

Wie denkt dat verbreding duidt op minder vakmanschap of falend ondernemerschap, moet eens kijken naar het bedrijf van Hendrik Jan Hoogendoorn. Hij trekt **jaarlijks 25.000 agrotecreanten**.

# Innovatieve recreatieboer kijkt altijd vooruit

**Zeer zakelijk en kien op kansen** deze ondernemer is:



In zekere zin maakt Hendrik Jan Hoogendoorn van de nood een deugd. Waar een melkveebedrijf het qua kosten moeilijk heeft, is hij met een neventak gestart en daarvan heeft hij een hoofdtak gemaakt. Maar de noodzaak van die omhoog zag hij ruim 8 jaar geleden al. Hoogendoorn is geen volger, hij is net als zijn vader een leider met een visie. Commercieel als hij is, is hij gespitst op iedere zakelijke kans. Rendement en efficiëntie gaan ver. Alles wordt systematisch vastgelegd. Stilstand of stabiliteit is niet genoeg. Er moet een lijn omhoog zijn. Personeel moet van hem groeien. „Het is *up or out*”, aldus Hoogendoorn, die zich als universitair geschoolde bedrijfskundige graag van managerstaal bedient. Toeleveranciers worden geselecteerd en scherp beoordeeld op service en flexibiliteit, van slager tot internetprovider. Agrarische verbreding hoeft niet soft te zijn, maar kan juist een zeer zakelijk gezicht hebben.



**R**UNDVEEHOUDER en recreatieboer Hendrik Jan Hoogendoorn wil innoveren en kijkt daarbij door een zakelijke bril. Hij volgde een studie bedrijfskunde aan de Erasmus-universiteit in Rotterdam en is afgestudeerd op het gebied van agrotourisme. Hij brengt dat in de praktijk op zijn agrarisch-recreatieve bedrijf De Boerinn in Kamerik (U.).

De vernieuwingsdrang is niet onopgemerkt gebleven. Eind november kreeg Hoogendoorn een innovatieprijs van de Europese jonge boerenkoepel Ceja in het Belgische Brugge, uit handen van euro-commissaris voor de landbouw Mariann Fischer Boel. In 1996 behaalde Hoogendoorn ook al een prijs als een van de beste startende Woerdense ondernemers, met een innovatief ondernemingsplan waarbij recreatie een belangrijke plek innam in de bedrijfsvoering.

Een visie in plannen omzetten, dat drijft de ondernemer. Hij heeft een zichtbare drang dat ook uit te dragen. Hij beschouwt zijn bedrijf als 'toonaangevend voor een nieuwe, sociale manier van ondernemen'. Dat is agrarisch-recreatieve diensten in harmonie met de natuurlijke omgeving. Hij stelt zichzelf continu vragen: nu sta ik hier, straks wil ik daar zijn, wat is daarvoor nodig?

Zo is Hoogendoorn ook opgevoed. „Ik ben altijd geprikkeld zelf na te denken.” Het ouderlijk bedrijf had melkvee en een kaasmakerij. Zijn vader was voorzitter van de Bond voor Boerderij Zuivelbereiders. In 1999 ging Hoogendoorn met zijn ouders in maatschap. In 2001 nam hij het bedrijf over. Dat was snel, maar kwam fiscaal goed uit wegens de stakingswinst. Zijn ouders konden quotum verkopen en in lijfrente vastleggen.

Op het bedrijf lopen in het hoogseizoen vijf man vast personeel en 50 parttimers. Nu, in het laagseizoen, zijn dat drie vaste mensen en minder parttimers.

Als manager is Hoogendoorn kordaat,

niet het type zachte heemeester. Hij heeft de leiding, maar iedereen heeft zijn 'eigen winkel'. Oftewel: eigen verantwoordelijkheid, niet voor alles aankloppen bij de baas. Wekelijks is er overleg. Klanten vullen enquêteformulieren in. Terugkoppeling en evaluatie zijn hier geen loze woorden. Als Hoogendoorn iets erg vindt, is dat het idee dat een klant ontevreden weggaat zonder dat hij weet waarom dat is, of hoe dat in de toekomst kan worden voorkomen.

