

special melken is van alle tijden

Hoe het melkveebedrijf er in 2010 uit zal zien? Ondanks rekenmodellen kunnen ook onderzoekers geen pasklaar antwoord geven. Gemaakte of juist nog te maken keuzen spelen een belangrijke rol. Veehouders, door hun variatie in leeftijd verschillend denkend, kijken in deze kerstspecial terug op hun bedrijfsontwikkeling en blikken vooruit. Melken, het blijft iets van alle (leef)tijden.

Lef, slimheid en bezinning

Het melkveebedrijf van 2010 is zeer divers: maak een keuze voor de toekomst

Is schaalvergroting de koers voor het melkveebedrijf? Niet op korte termijn, zeggen berekeningen van onderzoekers en accountants. De toekomstige strategie kan ook verbreding betekenen. Met lef, slimheid en bezinning kiezen voor het melkveebedrijf van 2010.

Van de 27.000 melkveehouders in Nederland heeft de helft geen opvolger en een derde heeft liquiditeitsproblemen vanwege de forse groei van het melkveebedrijf. Daarnaast zijn er legio melkveehouders die tegen een burn-out aanlopen door tachtigurige werkweken. En van de ondernemers die naar het buitenland verdwijnen heeft twee van de drie spijt. Is dat perspectief? Melkveehouder Bram Prins uit het Groningse Lellens geeft met deze opsomming aan dat het einddoel van de duurzame melkveehouderij nog ver weg is. Met de halvering van de melkveehouderij binnen tien jaar als perspectief is het belangrijk dat elke ondernemer zich beraadt over de toekomst. Wie als melkveehouder bij de groep blijvers wil horen zal zich moeten verdiepen in de verschillende mogelijkheden van bedrijfsontwikkeling. 'Waar staat het bedrijf over vijf of tien jaar?', is een vraag waar de Animal Sciences Group (ASG) en de Vereniging van Accountants- en Belastingadviesbureau's (VLB) zich over bogen en waar ze ook de melkveehouderij mee aan het denken willen zetten.

Natuurbedrijf economisch

In elf zogenaamde scenariostudies hebben de rekenmeesters van ASG en VLB doorgerekend hoe duurzaam het melkveebe-



Vier vensters op de toekomst: van schaalvergroting tot verbreding

Tabel 1 – Rode deel: kritieke melkprijs (€/100 kg melk) in de basissituatie en na doorrekening van verschillende scenario's. Een plus betekent dat de kritieke melkprijs hoger wordt. Groene deel: arbeidsinzet door eigen gezinsleden en betaalde krachten (in uren per bedrijf). Een plus betekent dat het aantal benodigde uren stijgt.

		basis	intensivering (quotum aankopen)	extensivering (+ goeakope, 'miltje' grond)	25 % beheersgras (uitgestelde maaidatum)	schaalvergroting (meer grond en quotum)	verbreding (extra arbeid, 'hogere opbrengst')	automatisch melksysteem (meer melk per koe)	biologisch	natuurbedrijf (grond pacht en i.p.v. eigendom)	meer eigen mechanisatie	jongvee uitbesteden (quotum aankopen)	samenwerking met akkerbouwer	varkens
300.000 kg melk	extensief	41.6	+1.2	+0.2	+0.1		-2.2							
	gemiddeld	40.3	+1.6	+0.5	+0.2		-2.2							+9.5
	intensief	41.1	+0.2	+0.4	+0.2		-2.2							
700.000 kg melk	extensief	36.5	+3.7		-0.4			+4.0	+0.5	-15.5	-0.8			
	gemiddeld	31.7	+3.0		+0.3			+3.7		-7.8	-0.9	+3.7		
	intensief	31.3	+1.6		+0.2			+3.2		+0.3				
1.100.000 kg melk	extensief	36.0	+4.3	+0.7		+9.1	-1.5	+3.6						
	gemiddeld	31.8	+2.9	+0.9		+6.7	-1.3	+3.4						
	intensief	31.0	+2.0	+0.2		+5.9	-1.1	+3.7					-1.9	
300.000 kg melk	extensief	3400	+400	+100	-100		+600							
	gemiddeld	2600	+200	+100	+0		+600							+600
	intensief	2300	+100	+0	+0		+600							
700.000 kg melk	extensief	6300	+900		-100			-300	+600	+0	+900			
	gemiddeld	4500	+500		+0			-300		+900	+500	-300		
	intensief	3900	+300		+0			-400		+400				
1.100.000 kg melk	extensief	9200	+1500	+400		+2200	+6400	-200						
	gemiddeld	6400	+700	+300		+1400	+6400	-300						
	intensief	5500	+400	+200		+1200	+6400	-400					+100	

