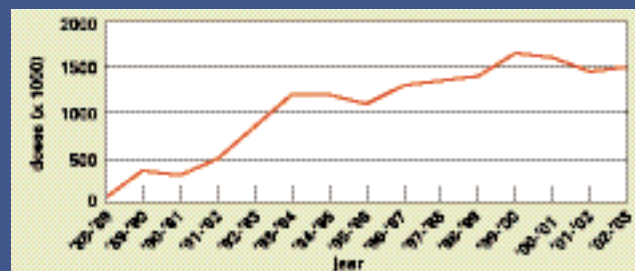


Vanaf jaren negentig moet je naar Nederland. Daar moet je net buitenland om bekend', zo is de ervaring van Peter Wink, manager large accounts bij Holland Genetics. 'Maar ons imago is ook dat je voor grote koeien juist niet in Nederland moet zijn. Kijk, dan is de NRM met al die dochtergroepen uitermate geschikt om het tegendeel te laten zien.' Eigenlijk kloppen beide beelden van het imago niet echt meer, vindt Wink. 'Van de meest succesvolle exportstieren Jabot, Celsius, Lord Lily, Marker en recent Addison kun je niet echt zeggen dat ze de gehalten in de veestapel fokken. Het beeld dat mensen hebben van een land of product verandert nu eenmaal niet zo snel.'

Vanaf jaren negentig nam de Nederlandse sperma-export

Stijgende lijn sperma-export

Exportcijfers Nederlands rundersperma (bron: Veepro Holland)



serieuze vormen aan. Vooral Groot-Brittannië nam destijds veel sperma af. Later kwamen daar belangrijke exportlanden zoals Brazilië, Duitsland en Amerika bij en inmiddels bedraagt de export ongeveer 1,5 miljoen doses per jaar.

Het imago van Nederlandse stieren leunt onder meer op betrouwbare cijfers, volgens Wink. 'Wanneer een stier 2000 kg melk vererft in de proefperiode, dan doet die dat ook in de fokperiode. Afnemers komen wel graag naar de NRM om de cijfers bevestigd te zien in dochtergroepen. Daarin is Nederland echt uniek. Die signalen vangen we ook op in het buitenland. Wie dochtergroepen wil bekijken, moet naar Nederland komen.'

Door de uitbraak van BSE sloot een belangrijk exportland als Japan ruim drie jaar zijn grenzen voor Nederlands sperma. 'Van het ene op het andere moment verloren we daarmee een enorme omzet. Dierziekten in het algemeen vormen een belangrijk issue voor onze branche.' Indirect speelden ook MKZ, varkenspest en vogelpest een rol in de terughoudendheid van landen om sperma vanuit Nederland toe te laten. 'Toch vinden de afnemers dat we in Nederland de zaakjes wel goed op orde hebben. Zo moet ik regelmatig vertellen hoe sluitend ons I&R-systeem werkt wanneer er een BSE-koe wordt gevonden. Dat we zo snel koeien en hun nakomelingen kunnen traceren vinden ze in het buitenland echt onvoorstelbaar.'

Peter Wink: 'Nederland staat bekend als gehalteland'

Spermamarkt

Kader:

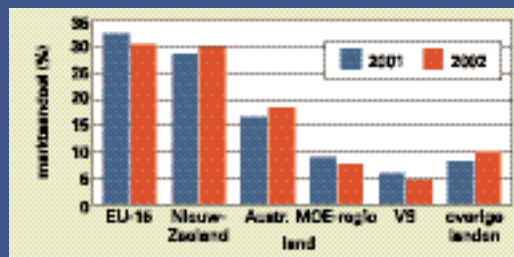
jaar	doses
1988/1989	100.000
1989/1990	375.000
1990/1991	325.000
1991/1992	500.000
1992/1993	850.000
1993/1994	1.200.000
1994/1995	1.200.000
1995/1996	1.100.000
1996/1997	1.300.000
1997/1998	1.350.000
1998/1999	1.400.000
1999/2000	1.650.000
2000/2001	1.600.000
2001/2002	1.450.000
2002/2003	1.500.000

Willen jullie de beginkapitaal goedzetten en dan ook eerste letter platte tekst weghalen?
Kapitaal met aanhalingsteken.