## Vee ondersteunt recreatie

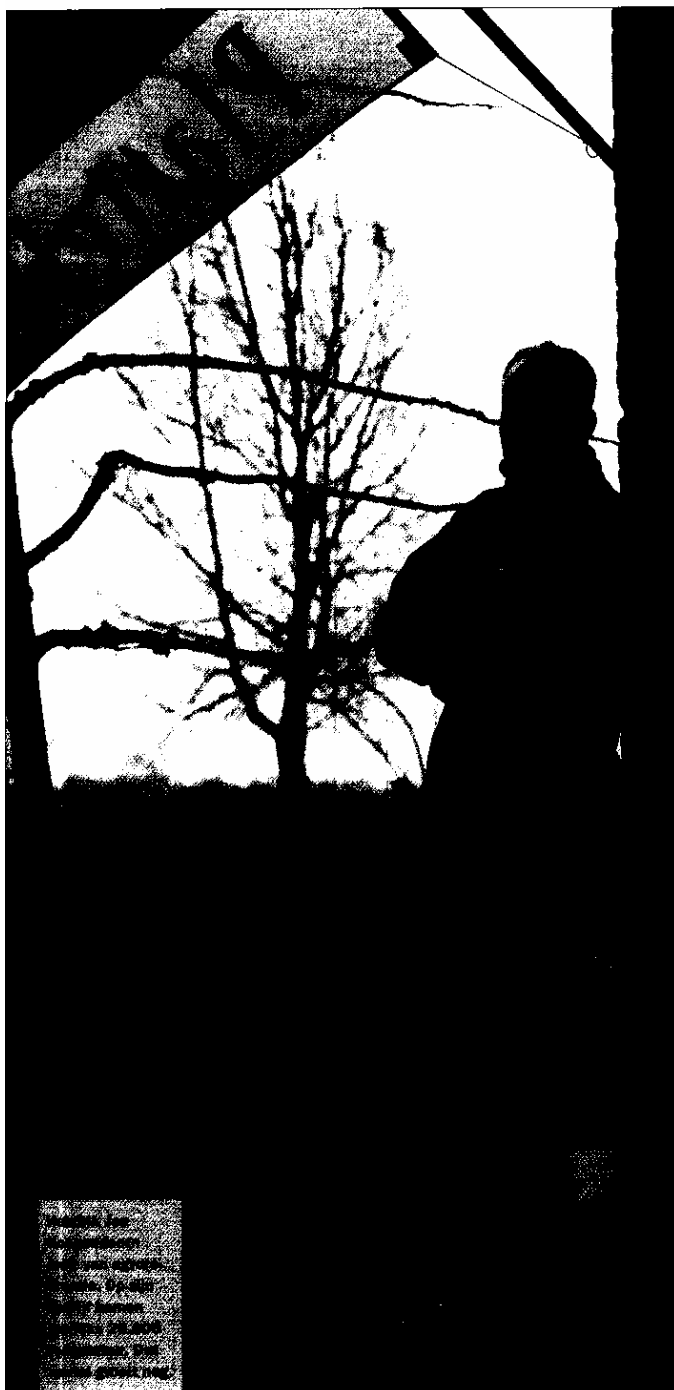
Runderen zijn er nog steeds, maar gemolken worden ze niet meer. De kostprijs voor een puur primair bedrijf is hier in het Groene Hart te hoog, stelt Hoogendoorn. Hij deed als meewerkende boerenzoon de boekhouding op het bedrijf en zag dat het hard werken was en weinig verdienen. Nu wordt 90 procent van de omzet gedraaid met recreatie. De rest komt uit slachtpremies, natuurbeheer en verkoop van vee.

