

Melkveehouderij

**Kiezen voor landbouw**

Een visie op de toekomst van de Nederlandse agrarische sector



DE MARKT  
VRAAGT OM  
VEILIGE EN  
GEZONDE  
ZUIVEL-  
PRODUCTEN

# Woord vooraf

Onlangs heb ik *'Kiezen voor landbouw, een visie op de toekomst van de Nederlandse agrarische sector'* uitgebracht. Ik wil met deze visie een bijdrage leveren aan de discussie in Nederland over de toekomst van de agrarische sector. In de visie stel ik de ondernemer centraal en beschrijf ik de ontwikkelingen in en rond de sector. Ook wordt ingegaan op wat de overheid doet om ondernemers bij te staan bij de keuzes die ze maken.

Voor de totstandkoming van deze visie heb ik vele gesprekken gevoerd met personen met een bijzondere relatie tot de sector. Dat betreft naast bestuurders en wetenschappers vooral ook ondernemers. Allen hebben op openhartige wijze gesproken over hoe zij de toekomst van de sector in Nederland zien. De uitkomsten van deze gesprekken en wetenschappelijk onderzoek hebben hun weerslag gevonden in de visie. In deze brochure zijn de visie en een bijbehorend achtergrondrapport samengevat met bijzondere aandacht voor de melkveehouderij.

Helder is dat er toekomst is voor de agrarische sector in Nederland. Maar tegelijkertijd staat de sector ook voor grote opgaven. Het gaat om een toenemende concurrentie, geringere ondersteuning door de overheid en extra inspanningen om de milieubelasting te verminderen. Tegelijkertijd is er de noodzaak te werken aan meer transparantie om daarmee draagvlak in het dichtbevolkte Nederland te behouden. Het zal de komende jaren zeker geen gegarandeerde toekomst zijn.

Op tal van fronten heeft de sector dus met veranderende omstandigheden en opgaven te maken. De sleutel om het hoofd te bieden aan deze veranderingen of zich aan te passen

ligt bij creatieve, moedige en vastberaden mensen: ondernemers. Zij zullen zich afvragen wat de geschetste ontwikkelingen betekenen voor hun bedrijven. Zij zijn degenen die op zoek zijn naar nieuwe kansen om hun doel te bereiken. Met mijn visie en deze brochure wil ik de ondernemers in de sector een handreiking geven. Zij bepalen met hun handelen en strategieën hoe de agrarische sector van morgen eruit zal zien.

Samen met de ondernemers, mensen die werkzaam zijn in het bedrijfsleven, bestuurders en medewerkers van provincies en gemeenten, wil ik werken aan het perspectief dat in de visie is geschetst. Dat is wat ik beoog. De komende jaren komt er veel op de sector af, zowel vanuit de markt als uit de samenleving. Maar er blijft ruimte en er is toekomst voor de land- en tuinbouw in Nederland. Dat blijkt uit de economische analyses die gemaakt zijn en dat volgt uit het aanpassingsvermogen van de sector. De landbouwvisie spreekt vertrouwen uit in de toekomst. Het beeld is geschetst, de opgaven zijn duidelijk, het is nu aan hen die werkzaam zijn in de sector te kiezen voor landbouw.

Dr. Cees P. Veerman

De minister van Landbouw, Natuur en  
Voedselkwaliteit

EEN VISIE  
OP DE  
TOEKOMST  
VAN DE  
NEDERLANDSE  
AGRARISCHE  
SECTOR

---

# Inhoud

De brochure bestaat uit twee gedeelten. Eerst een algemeen deel over de land- en tuinbouwsector in zijn geheel. Het tweede gedeelte gaat specifiek in op de melkveehouderij.

In hoofdstuk 1 komen de keuzemogelijkheden voor de ondernemer aan bod. In hoofdstuk 2 komt de vraag aan de orde wat de ondernemer in de komende periode van het ministerie van LNV mag verwachten. Vervolgens gaat deze brochure in op de economische betekenis van de land- en tuinbouw (hoofdstuk 3) gevolgd door de positie die de melkveehouderij inneemt (hoofdstuk 4). De brochure sluit in hoofdstuk 5 af met de veranderingen die de melkveehouderij te wachten staan.

## Hoofdstuk 1

# Keuzes maken is noodzaak

Er is toekomst voor de agrarische sector in Nederland, zeker ook voor de melkveehouderij. Niet de overheid maar de ondernemers hebben daarvoor de sleutel in handen. De wijze waarop ze inspelen op veranderingen is allesbepalend. Zij zullen daarin keuzes moeten maken. De ontwikkelingen die zich aftekenen met een vrijere markt en de globalisering, dwingen daartoe. Afwachten is in deze een verkeerde reactie. Zonder duidelijke toekomstvisie is succes een toevalstreffer.

### Kijk naar omgeving en kijk naar eigen kunnen

Bij het uitstippelen van een eigen toekomstvisie is het van belang om de veranderingen goed in beeld te brengen. Wat doet de markt? Wat willen de afnemers? Wat wil de omgeving? De toekomstvisie geeft de voornaamste ontwikkelingen aan voor de land- en tuinbouw. Tegen die achtergrond zal de ondernemer zijn zwakke en sterke kanten in beeld moeten brengen. De sterke punten kan hij of zij inzetten voor de aanpak in de toekomst. Daarbij gaat het uitdrukkelijk niet alleen om de mogelijkheden van het bedrijf om meer of anders te produceren. Minstens zo belangrijk zijn de drijfveren, ambities en sterke punten van de ondernemer zelf. Wat kan hij en wat wil hij? En wat kan/wil de ondernemer juist niet? Op basis van dit alles kan hij vervolgens keuzes maken.

In een analyse van bedrijven die in de afgelopen tien jaar een nominatie hebben ontvangen voor de titel 'Agrarisch Ondernemer van het Jaar' was er één treffende overeenkomst: ze hadden allen een duidelijke strategie. De ondernemers hadden goed nagedacht over de vraag welke stappen zij zouden moeten nemen. Meestal ging het om ondernemers die het roer omgooiden. Nu kan niet iedereen ondernemer van het jaar worden, maar er valt wel een belangrijk advies uit te halen: kies welbewust.

