

Het belang van goede communicatie op het boerenbedrijf

Bears - „It is in beropsrisiko. Boeren binne in soad allinne oan it werk. Hy sit allinne op de trekker en is faak allinne yn de molkstâl oan it werk. As er gjin feedback hat is der in risiko dat er mei syn eigen gedachten fierder giet. Dêrom is in goede kommunikaasje foar de boer mei syn gesin en syn túnjouwing sa wichtich.“

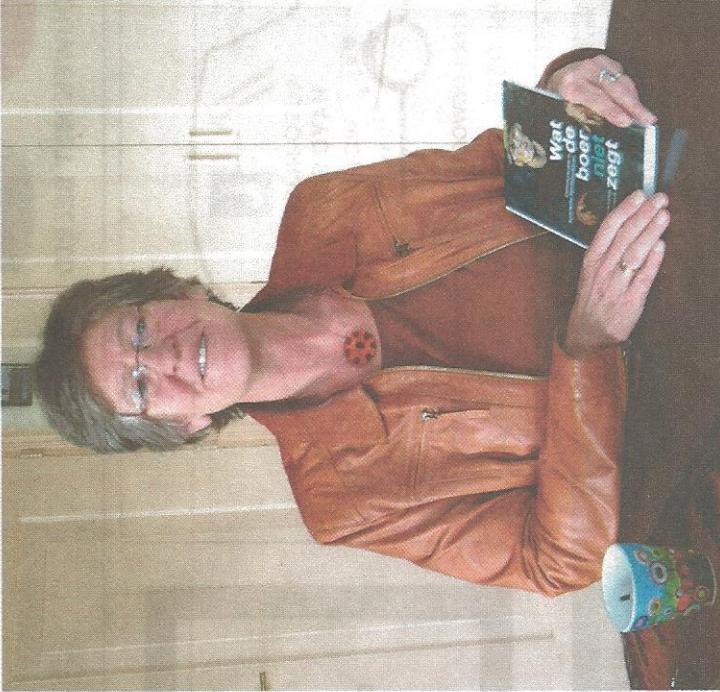
Door Hinne Bokma

familie en bedrijf staat garant voor een grote betrokkenheid en inzet en is een van de succesfactoren van familielieden, zo schrijven de auteurs op de achterkant van hun boek. „Maar dat brengt ook verwarring en spanning met zich mee. Wat goed is voor het bedrijf is niet altijd goed voor de familie en omgekeerd.“

In het boek vertellen praktijksituaties, waarin bedrijfsovernames en samenwerking centraal staan. Daarnaast beschrijven de twee auteurs hoe familiedelen die samen een bedrijf voeren hun communicaties organiseren, welke oplossingen ze daarbij hebben gevonden en welke valkuilen ze tegenkomen. Zeinstra, die 35 jaar werkzaam is in de agrarische sector, geeft aan dat het in de meeste gevallen goed gaat. „Mar as mediator krije ik te meisjen mei situasjes, dêr't it net goed giet.“ Een bedrijfsverdrach is een spannende fase in het boerenleven. Een ingrijpende gebeurtenis. In 95 procent van de gevallen vindt de overdracht in familieverband plaats. Het gaat niet alleen om de ouders en de dochter of zoon, die het bedrijf overneemt.

Het raakt ook de broers en zusjes, die de boerderij al hebben verlaten, maar daar psychologische nog altijd sterk bij betrokken zijn. „It giet soms mis as de oare bern der net by belutsen wurde“, zegt Zeinstra. Een ander aspect vormen de grote sommen geld, die met de overname gemoeid zija. „Der moat yn de lânbou in protte ynvestearre wurde om foldwânde omset te generearjen. Dat makket de druk op de opfolgers grutter.“

Maar er zijn ook andere situaties, die kunnen leiden tot problemen omdat er niet voldoende werd gecommuniceerd. Daarbij denkt Zeinstra aan de positie van de boerin, de samenwerking tussen de partners op het bedrijf, de positie van de andere kinderen en de positie van de partner van de opvoiger. „It boek is in hulpmiddel om de kommunikaasje op de bedrijwen aan swingelen en te fergelykjen mei de eigen situasje. It kin de eagen iepenje fan in protte minsken. It boek hat in funksje.“ Belangrijkste doelgroepen zijn de boeren en hun families en aan de landbouw gerelateerde beroeps-groepen. Maar het zou volgens



Truwe Zeinstra: „It boek kin de eagen iepenje fan in protte minsken, begrip te krijgen voor de situatie op het boerenbedrijf. Zeinstra ook goed zijn dat de steedeling het boek leest om zo meer