M E L K E N I S V A N A L L E T I J D E N



tiener
Christiaan Koers:
'Met Jerseys minder
noodzaak tot groei
door lage kostprijs'
pag. 34



twintiger
Tryntsje Noordenbos:
'Met quotumuitbrei-
ding koop je er in
principe arbeid bij'
pag. 46



dertiger
Jan Wallays:
'Landbouwer zijn is
gezinsvriendelijke
job'
pag. 58

drijf wordt door een bepaalde strategische keuze. Als voorbeeldbedrijven hebben ze drie ondernemingen gekozen met daarbij drie varianten: 300.000 kilo melk, 700.000 en 1,1 miljoen kilo. De nuancerings zijn: extensief (8000 kilo melk per hectare), gemiddeld (14.000 kilo melk per hectare) en intensief (20.000 kilo melk per hectare). De bedrijven hebben in de computer vijf verschillende groepen van toekomstscenario's doorlopen: beter optimaliseren (quotum aankopen, goedkope grond pachten of meer eigen mechanisatie), verder specialiseren (jongvee uitbesteden of automatisch melksysteem anschaffen), slim extensiveren (25 procent beheersgras inpassen of verplaatsen naar natuurbedrijf), gedurfd andere koers (biologisch, recreatie of zelfzuivelen) en groei grote bedrijven (meer grond, meer quotum of samenwerken).

De computer is hevig aan het rekenen geslagen om de sterke en zwakke punten op het gebied van economie, ecologie, arbeid en imago van de keuzen naast elkaar te zetten. De financiële meerwaarde viel niet mee. Michel de Haan, onderzoeker bij ASG, geeft aan dat de daling in de melkprijs voor de komende jaren netto wordt geschat op 1,5 euro per 100 kilo melk. Wellicht komen hierdoor de momenteel veel toegepaste scenario's voor het aankopen van melk en grond in de vorm van intensiveren en schaalvergroten negatief uit. 'Pas na de afschrijvingstermijn leveren ze rendement', rekent De Haan voor bij grondprijzen van 25.000 euro en quotumprijzen van 1,6 euro per kilo melk. 'Blijkbaar vergoedt het extra saldo de extra investeringen niet.

De Haan geeft aan dat de economische verbetering op het bedrijf uit onverwachte hoek komt. 'Het bedrijf verkopen en een natuurbedrijf terug pachten is renderend. Het levert een daling van de kritieke melkprijs op van 10 tot 15 eurocent.' Daarnaast blijkt ook verbreding geld in het laatje te brengen. Niet alleen bij kleinere bedrijven door de start van bijvoorbeeld een camping, maar ook het zelfzuivelen voor grote bedrijven biedt perspectief alsook samenwerken met een akkerbouwer. Ze leveren een positieve bijdrage aan de kritieke melkprijs (zie tabel) en dat maakt de onderneming weerbaarder voor slechte tijden. 'Maar let op: dit geldt niet voor elke boer', voegt De Haan toe.

Kritieke melkprijs 31 cent

De kritieke melkprijs geeft aan wat minimaal de melkprijs zou moeten zijn om aan alle betalingsverplichtingen te voldoen. In de basissituatie staat al aangegeven dat kleinere bedrijven een hogere kritieke melkprijs hebben. Het betekent dat in het meest extreme geval hun uitgavepatroon zo'n 10 eurocent hoger ligt dan op het bedrijf met 1,1 miljoen kilo melk. De Haan