Alvast dank!
Ingrid

'N... van een imago op zuivel... begint Martien van den Hoven, groepsdi... van Campina International, enthousiast met zijn verhaal. Ons land exporteert al ruim honderd jaar zuivelproducten naar allerlei werelddelen. Die gedachte blijft bij veel exportmarkten nadrukkelijk hangen.' Op wereldmarktniveau kent Nederland, evenals de gehele Europese Unie, echter een daling, volgens Van den Hoven: van vijftig procent zo'n dertig jaar geleden naar het huidige marktaandeel van dertien procent. De neergaande tendens is deels het gevolg van de quotering, maar ontstaat ook door opkomende landen als Nieuw-Zeeland, Australië en Amerika. 'De waardering van de Nederlandse zuivel telt op kwalitatief gebied sterk mee. Al richten we ons nu meer op lokale producties, we brengen wel de producten en technologieën mee.'

Oceanië wint in marktaandeel



Bron: Productschap Zuivel



Consumenten in het Verre en Midden-Oosten blijken zelfs de Nederlandse zuivel meer te waarderen. Reden genoeg voor Campina om daar 'Product of Holland' op de verpakkingen af te drukken. 'In Nederland is zuivel een gewone productcategorie, terwijl het in Zuidoost-Azië een trendy product is', stelt Van den Hoven. 'De mensen daar willen graag lang worden, net als Europeanen. Ze zijn ervan overtuigd dat zuivel daarbij helpt, omdat het gezond is en goed is voor de groei van de botten.' Door de populariteit van zuivelproducten stijgt de consumptie in het Verre Oosten fors, soms tientallen procenten per jaar.

Rusland maakt ook deel uit van de grote groeiemarkten. Vooral yoghurt is een gewild product. Enkele jaren geleden lag de consumptie daarvan nog op 1,2 kg per persoon per jaar, terwijl tegenwoordig het dubbele wordt geconsumeerd. 'In Rusland hebben we stevig geïnvesteerd in de lokale productie. Dan zijn we minder afhankelijk van koersontwikkelingen, importbeperkingen of zelfs het sluiten van grenzen.'

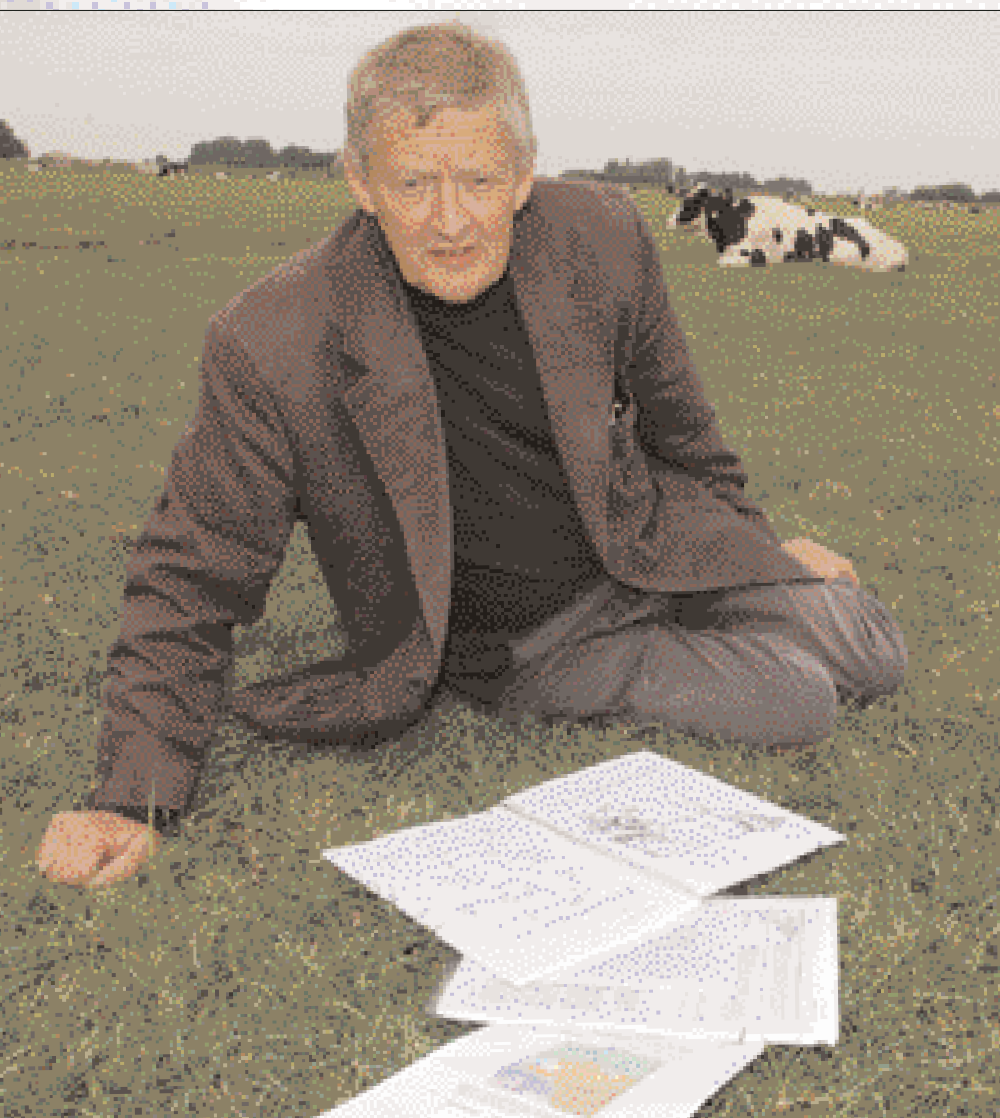
Hoe belangrijk is het dat de Nederlandse melkveehouderij zich blijft ontwikkelen? 'Bij Campina zijn de Nederlandse boeren onze bazen. Vanuit dat oogpunt lijkt me de ontwikkeling sowieso erg belangrijk, maar om vooruit te kunnen zullen veehouders een richting moeten kiezen: schaalvergroting of een nichemarkt zoeken.'

