

# Via aparte melkstroom naar meer zelfvertrouwen

Twee jaar geleden startten elf melkveehouders met het produceren van melk voor Ben & Jerry's ijs. Ze kregen geen meerprijs, maar wel extra kennis over het leiden van een melkveebedrijf. De doelstelling van dit 'Caring Dairy' project is de duurzaamheid van de melkveebedrijven te verhogen. De begeleiders maken nu een tussenbalans op van hoe zij een controversieel onderwerp bij de veehouders onder de aandacht brachten.

ing. Alice Booij

**I**n de Verenigde Staten is alle melk die in Ben & Jerry's ijs verwerkt wordt vrij van BST. Daarmee onderscheiden we ons gemakkelijk. Anniek Mauser, duurzaamheidsmanager voor Ben & Jerry's in Europa, geeft aan dat de Nederlandse melkvee-houders zich, precies zoals de missie van de ijs-makers luidt, hebben gericht op de duurzaamheid van hun bedrijf. "En dan niet op een klein deelgebied, maar er is binnen de gehele productie naar duurzaamheid gekeken." Meer duurzaamheid zou ook meer geld opleveren voor de boeren, klonk de eerst gekozen insteek. Maar Ben & Jerry's beloofde de inzet en tijd van de

boeren met 3.000 euro per bedrijf, inclusief een trip naar Vermont, de thuisbasis van het ijs. Daar tegenover staan actieve deelname in het project, koeien die in de wei blijven, het voldoen aan de mestwetgeving en het opstellen van een biodiversiteitsplan. Maar naast alle technische zaken heeft de deelname aan deze melklevering vooral positieve effecten op het persoonlijke vlak gehad. De boeren zijn veranderd, weet Mauser. "Ze zijn van gesloten en afwachterende projectdeelnemers gegroeid naar een hechte groep die samen ergens voor staat en waarbinnen een ieder trots is om Ben & Jerry's boer te zijn. Het is een soort kleine gemeenschap geworden." De samenwer-



## ANNIEK MAUSER

"De ondernemers coachen elkaar, hebben de bedrijfsblindheid doorbroken en geven elkaar kritische adviezen."



## DENKEN IN DETAILS

Alfons Beldman (*links*) en Klaas Jan van Calker: "Wij als onderzoekers denken sterk in deelgebieden en details. De melkvee-houders denken in een systeem."

king tussen de melkveehouders en het *fun*merk Ben & Jerry's is aangeslagen en heeft de ondernemers op een hoger plan gebracht. "Ze coachen elkaar, hebben de bedrijfsblindheid doorbroken en geven elkaar kritische adviezen."

De grote meevaller van het afgelopen jaar vindt Mauser de samenwerking die aan de basis van het succes staat. "Het is niet een zak geld die we aan Wageningen UR hebben gegeven om er kennis bij te zetten. De drijfveer van Ben & Jerry's is om iets terug te geven aan de maatschappij en dus ook om van elkaar te leren. De boeren zijn dicht bij de consumenten gebracht én bij het merk." Het lastigste voor de komende tijd is het communiceren van de ingewikkelde boodschap. "Er is niet zoiets als Fairtrade melk, maar daar lijkt het wel op", geeft Mauser aan. "We kunnen makkelijk uitleggen waarom dat nodig is voor de cacao-boer in Nicaragua, maar voor de melkvee-houder in Europa is dat moeilijker. Terwijl ook zij duidelijk onder druk staan." De duurzaam geproduceerde melk is uiteindelijk niet van een andere samenstelling, het gaat om de manier

waarop het geproduceerd wordt: duurzamer. "Het verhaal dat we erbij vertellen is dus heel belangrijk. Het zal een uitdaging zijn om dat anderen ook te laten zien."

### 'Bottom-up'

Als begeleiders van Caring Dairy volgen de LEI-onderzoekers Klaas Jan van Calker en Alfons Beldman de melkvee-houders en hun bedrijven op de voet. "Het is moeilijk in cijfers of euro's uit te drukken wat het project concreet heeft opgeleverd op bedrijfsniveau. Maar we zijn er wel van overtuigd dat de ondernemers er beter van geworden zijn." Caring Dairy werkt bottom-up, luistert nauw naar de wensen van de boeren. Ook met de deelname in 'Netwerken in de Veehouderij' lag de nadruk op de vragen van de veehouders zelf. "Dat is ook de enige manier om ze effectief met duurzaamheid om te laten gaan. De vrijheid van zelf een onderwerp aandragen is een voorwaarde voor succes", aldus Beldman. "Het werkt niet als je actief een heleboel kennis gaat geven en zegt

hoe ze het moeten doen. We hebben de weg gekozen van het interactief strategische management. Zij kiezen zelf waar ze mee aan de slag gaan. Zo maak je ze mede-eigenaar van de doelen die je wilt bereiken.”