Op dit moment zijn er 25 koeien en kalveren en 25 schapen. Af en toe lopen er twee varkens. Daar mogen gasten op vrijgezellenfeesten mee stoeien. Aan het eind van hun varkensleven eindigen de dieren op de barbecue. Een plagerige glimlach verschijnt op Hoogendoorns gezicht. „Ik durf de stelling wel aan dat deze varkens beter renderen dan die in een schuur vol vleesvarkens!”

Dat vee heeft dus een ondersteunende functie voor de vele recreatieve activiteiten. Want er zijn vrijgezellenfeesten, er wordt aan poldersport gedaan en aan boerengolf. De Boerinn ontvangt in totaal zo'n 25.000 recreanten per jaar.

Het vee is volgens Hoogendoorn van onschatbare waarde voor het bedrijf. Ze worden geweid en 'maaien' het gras. Daarnaast dragen ze bij aan het agrarische gevoel. Dat onderscheidt zijn bedrijf van 'gewone' horecagelegenheden. De stalgeur, de geluiden, alle zintuigen ver-

FOTO: KOUSS GROENEWOLD



## Profiel

**Naam:**  
Hendrik Jan  
Hoogendoorn (33)

**Plaats:**  
Kamerik (U.)

**Bedrijf:**  
agrarisch re-  
creatiebedrijf met 25  
runderen en 25 schapen  
op 19 ha grond. Jaarlijks  
bezoeken 25.000 recrean-  
ten het bedrijf voor onder  
meer poldersport, kaasma-  
ken, klompengolf en vrije-  
zellenfeesten. Vee dient  
voor het agrarische gezicht  
van het bedrijf, voor begra-  
zing van het grasland en  
uiteindelijk voor de slacht.  
Vlees wordt op het bedrijf  
zelf genuttigd bij onder  
meer barbecuefeesten.

tellen de bezoeker:  
ik ben in boeren-  
land. Valt dat vee  
weg, dan hou je een  
verbouwde boerde-  
rij over.

### Leuke omzet

Hoogendoorn draait  
leuk. Hij begon met  
f200.000 jaaron-  
zet. In 1999 wilde hij binnen 5 jaar een  
omzet realiseren van f500.000. Nu haalt  
hij dat ruimschoots in euro's. „Het succes  
heeft ons aangenaam verrast.”

Dat is geen reden voor de recreatieboer  
om onderuit te zakken. Hij kijkt al ver-  
der, daarvoor is de zakelijke en creatieve  
onrust te groot. Hij is in gesprek met  
melkveehouders in de omtrek en hoopt  
op samenwerking. Hij ziet het al voor  
zich: schoolgroepen uitnodigen en in de  
melkstal van buurboeren gaan kijken.  
Zijn vrouw is lerares op een basisschool,  
dus een begin van een netwerk in die  
richting is er al. Het zou perfect in de be-  
drijfsvoering passen. Dat kan mooi in het  
toeristisch laagseizoen, als het slap is  
met poldersport of barbecueën. Dat is  
Hoogendoorn ten voeten uit: overal een  
kans in zien, op het opportunistische af.  
Bevlogen én zakelijk.

Entertainment zit in hem gebakken. Als  
jongen stond hij jarenlang met zijn moe-  
der op de Goudse kaasmarkt en ging hij  
op klompen met Japanners op de foto.  
Dit alles heeft z'n uitwerking niet gemist.  
„Mensen vermaken, daar ligt mijn hart.”  
Dus voegt hij daar als potentieel 'publiek'  
scholieren bij. Als hij straks met hen  
langs naburige melkveehouders in het  
Groene Hart gaat, hebben die weer een  
bijverdienste. De capaciteiten van de  
Boerinn worden beter benut. De kinde-  
ren vermaken zich en leren over het plat-  
teland. Iedereen blij.

Joost Beekman