Martien van den Hoven: 'Veehouders moeten richting kiezen'

Waardering van zuivel

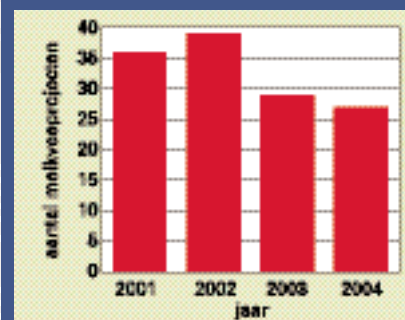
'N... een van... als het gaat om kennis van de melkveehouderij, daar ben ik stellig van overtuigd', zegt Wim Schermerhorn (65), sectormanager Veeteelt. Hij baseert zijn uitspraken op de ervaring die hij de afgelopen jaren bij PUM Nederlandse senior-experts heeft opgedaan. Zeven jaar geleden begon Schermerhorn bij deze organisatie als één van de ruim veertig (voormalige) veehouders die het PUM inzet voor de verspreiding van kennis en ervaring wereldwijd.

...ast veehouders zijn er ook vrijwilligers vanuit het Praktijkonderzoek of de universiteit van Wageningen. Een bonte verzameling mensen variërend van de accountant die naar Mongolië gaat voor de boekhouding tot de veehouder die Rusland bezoekt om te vertellen wanneer het gras het beste gemaaid kan worden.' De voorbereiding op de bezoeken is niet altijd even makkelijk, weet Schermerhorn. 'Je kunt literatuur over het land doorneemen, maar soms kom je toch voor verrassingen te staan. In Sri Lanka houden ze koeien onder de kokosnootbomen, ik wist



Bijna 2000 projecten

PUM Nederlandse senior-experts zendt ruim 25 jaar senior-experts uit verschillende sectoren uit naar landen in Afrika, Azië en het Midden Oosten, Latijns-Amerika en Centraal- en Oost-Europa. In 2003 zijn op vrijwillige basis bijna 1900 projecten uitgevoerd door de PUM-adviseurs. Voor de melkveehouderij en -fokkerij ligt het aantal projecten per jaar rond de dertig.



Bron: PUM Nederlandse senior-experts

niet dat zoiets kon. De achterstand was enorm. Veertig liter melk per dag als totale productie van dertig koeien. Als veehouder kun je daar veel ideeën over voeding, gezondheid en huisvesting kwijt.'

De motivatie voor het werk komt volgens Schermerhorn voort uit idealisme, gecombineerd met de mogelijkheid om de wereld te verkennen. 'Het principe is heel eenvoudig: oudere vakmensen die op praktische wijze hun kennis inzetten.' Waarom is nu juist die kennis vanuit Nederland zo belangrijk? Schermerhorn verklaart het vooral door de goede reputatie die de Wageningen Universiteit en bijbehorende locaties wereldwijd hebben. Deze vormen een belangrijke pijler van de Nederlandse kennis. 'Het is opvallend om te zien hoe groot de kennis van de Nederlandse veehouders is in vergelijking tot dat niveau in andere landen. Maar of ons kennisniveau zo blijft, is afhankelijk van de opleidingen in Nederland en of we zoveel geld in onderzoek blijven steken.'

