

Agrarische Ondernemersprijs 2013 voor John en Marian Claessens-Jenniskens

“Een pluimveebedrijf met een missie!”

tekst en beeld:
Clem Reynders

Na het succes van onze Vlaamse pluimveehoudsters in de tweejaarlijkse wedstrijd “Schoonste boerin” viel recent een blikvangend Nederlands pluimveebedrijf in de prijzen. John en Marian Claessens-Jenniskens uit Ysselsteyn wonnen de prestigieuze Agrarische Ondernemersprijs 2013. Dat een pluimveebedrijf in deze prijs op het hoogste schavotje eindigt is uitzonderlijk maar het illustreert ook hoe sterk dit duo, dat overigens ook nog eens de publieksprijs won, voor de dag kwam. In Ysselsteyn hebben we een boeiend gesprek met een pluimveefamilie met een missie.

“Wij hebben gewoon ons verhaal verteld,” vatten ze hun deelname aan de wedstrijd samen. “Iedere pluimveehouder heeft zijn eigen verhaal. Wij hebben dat op een natuurlijke

maar enthousiaste wijze overgebracht en dat heeft de jury overtuigd.”

Unieke kans

John (50) en Marian (48) zijn al sinds 1985 actief in de pluimveehouderij. Ze kregen toen de kans om twee dieppitstallen van de ouders van Marian met 70.000 leghennen over te nemen.

“We waren toen respectievelijk 20 en 22,” vertelt Marian. “Een unieke kans die we met beide handen grepen.”

“Mijn ouders,” voegt John er aan toe, “hadden een gemengd bedrijf; akkerbouw, wat varkens en kippen. We waren thuis met zeven kinderen. Op papier was ik de gedoodverfde opvolger maar met die overname van de twee stallen bij Marians ouders ging het dus de andere kant uit.”

In diverse stappen groeide het bedrijf. Vandaag hebben John en Marian de zorg over 340.000 leghennen en 160.000 opfokhennen, verspreid over 5 locaties. Het duo runt het bedrijf met een team dat uit twee vaste en drie parttime krachten bestaat. De meeste locaties liggen in een straal van 500 meter rond het woonhuis. Slechts een bedrijf ligt op een andere locatie: meer bepaald in Oostrum, 13 km van de bedrijfszetel.

“Als je als jonge pluimveehouders start,” vertellen John en Marian, “dan zit je niet in je achterhoofd met het idee om een bedrijf van 500.000 kippen uit te bouwen. Maar het ondernemen heeft ons altijd in het bloed gezeten. Toch kozen we voor een geleidelijke uitbouw met overzienbare stappen.”

“Het ondernemen zit misschien ook wel in de genen van de bewoners van deze streek,” voegt John er aan toe. “We zitten hier in de Peel, een regio waar in de vorige



John en Marian ontvangen hun gasten in een smaakvolle vergaderzaal.

eeuw turf werd gestoken. De gronden waren arm en schraal. Toen de turfwinning verdween is de landbouw in de plaats gekomen; varkens- en pluimveebedrijven, champignonkwekerijen, veehouderij. Die hebben er voor gezorgd dat door de ondernemingszin van de boeren de streek welvarend werd.”

Kostprijs beheersen

Het beheersen van de kostprijs is voor John en Marian een dagdagelijkse uitdaging. Kostprijzen hou je in de hand door alles zoveel mogelijk in eigen beheer te regelen. Ook het organiseren van de eigen opfok past in dit plaatje. Turnkeyprojecten zijn aan John en Marian niet besteed.

“Niet dat we hier iedere steen zelf verlegd hebben,” zegt John, “maar bij iedere bouwfase zorgde ik voor de coördinatie. De voorbije jaren hebben we onze stallen ook moeten aanpassen aan de nieuwe huisvestingnormen. We hadden er voor kunnen kiezen om alles eruit te zwiëren en te vervangen door nieuw materiaal maar we hebben in onze stallen voederlijnen, motoren, ventilatie, eiertransport systemen en schakelkasten kunnen recupereren.”

John en Marian werken ook niet met contracten.

“Het enige contract dat we hebben,” zegt Marian glimlachend, “is onze huwelijksverbintenis. Voor de rest beredderen we alles zelf. De supplementaire productie van de poeljen van ons opfokbedrijf brengen we ook altijd zelf aan de man. De aankoop van veevoeder en de afzet van onze eieren wordt allemaal door ons geregeld. Natuurlijk zoek je naar partners die binnen dit plaatje passen maar we houden



het allemaal zelf in de hand.”