### Zes richtingen

Er zijn verschillende mogelijkheden om een eigen koers uit te zetten, afhankelijk van de sector, de omgeving en de kwaliteiten van de ondernemer. In gesprekken met ondernemers komen zes strategieën als meest genoemde naar voren:

- *Kostprijsverlaging.* Bij gelijkblijvende of lagere financiële opbrengsten is het verlagen van kosten een veel toegepaste methode om een inkomen te kunnen behalen. Schaalvergroting staat daarbij nummer één. Andere mogelijkheden om de kosten te drukken zijn specialisatie, het optimaliseren van de productie, automatisering en efficiëntere inzet van arbeid.
- *Unieke producten.* Maak een product dat de concurrent (nog) niet kan maken. Zo'n product onderscheidt zich door zijn bijzondere kwaliteit, specifieke verwerking of aparte verpakking of een bestemming voor een bepaalde doelgroep.
- *Afzetkansen vergroten.* Een andere strategie is het vergroten van de afzetkansen of het spreiden van de afzet. Dat kan via rechtstreekse verkoop vanaf

het bedrijf, vaste afspraken met bepaalde winkels of horecabedrijven of vergaande samenwerkingsverbanden met handelshuizen. In het kader van afzet is het ook een keuze om de productie af te stemmen op een regio, op een regionaal supermarktkanaal of op een (nieuwe) afzetmarkt in Europa.

- *Samenwerking*. Daarbij denken ondernemers in de eerste plaats aan samenwerking met collega's. Dat kan het gezamenlijk gebruik van machines inhouden, maar ook samen inkopen, samen personeel effectief inzetten of samen investeren in onderzoek. Een specifieke vorm van samenwerking is denkbaar rond de mestafzet die veehouders en akkerbouwers samen regelen.
- *Ketensamenwerking*. Dat ligt in het verlengde van samenwerking en afzet. Het doel is het vergroten van kwaliteit en kostenbesparing. Het gaat om samenwerking met andere ketenpartners zoals de handel en/of de verwerkende industrie. Regelmatig overleg is een kenmerk. Ook certificering is een element van ketensamenwerking om zo een voordeel te krijgen ten opzichte van andere (geïmporteerde) producten.
- *Neveninkomsten*. De verwevenheid met natuur en een mooi landschap kan een knelpunt zijn in de ontwikkeling van bedrijven, maar ook een kans. Een fraaie omgeving kan een bron van neveninkomsten opleveren in toerisme, recreatie of natuurbeheer. Grotere bedrijven of samenwerkende bedrijven kunnen neveninkomsten zoeken in windenergie of mestvergisting. Verbreding is niet alleen een bewuste keuze vanwege de extra inkomsten. Motieven zijn ook: variatie in het werk, sociale contacten of het verbreden van de horizon. Van veel belang bij deze strategie is de persoonlijke interesse, inclusief die van de partner.

### Markt, omgeving, samenleving

Ondernemers treden de toekomst onbevangen tegemoet. Ondanks de problemen die zich aandienen zien de meeste ondernemers kansen in hun sector. Die positieve houding is een basis om de toekomst voor de melkveehouderij met vertrouwen tegemoet te zien.

Om als ondernemer in de komende jaren kansrijk te zijn, zijn de volgende punten van belang:

- *Verbinding met de markt*. De ondernemer zal oren en ogen open moeten houden om aan de weet te komen waaraan zijn product moet voldoen en om te zien waar kansen liggen.
- *Verbinding met de omgeving*. Dan gaat het vooral over een wijze van produceren die duurzaam is.
- *Verbinding met de samenleving*. De samenleving bepaalt het speelveld waarbinnen de ondernemer kan opereren. Een goed imago is hierbij essentieel.

### Kernpunten

- De vrije markt en globalisering dwingen tot het maken van keuzes.
- Stel een toekomstvisie op.
- De meest genoemde strategieën zijn: kostprijsverlaging, unieke producten, samenwerking, afzet, ketensamenwerking, neveninkomsten.
- Kansen vergroten door de verbinding te versterken met de markt, de omgeving en de samenleving.

## Hoofdstuk 2

# Meer eigen verantwoordelijkheid

Wat doet de overheid? Wat mogen ondernemers van het ministerie verwachten? Het kabinet kiest voor landbouw. Daar bestaat geen misverstand over. Nederland is en blijft een land waarin het agrocluster een dominante plaats inneemt. Deze behoort tot de belangrijkste economische sectoren van Nederland. Vanuit die visie kan de land- en tuinbouw ook op de volle steun van de overheid rekenen.

Daarbij is het goed om te beseffen dat de rol van de overheid verandert. Het kabinet legt meer eigen verantwoordelijkheid bij burgers en bedrijven. De tijd van het garanderen van minimumprijzen voor een aantal belangrijke landbouwproducten is voorbij. De overheid stuurt niet meer, maar laat de prijsvorming aan de markt over. Voor een aantal sectoren is dat niets nieuws, deze kennen niet anders dan vrije prijsvorming. Zij hebben laten zien dat agrarisch Nederland daarin succesvol is. Dat schept vertrouwen in de toekomst.

### **Concurrentiekracht versterken**

Het kabinet wil de concurrentiekracht van de Nederlandse economie versterken, met name door in te zetten op innovatie. Daarmee sluit de regering aan bij de afspraken die de regeringsleiders in 2000 in Lissabon hebben gemaakt om ervoor te zorgen dat Europa in 2010 de meest concurrerende economie van de wereld is. In dat kielzog gaan vanzelfsprekend ook de land- en tuinbouw mee.