Wim Schermerhorn: 'Vakmensen die kennis inzetten'

Kennis en ervaring

'H... hebben... gedaan in 42 landen, maar eigenlijk werken we niet meer zo erg met landsgrenzen. We zien West-Europa al als thuisbasis', vertelt Lieuwe Rozema, commercieel directeur van De Boer stalinrichting. Ongeveer de helft van de producten zet de firma Royal De Boer af in het buitenland. 'Nederland blijft absoluut belangrijk, zeker voor productontwikkeling. Niet dat ze proefkonijnen zijn voor de rest van de wereld, maar Nederlandse veehouders

worden gewaardeerd vanwege de goede visie en ideeën. Ze staan misschien wel te boek als wat eigenwijs, maar ja, vaak blijken hun ideeën wel waar te zijn.' Advertenties van De Boer stalinrichting zijn te vinden in tal van buitenlandse tijdschriften. 'Ons product wordt gewaardeerd omdat het meer is dan alleen een boxbeugel of een boxmat', stelt Rozema. 'Het is het totale plaatje dat we verkopen, we verkopen ook onze know-how, onze kennis. Wanneer het alleen zou gaan om de boxbeugel, dan vind je altijd wel iemand die goedkoper kan pro-

Ligbox en voerhek op één

Volledige branchecijfers van aantallen ofbedragen zijn niet voorhanden, maar de ligbox is een van de meest uitgevoerde producten bij Royal De Boer stalinrichting, volgens algemeen directeur Jaap Koster. 'Naar voerhekken is net zoveel vraag als naar ligboxen. Op de derde plaats komen mestschuiven. Het windregelgordijn is de runner-up. Ventilatie is in de hele wereld een issue. Veehouders realiseren zich steeds beter dat een koe voldoende frisse lucht nodig heeft.'

De overkoepelende federatie Agrotechniek heeft geen exportcijfer van stalinterieur. Federatieman Reinout de Jong: 'De bedrijven kennen elkaar door en door. Het is een doorzichtige markt. Cijfers publiceren ligt erg gevoelig vanwege concurrentie.'



duceren. De waardering die we krijgen heeft vooral te maken met het stukje kennis dat we proberen over te dragen.' Duitsland, Denemarken, Scandinavië, Engeland en Ierland zijn de belangrijkste exportlanden, maar Rozema heeft hoge verwachtingen van de nieuwe EU-landen. 'Daar gebeurt erg veel. Neem Centraal-Rusland, daar lopen zoveel koeien dat je er stil van wordt. De gebouwen moeten nodig gerenoveerd worden. Het gaat er allemaal niet vanzelf, het gaat met vallen en opstaan. Dan is het juist belangrijk dat je het complete plaatje kunt aanbieden van Nederlandse koe tot Nederlandse ligbox.'

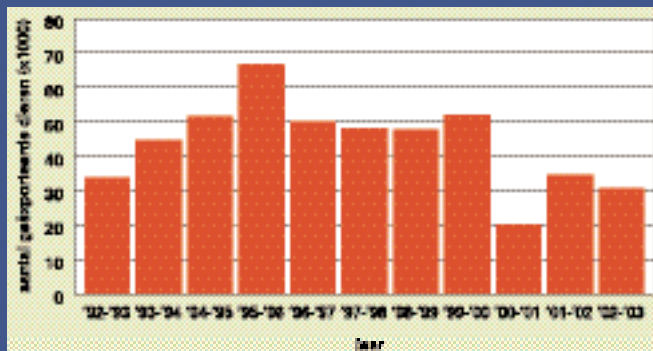
NRM heeft daarvoor een positieve uitstraling, aldus Rozema, die in een eerdere functie werkzaam was bij Holland Genetics. 'Je treft er veel enthousiaste veehouders. Ook vanuit het buitenland is er veel belangstelling. Daar kun je van profiteren. Tijdens de NRM verkoop je in principe het agrarische gedeelte van Nederland BV.'

