

NVAF

'liever de teugel van de voorman dan de zweep van de concurrent'

24 oktober 2004

Mijne heren, dames,

Dit document gaat over de Strategische overwegingen van de NVAF n.a.v. de acties tot nu toe.

Geschiedenis:

De NVAF is gegroeid sinds dit jaar 2003. Als kiem geboren in Noord Holland, is de NVAF in het geweer gekomen tegen de PT heffing in het bijzonder, en vervolgens tegen Het Productschap Tuinbouw (PT) zelf in het algemeen. Meestal was de pers de actiegroep gunstig gezind, zolang het nog een leuk protest was. De protesten werden in het algemeen afgedrukt. Rond eind september is gekozen voor een volgende benadering. Omdat alle protesten uitgeprotesteerd waren, viel er geen nieuws meer te melden. Als de actie dood zou vallen was er uiteindelijk niets bereikt. Dit zou zonde zijn. De heren bestuurders zonden weer achterover leunen, het protest zou zijn geluwd. Storm in een glas water.

Hierop besloot de NVAF haar koers te wijzigen. Zij publiceerde een alternatieve weg, die nodig was om haar protest te ondersteunen. De wens tot opheffen van PT werd vaak bestreden met de tegenvraag: "maar we kunnen niet zonder PT, dus wat dan"? De waarheid gebiedt te zeggen dat het inderdaad gemakkelijk is om te protesteren, maar veel moeilijker is om aan te geven hoe het dan wel moet.

Toekomst:

De NVAF besloot daarom een Manifest uit te geven waarin een nieuwe richting voor de agrarische sector in de 21^{ste} eeuw wordt aangegeven. In het Manifest wordt duidelijk gemaakt hoe de NVAF vindt dat agrarisch Nederland zich moet verenigen, hoe zij haar product moet verkopen en hoe zij haar kennis moet beschermen. Noch nimmer tevoren heeft enige agrarische instantie zo'n duidelijke visie op de te volgen lijn voor de toekomstige 100 jaar gegeven. Noch nimmer heeft enige organisatie vraagtekens gezet bij collectieve reclame, noch bij bescherming van onze kennis. Bovendien wordt in het Manifest duidelijkheid gegeven over haar eisen m.b.t. Productschappen in het algemeen en PT in het bijzonder. Doordat voor iedere taak van PT duidelijk wordt aangegeven wie deze kan verrichten en hoe deze kan worden ingevuld, wordt de overbodigheid van veel taken van PT aangetoond. Het protest is omgezet in bouwstenen.

De publicatie kreeg de naam "Agrarisch Manifest van de 21^{ste} Eeuw".

Angst:

Nu lag er voor alle bedrijven die protesteerden een alternatief. Tot nu toe kon de bestuurder de protesteerders uitmaken voor schreeuwers. Maar plotseling moeten deze bestuurders de argumenten van de NVAF ontzenuwen. Dit kunnen zij niet. Door de argumenten van NVAF staan er ook plotseling duizenden ambtenarenbanen en bestuurdersbaantjes op de tocht. Als de lijn van NVAF doorgetrokken wordt gaan zo'n 3000 tot 5000 mensen hun baan verliezen. Daarom wordt nu de strijd feller en soms gemeen, op de persoon in plaats van om de zaak.

We zien dus nu dat enkele vakbladen die in de macht van de bestuurders zijn, weinig of niets over ons publiceren. Dit is een groot gevaar voor de NVAF en voor alle agrariërs: agrariërs groeien niet met onze standpunten mee. Door censuur dom gehouden en door valse informatie verkeerd voorgelicht, zullen agrariërs negatief over ons gaan denken. Een voorbeeld van een vakblad dat de NVAF mijdt is Bloembollenvisie. Dit blad is van de KAVB en CNB. Het blad heeft noch het 'Manifest' noch de '10 Redenen om te stoppen met de Floriade' gepubliceerd. Op zich is dat voor ons een compliment! Onze argumenten zijn zo goed, dat men ze liever niet aan zijn achterban laat zien. Terwijl dezelfde KAVB, mede eigenaar dus van de Bloembollenvisie, wel een brief met leugens over de NVAF aan AL zijn leden heeft geschreven.