De overheid ondersteunt de sector op verschillende terreinen. Zo bestaan er regelingen voor begeleiding en advisering waardoor ondernemers weloverwogen hun keuzes kunnen maken. Investerings- en onderwijsfondsen bieden eveneens een steun in de rug. Van een heel andere orde is het aanmoedigen van ondernemers om samen met andere partijen (consumenten, maatschappelijke organisaties, burgers) met eigen oplossingen te komen waardoor regelgeving van de overheid niet nodig is. Dat vereist een klimaat van vertrouwen. Het ministerie zal partijen prikkelen om onderling afspraken te maken.

### **Minder regels, minder bureaucratie**

Het ministerie zet ook in op het beperken van regels en bureaucratie. Een teveel aan regels doodt de eigen verantwoordelijkheid van de ondernemer. Het ministerie heeft in het verminderen van de administratieve lastendruk een flinke stap gezet. Daar gaat het ministerie mee door.



Bestaande wetten en regelingen worden ingetrokken om plaats te maken voor eenvoudiger wetten en regels die transparanter en beter naleefbaar zijn. De verlening van vergunningen wordt vereenvoudigd. Regelgeving zal overigens nodig blijven in specifieke situaties, denk aan waarborgen voor voedselveiligheid of aan de voorgeschreven regelgeving op basis van Brusselse verplichtingen.

### Grotere markttoegang

Het ministerie blijft zich actief inzetten op het vlak van het internationaal land- en tuinbouwbeleid dat grote veranderingen ondergaat. De WTO-onderhandelingen sturen aan op een grotere markttoegang voor landbouwproducten via een verlaging van invoertarieven. Voor agrarisch Nederland biedt dat kansen met name op markten die nu een hoog beschermingsniveau kennen zoals de VS en Japan. De Europese markt blijft van levensbelang voor de sector. Bij de internationale markttoegang gaan veterinaire en fytosanitaire eisen vaker een belemmering vormen. Dat vereist extra aandacht. Bij import wordt ook de productiewijze een belangrijk item. Etikettering kan hiervoor een oplossing bieden.

Vanuit Brussel komen nieuwe gelden ter beschikking voor versterking van het plattelandsbeleid. Het versterken van de marktpositie van ondernemers in de land- en tuinbouw krijgt daarbij hoge prioriteit. Geld komt beschikbaar voor bedrijfsmodernisering, samenwerking in de keten bij innovatie, verbetering van de structuur (bijv. kavelruil), stimulering van voedselkwaliteit en bedrijfsadvisering. Ook het leveren van 'groene diensten' (zorg voor natuur) en 'blauwe diensten' (waterberging) die boven het wettelijk niveau uitstijgen kunnen op financiële steun rekenen.

### Ruimtelijk beleid

Letterlijk biedt het kabinet ontwikkelingsruimte via het nieuwe ruimtelijke beleid. Provincies en gemeenten krijgen een belangrijke rol bij de invulling hiervan. Denk aan de landinrichting en de reconstructie van bepaalde gebieden. Uitgangspunt is dat een economisch vitale sector de beste garantie is voor een duurzaam beheer van het landelijk gebied. De land- en tuinbouw moet, waar mogelijk, de kans krijgen om zich te ontwikkelen. Dat krijgt gestalte via het aanwijzen van landbouwontwikkelingsgebieden, kavelruil, investeringen in het landelijk gebied en 'greenports' voor de glastuinbouw, bollenteelt en boomkwekerij.

### Innovatie en kennis

Nederland heeft zijn positie als mondiale speler in de land- en tuinbouw (productie, verwerking, transport en handel) mede te danken aan het OVO-drieluik: de collectieve inzet van onderzoek, voorlichting en onderwijs. Voor de toekomst van de sector is een vergelijkbare maar nieuwe succesformule voor samenwerking tussen bedrijfsleven, kennisinstellingen en de overheid cruciaal, passend bij de grotere dynamiek en diversiteit in de sector én de veranderde rol van de overheid. Dit krijgt de komende tijd vorm. Het versterken van onderne-

merschap én innovatie staat centraal. De overheid zet nadrukkelijk in op een goed innovatieklimaat in nauwe samenwerking met kennisinstellingen en bedrijfsleven. Kansrijke innovaties worden ondersteund. Voorts investeert de overheid in onderwijs en onderzoek ten behoeve van het ontwikkelen, verspreiden en benutten van kennis die antwoorden geeft op de problemen van nu en de toekomst. Daarbij is er een belangrijke rol voor ondernemers, onder andere als innovator/kennisbron of als praktijk- of leerbedrijf. Relevantie voor én betrokkenheid van ondernemers zullen belangrijke criteria zijn voor financiering van onderzoek- en onderwijsprojecten. Het is uitermate belangrijk dat de beschikbare kennis de agrarische sector zo breed mogelijk bereikt, zodat ondernemers er ook mee kunnen gaan werken. De kennisinstellingen (AOC's, HBO-groen en WUR) gaan daartoe een netwerk vormen van regionale kenniscentra voor ondernemerschap, kennisoverdracht en innovatie.

### **Kernpunten**

Van het ministerie kan de ondernemer in de komende jaren het volgende verwachten:

- Een actieve rol bij het Europese en internationale landbouw- en handelsbeleid, gericht op extra markttoegang.
- Vermindering en vereenvoudiging van wet- en regelgeving.
- Ruimtelijk beleid, waarmee de ontwikkelingsmogelijkheden van bedrijven worden vergroot.
- Versterken van de rol van kennis en innovatie.
- Ondersteuning bij het maken van keuzes.

### Hoofdstuk 3

# Hoeksteen van de economie

Hoe staat de land- en tuinbouwsector in Nederland er voor? Het ministerie beschouwt de agrarische sector als een hoeksteen van de Nederlandse economie. Het gehele agrocluster is goed voor tien procent van de werkgelegenheid (650.000 banen) en tien procent van het nationaal inkomen. Economische groei doet zich vooral in de verwerking voor.

Het agrocluster is een troef voor de kenniseconomie. In het bijzonder geldt dat voor de voedingsmiddelenindustrie (waaronder de zuivelindustrie), de tuinbouw, de veredeling en de fokkerij. Daarin is Nederland toonaangevend. Verder kenmerkt de agrarische sector zich door veerkracht en het vermogen om zich aan te passen aan veranderende omstandigheden. Het is een sector met kansen en met innovatieve kracht die nodig is om de internationale concurrentiepositie van Nederland te versterken.