Lieuwe Rozema: 'Tijdens NRM verkoop je Nederland BV'

Stalinterieur

'D...mausch afgelo-
...proef 25 jaar geleden
...het definitieve einde van het goede imago
...van het Fries-Hollandse vee', vertelt Nammen Schaap.
Schaap is directeur van de firma Schaap uit Dronrijp, die
sinds 1980 jaarlijks duizenden Nederlandse runderen exporteert. 'De Polenproef bewees dat Holsteinkoeien veel meer melk produceerden. Holsteinificatie werd het sleutelwoord om runderen te kunnen exporteren en Duitse en Franse veehouders liepen daarmee duidelijk voorop.'
Eerder dan Schaap verwachtte herstelde het imago en nam de export van Nederlands rundvee vanaf 1990 weer snel toe. 'Een goed promotiesysteem wierp snel zijn vruchten af. We konden weer exporteren naar gebieden die ook eerder de FH-dieren afnamen, zoals Noord-Afrika, Oost-Europa en het Midden-Oosten.' Een tweejaarlijks terugkerende nationale keuring zoals de NRM vormt een belangrijk onderdeel van deze promotie,

Vaarzenexport varieert



Exportcijfers Nederlandse fokrunderen
(Bron: Veepro Holland)



aldus Schaap. 'Het Nederlands vee heeft nog steeds een goed imago, maar de op melk gerichte fokkerij lijkt ten koste te gaan van zaken als goede vruchtbaarheid, klauwgezondheid en gehalten. Op dat gebied zijn de Denen en de Duitsers beslist concurrenten.'

De diergezondheidsstatus van de Nederlandse veestapel is volgens Schaap geen groot item. 'We hebben een goed monitoringsprogramma waarmee we de statussen van bedrijven en individuele dieren goed in beeld hebben. Wel houden sommige landen de grenzen voor levend Nederlands vee nog altijd gesloten uit angst voor BSE.'

De drang om melk te produceren hebben Nederlandse koeien inmiddels ruim voldoende, meent Schaap. Gericht fokken op melkproductie is volgens hem niet meer noodzakelijk. 'De bedrijfssituatie en het management van afnemers in het buitenland zijn doorgaans heel anders dan in Nederland. Buitenlandse afnemers zijn allang blij wanneer een vaars in goede gezondheid 6000 kg melk weet te produceren. Eigenlijk zouden de Nederlandse veehouders daarom een speciale exportkoe moeten fokken; gemiddeld ontwikkeld, sterk beenwerk en iets minder melk met goede gehalten. Naar zo'n type koe zou vanuit het buitenland beslist vraag zijn.'

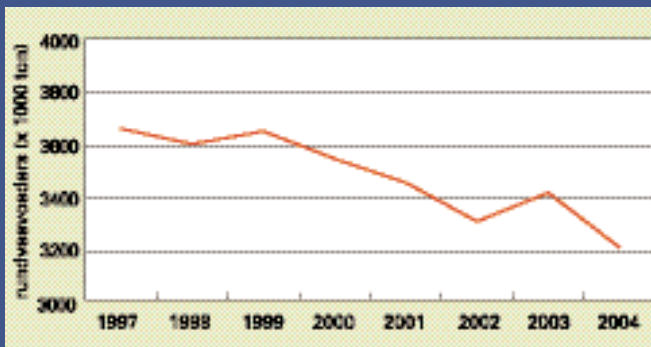
Nammen Schaap: 'Holsteinificatie bleek sleutelwoord'

Vaarzenexport

'K... van de leefomge-
... van het algemene manage-
... belangrijk om een product in de markt te
... kunnen zetten', vat André Brand samen. Als productma-
nager rundvee bij Provimi benadrukt hij daarmee dat het be-
drijf meer moet doen dan het leveren van vitaminen- en minera-
lenmengsels, concentraten en kalvermelkproducten. Bij de
afzet van producten profiteert de onderneming zeker van de Ne-
derlandse melkveehouderijstatus met hoge producties en hoge
gehalten, meent Brand. Wel geeft hij aan dat dit afhankelijk is
van het exportland: 'De Verenigde Staten werken sterk concu-
rerend in landen waar alleen de grote melkplas de hoofdrol
speelt.'

Goede kwaliteitsborging is volgens Brand erg belangrijk. 'We
werken volgens een hoge standaard waarmee je makkelijker
voet aan wal kunt krijgen, maar wanneer er ziekten uitbreken
binnen de EU dan krijg je toch te maken met marktblokkades.'

