

Het belang van goede communicatie op het boerenbedrijf

Bears - „It is in beropstrisiko. Boeren binne in soad allinne oan it wurk. Hy sit allinne op de trekker en is faak allinne yn de molkstâl oan it wurk. 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 ûmjouwing sa wichtich.“

Door Hinne Bokma

Truke Zeinstra uit Bears haalt dit aan als voorbeeld om te illustreren hoe belangrijke goede communicatie op de agrarische familiebedrijven is. Ze schreef er onder de titel *Wat de boer niet zegt* samen met Johan Weerkamp uit Ede een boek over. Zeinstra en Weerkamp zijn beide afkomstig van een agrarisch bedrijf en zijn beide zelfstandig mediator. Uit hoofde van hun beroep weten ze welke problemen er kunnen spelen op het boerenbedrijf.

In een agrarisch familiebedrijf zijn privé en zakelijk sterk met elkaar verweven. Wonen en werken ligt heel dichtbij elkaar. De keuken is kantine, kantoor en ontvangstkamer tegelijk. „De vervlechting van

familie en bedrijf staat garant voor een grote betrokkenheid en inzet en is een van de succesfactoren van familiebedrijven“, 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 veertien praktijksituaties, waarin bedrijfsvernames en samenwerking centraal staan. Daarnaast beschrijven de twee auteurs hoe familieleden 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 krijg ik te meitsjen mei situaasjes, dêr't it net goed giet.“ Een bedrijfsoverdracht 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 zussen, 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 zijn. „Der moat yn de lânbou in protte ynvestearre wurde om foldwaande 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 opvolger. „It boek is in hulpmiddel om de kommunikaasje op de bedriuwen oan swingeljen en te fergelykjen mei de eigen situaasje. 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 beroepsgroepen. Maar het zou volgens



Truke Zeinstra: 'It boek kin de eagen iepenje fan in protte minsken.'

Zeinstra ook goed zijn dat de steunbegrip te krijgen voor de situatie op deling het boek leest om zo meer het boerenbedrijf.