#### **Minder bedrijven**

Het verleden heeft bewezen dat de agrarische sector goed kan inspelen op nieuwe uitdagingen. Er is geen enkele reden om aan te nemen dat dit in de komende jaren anders zal zijn. Het verleden heeft eveneens laten zien dat het aantal bedrijven afneemt, maar dat het areaal en de productiecapaciteit min of meer gelijk blijft of groeit. De 'blijvers' worden groter. Het is een realiteit dat niet ieder bedrijf tot in lengte van jaren blijft bestaan. Het proces van beëindigen gaat door. Het aantal bedrijven zal naar verwachting verminderen van 84.000 naar 60.000 in 2015. Andere wegen inslaan, of eventueel stoppen, óók dat zijn professionele keuzes.

#### **Spreiding inkomens**

De inkomens in de land- en tuinbouw staan onder druk. Een kijkje achter de cijfers laat zien dat er grote verschillen bestaan. Niet alleen tussen de sectoren maar ook binnen de sector. In de melkveehouderij bedroeg in de periode 2001-2003 het verschil tussen de grote bedrijven met het hoogste en het laagste (gemiddelde) inkomen bijna €60.000. Bij middelgrote bedrijven was dat verschil circa €24.000. Dat geeft aan dat er ruimte is voor verbetering. Steeds vaker zoeken ondernemers aanvullend inkomen. Dan gaat het om een baan buiten het bedrijf, verbreding met activiteiten als natuurbeheer, recreatie, zorg, stalling of verwerking en verkoop van producten op de boerderij. Voor betrokken bedrijven kan het gemiddeld om 15 tot 20 procent van het inkomen gaan.

### Accent op West-Europa en gezondheid

De groeiende wereldbevolking voeden is wereldwijd de uitdaging voor de land- en tuinbouw. Met de groei van de wereldbevolking van zes naar acht miljard mensen in 2025 ligt hier een gigantische opgave. De wereld vraagt dringend om voedsel: boeren en tuinders in de hele wereld proberen aan die vraag te voldoen. Wereldwijd moet de voedselproductie fors toenemen. Landbouwproductie zal hoofdzakelijk blijven plaatsvinden in de eigen regio. Voor Nederland is dat West-Europa. Binnen West-Europa behoudt Nederland daarbij zijn prominente plaats als leverancier van kwalitatief hoogwaardig voedsel. Daarbij komt het accent de komende tijd nog meer op gezondheid te liggen: de belangrijkste trend van dit moment.

### De markt dicteert en biedt kansen

Marktgericht produceren is een gegeven. Het nieuwe Europese landbouwbeleid en wereldwijde afspraken binnen de WTO sturen aan op liberalisatie. Dat vertaalt zich in marktgerichte prijzen die schommelen. Dat zorgt voor onzekerheid. Naast onzekerheden zijn er ook kansen door in te spelen op de wensen van de markt, die zich voornamelijk in eigen land en in Europa bevindt. Binnen Europa is de concurrentie groot.

Het idee leeft dat liberalisatie van de wereldhandel grote veranderingen teweegbrengt in de handelsstromen van voedsel. Door importen vanuit derde landen zou de Europese landbouwproductie een flinke stap terug moeten doen. Dat beeld klopt niet. Het grootste deel van het voedsel is en blijft afkomstig uit de regio waarin het is geproduceerd. De huidige wereldhandel in graan, vlees en zuivel zal niet wezenlijk veranderen. Die blijft schommelen rond de 10 tot 15 procent van de wereldproductie. In die wereldhandel speelt Nederland een belangrijke rol, al heeft ons land terrein prijsgegeven. Het marktaandeel in die wereldhandel daalde van 10 procent in 1990 naar 7,5 procent in 2002.

### Een schoon milieu

Ondernemen betekent rekening houden met de wensen van de markt, de samenleving en de omgeving. Bij dat laatste is het milieu van belang. De landbouw doet per definitie een zekere aanslag op het natuurlijk milieu. Wel heeft de landbouw er zelf belang bij dat die aanslag zo gering mogelijk is, want een schoon milieu is de voedingsbodem voor een duurzame voedselproductie. Boeren en tuinders hebben laten zien dat er op dit vlak veel mogelijk is.

De land- en tuinbouw is in de afgelopen jaren duidelijk duurzamer geworden. Er is sprake van een aanzienlijke daling in het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen, mineralen en energie. Het dierenwelzijn is verbeterd. Er wordt meer ingespeeld op maatschappelijke wensen. Ook in de komende periode zal inventiviteit nodig blijven om te komen tot een in alle opzichten duurzame sector.

## Tabel 1

Ontwikkeling van toegevoegde waarde (mrd. euro) en werkgelegenheid (1.000 aje) van het agrocomplex per deelcomplex, 2003 en 2015

*De land- en tuinbouw is van grote economische betekenis. De toegevoegde waarde (waarde die ontstaat door de inzet van grond, arbeid en kapitaal) is € 23,7 miljard. De land- en tuinbouw biedt voor bijna 400.000 arbeidsplaatsen werkgelegenheid. Als ook de activiteiten op basis van buitenlandse grondstoffen worden meegerekend, dan levert dit een totaal op van 650.000 arbeidsplaatsen.*

	Toegevoegde waarde		Werkgelegenheid	
	2003 (miljard €)	2015 (2003=100)	2003 (1000 aje)	2015 (2003=100)
Totaal agrocomplex	23,7	114	396,9	87
Akkerbouwcomplex	4,7	109	75,7	85
Opengrondstuinbouwcomplex	2,3	121	41,8	97
Glastuinbouwcomplex	4,8	122	66,8	95
Grondgebonden-veehouderijcomplex	6,7	106	133,3	84
Intensieve-veehouderijcomplex	5,2	114	79,3	87