Mengvoederproductie loopt terug



Nederlandse rundveeproductie exclusief kunstmelk, 2004 betreft een raming (bron: Productschap Diervoeder/Stigevo)



Het commercieel voordeel komt voort uit de toepassing van de kennis voor de speci-
fieke situatie in de exportlanden. 'Voor
een regelmatige afzet is de continue sa-
menstelling van het product, aangepast
aan de lokale omstandigheden, een sterk
punt. Dat ontbreekt bij andere bedrijven
in het buitenland wel eens door te veel
wijzigingen in grondstoffen.'

In de sterk groeiende melkveesector van
China speelt Provimi al tien jaar mee. Zo-
als gebruikelijk bij deze organisatie is
eerst een markt in het land gezocht door
als exportorganisatie binnen te komen.
Zes jaar geleden is daar verandering in ge-
komen door de oprichting van een zuster-
organisatie. 'Vanuit Nederland werd ge-
werkt aan kennisoverdracht richting de
Chinese melkveehouderij. Dan ga je echt
terug naar de basis, bijvoorbeeld door te
benadrukken dat de koe een herkauwer is
en dus ook zo gevoerd moet worden. Door
de groeiende welvaart maakt de zuivel-
consumptie nu een sterke stijging door,
waarschijnlijk analoog met Japan.'

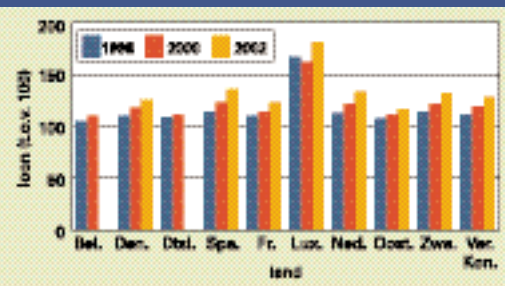
Voor een succesvolle afzet is volgens
Brand een wederverkoper die de lokale
bevolking kent een onmisbare schakel.
'In Polen hebben we Provimi Polska. De
producten van deze zusterorganisatie vin-
den hun afzet via deze lokaal opererende
organisatie. Vanuit Nederland geven we
ondersteuning met techniek en kennis.'

André Brand: 'Aanpassen aan lokale omstandigheden'

Voeding

1 op agrarisch gebied, naast business, hoofdzakelijk financieel betrokken agrarische ondernemers. De basis van die bedrijven ligt dan in Nederland', vertelt Wim van Galen, agrarisch adviseur bij de ING Bank. 'Emigranten begeleiden we wel, maar de financiële wet- en regelgeving wijkt in het buitenland heel veel af van de Nederlandse normen.' Het blijkt dat banken in het buitenland vaak een heel andere rol hebben dan in Nederland. 'In Duitsland bijvoorbeeld is het veehouderijsysteem vergelijkbaar met het onze, maar daar loopt de bank ook risico met zijn investeringen', aldus Van Galen. 'Banken kunnen bij faillissement na andere schuldeisers gesteld worden, of op basis van verkeerde adviezen zelfs aansprakelijk worden geacht.' In het buitenland is het financieringsklimaat dan ook heel anders. Om het verschil aan te duiden noemt hij emigratie naar Polen: 'Je kunt daar als ondernemer met een miljoen euro heen gaan, maar toch loop je de kans geen honderdduizend euro bij te kunnen lenen.' Volgens Van Galen is van de honderd emigranten naar Polen een kwart failliet gegaan. Van de

Lonen in Europese landen



Agrarische lonen ten opzichte van 100 procent in het referentiejaar 1995 (bron: Europese Commissie, Eurostat)



genen die over zijn, zit de helft financieel zwaar.

Financiële ondersteuning van niet-Nederlandse agrarische bedrijven in het buitenland vindt alleen plaats in België. De reden voor deze uitzondering is de overname van een bank waar al rond de twintig agrarisch adviseurs in dienst waren.

Volgens de agrarisch adviseur zullen de verwachte wetwijzigingen op 1 maart 2005 meer kansen bieden in de Europese gemeenschap door synchronisatie van de regelgeving. 'Dat neemt niet weg dat je dan heel goed op de hoogte moet zijn van de thuismarkt. Met onze Nederlandse agrarische kennis als basis zijn de nieuwe EU-lidstaten zeker een interessante markt.' Van Galen geeft aan dat de Oost-Europese landen met enige jaloezie naar het bankwezen in Nederland kijken. