, daar op een aantal andere opgevolgde bedrijven dit gecombineerd wordt met de hoofdtek van verbreding



Met vallen en opstaan

In het glooiende landschap rond Sint-Denijs ligt Hof 't Klokhuis. Johan Harrie en Marijke Verrue baten er een bloeiend fruitbedrijf uit. Je kan er zelf de vele appels, peren, druiven en pruimen komen plukken of je kan ze kopen samen met de lekkere zelfgeperste fruitsappen in de hoevewinkel.

'Er komen hier veel kinderen op klasbezoek. Dan mogen ze zelf fruit plukken, persen, dieren voederen of actief zijn in het crea-atelier. Er moet in ieder geval gewerkt worden', vertelt Johan. 'Die klasbezoeken zijn een echt succes. Mijn vrouw Marijke is kleuterleidster en zo is dat geleidelijk gegroeid. Ik leid graag kinderen rond en wil dit ook goed doen. Ik maakte zelfs een fruitleerpad om de toevloed aan bezoeken in goede banen te leiden. In het begin was dit gratis, maar nu ben ik wegens het succes verplicht een bijdrage te vragen per kind. In het plukseizoen moeten we zelfs klassen weigeren'.

'Het bedrijf boert goed', zegt Johan, 'nochtans kenden we een moeilijke start en al enkele moeilijke momenten. Ik ben eigenlijk landbouwingenieur en werkte 15 jaar lang in Wemmel. Maar de afstand en de files begonnen mij parten te spelen. Via een collega kreeg ik de fruitmicrobe te pakken. Doordat m'n schoonvader gezondheidsproblemen kreeg, zijn we uiteindelijk hier beland. We kochten de hoeve en startten met 2 ha appelbomen. Ik volgde snel een spoedcursus fruittehlen in Beitem. Ik sprong ook onmiddellijk uit overtuiging op de kar van de geïntegreerde fruitteelt. Ondertussen bleef ik in Wemmel werken, de eerste jaren nog voltijds, daarna halftijds. Want vergeet niet, we hadden toch serieus geïnvesteerd!'

In het begin was er een afzetprobleem. Johan koos voor een ruim assortiment, speculerend op thuisverkoop. Maar dat liep niet denderend. 'In die tijd hebben we veel moeten weg smijten' zegt Johan. Toen ook de samenwerking met de vei-





ling in Roeselare geen succes was, introduceerde Johan als eerste in de ruime omgeving de zelfpluk. Dat was een enorm succes! De helft van de productie was onmiddellijk weg! De rest verkochten we thuis of lieten we persen. Ondertussen verbeterde de particuliere verkoop en stond Johan op twee openbare markten. Het bedrijf groeide gestaag en na vijf jaar werd de hele productie (100.000 kg) particulier verkocht.

Echter in juni 1999, net het jaar dat Johan voltijds fruitteler werd, was er een grote hagelbui. Alle fruit was onverkoopbaar geworden. Toen beslisten ze om het verharde fruit zelf te persen. Ook dat was nieuw in Vlaanderen. Ze moesten tot aan de Mont Blanc gaan zoeken naar een kleinschalige pers en sterilisator. Uiteraard waren er flessen en een wasinstallatie nodig, opnieuw een grote investering! Johan opteerde van in het begin voor leeggoed met statiegeld om ecologische redenen.

Enige tijd later ontplofte de nieuw gebouwde loods, waarbij de pers zware schade opliep. De familie bleef echter na die moeilijke periode niet bij de pakken zitten en startte terug van nul. Ondertussen is het nieuwe multifunctionele gebouw bijna af. Er kunnen nu groepen ontvangen worden, kamers verhuurd... En Johan blijft niet stilzitten. Er worden veel nieuwe dingen uitprobeerd. 'We combineren verschillende sappen en zijn ook steeds op zoek naar oude rassen. Zo kweken we ook weer kweeperen. De druiven zijn ook nieuw. Ik ontdekte dat hier eigenlijk al druiven in de streek stonden in de 18de eeuw! We verkopen de druiven, maar ik maak voor mezelf toch enkele flesjes wijn', glimlacht Johan. En in de toekomst is er ook ruimte voor nieuwe activiteiten van de kinderen. Pieter is kok en Stijn is bakker. Met de vele fruitsoorten die papa kweekt zouden ze graag op culinair vlak aan de slag gaan. De kleinsten, Jasper en Stien, zien het meer op educatief, pedagogisch vlak. Kinderen actief betrekken bij het natuurlijke plattelandsleven zit hen in het bloed. En zo blijft de familie Harrie het Hof 't Klokhuis verder uitbouwen tot een multifunctioneel bedrijf.



Wie zijn de boeren die aan verbreding doen?

1 Aantal verbreders in West-Vlaanderen

Zoals in Tabel 4 kan worden afgelezen is in totaal ongeveer 18% van de geënquêteerde boeren uit West-Vlaanderen bezig met een of andere vorm van verbreding. De meest voorkomende vormen zijn natuurbeheer, verkoop en verwerking op de hoeve van groenten en fruit, hoeveverkoop- en verwerking van zuivel en dagrecreatie. Een groot aantal bedrijven combineert verschillende vormen van verbreding. Laten we natuurbeheer en zorgboerderijen als niet-marktgerichte vormen van verbreding buiten beschouwing, dan komen we op zowat 12% van de bedrijven die via marktgerichte verbreding hun inkomen trachten op te drijven. Dit is de helft lager dan in de stedelijke rand rond Brussel waar in 2003 een vergelijkbare enquête werd afgenomen en waar dit percentage 26% bedroeg. Dit wijst erop dat in meer verstedelijkte gebieden verbreding nog meer succes kent. Vooral de verkoop van hoeveproducten is meer uitgebreid in het Brusselse. In West-Vlaanderen komt verbreding vooral voor in de Kuststreek (36% van de bedrijven), Leiestreek (20%) en in iets mindere mate in de Westhoek en het Brugse Ommeland (telkens ongeveer 16 % van de bedrijven die aan verbreding doen). Opvallend is dat in beide laatste streken meer natuurbeheer voorkomt en minder marktgerichte innovatie dan aan de Kust en in de Leiestreek. Misschien heeft dit te maken met waterwingebieden, vogel- en andere richtlijnen.

Bekijken we de meest voorkomende combinaties dan valt op dat een groot aantal bedrijven verschillende vormen van thuisverkoop combineren en meestal ook verkoop op markten en levering aan winkels. Ook hoevetoerisme en dagrecreatie wordt in de meerderheid van de gevallen gecombineerd met (vooral) thuisverkoop (in resp. 52 en 60%). Natuurbeheer is voor 77% van de bedrijven de enige vorm van verbreding. Opvallend is ook dat zorgboerderijen, waarbij (mentaal) personen met een handicap of andere zorgbehoevenden opgevangen worden op het landbouwbedrijf, op twee uitzonderingen na, voorkomt op bedrijven die reeds een andere vorm van verbreding bedrijven. Waarschijnlijk

heeft dit te maken met het feit dat voor dit soort verbreding een meer gediversifieerd bedrijf een bijkomende troef is.

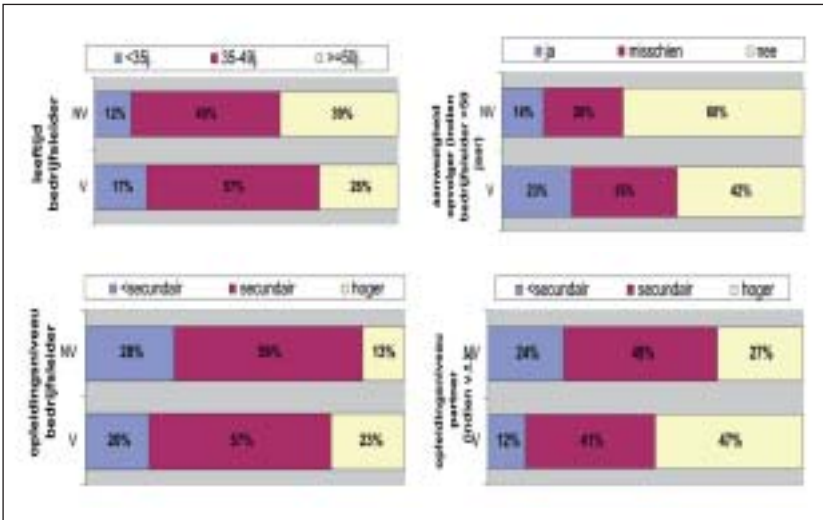
Tabel 4:
**Relaties tussen de verschillende types van verbreding
in de socio-economisch enquête**

	thuisverwerking/verkoop zuivel	thuisverwerking/verkoop groenten & fruit	thuisverwerking/verkoop vlees	verkoop op (boeren-)markten en winkels	zorgtaken	hoevetoerisme en horeca	dagrecreatie	natuurbeheer	Totaal
thuisverwerking/ verkoop zuivel	24	11	1	16	1	5	12	4	65
thuisverwerking/ verkoop groenten & fruit	11	96	5	10	2	1	8	7	134
thuisverwerking/ verkoop vlees	1	5	14	3	0	3	2	5	29
verkoop op (boeren-) markten en winkels	16	10	3	14	2	3	6	3	45
zorgtaken	1	2	0	2	2	1	3	2	8
hoevetoerisme en horeca	5	1	3	3	1	20	9	4	42
dagrecreaties	12	8	2	6	3	9	23	8	58
natuurbeheer	4	7	5	3	2	4	8	112	146
Totaal	65	134	29	45	8	42	58	146	436
Totaal bedrijven (%)	2,7	5,6	1,2	1,9	0,3	1,75	2,4	6,1	18,2

2 Kenmerken van verbreders

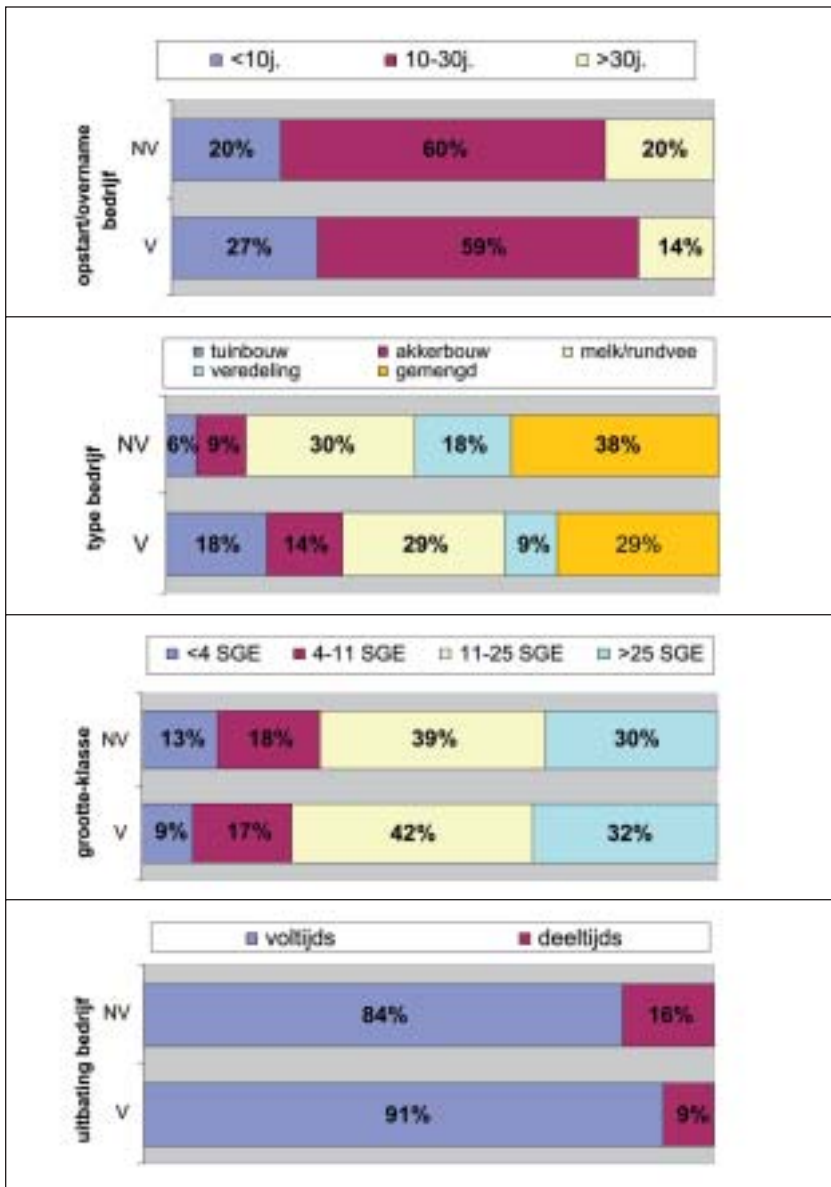
Dat verbreding niet enkel een zaak is van kleine bedrijven die verbreding zien als een laatste reddingsboei om hun bedrijf in stand te houden, blijkt uit het profiel van de boeren die aan verbreding doen. Verbreders zijn voornamelijk jongere bedrijfsleiders die pas de laatste tien jaar het bedrijf hebben overgenomen of opgestart, die gehuwd zijn of samenwonen en nog jonge kinderen hebben. De bedrijfsleiders en hun partners hebben meestal een hoger opleidingsniveau en hebben een landbouwgerichte opleiding genoten. Op bedrijven met een bedrijfsleider ouder dan 50 is de opvolging vaker verzekerd of waarschijnlijk.

Figuur 3:
Het profiel van verbreders (V) ten opzichte van niet-verbreders (NV)



De bedrijven die aan verbreding doen zijn ook doorgaans groter dan deze van niet-verbreders in dezelfde specialisatieklasse. Er komen relatief meer verbreders voor onder de tuinbouwers, de gespecialiseerde melk- en rundveebedrijven en de akkerbouwbedrijven en duidelijk minder in de veredelingssector (opkweek van kippen en varkens). Op de kleinere bedrijven wordt ook veel minder aan verbreding gedaan evenals op de deeltijds uitgebate landbouwbedrijven.

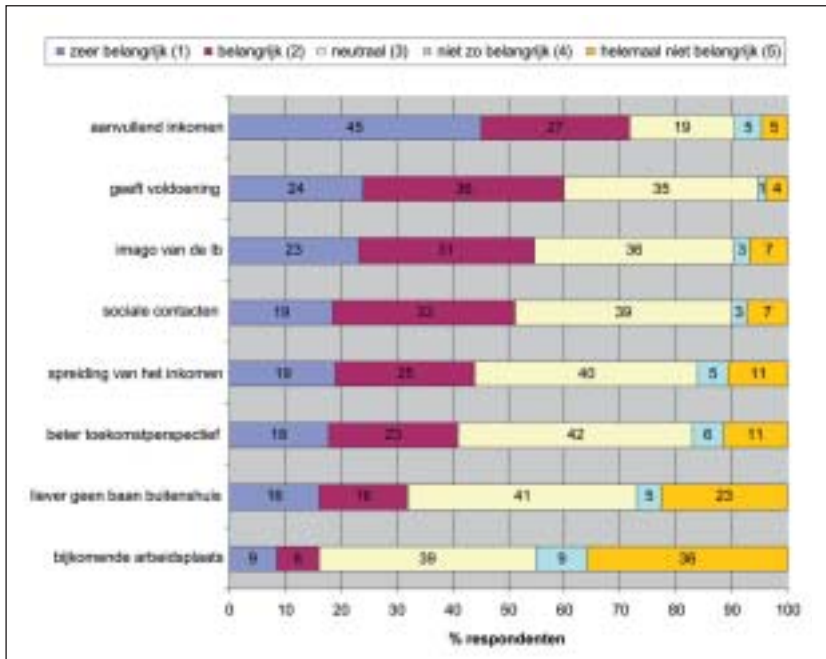
Figuur 4:
De bedrijfskenmerken van verbreders (V) ten opzichte van niet-verbreders (NV)



3 Waarom doen bedrijven aan verbreding?

In de enquête werd ook gepeild naar de motivatie om al dan niet aan verbreding te doen. Daarbij komt duidelijk naar voor dat bedrijven vooral aan verbreding doen omwille van het behalen van een aanvullend inkomen. Verder blijken ook de voldoening, de sociale contacten en imagoverbetering belangrijke redenen. Naast meer inkomen halen blijkt ook spreiding van het inkomen (risicospreiding) een belangrijke motivatie. Het creëren van bijkomende arbeidsplaatsen blijkt geen motief te zijn, maar wel het veilig stellen van de toekomst van het bedrijf en het optimaal gebruik van de eigen arbeid (liever geen arbeidsplaats buitenhuis).

Figuur 5:
Motivaties voor verbrede activiteiten



Als redenen om niet aan verbreding te doen worden vooral het gebrek aan tijd en beschikbare arbeid (51%) en de moeilijke wet- en regelgeving (45%) ge-

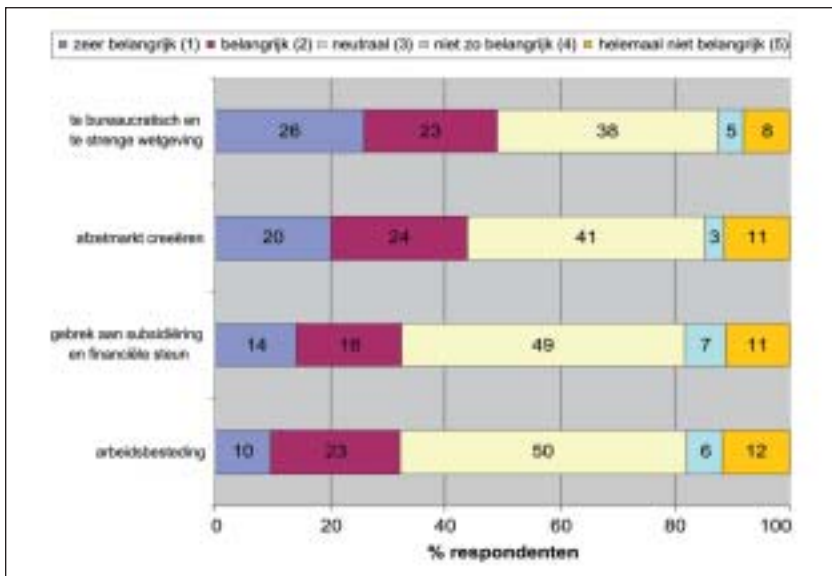
noemd. Verder wordt het gebrek aan startkapitaal (26%) als belangrijk probleem genoemd en twijfelen boeren die niet aan verbreding doen ook aan de rendabiliteit van deze activiteiten (43%). Een boer drukt het als volgt uit:

‘Er is een gebrek aan interesse van de consument om hoeveproducten te kopen. Concurreren met supermarkten is onmogelijk omdat deze een groot assortiment kunnen aanbieden aan een lage prijs’.

De verbreders klagen eveneens over de ingewikkelde regelgeving (Figuur 6) Daarnaast blijkt het niet altijd zo eenvoudig om een klantenkring op te bouwen, vooral bij hoevetoerisme en -verkoop. Het gebrek aan subsidies en ondersteuning door de overheid wordt ook vaak als knelpunt genoemd. Tevens blijken een aantal bedrijfsleiders de vereiste arbeidsinzet te hebben onderschat zoals volgende uitspraak illustreert:

‘We begonnen aan het zelf boter en yoghurt maken met volle moed, maar al vlug merkten we dat dit toch veel arbeid vraagt. Gelukkig springen vader en moeder bij’.

Figuur 6:
Knelpunten voor verbrede activiteiten volgens de verbreders





Onder de mensen zijn

Toen Willem en Katleen in 1990 het ouderlijk hof overnamen in Oostkerke en tegelijkertijd een boerderij enkele kilometers verderop kochten, wilden ze met een grootschalige varkenskweek starten. Maar toen brak de Afrikaanse pest uit. Van die plannen kwam niets meer in huis. Willem en Katleen zaten in zak en as.

'Uiteindelijk is dit misschien wel onze redding geweest, vertelt Willem, we startten zo geleidelijk aan met een hoeve-slagerij'. Regels werden toegepast, een oude stal werd verbouwd en Willem volgde twee jaar lang een slagerscursus. In 1996 werd de hoevewinkel geopend. 'Kathleen is de drijvende kracht achter de winkel, maar alle werk wordt zoveel mogelijk gedeeld', zegt Willem. Al snel volgden enkele klanten, maar niet genoeg om rendabel te zijn. Vandaar het idee om ook op de boerenmarkt te verkopen. Die markten zijn echt een succes! Willem en Katleen halen er zo'n 80% van de omzet uit. 'Elke markt is anders', vertelt Willem. 'De markten in het 'binnenland' hebben het iets moeilijker in de zomer, terwijl de markt in Middelkerke dan floreert. Per markt zijn er toch zo'n 100 à 150 klanten! En, zegt hij, op een boerenmarkt komen de mensen vooral om dingen te kopen, dat is anders dan een gewone markt. Aan zee zijn er zelfs vaste klanten vanuit het binnenland die iedere zomer present zijn'. In die markten heeft vooral Willem 'z'n ding' gevonden! Onder de mensen zijn, was één van de redenen waarom ze ermee begonnen zijn. 'Toen ik aan m'n rug geopereerd was, had ik meer pijn van het feit dat ik drie weken lang de markt niet kon doen, dan van m'n rug zelf', lacht hij.

Wel jammer dat de wetgeving voortdurend verandert en de regels strenger wor-





den. Ondertussen zijn de winkel en slagerij al drie maal aangepast! Momenteel wordt zelfs nog een nieuwe koelkamer gebouwd. Telkens zijn dat serieuze investeringen. Willem vindt de controles noodzakelijk, maar heel streng, zeker voor een kleinschalige nevenactiviteit.

Eén ding wil Willem zeker nog kwijt. 'Blijkbaar is niet iedereen gelukkig met onze creativiteit en inventiviteit want er werden in het verleden enkele klachten ingediend tegen ons'. Als ze terecht zijn heeft hij er geen probleem mee, maar vaak is dit niet zo of gaat het over pietluttigheden. Waarschijnlijk is het jaloezie. Willem vindt dit erg jammer. Hij houdt van z'n job en ziet zichzelf zeker niet als concurrent van anderen.