## Tabel 2

Aantal land- en tuinbouwbedrijven naar type, 1990-2015

*De daling van het aantal bedrijven gaat door. In de periode vanaf 1980 was de daling 2,8 procent per jaar.*

	1990	2000	2004	2015	Mutatie (% per jaar)	
					1990-2004	2004-2015
<b>Totaal land- en tuinbouw</b>	124.900	97.480	83.890	59.170	-2,8	-3,1
<b>Akkerbouwbedrijven</b>	16.260	13.750	12.630	10.540	-1,8	-1,6
<b>Glastuinbouwbedrijven</b>	10.240	7.910	6.390	4.240	-3,3	-3,7
<b>Champignonbedrijven</b>	790	410	350	130	-6,7	-7,1
<b>Opengrondstuinbouwbedrijven<sup>a)</sup></b>	9.990	7.820	6.680	5.020	-2,8	-2,6
<b>Melkveebedrijven</b>	39.550	26.820	22.280	13.820	-4,0	-4,2
<b>Overige graasdierbedrijven</b>	17.500	18.970	18.830	15.150	0,5	-2,0
<b>Varkensbedrijven</b>	9.200	6.060	4.180	2.380	-5,5	-5,0
<b>Pluimveebedrijven</b>	2.140	1.830	1.360	880	-3,2	-3,9
<b>Vleeskalverbedrijven</b>	1.250	1.280	1.160	1.100	-0,5	-0,5
<b>Gecombineerde bedrijven</b>	14.790	9.850	7.770	4.690	-4,5	-4,5
<b>Overige bedrijven</b>	900	1.730	1.660	1.220	4,5	-2,7

a) Gespecialiseerde groente-, fruit-, bloembollen- en boomteeltbedrijven. Bron: CBS, bewerking LEI.

**De maatschappelijke waardering voor de melkveehouderij is groot. De samenleving heeft een positief beeld van de sector. De melkveehouderij is de grootste ruimtegebruiker en zorgt voor een aantrekkelijk cultuurlandschap.**





## Tabel 3

Ontwikkeling aantal dieren

*Op vleeskalveren na krimpt de rundveestapel.*

	2004	2015	verschil in %
Melkkoeien	1.471.000	1.109.000	- 24,6 %
Zoogkoeien	184.000	79.000	- 57,3 %
Vleeskalveren	765.000	793.000	+ 3,7%
Overig rundvee	1.290.000	943.000	- 15,5 %

Bron: LEI, 2005

## Tabel 4

Een aantal verbredings- en verdiepingsactiviteiten

*Verbreding is een tak van betekenis. Zo'n 16.000 bedrijven doen*

*aan natuurbeheer, zorg, huisverkoop, hebben een mini-camping of verrichten andere activiteiten.*

Activiteiten	Aantal bedrijven	Aantal bedrijven
	1998	2003
Agrarisch natuurbeheer	8.200	9.580
Minicamping	1.320	1.715
Zorg	75	370
Huisverkoop	4.100	5.380

Bron: LEI, 2005



# Figuur 1

Milieudruk land- en tuinbouw 1980-2002

Bron: CCDM, LEI, CBS, 2003

*De agrarische sector is erin geslaagd om de milieudruk geleidelijk om te buigen terwijl de toegevoegde waarde steeg. Er moet evenwel nog een flinke stap worden gezet.*

— Bruto toegevoegde waarde  
 — N naar bodem  
 - - - P naar bodem  
 ..... NH<sub>3</sub> naar lucht

index (1980=100)



### Werken in de etalage van de samenleving

Boeren en tuinders wonen en werken in de open ruimte van Nederland waarin iedereen over hun schouders meekijkt en ook meepraat. Land- en tuinbouw zijn zo onderdeel van de publieke discussie. Daar is niets mis mee, maar het betekent wel dat in een steeds meer verstedelijkt Nederland de verhoudingen met die samenleving goed moeten zijn. Dit verschaft het draagvlak om in de etalage van de samenleving te wonen en te werken. Boeren en tuinders hebben een goed imago maar dat is geen garantie voor sympathie in de toekomst. Voortdurend werk maken van goed nabuurschap is een noodzaak. Het boerenbedrijf en zijn omgeving bieden ook nieuwe kansen voor ondernemerschap door diensten te leveren aan de burger: van recreatie tot beheer van natuur en landschap. Verbreding is inmiddels op 40 procent van de bedrijven een activiteit die geld opbrengt.

### Kernpunten

- Land- en tuinbouw troef voor de economie.
- Daling bedrijven zet door naar 60.000 in 2015.
- De markt dicteert. Europa is veruit de belangrijkste markt.
- Een schoon milieu en rekening houden met de maatschappij is noodzakelijk.
- Grote spreiding in inkomens bij vergelijkbare bedrijven.

## Hoofdstuk 4

# Waar staat de melkveehouderij?

Binnen de agrarische sector is de grondgebonden veehouderij de belangrijkste pijler. Bijna 30 procent van de toegevoegde waarde (13 miljard euro in 2003) en 30 procent van de werkgelegenheid komen voor rekening van deze sector. Deze cijfers staan de komende jaren wel onder druk.

Nederland telt ongeveer 40.000 bedrijven met graasdieren (melkvee, vleeskalveren, vleesvee en schapen), waarvan 22.000 melkveebedrijven. Een kwart eeuw geleden waren dat er nog tweemaal zoveel. Sinds die tijd is door de quotering en de toegenomen productie per koe de veestapel met een kwart verminderd. De bedrijven hebben nu gemiddeld 60 melkkoeien. Tien procent van de bedrijven heeft meer dan 100 koeien. Met name de grotere bedrijven houden de koeien zomer en winter op stal. Eén op de acht koeien kent geen weidegang. Naar verwachting zal deze tendens zich voortzetten. Een belangrijk aandachtspunt voor de melkveehouderij is de imagoschade die dit kan opleveren.

### Gezichtsbepalend

De melkveehouderij is de grootste grondgebruiker. De sector is daarmee gezichtsbepalend voor Nederland. Een groot aantal bedrijven combineert natuur- en landschapsbeheer met melkproductie. Ook andere partijen maken aanspraak op die grond voor bijvoorbeeld woningen, wegen en natuur. Dat speelt zich met name in het westen, het midden en het zuiden van het land af. Bedrijven verplaatsen zich bijvoorbeeld naar de akkerbouwgebieden in het noorden, sommige ondernemers kiezen voor emigratie.

### Inkomen

Jarenlang stond de melkveehouderij in de EU aan de top wat betreft het inkomen. Nog steeds is er een hoge notering maar andere landen nemen de eerste plaats over. Het inkomen staat onder druk. Dat heeft onder meer te maken met de hogere kosten waarmee Nederlandse veehouders te kampen hebben. Met name geldt dat voor de hoge grondprijzen en de kosten als gevolg van aankoop van melkquotum. Ze drukken een steeds zwaarder stempel: acht eurocent van de kostprijs bestaat uit quotumkosten. De hoge quotumprijzen geven tegelijkertijd de dynamiek van de sector weer met een hoog saldo per kilogram melk. Het inkomen blijft de komende jaren onder druk staan.

### Geen prijsondersteuning, wel liberalisatie

De richting van het landbouwbeleid is helder. De Europese overheid treedt terug waar het gaat om ondersteuning van landbouwproducten. Verdere wereldwijde liberalisatie van de handel in landbouwproducten is eveneens aan de orde. Het betekent dat de EU hoogstwaarschijnlijk alle exportsubsidies afschaft en de invoerheffingen ongeveer halveert. Voor boter ligt bijvoorbeeld een extra verlaging van de interventieprijs met tien procent in het verschiet.

De volgende stap is een verdere hervorming van het EU-landbouwbeleid met in achtname van de gemaakte afspraken bij de laatste hervorming in 2003 (de 'Mid Term Review'). Het zuivelquotum is hierbij in principe vastgelegd tot 2014/2015, evenals het afgesproken budget tot 2013. De verdere liberalisatie van de wereldhandel en de daling van de melkprijzen kunnen ertoe leiden dat de quotering zinloos wordt. Als de quotering zou verdwijnen, zal – naar verwachting – de melkproductie in Nederland op peil blijven. Daarvoor heeft de sector voldoende kracht. Het mest- en milieubeleid wordt dan vooral de beperkende factor. De komende jaren zal LNV met de landbouwsector een discussie voeren over de toekomst van de melkquotering. Daarbij is de inzet van het ministerie in eerste instantie om de quotering niet opnieuw te verlengen.

### Toeslagrechten per hectare?

Over de toeslagrechten ontstaat in de komende jaren discussie. De hoogte komt onder druk te staan. Het is denkbaar dat de toeslagen met ten minste 20 procent gaan dalen. Dat gebeurt vanwege politieke discussie over het EU-landbouwbudget en het EU-budget. Of en wanneer dat het geval is, zal de toekomst uitwijzen maar dat die discussie over de toeslagen er komt lijkt vrijwel zeker. Er is nog een tweede verandering op til. Het toekennen van toeslagen gebeurt op basis van de melk- en rundvleesproductie en de teelt van gewassen in bepaalde jaren. Naarmate de jaren verstrijken, verdampt de legitimiteit voor die grondslag voor de toeslag. Waarom krijgt de ene veehouder wel een bepaald bedrag en de andere niet of veel minder? Het feit dat de basis daarvoor een productie uit het verleden is, moet op afnemend begrip rekenen. Een alternatief is het verdelen van de toeslagen over de oppervlakte grond door middel van een zogeheten 'flat-rate'. Enkele Europese landen hebben inmiddels voor deze methode gekozen. De komende jaren zal het ministerie met de sector een discussie starten over hoe het beleid rond de toeslagen vormgegeven gaat worden.

### Export

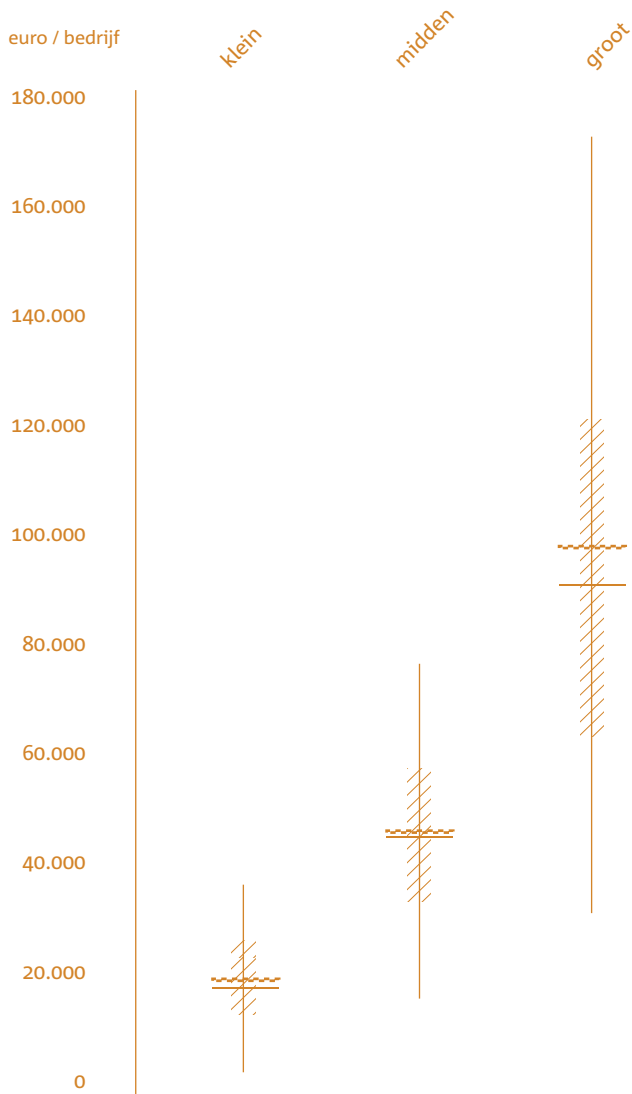
De Nederlandse zuivel moet het in belangrijke mate van export hebben. Zestig procent van de melk gaat in de vorm van zuivelproducten de grens over. Dit aandeel blijft in de toekomst even groot. Nederland beschikt over een moderne internationaal opererende zuivelindustrie, ontstaan uit (internationale) fusies en overnames. Dat concentratieproces en de internationalisering gaan onverminderd door. Een andere ontwikkeling die voortschrijdt is

## Figuur 2

Binnen de melkveehouderijsector is er sprake van een forse spreiding in gezinsinkomen.