Het containerbegrip duurzaamheid is binnen Caring Dairy onderverdeeld in elf verschillende deelgebieden: economie, energie, water, sociaal kapitaal, lokale economie, bodemvruchtbaarheid, bodemverliezen, ongediertebestrijding, biodiversiteit, nutriënten en dierenwelzijn.

Vooraf economie en dierenwelzijn hadden de aandacht. “Het totaal is als het ware een maatschappelijk verantwoord jaarverslag van het melkveebedrijf”, licht Van Calster toe. “Zo’n rapport dat elk bedrijf tegenwoordig maakt.” De veehouders hebben de onderdelen in hun bedrijfsvoering geïmplementeerd. “Wij als onderzoekers denken sterk in deelgebieden en details. De melkveehouders denken in een systeem.”

Het begeleiden is dan vooral een kwestie van je richten op de ijver en de wil van boeren om de doelen die zij stellen, te bereiken. Als voorbeeld geeft Van Calster het ontwikkelen van ondernemerskwaliteiten. “Dat is als adviseur niet zo makkelijk. Je moet je eigen kennis even aan de kant zetten en meer insteken op wat de boer zelf wil.” Om deze toon te zetten start Beldman zijn sessies vaak met de vraag: ‘Waarom ben je melkveehouder?’ Ze kijken je dan vaak raar aan, weet de onderzoeker. “Maar het brengt hen wel terug bij de essentie van hun werk.”

Uiteindelijk blijken er twee redenen heel belangrijk om mee te doen met het Ben & Jerry’s project. “Ze willen hun bedrijven uitbreiden en verbeteren. En ze poetsen het imago van hun sector op. Met dit project krijgen ze daarmee ook nog eens meer zelfvertrouwen.” Zijn er nog punten van verbetering? Beldman geeft aan dat hij strakker aan doelstellingen had willen werken. “Dan werk je concreet ergens naar toe. Op die manier kun je toch meer resultaten behalen.”

#### Herkennen van leemten in kennis

Duurzaamheid is een beladen begrip, ook in de Verenigde Staten. “Een biologisch bedrijf dat weidegang toepast hoeft niet per se het hoogste te scoren op de ladder van duurzaamheid”, weet Allen Matthews die als onderzoeker duurzame landbouw bij de universiteit in Vermont werkt. “Er is ook nog zoiets als energieverbruik of de omgang met je omgeving. Er zijn veel dingen die betrekking hebben op het melkveebedrijf, maar waar veehouders nooit aan denken.”

De Amerikaanse staat Vermont is de thuisbasis van Ben en Jerry’s. Daar zijn ook een aantal boeren aan de slag gegaan met duurzaamheid. Een



#### ALLEN MATTHEWS

“Melkvee houden is niet alleen een levensstijl, maar vooral ook een bedrijf dat professioneel gerund moet worden.”

testpanel van 12 veehouders was proefkonijn voor een doe-het-zelf test, een vijf uur durende klus, die daarna door een vijftigtal collega’s is gemaakt. “We hebben het geen duurzaamheidstest genoemd. Het woord duurzaam is een lastig woord waar veel discussie over is. We noemen het liever het rentmeesterschap, ofwel de zorg voor je bedrijf. Dat spreekt alle veehouders aan.” Daarmee haalde Matthews ook meteen de kou uit de lucht als zou het een beoordeling zijn. De uitkomst ‘leest’ als een stoplicht, waarbij groen hoog scoort, bij oranje verbeteringen mogelijk zijn en rood aangeeft dat er nog kansen liggen. “We gaan de dialoog aan en dan kom je vanzelf wel op onderwerpen uit die de veehouders willen veranderen. Als ze maar zien hoe ze kunnen verbeteren en de kosten kunnen drukken.” Het meeste rood kwam voor bij het sociale kapitaal, bijvoorbeeld de communicatie met de omgeving, omgang met medewerkers, het inzetten van hygiënecodes en de veiligheid op het bedrijf. “Hier zitten onderwerpen in waar ondernemers simpelweg nooit aan denken. Met deze test maken we ze ervan bewust dat het houden van melkvee niet alleen een levensstijl is, maar vooral ook een bedrijf is dat professioneel gerund moet worden.”

De uitkomsten van de test heeft Matthews in de computer verwerkt. “Zo krijgen wij ook inzicht in de leemtes die er in kennis bestaan.” Dat bleek het geval bij energieverbruik. Vooral de melkkoeling blijkt een stroomvreter. Iedereen die ook maar iets over het onderwerp weet is bij elkaar gehaald en wisselde informatie uit. Dit werd in een brochure gevat en naar alle 1.200 melkveehouders in Vermont gestuurd. “We willen de kennis die we verzamelen delen met iedereen. Het is uiteindelijk de bedoeling dat iedereen er beter van wordt.”