schat in dat een melkveebedrijf met 700.000 kilo melk er door de 'Brusselse' maatregelen 10.000 euro op achteruit zal gaan. Dit betekent dat de kostprijs op de bedrijven van nog groter belang wordt, zo beaamt ook John van Driel van ABN AMRO. 'Het is voor ons het belangrijkste kengetal om de financiering te beoordelen.' Het verschil tussen bedrijven is enorm, zelfs groter dan het wereldwijde verschil in kostprijs, zo geeft hij aan, terwijl hij de toekomstige kritieke melkprijs zet op 31 eurocent. 'Er valt nog wat te winnen, er is de afgelopen jaren toch luxe geproduceerd.' De aankoop van melkquotum voor 45 eurocent per procent vet noemt hij 'voor 90 procent emotioneel' en hij vraagt zich af waarom veehouders afgelopen zomer geen melk hebben gekocht toen de prijs 37 cent was. 'Veehouders moeten beter plannen en er een langetermijnvisie op na houden.' Groot, groter, grootst is niet de boodschap die ABN AMRO uitstraalt, geeft hij aan. Boeren is duur in Nederland. 'Voor 6000 euro per koe start je een bedrijf in de Verenigde Staten, in Denemarken kost dat 16.000 euro, terwijl een ondernemer in Nederland 50.000 euro moet neertellen per koe.' De diversiteit zal ook volgens Van Driel de komende jaren toenemen. 'Wij zien meer ondernemers ontstaan die groene (natuur), blauwe (water) en rode (industrie) diensten zullen aanbieden. Die hebben zeker ook perspectief. We kijken puur naar de ondernemer en zijn bedrijf. Er zijn altijd mensen die winst kunnen maken in een slechte markt.'

Arbeid, imago, ecologisch

De wereld draait echter niet alleen om geld, zo weten melkveehouders als geen ander. 'Cashen' is natuurlijk economisch het meest verantwoord, maar daarmee kunnen veehouders beter wachten tot Mid Term Review zijn (uitbetalings)werk doet. Daarnaast is de 'licence to produce' voor de toekomst een belangrijk item. 'Alleen naar economische duurzaamheid kijken is kortetermijndenken. Het is dé uitdaging om ook andere facetten mee te nemen die juist voor de volgende generatie melkveehouders van belang zijn.' In de scenariostudies is daarom ook gekeken hoe de verschillende plannen scores op de factoren arbeid, imago en ecologisch.

Wie verlichting zoekt op het gebied van arbeid zal bij het automatiseren uitkomen. Een gemiddelde werkweek op de melkveebedrijven bedraagt 75 uur voor de ondernemer inclusief zijn gezinsleden, wat neerkomt op 4000 uur op jaarbasis. Veel bedrijven zitten daar boven (zie tabel), zodat de roep om arbeidsverlichting logisch klinkt. Een melkrobot kan daar een bijdrage aan leveren. De robot scoort echter niet geweldig als het om

imago gaat aangezien de koeien het makkelijkst jaarrond op stal gehouden worden. Wie wel een positief imago (ook wel extern sociaal genoemd) richting samenleving nastreeft kan extensiveren, verbreden, biologisch gaan boeren of toch weer dat voorbeeld van het natuurbedrijf erbij pakken. Veel van dit type bedrijven scoren ook goed op het onderdeel ecologisch, waarbij het uitbesteden van de jongvee-opfok ook nog eens goed uitkomt door een lagere uitspoeling van nitraat en verminderde broeikasgasemissie. Het biologisch bedrijf blijft verrassend genoeg wat achter op het punt van ecologie. De Haan verklaart: 'We zijn uitgegaan van een potstal en die komt met ammoniakemissie minder goed uit.'

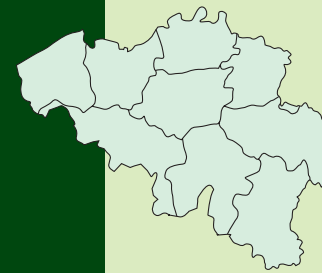
Sterkte-zwakte-analyse

Wie een pasklaar antwoord verwacht op de vraag: 'wat moet ik doen in de toekomst?' komt bedrogen uit met deze berg aan cijfers. 'Maatwerk' noemt De Haan de keuzen die er voor ondernemers zijn. 'Waar liggen je interesses, wat zijn je sterke en zwakke punten en hoe zie je de toekomst voor jezelf en je gezin?', zijn vragen die eerst beantwoord moeten worden voordat een koers naar de toekomst valt uit te stippelen. Maar enkele praktische typering kan De Haan wel afgeven: specialiseren

vraagt 'een lange adem en past bij boeren die arbeidsverlichting nastreven en sociale activiteiten willen oppakken.' Wie extensievert heeft 'leef nodig en moet oog hebben voor het imago'. Optimaliseren is geschikt voor 'de goede manager die economie en ecologie wil combineren'. Gedurfd een andere koers inslaan hoort bij marktgerichte ondernemers die het imago van het bedrijf belangrijk vinden. 'Bezinning', noemt De Haan bij het groeiconcept. 'Samenwerken is de weg die wellicht beter kan leiden tot een groot duurzaam bedrijf.'