Bron: LEI.

-  bandbreedte modaal
-  midden
-  gemiddelde



het werken met merken, nodig om de concurrentie partij te bieden. Er zijn kansen om in te spelen op de wensen van de markt, die zich voornamelijk in eigen land en in Europa bevindt. Die wensen worden specialistischer op het vlak van traceerbaarheid, gezondheid, helderheid over de manier van produceren, versheid en het ontbreken van toevoegingen. Nederland heeft bewezen dat hij dat kan mede dankzij een sterk agrocluster van melkproductie tot afzet en een goede samenwerking in de keten.

Mede als gevolg van de WTO-afspraken hebben zich op de zuivelmarkt verschuivingen voorgedaan. Nederland heeft hierdoor een deel van export op de wereldmarkt prijs moeten geven. Bovendien leidden de WTO-afspraken tot een verhevigde concurrentie op de Europese markt. Ook daar heeft de zuivelindustrie terrein verloren. Voor de Nederlandse melkveehouderij zijn investeringen in product vernieuwing, markten en merken van groot belang. Dat is alleen mogelijk vanuit sterke internationaal opererende zuivelconcerns.

### Mestbeleid

Het nieuwe mestbeleid dat in 2006 start, haakt aan bij de voorschriften uit de Nitraatrichtlijn. De bedrijven krijgen te maken met gebruiksnormen voor dierlijke mest (170 kilogram stikstof per hectare) en gebruiksnormen voor de totale stikstof- en fosfaatbemesting. Een belangrijk doel is dat in 2009 in heel Nederland in het grondwater niet meer dan 50 milligram nitraat per liter zit. Voor een periode van vier jaar is voor graasdiermest op bedrijven met overwegend grasland (minimaal 70 procent) een hogere dierlijke mestgift toegestaan, mits de bedrijven voldoen aan de derogatievoorwaarden. Deze derogatie laat een gift van 250 kg stikstof uit dierlijke mest per ha toe. Na die vier jaar komt er mogelijk een nieuwe derogatie. Vanaf 2009 wordt ook de Kaderrichtlijn Water belangrijk. De maatregelen in dat kader zijn nog niet vastgesteld, maar kunnen (regionaal) een verdere aanscherping van de gebruiksnormen of andere voorschriften tot gevolg hebben.

### Technologie

Agrarisch Nederland heeft altijd vooropgelopen met innovaties. In de melkveehouderij is daarvan de melkrobot een voorbeeld. Of die Nederlandse vinding op grote schaal toepassing zal vinden, hangt sterk af van de kosten van de robot en de arbeidskosten. Er komt meer nieuwe technologie op de sector af met robot-voeren en GPS als blikvangers. Met GPS is het mogelijk om vee binnen een onzichtbare omheining te houden. Voor ruwvoer is een technologische innovatie in de maak voor het bepalen van de samenstelling en voederwaarde van het verse gras op het veld, waardoor een optimale voersamenstelling mogelijk is. Nieuwe ontwikkelingen op het gebied van stal- en veldbouw dragen bij aan kostenverlaging. De meeste nieuwe technologie is vooral gericht op het verlagen van de arbeidskosten en de arbeidsbelasting.

### Kernpunten

- Melkveehouderij is de belangrijkste pijler van de agrosector.
- De vooraanstaande positie van de melkveehouderij staat onder druk.
- Melkquotering verdwijnt wellicht na 2014.
- Export blijft belangrijk en Europa blijft de belangrijkste markt.
- EU treedt terug bij ondersteunen van prijzen.
- Toeslagrecht mogelijk van bedrijf naar hectare.
- Nieuw mestbeleid voor stikstof én fosfaat met derogatie voor vier jaar.
- Technologie verlaagt de kosten.



## Hoofstuk 5

# De veranderingen

De komende tien jaar staat de melkveehouderij grote veranderingen te wachten, zoals deze zich ook in de voorbije periode hebben voorgedaan. De belangrijkste trefwoorden die bij de veranderingen horen zijn: schaalvergroting, kostenbesparingen, minder veehouders, minder koeien en meer specialisatie.

De inkomens in de melkveehouderij komen verder onder druk te staan door de hervormingen van het Europese zuivelbeleid. Prijsondersteuning maakt plaats voor inkomensvoelers, die voor een deel de lagere zuivelprijzen compenseren. Mestafzet gaat voor een groot aantal melkveebedrijven voor een hogere kostenpost zorgen. Dat is een gevolg van het nieuwe mestbeleid dat in 2006 ingaat.

### **Kostprijsverlaging**

Om lagere prijzen en hogere kosten het hoofd te bieden zien veel melkveehouders schaalvergroting als oplossing. Er is ook nog veel te winnen met efficiënt produceren. Cijfers geven aan dat er grote inkomens- en kostprijsverschillen bestaan tussen vergelijkbare bedrijven. In scherp op de kosten letten zit voor individuele ondernemers een sleutel om hun inkomen te verbeteren. Specialisatie is evenzeer een weg die ze kunnen begaan. Daarbij kan bijvoorbeeld het ene bedrijf zich specialiseren in jongvee, het ander in melkvee. Denkbaar is ook het laten uitvoeren van de voederwinning door een loonwerker of door een collega. In dat kader is ook samenwerking van bedrijven een optie. Van de zuivelondernemingen verwachten de veehouders dat ze door product vernieuwing en innovaties de melkprijs op een zo hoog mogelijk peil houden.