Waarom heeft de KAVB zo'n angst voor de NVAF. Dit komt door zakelijke belangen, maar wellicht nog meer door persoonlijke belangen. Allereerst wordt met name binnen de bollensector een onwaarschijnlijk hoge heffing van 3,2% van de telers geïncasseerd en voor een groot deel verkwist. De collectieve reclame kost vele miljoenen, maar de export zakt al 3 jaar met meer dan 5%. Terwijl de Nederlandse bloembollen nota bene nog steeds een redelijke monopoliepositie op de wereldmarkt vertegenwoordigen. Dit in tegenstelling tot bijv boomkwekerijproducten, die in ieder land voldoende aangeboden worden en dus een grote concurrentie voor de Nederlandse boomkwekers vormen. De in deze sector uitgegeven collectieve reclame is dus een nog grotere verkwanseling van ieders geld. De BKD keuringen kosten vele miljoenen, maar de kwaliteit van de tulpen is nog nooit zo slecht geweest. A.s. week organiseert PT (!) in plaats van de belangenbehartiger KAVB (!) hier zelfs een seminar over. Kortom, er wordt onvoorstelbaar veel geld verkwist terwijl de resultaten nihil zijn. Maar er hebben natuurlijk wel vele mensen baat bij de incasso van deze geldcarroussel. Niet de betalers, maar de incasseerders en de uitgevers. Als de NVAF resultaat krijgt raken al deze mensen hun baan kwijt. In de visie van de NVAF komen hiervoor in de plaats mensen die op basis van resultaat worden ingehuurd. Dat is voor de 'ambtenaren' die we nu hebben een onbekende wereld. En daarom hebben ze angst.

Daarnaast zijn er ook grote persoonlijke belangen. De heer Langeslag, voorzitter van de KAVB, is toevallig ook voorzitter van de Nederlandse Tuinbouw Raad, wederom een van de vele getrapte ondemocratische organen die agrarisch Nederland besturen. Deze NTR organiseert de Floriade. Niet toevallig dus dat de Bloembollenvisie van de KAVB en de CNB niets over Floriade standpunt van de NVAF publiceert. Als de Floriade afgeblazen wordt, is dit voor de heer Langeslag een grote persoonlijke nederlaag.

Ook in de Oogst van LTO heeft tot nu toe een goed artikel over het Manifest zelf ontbroken, hoewel Oogst de woordvoerder van de NVAF wel goed aan het woord heeft laten komen. Hoewel LTO Nederland in feite door de NVAF als boegbeeld wordt voorgesteld, snapt dezelfde LTO heel goed, dat dit niet meer zo kan als in het verleden. LTO dient uit PT te stappen of dient het afslankstandpunt over te nemen. Bovendien dient LTO volgens het Manifest zorg te dragen voor de eenheid van Agrarisch Nederland. Om dit te bereiken zal LTO veel moeten veranderen en zullen veel bestuurders hun trots moeten laten varen, voordat Agrarisch Nederland weer in haar moederschoot terugkomt. Desalniettemin is LTO wel de enige organisatie van ALLE agrarische organisaties in Nederland die met de NVAF de dialoog is aangegaan. Dit pleit voor de openheid van LTO om te luisteren. Als ze nu de discussies nog wat duidelijker in haar ledenblad zet, zijn we op een goed punt belandt.

In de andere vakbladen zien we een wisselend maar positief beeld. Een behoorlijk aantal journalisten bestuderen onze standpunten goed en schrijven hele deskundige artikelen.

O.a. de Boomkwekerij, de Paddenstoel, de Bloemenkrant, Groente en Fruit en het Agrarisch Dagblad geven op neutrale wijze onze standpunten helder weer. Duidelijk blijkt dat het hier om serieuze neutrale vakbladen gaat. We moeten deze journalisten hoog houden.

