

Deze serie artikelen over het
imago van de Nederlandse agri-
en foodbusiness, waarin bekende
Nederlanders hun mening geven,
is een gezamenlijk initiatief van
Beeren Kooijman & van Kasteren
(BK&K) en Agrofood.

Maurice de Hond bepleit

**“Nederlandse landbouw
kan zich beter op
de knowhow richten dan
op de producten zelf”**

© ANP/2003 / foto: Stouwe

nemen van grote beslissingen

Maurice de Hond studeerde in Amsterdam sociale geografie. Na een korte periode als wetenschappelijk medewerker was hij vijftien jaar lang actief als onderzoeker, onder meer bij InterView. In 1984 werd hij assistent van Anton Dreesmann. In die periode zette hij onder andere de Micro Computer Club Nederland op. Ook was hij directeur van Headstart in de Verenigde Staten. Bij de beursgang van InterView in 1986 werd hij voorzitter van de raad van commissarissen. Van 1991 tot 1995 werkte hij bij ITT Gouden Glies op het terrein van marketing en businessdevelopment. Daarna was hij bij Wegener Arcade drie jaar verantwoordelijk voor de interne IT en de Internetactiviteiten.

Maurice de Hond is mede-oprichter van het internetbedrijf Newconomy. Hij was voorzitter van de raad van bestuur. Na een conflict met de raad van commissarissen vertrok

De Hond bij Newconomy. Maurice de Hond is auteur van het boek 'Dankzij de snelheid van het licht' (1995), waarvan inmiddels meer dan 50.000 exemplaren zijn verkocht.

Hij is momenteel bezig met een boek over zijn ervaringen met de nieuwe economie.

De Hond is regelmatig gastspreker bij seminars en conferenties.

Zonder een gedegen langetermijnvisie slaat Nederland, en dus ook de Nederlandse agri- en foodbusiness, aan de zijlijn. "Specialiseren is de oplossing", zegt Maurice de Hond, bij uitstek kenner van de nieuwe economie. "De Nederlandse landbouw kan zich beter op de knowhow richten dan op de producten zelf. Daar heb je veel meer aan. Ik denk dat een forse sanering in de landbouw goed is: de gezonde en florierende bedrijfstakken in stand houden en die positief voor het voetlicht brengen. Je hebt echt een langetermijnvisie nodig om Nederland economisch weer gezond te maken. Zo'n visie is ook nodig om te weten waar je met z'n allen naartoe wilt. Er worden geen grote beslissingen meer genomen."

Maurice de Hond noemt de groei van Schiphol en de problemen die daarmee gepaard gaan als voorbeeld van gebrek aan visie. "Het is eigenlijk onverantwoord wat er nu allemaal gebeurt. Allemaal het gevolg van geen keuzes durven maken. In het begin van de jaren zestig had men moeten durven besluiten om Schiphol te verplaatsen en aan te leggen op de plek waar nu Lelystad ligt. Waar nu Schiphol is, hadden heel veel mensen kunnen wonen en rond het vliegveld in Flevoland was volop ruimte voor de landbouw. Het is toch absurd om een luchthaven uit te breiden voor de 'hub' van de KLM naar andere landen. De KLM maakt altijd een tussenlanding op Schiphol, terwijl net zo goed direct van de ene naar de andere Europese bestemming kan worden gevlogen. Zo'n beslissing komt voort uit een totaal gebrek aan visie en het met hand en tand verdedigen van de belangen van de KLM. Keuzes maken is nodig. We leven in Nederland op een heel klein gebied en willen ondertus-

sen ook nog alle facetten van landbouw overeind houden. Volgens mij moet je dan juist kijken waar we goed in zijn en waar men elders beter in is."

"De hele politiek laat het liggen"

Het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij is in de ogen van De Hond daarbij niet de kwade genius. "Je kunt niet met de vinger naar één ministerie wijzen. Het is de hele politiek die het laat liggen. Kijk ook naar de beslissing over de Hogesnelheidslijn (HS1). Dat duurt allemaal zo lang, dat we alweer jaren achterlopen op andere landen. En dan moet die trein straks ook nog overal stoppen. We zijn een land van compromissen, waardoor je halfslachtige oplossingen krijgt. Niemand durft door die zure appel heen te bijten. Je moet beslissingen durven nemen. Ook in de landbouw. Niet tien procent minderen en een jaar later weer tien procent eraf. Nee, als je ergens vanaf wilt,

saneren. Bij duidelijkheid is iedereen gebaat. Dan weet je waar je aan toe bent."

"Landbouw tussen de huizen"

De Hond heeft na zijn vertrek bij Newconomy een 'sabbatical' genomen en is bezig met een boek over zijn ervaringen met de nieuwe economie. "Ik ben voor dat boek ook een paar keer in Cuba geweest en dan zie je - ook in steden van honderdduizend inwoners - gewoon dagelijks de landbouw tussen de huizen. Beesten op een binnenpleintje, gewassen verbouwen in de achtertuin. Dat zie je hier niet meer. Er is geen binding meer van de mensen uit de stad met de oorsprong van voedingsmiddelen. Daardoor is er ook weinig begrip voor de situatie van boeren. In de media komen alleen de negatieve aspecten



© foto: Peter van der Meer

Interview

altijd naar voren. Dan gaan ze weer op hun tractoren naar Den Haag of worden wegen geblokkeerd. Dat is het beeld dat mensen hebben. En dat is niet nodig."

"Je hoort en ziet boeren alleen als er problemen zijn"

Volgens De Hond is het ook heel belangrijk te beseffen dat de stedelijke bevolking in Nederland steeds verder van het land af komt te staan. "Er is een tweedeling ontstaan. Mensen uit de stad kennen niet iemand die boer is. En daardoor hebben ze geen begrip voor de problemen van boeren. Waat je hoort en ziet boeren alleen als er problemen zijn. Dat merk ik bij mezelf ook."

"We zijn een land van compromissen, waardoor je halfslachtige oplossingen krijgt"

De enige keer dat ik het boerenland zie, is als ik met m'n team moet voetballen tegen HBOK (Het Begon Op Klompen). Die velden liggen midden tussen de weilanden. Dan beseef je dat er ook een andere wereld is dan de stad."

"Leskoffers uitdelen in het onderwijs"

Volgens De Hond is er tijdens de mkz-crisis wel sympathie voor de boeren ontstaan. "Toen werd duidelijk hoe groot het probleem voor die mensen was. De emotie die om de hoek kwam kijken. Mensen die bijvoorbeeld melkkoeien hadden. Zo'n veestapel bouw je echt op. Dan zie je toch even iemand anders dan die harde zakenman die er alles aan doet om beter te worden van het productiematig houden van dieren en die uit alle macht de positie van subsidies verdedigt. De oplossing voor een betere beeldvorming is vooral voorlichting geven hoe de wereld van de landbouw en voedings-middelenindustrie echt in elkaar zit. Bijvoorbeeld door leskoffers uit te delen in het onderwijs. Je confronteert kinderen met zaken die groeien en bloeien. Ook een stadsboerderij is goed. Mensen komen dan in aanraking met het boerenbedrijf. In het Amsterdamse Bos is bijvoorbeeld een geitenboerderij. Daar laat men ook zien hoe kaas wordt gemaakt. Dat zijn

belangrijke dingen."

Volgens De Hond kan worden ingespeeld op de behoefte van mensen dat ze graag iets willen laten groeien. "Betrekt dat soort zaken bij plannen om het imago te verbeteren. Ik heb die behoefte ook. Straks staan de zonnebloemen hier weer metershoog voor het huis. Daar geniet ik van. Toen ik twintig was en op mezelf ging wonen, had ik een tuintje van vier bij vijf meter. Ik zette er allemaal groente in, maar had eigenlijk weinig kennis van zaken. Ik ging op een gegeven moment radijs uitdunnen. Gooide radijsjes weg om de overgebleven plantjes beter te laten groeien. Achteraf gooide ik goede radijsjes weg. Ik heb de andere laten doorgroeien tot grote knollen en die waren niet meer te eten. Stom natuurlijk, maar ik wis niet hoe radijs groeide. Ik dacht dat er meerdere knolletjes aan kwamen."

"Economische kleinschaligheid komt weer terug"

De Hond denkt dat internet zeker een rol kan spelen in de agri- en foodbusiness. "Internet is een hulpmiddel voor mensen en bedrijven. Je ziet wel dat in landbouwbedrijven steeds meer gebruik wordt gemaakt van pc's. De technologie stelt landbouwers in staat om kleinschaliger te opereren. Ik noem het voorbeeld van internetbedrijf Amazon.com, dat via het net boeken verkoopt. Het gaat om de service. Vroeger kenden de man en vrouw van de boekwinkel hun vaste klanten heel goed. Ze wisten wat je leuk vond en adviseerden je. Die economische kleinschaligheid komt weer terug. Als ik via Amazon.com een boek wil kopen, heten ze me welkom en adviseren ze me over titels, op grond van eerdere bestellingen die ik heb gedaan. Dan is het mogelijk om met één klik een boek te kopen en dat thuis te laten bezorgen. De technologie stelt je in staat om naar kleinschaligheid te gaan."

De Hond: "Als je dus kaas wilt van die ene boer, kun je dat via het net bestellen. Waarom ook niet? Er is rechtstreeks contact met de kaasboer. Je kunt door op deze manier producten aan te bieden veel meer banden tot stand brengen. Daar ligt mis-



© Wageningen UR Dijkster

Interview

schien een kans. Het zou me niet verbazen als het die kant op gaat. Waarom zou die ambachtelijke slager zichzelf niet promoten via het net? Mensen kunnen vlees bestellen of het thuis laten bezorgen. Er is direct contact. Een relatie met de producent. Dat is heel anders dan de grootschaligheid van de afgelopen decennia."

"De technologie stelt landbouwers in staat om kleinschaliger te opereren"

"De groenteman is voor mij een soort traiteur"

De verwantschap met de agri- en foodsector is bij De Hond zeker aanwezig. "M'n vader zat in groente, fruit en aardappelen. Ik ging altijd mee naar de centrale markt aan de Jan van Galenstraat", zegt De Hond. "Mede daardoor komt het dat ik naar de groenteman ga en geen verse spullen in de supermarkt koop. Maar ook omdat die groenteman voor mij een soort traiteur is. Ik ben gewoon heel terreden over m'n groenteman, dat is emotioneel. Ik koop er niet alleen appels en sinaasappels, maar ook fruitsappen en andere dingen. Hij onderscheidt zich van anderen."

"Schoolmelk traumatische ervaring"

Maurice de Hond spreekt van een traumatische ervaring als het gesprek over schoolmelk gaat. "De boeren kunnen daar niets aan doen, maar ik lust geen melk meer sinds we op school altijd lauwe melk kregen voorgeschoteld. Er was geen koelkast. Ik vond het verschrikkelijk, terwijl het juist als stimulant was bedoeld. Als je iets doet, moet je het dus wel goed doen. Ter geruststelling: ik eet wel andere zuivelproducten als via en yoghurt hoor."



"Media denkt alleen in extremen"

De Hond wijst erop dat de media alleen in extremen denken. "Dat heb ik zelf ondervonden. Er is geen tegenwicht in de vorm van het echte beeld. Wil je wat bereiken, dan moet echt die visie voor de langere termijn er komen. Niet alleen voor de landbouw, maar voor heel Nederland. Je kunt het gewoon niet volhouden met pappen en nathouden. De knowhow van de Nederlandse landbouw en voedingsmiddelenindustrie kan daarbij een leidraad zijn. Met producten komen we niet veel verder dan Frau Antje, en die staat toch al niet meer zo in aanzien."

Willem Bakering

Wilt u reageren op deze 5e aflevering uit de serie artikelen waarin bekende Nederlanders hun mening geven over het imago van het agri- en foodcomplex? Agrofood wil daarvoor graag het forum zijn. U kunt uw reactie mailen naar: info@agrofood.nl