Het verguisde kooi-ei: de consument heeft geen keus

John en Marian openen hun bedrijf regelmatig voor bezoekers. Scholen, verenigingen, groepen consumenten...

“Het contact met de consument, dat hebben we in de loop der jaren ervaren, is voor ons en voor de pluimveehouderij heel belangrijk. Men kent onze sector te weinig. Na zo'n bezoek wordt ons vaak de vraag gesteld waar ze onze eieren kunnen kopen. Ik moet dan tot ontgoocheling van de bezoekers vertellen dat we overwegend eieren hebben afkomstig uit verrijkte kooi en kleinvolière. Slechts 50.000 kippen zijn gehuisvest in volièrestallen. Onze kooi-eieren gaan overwegend naar België (Lodewijckx) en Duitsland maar in de schappen in Nederland en België kom je onze eieren dus vrijwel niet tegen. We vinden dit jammer. Er is niets mis met een kooi-ei. Wat ons tegen de borst stoot is dat de consument geen keuze meer heeft. Wij vinden dat daar dringend iets moet aan gedaan worden. Het kooi-ei is in onze ogen een perfect, gezond ei.”

Met de billen bloot

In Januari van dit jaar kregen John en Marian een seintje van ABN-Amro. Hun bedrijf werd door de bankinstelling, die samen met Reed Business (uitgever van agrarische vakbladen) mee aan de basis ligt van de Agrarische Ondernemersprijs, voorgedragen voor de editie 2013.

“Je houdt geen kippen om deel te nemen aan ondernemersprijzen,” zeggen John en Marian. “Onze eerste reactie was weigerachtig. We beseften dat ons bedrijf niet direct een hoog aaibaarheidsgehalte heeft. We vroegen bedenktijd. We stonden op dat ogenblik vlak voor ons vertrek naar India waar we het Kanthariproject sponsoren. Het Kanthariproject is een trainingscentrum waar mensen, die aan de zelfkant van de maatschappij staan, voor zichzelf leren opkomen. De boodschap was duidelijk: je moet opkomen voor je medemens. Na de reis stond ons besluit vast. We zouden deelnemen en in het geval we zouden winnen zou de prijs van 12.500



John en Marian: pluimveehouders met een missie.

euro naar het Indiaans project gaan. We hebben ons dossier grondig voorbereid beseffende dat we door alles vrij te geven een beetje met de billen bloot gingen. We hebben ook niets achtergehouden. Ons heel dossier draaide rond “wat doen we en waarom doen we het?” Dat verhaal hebben we in onze eigen woorden verteld.”

Aanvankelijk werden 150 bedrijven voorgedragen. Een tachtigtal diende een goed gestoffeerd dossier in. Uit die tachtig werden via een volgende selectie 10 bedrijven weerhouden.

“Toen we uiteindelijk van de organisatie te horen kregen dat we ook nog eens bij de laatste vijf genomineerden zaten voelden we ons doel al bereikt. Dat we als eerste bedrijf van de vijf finalisten door de vakjury werden bezocht leek ons niet direct een goed voorteken. Zou ons bedrijf nog voldoende in het geheugen blijven liggen na het vijfde bezoek? Intussen hadden we ons ook een beetje gefocust op de publieksprijs. We hebben daarbij royaal gebruik gemaakt van de sociale media. We zijn actief op onze eigen bedrijfs Facebook pagina : <https://www.facebook.com/Claessens.Jenniskens.Pluimveebedrijven.BV>

Aanvankelijk vonden onze kinderen dat een beetje vreemd; ma en pa op facebook met hun pluimveebedrijf! Het jaarlijkse festival in Ysselsteyn Jera On Air hebben we ook dankbaar aangegrepen om ons

Koning Willem-Alexander

“Een tijdje geleden was Koning Willem II Alexander op bezoek in de regio. Er werden 50 inwoners van Nederlands-Limburg en Noord-Brabant uitgenodigd. Wij waren er bij. Ik heb toen zeven minuten met de koning over eieren kunnen praten. Wat bleek? Dat hij een eitje graag lustte maar dat het toch zonde was dat het ei zo ongezond was i.v.m met cholesterol. Ik heb toen de kans gegrepen om uit te leggen dat die vooroordelen volledig achterhaald zijn en één eitje per dag best mag. Als pluimveehouder laat ik geen kans voorbijgaan om promotie voor onze sector te maken. Naast ons bedrijf ligt het Landhuis Ysselsteyn. Het is het huis van mijn ouders dat door groepen en families gebruikt kan worden. Die groepen laten we ook kennis maken met ons bedrijf en met collega's uit de buurt. De reacties zijn altijd ongemeen positief. Het is ook leuk voor de gasten dat ze tijdens hun recreatief verblijf kunnen kennis maken met de landbouw in de regio.”