Weer anders gaat het bij sommige columnisten. Nu de NVAF in plaats van een groepje protesterende boeren verandert in een serieuze bedreiging, proberen sommige journalisten op de man te spelen in plaats van bij de zaak te blijven. O.a. Pieter Vermeulen in Vakwerk van de Hobaho en Bernadette Bijman in het Agrarisch Dagblad schrijven hatelijke stukjes waarin getracht wordt de mensen van de NVAF belachelijk te maken. Inhoudelijk zijn de stukjes flut, omdat beide auteurs geen argumenten hebben om de NVAF inhoudelijk te bestrijden. Dit soort mensen, maar ook vele bestuurders, komen nog uit de tijd dat vele boeren onopgeleid waren en tekort inzicht hadden waar belangenbehartiging ophield en manipulatie begon. Gelukkig zijn steeds meer boeren hoogopgeleid en maken de schrijvers van dit soort stukjes zich daardoor automatisch belachelijk en onsterfelijk. Daarom dient NVAF op dit soort stukjes ook niet te reageren. Onze strategie dient er een te zijn van stijl en argumenten. Niet een van emoties en teruggooien met modder.

Uiteindelijk wint kwaliteit, dat is zo met producten, maar ook met ideeën.

Echter, het is wel duidelijk dat de NVAF, hoe meer zij met goede inhoudelijke argumenten komt, door steeds meer mensen als bedreigend voor hun toekomst zal worden ervaren. De NVAF kan daarom ook veel sterkere en wellicht ook smerigere tegenstand verwachten. De brief van de KAVB met vijf leugens over de NVAF, zal hiervan nog maar een zwak voorspel blijken te zijn.

Strategische doelstelling:

Een deel van onze strategie zal gebaseerd moeten zijn op het wegnemen van angst. Dit kan alleen maar door goede voorlichting die in duidelijke Manifesten wordt verspreid.

Voorlichting:

De Nederlandse agrarische sector krimpt op vele markten. In de komende jaren zullen vele producten belangrijke wereldspelers als concurrenten krijgen. Suiker uit de derde wereld. Vlees uit Brazilië en Thailand. Fruit uit de derde wereld. Tomaten en andere groente uit Noord Afrika. Hoewel onze groente en fruit export 7% is gegroeid, zijn Spanje en Mexico nu Nederland gepasseerd als groente exporteur..! De 10 nieuwe EEG landen gaan hard groeien en Polen is nu al de grootste appelexporteur in Europa. Alle seinen staan op rood voor Nederland. Maar onze heren bestuurders blijven hangen aan oude modellen. Wederom angst voor het nieuwe doet hen vasthouden aan het oude. Bij een bedrijfseigenaar verandert de tucht van de markt de ideeën van de eigenaar. Bij de veelal getraptd democratisch gekozen of benoemde (PT voorzitter!) bestuurders bestaat deze tucht niet en dienen andere instrumenten hun mening te veranderen. De ideeën van de NVAF en hopelijk wellicht kritische journalisten zullen hier als ‘tucht van de markt’ moeten dienen.

Strategische doelstelling:

De NVAF zal dus moeten trachten de journalisten te vragen artikelen te schrijven over wat er gebeurt in de wereldmarkt. Wij zullen moeten proberen, om samen met de journalisten, de sector duidelijk maken dat, als we leidend willen zijn, wij de leiding moeten nemen. Dit moet met methodes van de 21^{ste} eeuw en niet met methodes van de 20^{ste}. Wellicht dat ook de journalisten hier zelf ideeën over hebben en wij ze hierover om advies kunnen vragen.

Begrip

Hoewel dus, zoals in de analyse duidelijk wordt, vele bestuurders conservatief en archaisch zijn, zijn er ook kenteringen te bespeuren. Alle organisaties zijn hun beleid aan het aanscherpen en PT zelf is veel actiever geworden. Er komen allerlei standpunten over fusies, PT begint een heronderzoek naar haar functioneren, etc. etc. Nog nooit was er zoveel discussie en activiteit. Maar dit zijn allemaal **defensieve** acties. PT wil zichzelf in stand houden en vele bestuurders denken dat als ze maar wat meer voorlichting geven, de agrariërs wel weer rustig worden. De KAVB, al zo'n 12,5 jaar in winterslaap sinds de heer Langeslag daar voorzitter is, organiseert nu zelfs een avond over PT in Lisse. Bang als de KAVB is voor argumenten, nodigt zij niet de NVAF uit voor een goede discussie, maar speelt de heer Langeslag liever op een veld zonder tegenstander. De KAVB laat tevens door PT een avond over het grote virusprobleem in de tulpen organiseren. Niets logischer dan dat dit door de falende Bloembollenkeuringsdienst zou gebeuren, maar overal zien de heren bestuurders nu graag PT actief. Nog steeds denken veel elitaire bestuurders, (in het KAVB bestuur zijn zelfs mensen bestuurslid die geen bollen telen) dat deze plotselinge activiteiten de agrariërs in slaap kunnen sussen. Een bloemlezing van titels uit vakbladen en kranten over belangrijke gebeurtenissen sinds de NVAF acties van bijvoorbeeld de week van 7 tot 15 oktober:

- De Geus tevreden over aanpak Schappen
- Meier wil fusie Schappen
- Andere Schappen willen niet fuseren
- Het kabinet praat over de Schappen
- Een grote serie steunartikelen voor vakheffing in de Bloembollenvisie
- Vele ingezonden brieven
- PT reageert op Manifest
- 2 Steden trekken hun Floriade kandidatuur in
- Nieuw intern onderzoek bij PT
- Frugi Venta bepleit meer openheid bij PT (!)

Kortom er gebeurt veel, maar het meeste is defensief. Nog geen enkele bestuurder of organisatie, behalve LTO, en dit pleit wederom voor LTO, heeft de moed gehad de NVAF standpunten te bediscussiëren of op hun waarde te beoordelen. Hoopgevend is dat LTO op 7 oktober, 7 maanden na het begin van de acties, heeft gepubliceerd dat zij het voor een deel eens is met de standpunten van NVAF. We hopen dat de dialoog met LTO dus veel goeds zal brengen, maar duidelijk is dat onze strijd zal moeten doorgaan. Wij willen niet 'efficiënt maken' of 'afstoffen'. Geen oude wijn in nieuwe flessen.

Wij willen hervorming en rechtstreekse democratie. Geen benoemingen!

Het mooiste bericht voor de NVAF kwam op 5 oktober. Op 21 september hebben wij het Manifest naar Minister Veerman gestuurd. Reeds op 5 oktober publiceerde de Minister een bericht dat hij op zeer korte termijn een studie wil laten uitvoeren naar de toekomst van de agrarische sector. De NVAF juicht het plan van de minister toe, alleen hoopt zij dat hij niet teveel naar de huidige bestuurders luistert die alles bij het oude willen laten.

Strategische doelstelling:

*-een inhoudelijk goede dialoog met agrarisch vertegenwoordigend Nederland aangaan. .
Moedige bestuurders zoeken die een flexibele geest hebben en hen overtuigen van onze argumenten.*

Onze standpunten:

Hoewel veel ambtelijke bestuurders het nog niet in de gaten hebben, gebeurt al op grote schaal datgene wat het Manifest van de 21^{ste} Eeuw voorstaat. Dat is ook niet gek. Het Manifest is geschreven op basis van ervaringen en op basis van verwachtingen. De grote lijn in het Manifest is dat de collectieve reclame en het collectief onderzoek moeten stoppen. Wie de vakbladen goed volgt, ziet bijna alle dagen initiatieven voor merkreclame. In een aantal sectoren gebeurt al datgene wat wij zeggen. Merkreclame is al gangbaar aan het worden in de kaas en vleeswereld. In de groentewereld zal Greenery getuige het interview in de Groente en Fruit van de nieuwe ex-Unilever directeur Van Walt Meier ook in de richting van merkreclame gaan. Ook in andere sectoren kan Nederland niet achterblijven. Tegen Poolse appel kunnen we slechts op met imago en merkreclame. Niet tegen hun prijs. Voor Afrikaanse bloemen geldt hetzelfde. Kortom, als de archaische bestuurders oud of dood zijn, worden ze vanzelf vervangen door (agrarische) bestuurders die gewend zijn aan marketing denken en merkreclame. Op termijn krijgt de NVAF dus wel gelijk, maar het zou beter zijn als dit proces versneld wordt en wij inderdaad de teugel hanteren in plaats van de zweep voelen.

Strategische doelstelling:

Vooraanstaande mensen overtuigen van onze standpunten en ze door hen laten verdedigen. Met meer Manifesten aan de agrarische wereld laten zien dat merkreclame met toegevoegde waarde en kwaliteit de enige overlevingsstrategie tegen bulkproductie is en dat dus collectieve reclame achterhaald is.

Andere doelstellingen

De Produktschappen hebben tot nu toe altijd individuele bedrijven kapotgemaakt als zij hun heffingen niet betalen. Wij zullen moeten bekijken of we niet alle agrarische bedrijven van Nederland kunnen verzamelen om gezamenlijk een juridische strijd aan te gaan tegen PT. Individueel kan men nooit winnen van PT omdat een juridische strijd eenvoudig te duur is en PT met haar onverantwoordelijk gedrag t.o.v. collectieve gelden rustig 1 miljoen aan juridische kosten besteed om tienduizend te incasseren. Zij moet dit ook wel doen, want als zij eenmaal verliest is haar toekomst geruïneerd. Wellicht dat een 'Dexia lease' achtige constructie aan de PT gedupeerden mogelijkheden biedt. We kunnen dan gezamenlijk de risico's delen.

Strategische doelstelling:

Mogelijkheden van een juridische strijd met een 'Dexia lease' achtige constructie voor het Europese Hof onderzoeken

Nogal wat organisaties maar soms ook columnschrijvers begaan doelbewust fouten in het verstrekken van voorlichting over de NVAF standpunten. PT liet bijvoorbeeld weten dat de NVAF vertelde dat iedere agrariër 3,2% vakheffing betaalt en dat dit fout was. In de voetnoot van de verspreide speech op de persconferentie van het Manifest hadden wij echter duidelijk vermeld dat er voor iedere sector verschillende tarieven zijn. De doestelling van PT was geen voorlichting, maar smaad. Bij de KAVB zagen wij vorige week hetzelfde. Er is een brief verspreid met 5 leugens over de NVAF. Sommige bollentelers zijn nu tegen NVAF ingenomen op basis van valse voorlichting. Wellicht dat de NVAF zich zal moeten voorzien van juridische hulp om dit soort smaad te voorkomen. De smaad is erg schadelijk en doet onze zaak geen goed. De 'voorlichtingsavond' van de KAVB over de standpunten van de NVAF op 28 oktober doet het ergste vermoeden. Wellicht dat we deze moeten 'opnemen'

Strategische doelstelling:

- journalisten vragen goede kennis te nemen van onze stukken en valse informatie van organisaties aan de kaak te stellen*
- juridische hulp inroepen daar waar doelbewust leugens worden verspreid*
- heldere standpunten innemen, ten allen tijde gebaseerd op argumenten.*

Slot

De NVAF bestuursleden hebben zich ten doel gesteld opbouwende en inhoudelijke informatie te verstrekken om aan te tonen dat PT afgeslankt moet worden. Om aan te tonen dat met de collectieve modellen de Nederlandse agrarische sector al een tiental jaren haar voorsprong verliest en duidelijk marktaandeelen verliest. Om aan te tonen dat er nieuwe methoden nodig zijn om marktaandeelen te winnen, zodat de afkalving van de agrarische sector niet vertraagd, maar stopgezet wordt. Het economische drama voor Nederland is een ramp. De menselijke drama's van 90 agrariërs die per week stoppen moeten zijn nog veel erger. Het is voor mij onbegrijpelijk dat met een afkalving van 90 bedrijven per week er sowieso nog bestuurders zijn die verdedigers kunnen zijn van het collectieve model. Op zich zegt dit alles over deze bestuurders. Mij dunkt dat het verlies van 90 bedrijven per week duidelijk aantoont dat agrarisch Nederland op de verkeerde weg is en haar koers drastisch moet wijzigen. Het is volgens de mij slechts een kwestie van tijd voordat de eerste bestuurder van naam opstaat, die ons gelijk geeft en ons gaat steunen. Als dat moment daar is, volgt de rest spoedig. Daarom gaan de NVAF leden door met een duidelijke en eerlijke strijd onder het volgende motto:

“de teugel van de voorman in plaats van de zweep van de concurrent”

Pieter Hoff
woordvoerder