Willem en Katleen blijven niet stilzitten. 's Zondags worden vaak particuliere feesten met hesp aan 't spit verzorgd en wordt er meer en meer vlees en bereidingen aan restaurants en tea-rooms uit de ruime omgeving geleverd. Onlangs kwam er ook nog een nieuwe stal bij. Daar is Willem erg trots op. In die stal liggen de varkens op stro, een uitzondering. Er is zelfs een raam voorzien waardoor de mensen de varkens kunnen zien. Ook zouden ze graag kooklessen geven met de eigen producten, of een ontvangstaaltje voorzien waar ze groepen kunnen ontvangen. In ieder geval wordt vanaf volgend jaar rond Pasen opnieuw een opendeurweekend georganiseerd. Het contact met de mensen blijft immers belangrijk!

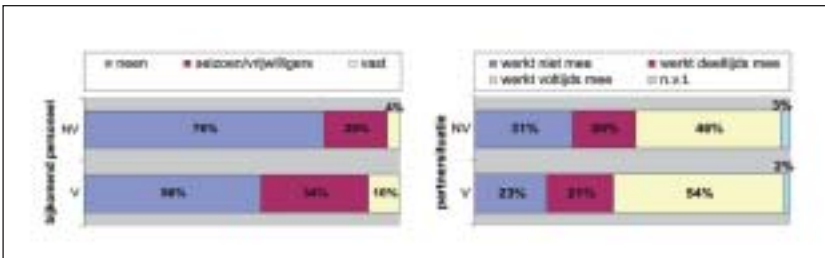


Hoeveel arbeid vraagt verbreding?

Verbreding is duidelijk arbeidsintensief en is daarom vooral geschikt voor bedrijven die een overschot aan arbeid hebben. Via verbreding kan deze arbeid worden gevaloriseerd. Zoals echter uit de knelpunten blijkt onderschatten een aantal bedrijven de hoeveelheid in te zetten arbeid. Daarom werd zowel in de enquête als in de bedrijfsopvolging getracht om de hoeveelheid benodigde arbeid in kaart te brengen.

Een eerste aanduiding dat verbreding bijkomende arbeid vraagt is het feit dat op de bedrijven die aan verbreding doen de partner veel meer meewerkt op het bedrijf. Daarnaast doen verbreders ook veel meer beroep op bijkomende arbeidskrachten dan hun collega's niet-verbreders. Dit wijst er op dat verbreding in staat is om op sommige bedrijven bijkomende arbeidsplaatsen te creëren (ook al is dit meestal niet de eerste doelstelling). Op die manier draagt verbreding daadwerkelijk bij tot plattelandontwikkeling.

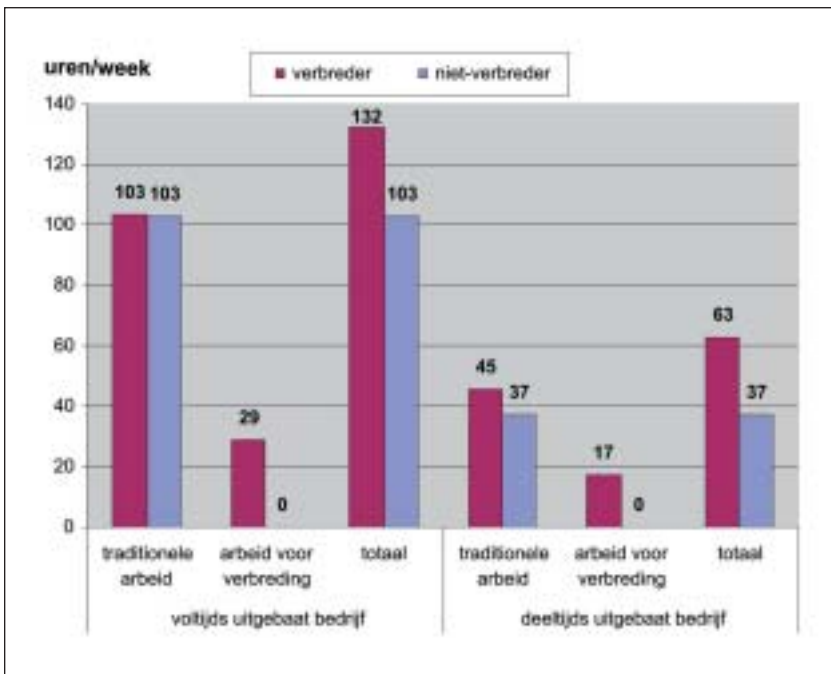
Figuur 7:
De partnersituatie en de inzet van bijkomend personeel voor verbreders (V) en niet-verbreders (NV)



In de enquête werd ook gevraagd de gemiddelde arbeidsduur per week op te geven voor de normale landbouwactiviteiten en de verbrede activiteiten. Zoals kan afgelezen worden uit Figuur 8 blijkt dat zowel op voltijds als deeltijds uit-

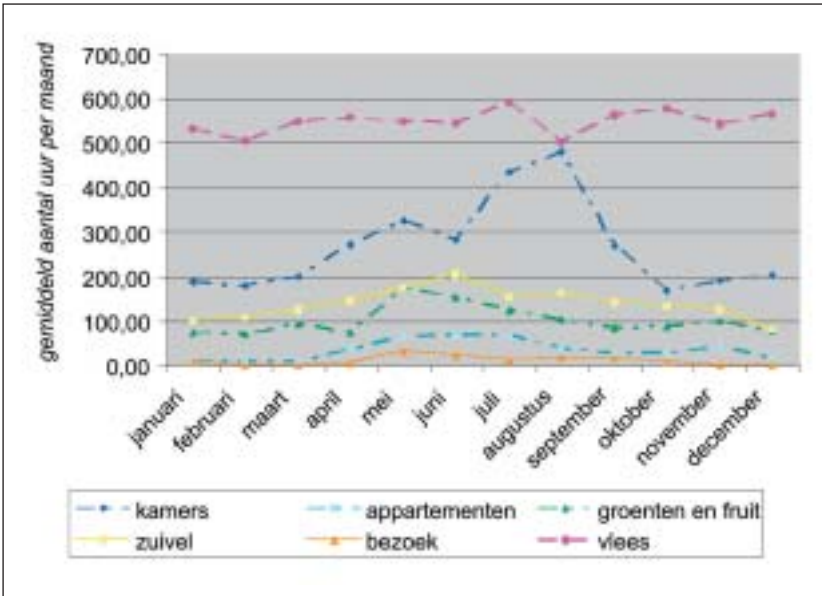
gebate bedrijven de arbeidsuren besteed aan de normale landbouuitbating ongeveer even hoog ligt tussen bedrijven die wel en niet aan verbreding doen. De totale arbeidsuren gepresteerd op het bedrijf liggen echter heel wat hoger met ongeveer 30 uur per week bijkomende arbeid op voltijdse bedrijven en 18 uur bijkomende arbeid op deeltijdse landbouwbedrijven die aan verbreding doen.

Figuur 8:
Gemiddeld totaal aantal arbeidsuren per week op een voltijds en deeltijds uitgebaat bedrijf voor de verbreder en de niet-verbreder



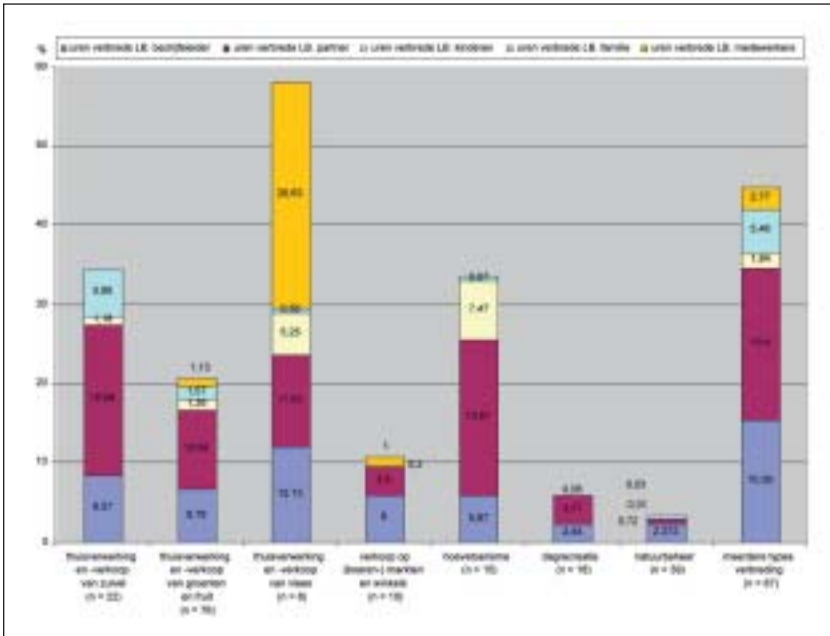
De bijkomende arbeid verschilt natuurlijk sterk naargelang de verbredingsactiviteit en voor sommige verbredingsactiviteiten ook naargelang het seizoen. Figuur 9 geeft voor de opgevolgde bedrijven de gemiddelde arbeid per maand weer die wordt besteed aan de verbrede activiteit.

Figuur 9:
Gemiddelde totale arbeid per maand besteed aan de verschillende types van verbrede activiteiten



Hieruit kan worden afgeleid dat vooral vleesverwerking en -verkoop zeer arbeidsintensief is. Deze vorm van verbreding vraagt niet alleen zeer specifieke kennis (slagerij en bereiding) maar ook zeer veel tijd. Uit de gegevens van de enquête blijkt dan ook dat deze activiteit vaak is uitgegroeid tot een voltijdse bezigheid met inzet van bijkomende betaalde arbeid (Figuur 10). Opvallend is ook dat bij de meeste vormen van verbreding de partner meer arbeid verricht dan de bedrijfsleider. We kunnen dus stellen dat verbreding in vele gevallen de hoofdtaak is van de partner. Door de modernisering van de landbouw moet zij minder bijspringen in de normale landbouwactiviteiten en kan ze zich toewegen op de verbreding.

Figuur 10:
Samenstelling van de arbeid voor verbrede activiteiten
voor de verschillende types van verbreding



Verkoop en verwerking van zuivelproducten of groenten en fruit vraagt minder arbeid dan verkoop van vlees. De benodigde arbeid schommelt echter meer naargelang het seizoen omdat in de verkoop van deze producten een zekere seizoensvariatie optreedt. Beide activiteiten zijn in grote mate de taak van de partner die gemiddeld halftijds bezig is met deze activiteit. Het iets hogere aantal uren bij zuivel wordt verklaard door het feit dat bij deze activiteit de transformatie en verwerking belangrijker zijn en bijkomende arbeid vergen. Opvallend is ook dat wanneer enkel op markten wordt verkocht, in totaal minder uren wordt besteed aan de verkoopactiviteit dan in geval van thuisverkoop (al dan niet gecombineerd met verkoop op markten).

Hoevetoerisme is ook heel arbeidsintensief. Hierbij moet duidelijk onderscheid worden gemaakt tussen verhuur van kamers met maaltijdservice en appartementen. De eerste activiteit vergt wegens de hogere service (dagelijks reinigen

kamers en klaar maken van maaltijden) een arbeidsinzet die ongeveer 5 keer hoger is dan in geval van appartementen. Het is dan ook niet vreemd dat de uitbating van kamers een grote inzet vraagt van de partner en dat in een aantal gevallen ook beroep wordt gedaan op bijkomende arbeid hetzij van andere familieleden hetzij van betaalde arbeid. Betaalde arbeid bedraagt gemiddeld zowat 10 tot 20% van de gepresteerde uren.

Hoevertoerisme is seizoensgebonden met pieken vooral in de vakantieperiode. Dagrecreatie (vooral rondleiden van groepen bij bedrijfsbezoeken) vraagt heel wat minder arbeidsinzet, maar is net als verhuur van kamers en appartementen seizoensgebonden (met vooral schoolbezoeken in het voorjaar). In totaal echter vraagt deze vorm van verbreding weinig arbeidsinzet. Hetzelfde kan gezegd worden van natuurbeheer die gemiddeld een drietal uren per week bijkomende arbeid vergt. De arbeidsinzet op bedrijven met meerdere vormen van verbreding zal natuurlijk sterk afhangen van welk type verbreding wordt toegepast maar is gemiddeld hoger dan op de bedrijven met slechts één type van verbreding (met uitzondering van verwerking en verkoop van vlees).

Bovenstaande gegevens geven enkel gemiddelden weer. Achter deze cijfers zitten grote verschillen naargelang het bedrijf. Op bedrijven waar de verbredingsactiviteit een belangrijke bijkomende inkomensbron is zal de verbreding een hogere arbeidsinzet vergen. Op bedrijven die hiermee nog maar experimenteren of waar het een kleine nevenactiviteit is, is de ingezette arbeid voor de nevenactiviteit veel minder hoog.



Goed samenwerken is belangrijk!

In de Sterhoekhoeve te Anzegem kan je terecht voor ijs, yoghurt, een bezoek aan de boerderij of om even rustig te verpozen op het zomerterras en te genieten van o.a. een 'koud poepke in een warm broekske'.

De boerderij wordt gerund door Katleen, haar broer Lieven, schoonzus Ilse en haar ouders. Katleen stapte pas enkele jaren terug volledig in het bedrijf. Toen Lieven haar vroeg om de verwerking van de zuivelproductie voor haar rekening te nemen, hapte ze toe. 'Eigenlijk wilde ik stoppen met werken om voor onze vijf kinderen te zorgen. Mijn man is vaak in het buitenland voor zijn werk. We hadden afgesproken om nooit te boeren, maar eigenlijk heb ik het altijd graag gedaan. Het bloed kruipt waar het niet gaan kan. De kinderen zien mij nu eigenlijk nog minder dan vroeger', vertelt Katleen gedreven. 'Dat vinden ze niet altijd leuk. Maar ik werk dan ook graag en veel. Mits goede afspraken lukt het wel. In een kalmere periode gaan we dan met z'n allen op reis!'.

'Eigenlijk zijn we langzaam maar zeker de verbredingsweg ingeslagen', zegt Katleen. 'Op een bepaald moment moesten m'n ouders de gepachte gronden aankopen. Daardoor was uitbreiding praktisch onmogelijk. Daarenboven werd de spoorwegovergang hier een beetje verder gesloten, zodat veel landerijen moeilijk bereikbaar waren. Het bedrijf stagneerde en ging achteruit'. Ondertussen werd er wel al sporadisch karnemelk, boter... en groenten verkocht. Toen Lieven na lang twijfelen het bedrijf overnam, koos hij ervoor om zich toe te leggen op groenten (vooral courgettes, prei en aardappelen) en melkverwerking. Samen met haar moeder had Katleen al enkele cursussen gevolgd. Hun assortiment werd uitgebreid met yoghurt en ijs. 'We zijn heel klein begonnen.





Voortdurend was er de angst om te mislukken, hoewel we de enige waren in de streek' vertelt Katleen. 'Het was ook altijd behelpen, maar zo konden we de risico's beperken. Na een paar jaar ging de bal pas goed aan het rollen, zonder eigenlijk veel reclame te moeten maken. Het hoeveijs is onze redding geweest! Nu hebben we een klein, weliswaar arbeidsintensief, maar leefbaar bedrijf. Ik heb dan ook nog geen seconde spijt van de keuze die ik gemaakt heb, hoewel ik vroeger veel meer verdiende. Je moet het vooral graag doen, creatief en, een beetje idealistisch zijn en iedereen moet er achter staan!'

Goed kunnen samenwerken en goede afspraken maken is noodzakelijk. Je moet veel kunnen aanvaarden van elkaar. 'M'n ouders bijvoorbeeld hebben ontzettend veel ervaring en zien dingen soms anders dan Lieven en ik. Maar het lukt. Er is een duidelijke taakverdeling en het heeft natuurlijk ook voordelen: wij kunnen elkaar al eens aflossen en zo op vakantie gaan' vertelt ze.

'Nu staan we eigenlijk op een moment dat we keuzes zullen moeten maken. Gaan we verder specialiseren? Of nemen we volk aan om alle activiteiten aan te kunnen? Wanneer het echt druk is, kunnen we het zomerterras – zelfs met de hulp van de kinderen – niet aan. Binnenkort komt er ook een nieuwe stal en wordt de winkelruimte vernieuwd. Want na het uitbouwen van een goed product, willen we nu het kader aanpakken. Net nog zijn de eerste bomen van het landschapsbedrijfsplan aangeplant'.

Naast haar drukke bezigheden gaat Katleen ook graag naar de bijeenkomsten van de vzw Leiestreek Hoeveproducten. Dit initiatief van de provincie is volgens Katleen een duidelijke meerwaarde. Je leert veel van je collega's, de ervaring uit andere regio's en het opent nieuwe mogelijkheden. En hoewel ze positief is tegenover samenwerking, wil ze toch de eigenheid van het bedrijf niet uit het oog verliezen.



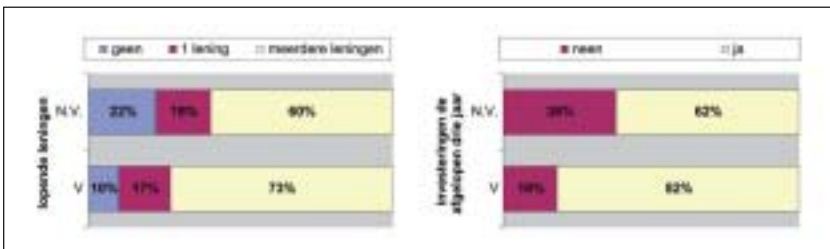
Creativiteit vraagt ook kapitaal

1 Verbreding is kapitaalsintensief

Arbeidsbeschikbaarheid is belangrijk bij het opzetten van verbreding, maar niet de enige factor. Verschillende vormen van verbreding vragen ook specifieke investeringen en zijn dan ook niet weggelegd voor bedrijven die geen toegang hebben tot de kapitaalmarkt. Het is dan ook niet verwonderlijk dat kleinere bedrijven het gebrek aan kapitaal als één van de belangrijke redenen vermelden om niet aan verbreding te doen.

Een eerste aanduiding dat verbreding een belangrijke kapitaalinzet vergt blijkt uit de antwoorden in de enquête op de vraag of er de afgelopen drie jaar bijkomende investeringen werden gedaan in het bedrijf. Bedrijven met verbreding blijken significant meer kapitaal te hebben geïnvesteerd dan bedrijven waar geen verbreding voorkomt. In ongeveer een derde van de gevallen betreft het ook daadwerkelijk investeringen in de verbrede activiteit. Daarnaast wordt ook significant meer geïnvesteerd in de eigenlijke landbouwactiviteit wat dus de stelling tegenspreekt als zou verbreding leiden tot geleidelijke afbouw van het landbouwbedrijf.

Figuur 11:
Leningen en investeringen in de afgelopen drie jaar voor de verbreders en de niet-verbreders



Daar de meeste landbouwers niet zelf over het nodige kapitaal beschikken moet beroep gedaan worden op leningen om de investeringen te kunnen doen.

Het is dan ook niet verwonderlijk dat de leningslast op bedrijven met verbreding groter is dan op bedrijven zonder verbreding.

Uit de gegevens van de intensief opgevolgde bedrijven blijkt dat de specifieke investeringen voor verbreding sterk verschillen van bedrijf tot bedrijf. Bij hoevetoerisme moeten vaak belangrijke investeringen in gebouwen en inrichting van de gebouwen gebeuren (variërend van 25.000 tot 200.000 euro). Bij verkoop van groenten en fruit komen heel wat minder investeringen kijken tenzij er een eigen hoevewinkel wordt ingericht. Bij verwerking en verkoop van zuivel en vlees zijn de investeringen belangrijker omwille van de wettelijke eisen die worden gesteld op vlak van hygiëne aan zelfverwerking en thuisverkoop. Bij beide producten dienen ook heel wat investeringen te gebeuren in specifieke machines en materiaal. Bij de zeven opgevolgde zuivelverwerkende bedrijven bedragen de investeringen in gebouwen gemiddeld 57.000 euro en in inrichting en materieel 25.000 euro. Op de vijf vleesverwerkende bedrijven lopen deze bedragen op naar resp. 126.000 euro en 58.000 euro. Voor andere vormen van verbreding (dagrecreatie bijvoorbeeld) zijn de investeringen natuurlijk zeer beperkt en verwaarloosbaar.

Het belang van de investeringen wordt beter vergelijkbaar gemaakt door de jaarlijkse afschrijvingen weer te geven op de opgevolgde bedrijven. Hierbij is over alle bedrijven heen een afschrijvingstermijn in rekening gebracht van 15 jaar op gebouwen en van 5 jaar op materieel en inrichting.

Tabel 5:

Gemiddelde jaarlijkse afschrijving van het kapitaal op een aantal geselecteerde bedrijven met of zonder subsidies (euro/jaar)

	appartementen (5)	kamers (4)	bezoek (4)	zuivel (7)	groenten en fruit (6)	vlees (5)
afschrijving indien geen subsidie	4 347	21 462	31,3	7 506	1 673	14 043
afschrijvingen met subsidie	3 280	18 739	31,3	5 620	1 278	12 632

Op de opgevolgde bedrijven zijn de specifieke investeringen in belangrijke mate gefinancierd met ontleend kapitaal. Op 15 van de 24 bedrijven die voor hun verbreding in gebouwen hebben moeten financieren, is dit gedeeltelijk gefinancierd met middelen ontleend aan de bank. Gemiddeld bedraagt het ontleende bedrag op deze bedrijven 65% van het totale geïnvesteerde kapitaal. Inrichting en materiaal daarentegen wordt meestal met eigen middelen gefinancierd: slechts 4 van de 24 bedrijven geeft aan hiervoor een lening te hebben aangegaan.

2 Is verbreding afhankelijk van overheidssteun?

Uit Tabel 5 kan ook het belang van subsidies voor de kapitaallasten worden afgeleid. Gemiddeld kunnen de afschrijvingen met zowat een kwart worden verminderd omdat er kapitaalsubsidie wordt toegekend. Van de 24 opgevolgde bedrijven die hebben geïnvesteerd in gebouwen voor verbreding hebben er 13 beroep kunnen doen op een subsidie van het Vlaams Landbouw Investerings Fonds (VLIF). Voor inrichting en materiaal hebben slechts 4 bedrijven subsidies verworven. Uit de enquête blijkt dat in totaal slechts 31% van de landbouwbedrijven die verbrede activiteiten uitvoeren hebben kunnen rekenen op financiële ondersteuning door de overheid. Het zijn vooral diegenen die met de verbreding begonnen zijn na de instelling van het ontwikkelingsprogramma Vlaams plattelandsbeleid die op financiële steun hebben kunnen rekenen. Van de bedrijven die pas na het jaar 2000 met verbrede activiteiten zijn begonnen hebben er 39% subsidies ontvangen, tegenover slechts 27% van de bedrijven die voor 2000 de verbrede activiteiten hebben opgestart. Het gaat daarbij echter wel meestal om die bedrijven die aan natuurbeheer doen.

Van de geënquêteerde bedrijven die subsidies hebben ontvangen zegt echter slechts 30% echt afhankelijk te zijn van deze ondersteuning. Meer dan 52% beweert tevens dat ze de verbreding ook zouden zijn opgestart zonder de overheidssteun. Laten we daarbij natuurbeheer buiten beschouwing (een vorm van verbreding die volledig afhankelijk is van overheidssteun) dan beweert zelfs 82% van de bedrijven onafhankelijk te zijn van financiële ondersteuning door de

overheid. Anderzijds wordt gebrek aan ondersteuning wel als één van de grootste knelpunten aangehaald (zie figuur 6).

De meeste verbreders zijn dan ook van oordeel dat de overheid verbreding moet ondersteunen: 89% van de verbreders antwoordt bevestigend op deze vraag tegenover 66% van de niet-verbreders. Als belangrijkste verwachtingen tegenover de overheid worden vereenvoudiging van regelgeving en administratie, subsidies bij opstart, advies en begeleiding en promotie vernoemd. Minder belangrijk zijn volgens de verbreders jaarlijks terugkerende financiële steun en het stimuleren van samenwerking. Uit analyse van de antwoorden volgens type blijkt dat vooral boeren die zich willen inschakelen in zorgtaken, dagrecreatie en thuisverkoop van groenten, fruit of zuivel subsidies bij opstarten van de activiteit zeer belangrijk vinden. Vleesverwerkende bedrijven hechten meer belang aan promotie en het versoepelen van reglementering. Dit blijkt ook een belangrijk punt voor bedrijven die aan hoevetoerisme doen. Deze laatsten vragen ook meer advies en begeleiding dan andere verbreders.

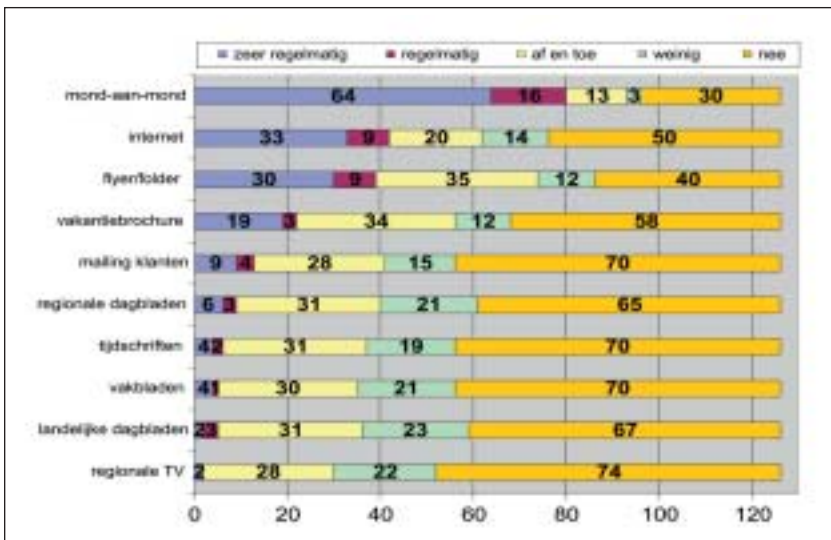
Klanten en omzet: een kwestie van promotie

1 Wijze van promotie en reclame

Een klantenkring opbouwen voor de verbrede activiteit is niet zo evident. Toch voert slechts 55% van de ondervraagden bewust promotie of reclame voor de verkoop of service die geleverd wordt. Van deze die publiciteit voeren doet tweederden dit op eigen houtje en één derde (voornamelijk hoevetoerisme) doet dit in georganiseerd verband (via de Federatie voor hoeve- en plattelandstoerisme, nu Plattelandstoerisme in Vlaanderen vzw).

De populairste vorm (en waarschijnlijk ook de meest efficiënte) is de mond-aan-mond reclame. Daarnaast wordt in deze moderne tijd ook veel gebruik gemaakt van internetreclame en van folders en publiciteit in vakantiebrochures (voornamelijk voor hoevetoerisme). Andere media worden zelden of nooit gebruikt.

Figuur 12:
Soorten reclame en promotie voor verbrede landbouwactiviteiten

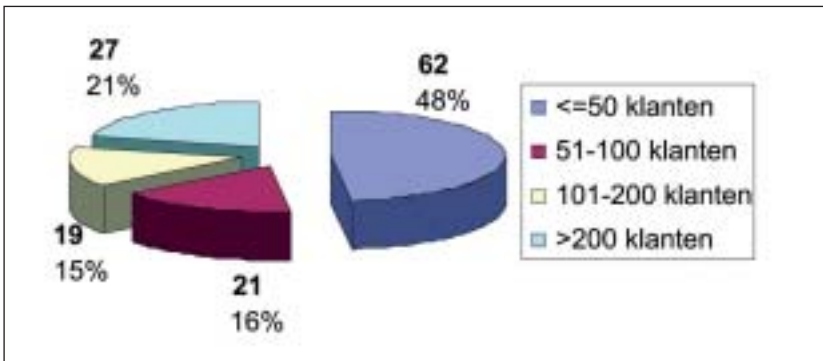


2 Klanten en omzet per type activiteit

Thuisverwerking en -verkoop is volgens de meeste respondenten een seizoensgebonden activiteit. Voor de meeste thuisverkopers die de enquête hebben ingevuld is het voorjaar en de zomer het hoogseizoen. Toch zijn er ook een aantal die herfst en winter aangeven als belangrijkste verkoopsperiode. Veel hangt hierbij af van het productieseizoen en het assortiment dat wordt aangeboden.

De klantenkring in het hoogseizoen schommelt erg naargelang het bedrijf (van minder dan 10 klanten tot meer dan 1500 per week) maar bedraagt gemiddeld een 150 tal klanten (met evenwel meer bedrijven onder dit aantal dan er boven) (Figuur 13). De verschillen in klantenkring verklaren ook de vrij grote verschillen in omzet. Ongeveer een vierde heeft een omzet van minder dan 250 euro per week, terwijl een vijfde een omzet opgeeft van meer dan 1500 euro per week.

Figuur 13:
Aantal klanten per week in het hoogseizoen
bij thuisverwerking en -verkoop



Uit Tabel 6 valt tevens af te leiden dat er een zeer sterk verband bestaat tussen omzet en promotie. Het betekent dat diegenen die hoeveerverkoop werkelijk als een professionele activiteit beschouwen en hierin ook investeren, het meest succes boeken.

Tabel 6:
Verband omzet per week - promotie

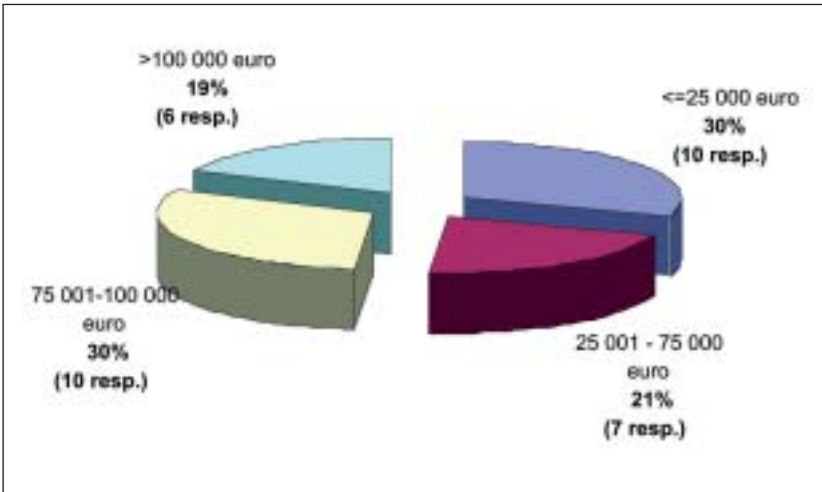
omzet per week		reclame		Totaal
		nee	ja	
minder dan 250 euro	aantal	34	10	44
	%	77	23	100
250-499 euro	aantal	18	12	30
	%	60	40	100
500-999 euro	aantal	11	11	22
	%	50	50	100
1000-1499 euro	aantal	3	12	15
	%	20	80	100
1500 euro of meer	aantal	6	26	32
	%	19	81	100

Bij hoeverisme is het belangrijkste seizoen duidelijk de zomer. Dit is niet verwonderlijk aangezien de meeste bedrijven zich in de kustregio of in andere aantrekkelijke vakantiegebieden bevinden. De capaciteit en bezettingsgraad kunnen sterk verschillen van elkaar (Tabel 7). Toch kunnen we op basis van deze gegevens een gemiddelde jaaronzet bepalen van ongeveer 75.000 euro per jaar. Hierop is echter een grote spreiding zoals kan worden afgeleid uit Figuur 14.

Tabel 7:
Capaciteit, bezettingsgraad en tarieven voor hoeverisme

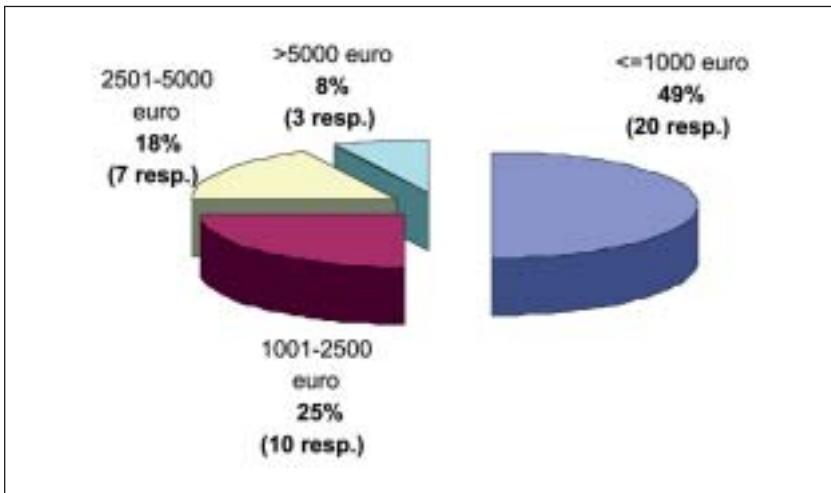
	aantal cases	minimum	maximum	gemiddelde	standaard-afwijking
aantal personen	29	4	80	23,03	16,686
aantal kamers	20	2	11	5,15	2,434
aantal appartementen, studio's	13	1	5	2,23	1,423
bezettingsgraad in hoogseizoen %	24	30	100	85,04	19,752
bezettingsgraad in laagseizoen %	24	0	75	28,54	19,863
tarieven in hoogseizoen (euro)	24	3,78	60,5	23,78	14,384
tarieven in laagseizoen (euro)	24	2,62	60,5	22,78	13,921

Figuur 14:
Jaaromzet hoevetoeerisme in euro (aantal respondenten)



De laatste categorie waarover voldoende gegevens beschikbaar zijn is de dagrecreatie. Voor deze activiteit is het hoogseizoen zoals reeds gesteld de lente en de zomer. Gemiddeld worden één tot twee groepen per week rondgeleid van gemiddeld een vijftiwintigtal personen. Het gemiddeld tarief bedraagt 2 euro per persoon maar schommelt (ook afhankelijk van het aanbod) tussen 0 en 7,5 euro. In Figuur 15 is op basis van deze gegevens een gemiddelde omzet per week berekend. Hieruit blijkt dat ongeveer de helft van de dagrecreatie-bedrijven minder dan 1000 euro per week aan omzet heeft. Slechts 8% heeft een omzet van meer dan 5000 euro per week in het hoogseizoen. Dit toont aan dat dagrecreatie wel populair is, maar niet echt als een lucratieve bezigheid kan worden aanzien. Vaak komt ze zoals reeds eerder bleek voor in combinatie met hoeverkoop of -toerisme en wordt ze dan ook eerder als een vorm van publiciteit aanzien dan als een volwaardige bijkomende nevenactiviteit.

Figuur 15:
Omzet (euro) per week in het hoogseizoen bij dagrecreatie





Hoeveroerisme moet gezellig zijn

Op het Hof ten Hullenhove staat de klant centraal. Frank zwaait naar enkele dove kinderen. 'Deze instelling is hier voor de eerste keer, maar ze vertelden al dat ze volgend jaar zullen terugkeren', vertelt hij. En terugkeren doen veel klanten. De verbouwingen van vorige zomer zorgen er dan ook voor dat de mensen verwend worden. Naast enkele nieuwe kamers, trekt vooral de nieuwe ontspanningsruimte de aandacht. Ook de grote eetzaal waar alle gasten gezamenlijk het ontbijt krijgen loont de moeite. 'Het waren serieuze investeringen', zegt Frank. 'En zeggen dat we er eigenlijk mee wilden stoppen.'

Op Hof ten Hullenhove zijn altijd al gasten geweest. Het begon lang geleden, met iemand die hier altijd op vakantie kwam voor de goede lucht. Enkele jaren later was er dan een initiatief van een leerkracht uit de streek die verschillende hoeves contacteerde om kamers te verhuren. 'En zo zijn we, hoewel dat initiatief snel opgedoekt werd wegens te duur, eigenlijk gestart met twee kamers in ons huis. Het was ook allemaal nog heel primitief toen'. Begin jaren '80 kwam de grote doorbraak, dankzij Vlaanderen vakantieland. Het was een moment dat de mensen ook veel meer vrije tijd hadden en op vakantie trokken. 'Wij hanteerden het principe 'met de boer aan tafel'. De mensen kwamen 's morgens en 's avonds samen met ons in de woonkamer eten'.

'Toen Kathy en ik in 2000 trouwden, werd de combinatie met toerisme moeilijk. Zeker het avondeten viel niet meer te combineren met de 'boerestiel'. We wilden stoppen met hoeveroerisme, maar werden overhaald door onze vaste klanten. We zijn dus blijven verder verhuren, maar alleen kamers met ontbijt' vertelt Frank. In 2003, na de overname van de boerderij, zijn de verbouwingen gestart. Speciale aandacht ging naar de noden van mindervaliden. Zoveel mogelijk moest toegankelijk zijn voor rolstoelpatiënten. Dat geeft een bijkomend voordeel dat veel instellingen ook tijdens het laagseizoen komen. 'Maar eigenlijk hebben we een gevarieerd publiek. Onze gasten komen van overal. Wel valt op





dat we niet de echte stadsmensen krijgen. Die vinden het platteland waarschijnlijk te rustig', denkt Frank.

Het contact met de klanten vinden Frank en Kathy belangrijk. Een goede ontvangst, het verzorgen van een lekker ontbijt, de rondleidingen op het bedrijf, het zijn kleine factoren die het verschil maken. Hoevetoerisme moet vooral gezellig zijn, met een sterk familiaal karakter. Om nog meer tijd vrij te maken voor de klanten komt er deze zomer voor de eerste maal een jobstudent meehelpen. Het wordt anders te druk en uiteindelijk verlies je zo het contact. Ook de concurrentie wordt groter, daarom maakt Frank ook actief reclame via het internet. 'De helft van onze klanten vinden de hoeve via de zoekmachine Google. Daar moet ik echt nog meer werk van maken', vertelt hij.

Allemaal rozengeur en maneschijn? Niet echt, zegt Frank. Wat hem tegen de borst stoot zijn al de controles. De laatste twee maanden kregen ze al 7 controleurs, vanuit verschillende instanties, over de vloer! En ze vallen over de kleinste dingen. Frank vreest dat ze straks dezelfde normen zullen moeten hanteren als voor de reguliere hotelsector. 'Maar hoevetoerisme moet zich juist daarvan distantieren. Mensen komen niet naar het platteland om op hotel te zitten, maar om de rust, de stilte en de geborgenheid. Zij hebben lak aan bv. het verplichte schoensmeer op de kamer'.

'Ook is het als boer moeilijk om je bedrijf goed uit te bouwen. Binnenkort komt er hier een nieuw industrieterrein, er is de discussie rond de afbakening van natuur en landbouwzones en er is weinig steun van de stad. Eigenlijk wil de stad Oostende de boeren hier weg. Er wordt gepleit voor natuurverwevingsgebieden en de stad zal zelf beginnen met hoevetoerisme. Er zal niet eens meer geboerd worden! Waarom kopen wij samen geen landbouwgrond aan om die gronden in de sector te houden? Wij boeren moeten eigenlijk meer samenwerken'. Frank gaf in ieder geval al het goede voorbeeld. Samen met twee collega's kocht hij net een mengmestverspreider. Ook in de klassieke landbouwactiviteiten blijft hij investeren. Uiteindelijk wil Frank een goed functionerend landbouwbedrijf uitbouwen met 4 takken: akkerbouw, gesloten varkensbedrijf, rundvee en hoevetoerisme.



En verdient de verbreder er iets aan?

1 Ontvangsten en uitgaven

De opgegeven omzetten geven een eerste beeld van de omvang van de verschillende vormen van verbreding. Uit de opvolging van dertig bedrijven kan echter een meer precies beeld worden bekomen van de ontvangsten, uitgaven en kosten. In Tabel 8 worden een aantal gemiddelde cijfers weergegeven voor verschillende soorten verbreding. Gestart wordt van de ontvangsten. Hiervan worden eerst de uitgaven voor grondstoffen, de verwerkingskosten, de kosten voor onderhoud van materieel, nutsvoorzieningen (water en elektriciteit), promotie, verkoopskosten en andere directe uitgaven afgetrokken. Bij de kosten voor grondstoffen is in geval van directe verkoop of verwerking ook rekening gehouden met de prijs van de basisproducten die door de boer zelf geproduceerd worden. De melk, de groenten of het rund worden aangerekend aan de prijs die ze in het gangbaar circuit zouden hebben behaald. Het aldus bekomen cijfer wordt het bruto saldo of bruto toegevoegde waarde genoemd en geeft aan wat de bedrijfsleider op het einde van het jaar netto aan geld overhoudt.

Hiervan moet hij echter nog zijn kapitaalskosten (afschrijvingen en intresten) en arbeidskosten aftrekken om te weten of hij winst of verlies maakt. Door van het bruto saldo de afschrijvingen af te trekken bekomen we de netto toegevoegde waarde. Na het in mindering brengen van de belastingen, de betaalde intresten en betaalde lonen verkrijgen we het ondernemersinkomen. Dit is de vergoeding voor de eigen arbeid en het eigen kapitaal en is dus eigenlijk wat de boer aan verbreding overhoudt. Om het eigen arbeidsinkomen te berekenen wordt op het eigen kapitaal een normale intrest aangerekend. Kennen we tot slot ook aan de eigen arbeid van bedrijfsleider en gezinsleden een loon toe vergelijkbaar met dit van een betaalde arbeidskracht dan kennen we het netto-bedrijfsresultaat.

Dit netto-bedrijfsresultaat gaat na of de ontvangsten voldoende zijn om aan alle ingezette productiefactoren een normale vergoeding te kunnen toekennen.

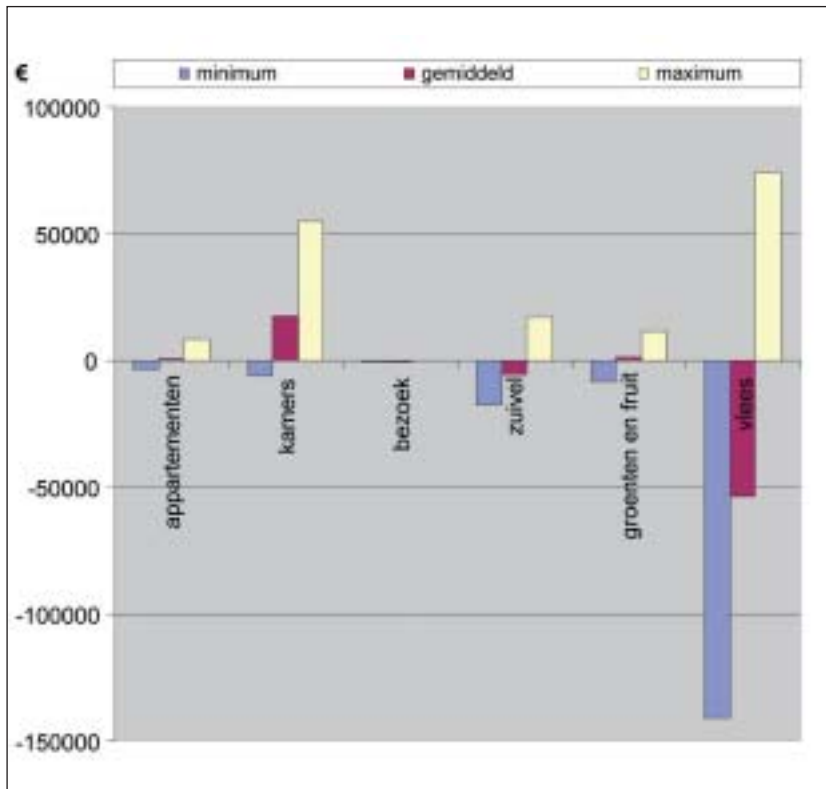
Zoals uit Tabel 8 kan worden afgeleid is dit op de onderzochte bedrijven gemiddeld slechts het geval voor de verhuur van appartementen en kamers en voor de verkoop van groenten en fruit. Voor de andere vormen van verbreding wordt een licht verlies opgetekend. Vaak wordt namelijk de prijs van de zelf geproduceerde grondstoffen (de melk, de groenten, het fruit of het dier) onderschat. Hierbij moet wel aangegeven worden dat het negatieve resultaat voor vlees vooral te wijten is aan één bedrijf met zeer hoge kosten. Een negatief nettoresultaat komt ook vaak voor bij de normale landbouwactiviteiten en is dus niet zo uitzonderlijk. De belangrijkste reden hiervoor is dat in de landbouw gemiddeld zeer veel uren moeten worden gepresteerd, zoals ook bleek uit Figuur 8, die niet altijd kunnen vergoed worden aan lonen geldig in industrie of bedrijfsleven.

Tabel 8:
Rendabiliteit van de verbredingsactiviteit op een aantal geselecteerde bedrijven (euro/jaar)

	appartemen- ten (5)	kamers (4)	bezoek (4)	zuivel (7)	groenten en fruit (6)	vlees (5)
Ontvangsten	16 065	132 886	1 657	56 489	49 955	247 208
- uitgaven	4 345	46 404	453	32 237	29 415	191 665
Bruto saldo	11 720	86 482	1 205	24 252	20 540	55 543
- afschrijvingen	3 280	18 739	31	5 620	1 278	12 632
Netto Toegevoegde waarde	8 440	67 742	1 173	18 632	19 262	42 911
- betaalde lonen	1 189	8 094	0	307	5 514	23 669
- belastingen	679	6 860	69	630	2 058	1 944
- intresten	1 307	3 446	0	1 980	486	3 472
Ondernemers inkomen	5 247	49 342	1 105	15 715	12 203	13 826
- aangerekende intresten	1 770	666	6	658	309	2 872
Familiaal arbeidsinkomen	3 477	48 676	1 098	15 057	10 895	10 954
- aangerekende lonen	2 576	31 003	1 515	20 594	9 900	64 416
Netto-resultaat	902	17 673	-417	-5 537	994	-53 462

Bovenstaande cijfers verbergen natuurlijk heel wat variatie zoals kan afgeleid worden uit Figuur 16 waarbij minimum, gemiddelde en maximum waarden voor dit netto-bedrijfsresultaat zijn aangegeven. Hieruit kan afgeleid worden dat ook in de gemiddeld verlieslatende sectoren een aantal bedrijven zeer goede resultaten halen. Het resultaat zal dus voornamelijk worden bepaald door de capaciteit van de uitbaters net zoals bij normale landbouwactiviteiten.

Figuur 16:
Netto bedrijfsresultaat over de verschillende deelsectoren (euro)



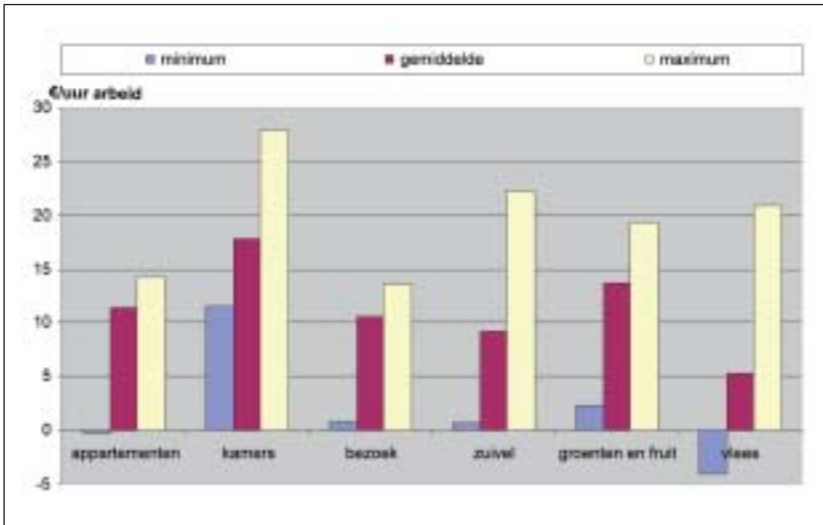
2 Inkomen

De bedrijfseconomische kengetallen uit Tabel 8 zeggen iets over de rendabiliteit van de activiteiten maar zeggen nog niet alles over het inkomen dat de boer verdient. Hiertoe moet men het arbeidsinkomen berekenen: dit is het verschil tussen alle inkomsten en kosten met uitzondering van de arbeidskosten. Door dit arbeidsinkomen uit te drukken per uur kunnen verschillende soorten verbreding met elkaar worden vergeleken en kan het behaalde inkomen uit verbreding ook gemakkelijk worden vergeleken met wat verdiend wordt per uur uit pure landbouwactiviteiten. De resultaten voor de 30 opgevolgde bedrijven worden weergegeven in Figuur 17. Hierbij wordt terug het minimum, het gemiddelde en het maximum aangeduid.

Twee zaken vallen op: ten eerste dat het gemiddelde schommelt tussen 6 en 17 euro per uur. Een tweede vaststelling is de grote verschillen tussen bedrijven met een zelfde activiteit. Dit wijst erop dat net als voor andere activiteiten de ondernemer een grote rol speelt. Globaal halen 10 van de 30 opgevolgde bedrijven een arbeidsinkomen van minder dan 7 euro per uur, op 8 bedrijven ligt het arbeidsinkomen tussen de 7 en de 12,5 euro per uur en op 12 bedrijven ligt het inkomen boven de 12,5 euro per uur wat als een normaal uurloon kan beschouwd worden in de landbouw.

We moeten hier natuurlijk aan toevoegen dat de landbouwers een groot deel met eigen middelen financieren. Dit betekent dat ook de intresten op eigen kapitaal bij hun inkomen moeten gerekend worden. Doen we dit, dan ligt het inkomen gemiddeld zowat 3 euro per uur hoger dan het arbeidsinkomen per uur.

Figuur 17:
Arbeidsinkomen per uur arbeid (euro/uur arbeid)

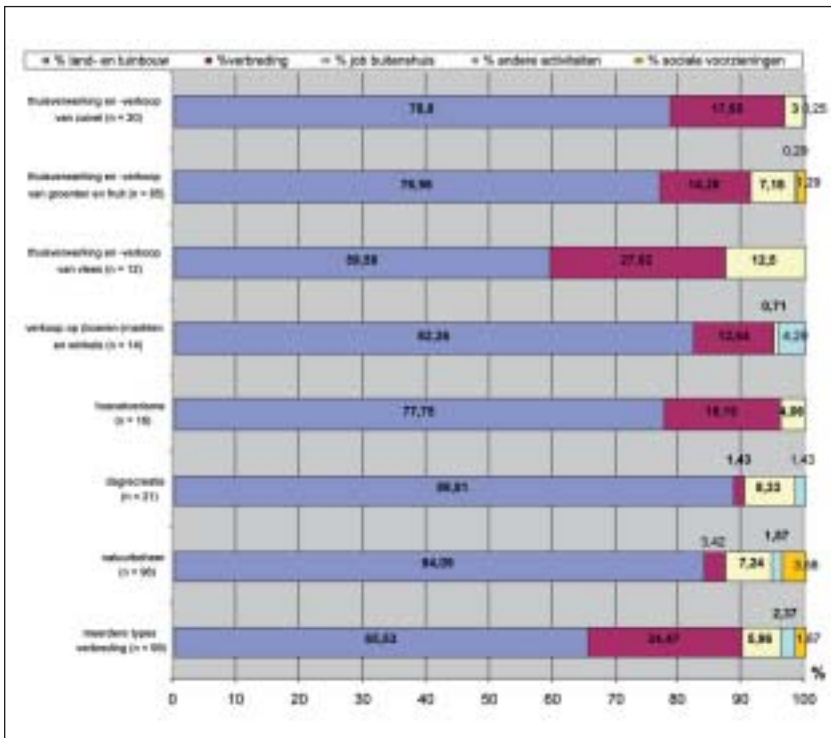


In de enquête werd ook gepeild naar het belang van het inkomen uit verbreding voor het totale inkomen. Hieruit blijkt dat op voltijdse bedrijven zonder verbreding ongeveer 90% van het inkomen afkomstig is van landbouwactiviteiten. De andere 10% komen uit andere inkomens zoals inkomens uit een job buitenshuis van één der gezinsleden of sociale voorzieningen. Op bedrijven met verbreding is deze verhouding ongeveer gelijk, alleen is daar gemiddeld slechts 75% rechtstreeks afkomstig van de landbouwactiviteit, terwijl 15% kan toegeschreven worden aan de diversificatie van de activiteiten. Op deeltijdse bedrijven is het aandeel van landbouw natuurlijk veel lager en bedraagt slechts 34% op deeltijdse bedrijven zonder verbreding tegenover 32% op bedrijven met verbreding. Bij deze laatste komt hier echter nog 12% bovenop als gevolg van verbreding wat betekent dat op deeltijdse bedrijven met verbreding 10% meer uit het landbouwbedrijf komt.

Figuur 18 geeft de verdeling van het inkomen weer maar opgesplitst naar het soort verbreding. Hieruit blijkt dat vooral bedrijven die vlees verwerken evenals bedrijven die meerdere vormen van verbreding combineren een hoog per-

centage van hun gezinsinkomen uit de verbreding halen (respectievelijk 27 en 24%). Dagrecreatie en natuurbeheer zijn veel minder belangrijk met respectievelijk 1, 4 en 3, 4%, terwijl de andere vormen van verbreding schommelen rond het gemiddelde van 15%.

Figuur 18:
Verdeling van het inkomen voor verschillende types van verbreding



Tabel 9:
Verband inkomen uit verrbrede activiteiten - type verbreding

Type verbreding	10% of minder	11-20%	21-30%	meer dan 30%	totaal
Thuisverwerking en -verkoop zuivel	52	33	5	10	100
Thuisverwerking en -verkoop groenten en fruit	66	14	4	16	100
Thuisverwerking en -verkoop vlees	57	0	7	36	100
Verkoop (boeren)- markten en winkels	65	14	14	7	100
Zorgtaken	100	0	0	0	100
Hoevertoerisme	39	33	11	17	100
Dagrecreatie	95	5	0	0	100
Natuurbeheer	92	4	4	0	100
Meerdere verbrede activiteiten	46	13	15	26	100
Totaal	67	12	7	14	100

Deze gemiddelden verbergen natuurlijk opnieuw een grote spreiding. Zoals uit Tabel 9 blijkt draagt op ongeveer twee derden van de verbreders de verbreding voor minder dan 10% bij in de inkomensopbouw en is slechts op 15% van de bedrijven de verbreding goed voor meer dan 30% van het inkomen. Verbredende activiteiten waarbij dit het meest het geval is zijn thuisverkoop van vlees en vleesproducten, hoevertoerisme en meervoudige verbreding. Zorgtaken, dagrecreatie en natuurbeheer dragen minst bij tot de inkomensvorming.

3 Tevredenheid

Inkomen is natuurlijk slechts één manier om het succes van een activiteit te meten. Zoals uit de motivaties blijkt, zijn er heel wat redenen om met verbreding te starten. Daarom werd in de enquête ook naar de tevredenheid over de gekozen weg gepeild en dit zowel rechtstreeks als onrechtstreeks door na te gaan of men de activiteit wil uitbreiden in de toekomst.

Op de rechtstreekse vraag of men tevreden is met de gevolgde weg, antwoordt 73% ja, antwoordt 19% neen en heeft 8% niet geantwoord. De ontevreden doen in de helft van de gevallen aan natuurbeheer en in de andere helft van de gevallen aan thuisverkoop. Als redenen om niet tevreden te zijn worden onvoldoende omzet en inkomen vernoemd evenals de te strenge reglementering en te hoge arbeidsdruk.

Ondanks het feit dat 73% tevreden is, zegt slechts 39% van de respondenten dat ze de verbreding in de toekomst zullen uitbreiden. Ongeveer de helft (49%) zegt dit zeker niet te doen. De rest twijfelt. Ongeveer een zelfde percentage (38%) van de boeren is van mening dat het inkomen uit verbreding in de toekomst nog zal toenemen terwijl 43% dit niet verwacht.

Een tevreden boer ziet het zo:

'Onze producten raken stilaan bekend in de streek als gevolg van onze promotie, maar vooral door onze tevreden klanten. De klanten waarderen wat we doen. Verbreding is dan ook de ideale oplossing om het inkomen te verhogen daar waar uitbreiding van het bedrijf niet mogelijk is'.

Daartegenover staat volgende ontevreden verbreder:

'Verbreding was eigenlijk een noodoplossing. Maar de omzet haalt niet het verwachte peil. De reglementeringen zijn te streng hetgeen de kosten omhoog jaagt. Ik weet dan ook niet of ik er nog lang mee doorga'.

Als redenen om uit te breiden worden vooral continuïteit, het combineerbaar zijn van de activiteit met de rest van het bedrijf en de stijgende marktvraag aangehaald. Daartegenover vinden diegenen die niet wensen uit te breiden dat de verbrede activiteit een te laag inkomen oplevert en moeilijk combineerbaar is met de normale landbouwactiviteit. Wat dit laatste betreft zegt trouwens 24% van de geënquêteerden dat verbrede activiteit enkel maar kan als de landbouwactiviteit wordt afgebouwd, 33% vindt beiden perfect combineerbaar en 21% vindt zelfs dat de verbrede activiteit extra mogelijkheden biedt voor de uitbouw van de landbouwactiviteiten op het bedrijf. Ongeveer 22% heeft geen mening op dit punt. Zoals uit Tabel 10 blijkt worden vooral natuurbeheer en thuisverkoop van groenten en fruit als concurrenten aanzien voor de normale productie-activiteit, hoewel zeker niet iedereen die deze activiteiten uitvoert het hier mee eens is.

Tabel 10:
Verband 'verbreding als concurrentie
voor de traditionele landbouw' - type verbreding

	tevredenheid gevolgde weg			totaal
	los van elkaar	ten koste van trad. LB	meer moge- lijkheden voor trad. LB	
thuisverwerking en -verkoop zuivel	5	8	3	16
thuisverwerking en -verkoop groenten en fruit	17	15	17	49
thuisverwerking en -verkoop vlees	1	2	3	6
verkoop (boeren)markten en winkels	5	0	1	6
zorgtaken	0	0	0	0
hoevetoerisme	14	2	0	16
dagrecreatie	6	3	1	10
horeca	0	0	0	0
biologische landbouw	0	0	1	1
natuurbeheer	7	15	4	26
meerdere types van verbreding	33	19	24	76

Tot besluit: verbreding: belangrijk of niet?

In de studie werden heel wat cijfers verzameld over verbrede landbouw in West-Vlaanderen. Als we deze cijfers doortrekken naar de volledige provincie dan kunnen we het aantal bedrijven die actief bezig zijn met verbreding schatten op ongeveer 2000. Dit toont aan dat verbrede landbouw ruim ingang heeft gevonden in de West-Vlaamse land- en tuinbouw, zij het nog in iets mindere mate dan bijvoorbeeld in de rand van Brussel.

Al deze bedrijven proberen een extra inkomen te halen uit deze activiteiten. Gemiddeld is op deze bedrijven 15% van het inkomen afkomstig uit de verbreding. Dit is vergelijkbaar met wat buitenlandse studies aangeven. Achter dit cijfer schuilt echter heel wat variatie. Op een meerderheid van de bedrijven maakt verbreding minder dan 10% van het inkomen uit. Daartegenover staat dat op 15% van de bedrijven of dus op ongeveer 300 West-Vlaamse bedrijven verbreding een aandeel heeft in het inkomen van meer dan 30%.

Voor de marktgerichte verbreding (alle bestudeerde vormen met uitzondering van natuurbeheer en zorgboerderijen) kunnen we op basis van de gegevens uit de enquête en de opgevolgde bedrijven een inschatting maken van het globale economisch belang. De totale omzet van verbreding kan geschat worden op een cijfer tussen de 100 en 125 miljoen euro. Dit is met andere woorden het totale bedrag dat door consumenten wordt besteed voor aankoop van hoeveproducten of hoevetoerisme in West-Vlaanderen. Het totale arbeidsinkomen in de provincie afkomstig van verbreding mag bijgevolg geschat worden op 20 à 25 miljoen euro of uitgedrukt in arbeidsplaatsen op zowat 600 tot 900 extra banen. Dit komt overeen met 5% van de totale arbeidsplaatsen in de West-Vlaamse land- en tuinbouw. Het grootste deel hiervan is afkomstig uit thuisverkoop- en verwerking, een sector die goed is voor een arbeidsinkomen van 15 tot 18 miljoen euro. De rest is afkomstig uit hoevetoerisme en in zeer beperkte mate uit dagrecreatie. Dit is wel lager dan de 22% die vooropgesteld werd door de studie van Van der Ploeg (2002).

Toch kan hieruit besloten worden dat, ook in West-Vlaanderen, verbreding bijdraagt tot een vitale plattelandseconomie en -ontwikkeling. Het vermelde extra inkomen dat via deze weg binnen de landbouw wordt gecreëerd resulteert in een stabielere sector en dus ook in een stabielere plattelandseconomie. Door de creatie van extra arbeid worden een aantal mensen op het platteland actief gehouden. Hierbij gaat het dikwijls om de vrouwelijke partner die anders buitenshuis zou moeten gaan werken. Verder worden door de verbredingsactiviteiten mensen aangetrokken tot het platteland, denken we maar aan hoevetoe-risme of de thuisverkoop. Hierbij is het contact tussen de producent en de (plattelands)consument sterk aanwezig wat de basis vormt voor een betere betrokkenheid bij dit platteland.

We menen echter wel te mogen stellen dat verbreding ingang heeft gevonden in de West-Vlaamse landbouw. Vandaag de dag levert verbreding een niet onbelangrijke bijdrage tot inkomensopbouw in de sector en moet dus serieus worden genomen door het beleid. In de enquête geeft in totaal 18% van de ondervraagde boeren aan belangstelling te hebben om ook met verbreding te starten. Hiervan opteert 13% voor de marktgerichte vormen van verbreding (eventueel gecombineerd met natuurbeheer en zorgtaken) en heeft 5% enkel interesse in natuurbeheer en zorgtaken. Een beleid gericht op innovatie en integrale streekontwikkeling moet dan ook deze piste au sérieux nemen en voldoende flankerende maatregelen voorzien voor bedrijven die creatief op zoek zijn naar meerwaarde. De steeds terugkerende klacht dat reglementering en wetgeving te streng zijn, moet hierbij ernstig worden onderzocht. Dit wil niet zeggen dat men op vlak van veiligheid en hygiëne moet pleiten voor lagere normen, maar misschien kan de overheid wel wat meer ondersteuning (zowel met advies als financieel) bieden om aan de normen te voldoen.

Zoals uit de cijfers blijkt moeten van verbreding echter geen wonderen worden verwacht. Het biedt echter wel mogelijkheden voor bedrijven die hun productie-activiteit niet kunnen uitbreiden en met een arbeidsoverschot zitten om een inkomen te halen dat vergelijkbaar is met het arbeidsinkomen van normale landbouwactiviteiten. Hierbij moet wel steeds nagegaan worden in welke mate verbreding in de bedrijfsvoering past en de extra arbeid en investeringen die hiervoor nodig zijn opwegen tegenover het verwachte rendement. De in deze publicatie aangereikte cijfers bieden hierbij een houvast. Zoals in de klassieke landbouw is echter ook bij verbreding het ondernemersschap de belangrijkste

factor voor succes.

Verbreding heeft dus duidelijk zijn plaats in een provinciaal landbouw- en plattelandsbeleid. Om de potenties ten volle te kunnen aanboren kan de overheid diverse initiatieven ontwikkelen zoals promotie van bestaande initiatieven, financiële en administratieve ondersteuning, bedrijfsbegeleiding voor startende bedrijven en bovenal creatie van platformen voor samenwerking tussen verbreders onderling maar ook tussen verbreders en andere schakels in het voedingskanaal. Uit de enquête blijkt immers dat de meest succesvolle initiatieven diegene zijn waarbij samengewerkt wordt met andere schakels in de keten of met andere organisaties (denken we maar aan streektoerisme).

De voorbeelden opgenomen in deze publicatie getuigen hiervan en tonen de creativiteit van de individuele boeren en boerinnen achter de cijfers opgenomen in deze publicatie. We wensen hen en allen die ook zouden overwegen deze richting uit te gaan alle succes toe.

Referenties

CALUS, V. & REIJERS, J. (1999). Onderzoek naar de bedrijfseconomische perspectieven van alternatieven voor de landbouw in de Achterhoek. Afstudeerscriptie, Wageningen, Leerstoelgroep Agrarische Bedrijfseconomie, Wageningen Universiteit, 127 p.

McNALLY, S. (2001). Farm diversification in England and Wales- what can we learn from the farm business survey? *Journal of Rural Studies*, 17(2), 247-257.

VAN DER PLOEG, J.D., LONG, A. & BANKS, J. (2002). Rural development: the state of the art. In: Van Der Ploeg, J.D., Long, A. & Banks, J. (eds.) *Living countrysides. Rural development processes in Europe: the state of the art.* Doetinchem, Elsevier bedrijfsinformatie bv.

WANNINCK, J. (2002). Plattelandsvernieuwing; Twee stappen vooruit of een slag in de lucht?! Afstudeerscriptie, Wageningen, Leerstoelgroep Agrarische Economie en Plattelandsbeleid, Wageningen Universiteit

Colofon

Publicatie uitgegeven in opdracht van de Bestendige Deputatie van de Provincieraad van West-Vlaanderen.

Paul Breyne (Gouverneur); Jan Durnez, Patrick Van Gheluwe, Gabriël Kindt, Dirk De fauw, Gunter Pertry, Marleen Titeca-Decraene (gedeputeerden); Hilaire Ost (provinciegriffier)

Redactie

Mieke Calus, Liesbeth Van de Velde, Guido Van Huylenbroeck (Vakgroep Landbouweconomie Faculteit Bio-ingenieurs wetenschappen, Universiteit Gent), Provinciaal Plattelandsloket en Provinciale landbouwteams.

Grafische vormgeving en druk

Provincie West-Vlaanderen – Grafische dienst

Verantwoordelijke uitgever

Regine Vantieghem, Bestuursdirecteur directie Economie, Externe Betrekkingen en Gebiedswerking

Depotnummer

D/2005/0248/15

meer info over het West-Vlaamse landbouwverbredingsbeleid kan u vinden op:

www.onthaalopdeboerderij.be

Een uitgebreid rapport is beschikbaar bij de Provincie



