

Geen duurzame boer zonder goede beloning

Het tumult rondom de landbouwsector neemt weer toe. Het is tijd om ook de belegger in de discussie te betrekken. Wij dus, al is het maar via ons pensioen.

Koert Jansen 1 augustus 2020



We zijn met elkaar mede-eigenaar van grote schakels in de voedselketen, zoals Albert Heijn en Unilever. (beeld anp / Robin Utrecht)

In de hoog oplopende discussie wordt naar elkaar gewezen. De overheid managet op microniveau en legt maatschappelijke problemen te veel op het bordje van de boer. De supermarkt knijpt de boeren uit. De boer pleegt roofbouw op grond en dieren. En de burger betaalt geen cent te veel bij de kassa.

Het landbouwdossier lijkt een wespennest, en ik voel daarom ook enige huiver me erin te mengen. De steek die iedere aspirant-deelnemer aan het debat kan verwachten, is: 'Het is

veel ingewikkelder dan jij zegt.' Daarmee wordt jouw punt gesmoord met het 'het-is-een-complex-van-factoren'-argument. Bovendien word je daarmee al snel in de hoek van een belangengroep weggezet.

Toch is het onvermijdelijk om vanuit je eigen rol, je eigen plek, de situatie te overzien en je een oordeel te vormen. Dat is wat bijvoorbeeld voormalig veearts Nico Hoogland deed (*Nederlands Dagblad* 22 juli). Kijk ook eens naar jezelf, was kort gezegd zijn oproep aan de (melk)veehouders die Carola Schouten wilden aanklagen wegens dierenmishandeling. Het was interessant geweest als hij op dezelfde manier ook zijn eigen beroepsgroep had aangesproken. Ik pak die handschoen op om het over een groep te hebben die tot nu toe buiten beeld is gebleven: de belegger. U en ik dus. Belegt u niet, maar hebt u wel een pensioen? Dan kunt u gerust verder lezen. Wat is onze rol als beleggers in dit verhaal? Nou, wij zijn met elkaar mede-eigenaar van grote schakels in de voedselketen. Check het maar eens in uw (pensioen) beleggingsportefeuille. U en ik zijn eigenaar van Ahold Delhaize ('Albert Heijn'), van Unilever, van JDE Peet's ('Douwe Egberts') en Heineken. Bedrijven die direct of indirect producten inkopen van honderdduizenden boeren (ik reken de koffie- en cacao boeren ook even mee). En daarmee een enorme invloed hebben op hun inkomen.

Begrijp me niet verkeerd, 'onze' bedrijven zijn actief bezig met duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Maar daaraan zit wel een grens: 'want het moet wel uit kunnen'. En dan zijn we weer terug bij onszelf. Want wie bepaalt waar die grens ligt, wanneer iets uit kan? Dat zijn wij, de aandeelhouders. En wij leggen die lat héél hoog. Wij zijn mateloos als het om rendement gaat. 'Nou nou, dat valt toch wel mee?', sputtert u nu tegen. Nee, dat valt niet mee.

De professionals die wij inhuren om ons geld op de beurs te beleggen, zoeken voor ons naar het hoogst mogelijke rendement bij een zo laag mogelijk risico. Ja, ook in de categorie maatschappelijk verantwoord beleggen. Want de ogen van onze vermogensbeheerders zijn 24/7 op de benchmark gericht. Dat is de meetlat waarmee het behaalde

rendement kan worden afgezet tegen het rendement dat in de markt wordt gerealiseerd bij een vergelijkbaar beleggingsprofiel.

het ergste

Het ergste wat een vermogensbeheerder kan overkomen, is dat hij aan u moet uitleggen waarom het behaalde rendement lager was dan de benchmark. Verantwoording afleggen over een negatief rendement van 3 procent is geen enkel probleem. Zolang de markt maar op zeg minus 4 procent zat. Maar o wee als de benchmark min 2,5 procent 'deed'. Dus wat doe je met een bedrijf dat minder winst maakt dan zijn branchegeenoten? Juist.

Boeren kunnen niet verduurzamen zonder dat ze daar goed voor beloond worden. Het is inmiddels een gevleugelde uitspraak in de sector: de boer kan niet groen doen als hij rood staat. Als belegger mogen we ons best aangesproken voelen en ons afvragen of het een onsje minder kan. Het rendement op Aholds eigen vermogen ligt boven de 10 procent op jaarbasis. Zouden we 7 procent wellicht ook genoeg vinden? Stel dat we Ahold Delhaize van de beurs halen en het mandaat geven om het inkomen van Nederlands kringloopboeren te optimaliseren. (Ahold-dochter Bol.com maakt reclame met de leus 'de winkel van ons allemaal', dus waarom niet?) Ja ja, ik weet het, veel te simpel. Maar laten we in ieder geval als (christelijke) beleggers eens op zoek gaan naar een andere benchmark. <