### **Minder bedrijven**

De trend van een gestage vermindering van het aantal bedrijven gaat door. Bij de blijvers groeit de omvang. Gemiddeld hebben melkveehouders 60 melkkoeien en 40 hectare grond. Dat aantal groeit in de komende tien jaar naar gemiddeld 80 melkkoeien en 50 hectare grond. Die koeien geven zo'n 1.500 kilogram melk meer dan op dit moment. Dat is vooral een gevolg van de genetische vooruitgang dankzij fokkerij. Het gemiddelde bedrijf produceert in 2015 ongeveer 800.000 kilogram melk. De daling van de veestapel zet verder door. Te verwachten is dat de afname in het westen het grootst zal zijn. Die melkproductie verschuift vooral naar de noordelijke provincies.



### Nitraatrichtlijn en Kaderrichtlijn Water

De maatregelen als gevolg van de Nitraatrichtlijn en de Kaderrichtlijn Water (twee Europees afgesproken verplichtingen) zorgen voor beperkingen op intensieve melkveebedrijven. Vooral op de zandgronden zijn nu intensieve melkveebedrijven gevestigd. Ze zullen extra grond moeten pachten of kopen of mest moeten afvoeren. De ontwikkeling dat melkveebedrijven verplaatsen naar de akkerbouwgebieden zal doorgaan. Naast de nu algemeen geldende voorschriften aan het uitrijden van mest en de mestopslag om de ammoniakuitstoot te verminderen, zullen melkveehouders in de toekomst mogelijk te maken krijgen met aanvullende eisen bijvoorbeeld om de uitstoot uit de stallen te beperken. In de buurt van Vogel- en Habitatrichtlijngebieden kunnen melkveehouders die uitbreiden ook te maken krijgen met extra eisen.

### Positief imago

De samenleving heeft over het algemeen een positief beeld van de melkveehouderij. Het is niet vanzelfsprekend dat dat zo blijft. Schaalvergroting en rationalisatie hebben effect op de aanblik van het bedrijf en op het landschap. Dat is iets om rekening mee te houden. Een helder inzicht bieden in wat de melkveehouderij doet en communicatie met de burger zijn in dit verband belangrijk. Al was het maar om uit te leggen waarom er steeds minder koeien in de wei staan. De melkveehouderij krijgt in delen van het land te maken met verstedelijking. Met name is dat het geval in het Groene Hart en bij steden en dorpen die uitbreiden. De melkveehouderij op de zandgronden van Overijssel, de Achterhoek en Noord-Brabant opereert in gebieden met vele groene en landschappelijke kwaliteiten. De recreërende stedeling zal hier sterk over de schouders van de veehouder meekijken. Verstedelijking biedt ook kansen in de sfeer van verbreding.

### Internationalisering

Net als bij de melkveebedrijven doet zich in de zuivelindustrie een verdere schaalvergroting voor, die zich vooral over de grenzen heen zal afspelen. De markt vraagt innovatieve producten die gericht zijn op trends als gezondheid en genieten. Door daarop in te spelen heeft de zuivelsector een belangrijke troef in handen om waarde toe te voegen aan de grondstof melk. De zuivelcoöperaties, die 80 procent van de melk verwerken, vormen de verbindende schakel tussen de veehouder en de (super)markt. De leden/melkveehouders moeten daarbij de coöperatie de ruimte geven om de nodige stappen te zetten.

### Markt

De keuzes worden mede bepaald door het product dat de ondernemer via zijn zuivelbedrijf aan de man brengt. Bij die afzet is sprake van verdringingsmarkten en een scherpe concurrentiestrijd. In zo'n markt moeten de producenten zich onderscheiden van de concurrent. Dat kan door voortdurend met nieuwe producten of variaties op de markt te komen die zich richten op de consumententrends. Daarbij zijn gezondheid en gemak heel belangrijk voor de komende jaren. Schaalvergroting, afstemming en rationalisatie van het productieproces in de hele keten zijn nodig om de concurrentiestrijd te kunnen volhouden.

### Opgaven voor de toekomst

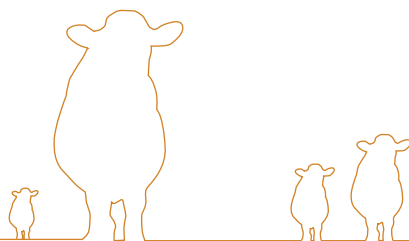
Kort samengevat is de top-drie aan opgaven voor de melkveehouderijsector in de komende tien jaar:

1. Kostprijsverlaging en/of zorgen voor nieuwe inkomsten
2. Product- en procesinnovaties in de zuivelindustrie
3. Behoud van maatschappelijk draagvlak

### Tien punten

Tien punten geven in het kort de positie van de melkveehouderij en zuivel weer:

- Hervorming EU-landbouwbeleid en WTO drukken inkomen
- Bedrijfstoeslag belangrijk voor inkomen
- Internationalisering en schaalvergroting bij verwerking en afzet
- Rem op intensivering als gevolg van milieubeleid
- Meer vraag naar grond
- Verschuiving melkproductie naar akkerbouwgebieden
- Verbreding op deel van de bedrijven, vooral natuur- en landschapsbeheer
- Areaal grasland en voedergewassen daalt verder
- Verdere daling aantal melkveebedrijven
- Schaalvergroting, maar deze gaat in andere-EU landen sneller



## Kiezen voor landbouw

### Een visie op de toekomst van de Nederlandse agrarische sector

Deze brochure is onderdeel van de toekomstvisie 'Kiezen voor landbouw' die minister Veerman in september 2005 heeft uitgebracht. De visie schetst de ontwikkelingen in de land- en tuinbouw tot 2015. De brochure vat deze landbouwvisie samen en gaat in op de ontwikkelingen voor de melkveehouderij. De belangrijkste boodschap is: veehouders zullen keuzes moeten maken. De visie schetst het beleid en maakt de opgaven voor de toekomst duidelijk.