Hoe pakt het voor Bram Prins uit op zijn bedrijf? 'Na jaren van groei maken we nu een pas op de plaats. We zijn aan het optimaliseren', zegt hij over het bedrijf, waar ook twee broers en twee zoons van Prins werkzaam zijn. 'Ik praat altijd over de drie A's die in orde moeten zijn: arbeidsproductiviteit, die moet hoog zijn, de arbeidsduur beperkt en de arbeidsvreugde optimaal.' Over de toekomst van de melkveehouderij is hij niet somber gestemd. 'De melkprijs blijft op niveau. Wereldwijd groeit de consumptie harder dan de productie', luidt zijn verwachting terwijl hij zijn collega's in onvervalst Gronings een hart onder de riem steekt. 'Kom op: kop d'erveur en deurzett'n.'

Alice Booij



Toekomst Vlaamse melkveehouderij ziet er niet gemakkelijk uit

Na de beslissingen rond het Europese landbouwbeleid en de vernieuwde melkquotamobiliteit komt de Vlaamse melkveehouderij voor nieuwe uitdagingen te staan. In het licht van deze recente ontwikkelingen vond de beroepsorganisatie Fedagrim het nuttig om een studie te laten maken over de toekomst van de sector. Deze opdracht werd in handen van professor Marcel Weverbergh en Ann Lecluyse van de Universiteit Antwerpen gegeven. Aan de hand van een financiële analyse gekoppeld aan verschillende scenario's die aansluiten bij de toekomstige ontwikkelingen in de zuivelsector, schetsten beide onderzoekers de toekomst van de Vlaamse melkveehouderij.

De voorbije jaren was al een duidelijke evolutie in de melksector merkbaar. Zo nam het aantal melkkoeien van 1980 tot 2002 af van 1 miljoen naar 600.000 melkkoeien. Tegelijkertijd daalde het aantal melkveehouders met iets meer dan de helft. Een korte blik op de quotaverdeling in Vlaanderen geeft aan dat 79 procent van de melkveebedrijven een quotum bezit van minder dan 300.000 liter, 94 procent van de melkveehou-

ders heeft minder dan 500.000 liter. Over de evolutie van de bedrijven is de studie in elk geval duidelijk. 'Schaalvergroting is de boodschap', zegt Weverbergh. 'Bedrijven die nu opstarten op basis van vreemd kapitaal en die enkel van de melkveehouderij afhangen, moeten naar een quotum van 835.000 liter om een normaal rendabiliteitsniveau te behalen. Bedrijven met veel eigen vermogen kunnen met de helft daarvan concurreren als voor het geïnvesteerde kapitaal geen rente wordt toegerekend. De situatie voor gemengde bedrijven zal weliswaar anders liggen, maar dit werd niet in ons onderzoek opgenomen.'

Dat de toekomst er niet gemakkelijk uitziet, steekt Weverbergh niet onder stoelen of banken. 'Er bestaat een aantal begrenzings die het moeilijk maken om te overleven', verklaart hij. 'De basisvraag is op welk niveau de melkprijs zal uitkomen na de afbouw van de quota- en subsidieregeling die we momenteel kennen.'

Ook na de herstructurerings op beleidsniveau is sprake van een sector die onder druk komt te staan. 'We merken in de scenariostudies dat de kleinere bedrijven nauwelijks of niet aan een normaal rendabiliteitsniveau komen', vertelt Weverbergh.



veertiger
Kees Beekmans:
'Nu is er tijd om met de kinderen naar voetbal te gaan'
pag. 74



vijftiger
Daan Kromhout:
'Concentreren op één bedrijfstak heeft veel voordelen'
pag. 86



zestiger
Michel Halewyck:
'Tegenwoordig walgelijk veel geld nodig om te kunnen starten'
pag. 102