bedrijf te promoten. Een professioneel filmpje over ons bedrijf dat we een tijd geleden lieten maken werd ook in de campagne gebruikt. Uiteindelijk is die hele deelname uitgemond in een lange promotie voor ons product, voor het ei dat een gezond en prachtig product is dat over schitterende troeven beschikt.”

Dubbelslag

Uiteindelijk viel dan het verdict. John en Marian wonnen niet alleen de publieksprijs met een opvallende score van 34% van de 16.000 uitgebrachte stemmen maar ze sleepten ook de hoofdprijs in de wacht: Agrarisch Ondernemer 2013. In het rapport had de jury het over een ondernemersduo dat op een ongewone manier buitengewoon gewoon zijn verhaal vertelde.



Het bedrijf ligt op 5 locaties. De verzorgde aanpak valt meteen op.

“Na het behalen van de prijs kregen we uiteraard enorm veel aandacht van alle kanten. Uiteraard ook van de pers. Sommige mensen uit onze omgeving vroegen ons hoe we met al die aandacht zouden omgaan? Moesten we geen beroep doen op een coach? We hebben toen gereageerd met te zeggen dat we de prijs gewonnen hadden door gewoon onszelf te zijn. We hebben ons verhaal met onze eigen woorden verteld. Het is ons verhaal geworden maar iedere pluimveehouder kan een waardevol “eigen” verhaal vertellen wat bij kan dragen aan PR voor onze sector.”

Beloofte maakt schuld. John en Marian schonken de twee geldprijzen aan goede doelen. De hoofdprijs van 12.500 euro ging naar het Indiaans Kanthari project. De publieksprijs van 2.500 euro werd geschonken aan het “Zorghuis” waar hun oudste dochter, die met het syndroom van Down werd geboren, straks een huis gaat huren om zelfstandig te gaan wonen.

“Toen Femke werd geboren werd ons levensmotto al snel : geloven in kansen en niet te denken in beperkingen. We hebben haar opgevoed en haar zoveel mogelijk geleerd. Alles zo gewoon mogelijk en daar waar nodig pasten we het voor haar aan. Ook hier bewandelden we een eigen parcours dat met succes werd afgerond. Femke groeide in een gewone omgeving op en behaalde intussen op 18 juli het diploma van horeca-assistent. Vanaf 1 augustus gaat Femke zelfstandig wonen.”

“Dat we die geldprijzen hebben geschonken was voor ons zelfsprekend,” zeggen John en Marian tot besluit. “ Het mooiste aan het feit dat we gewonnen hebben is dat we de Pluimveesector op een positieve manier neer kunnen zetten. Laat ons maar gewoon pluimveehouders blijven met een missie, met de boodschap dat we een gezond en veilig product produceren dat in een groeiende wereldbevolking, die straks 9 miljard mensen telt, een meer dan belangrijke plaats inneemt.”

Altijd welkom

Het bedrijf van John en Marian Claessens-Jenniskens telt 340.000 leghennen en 160.000 opfokhennen of vijf locaties. De kippen zitten op volière (50.000) en op verrijkte kooi en/of kleinvolière. De opfok gebeurt zowel in volière als in koloniehuisvesting. Het bedrijf werkt zonder gebruik van antibiotica. Toen recent een zieke pony door de dierenarts moest behandeld worden liet die zich spontaan onvallen: “Op die manier kom ik toch nog eens op jullie bedrijf!”

Het gezin telt vier kinderen. Naast Femke (21) zijn er nog Jelle (19), Douwe (17) en Aafke (15). Een opvolger zit er nog niet onmiddellijk tussen maar twee kinderen zitten wel op de HAS (Hogere Agrarische School).

Het bedrijf staat open voor groepen. Wie wil kan zelfs ook voor een aantal dagen in het “Landhuis Ysselsteyn” verblijven (www.landhuissysselsteyn.nl) en kijk ook eens op <https://www.facebook.com/Claessens.Jenniskens.Pluimveebedrijven.BV>

Het volstaat om de website te consulteren.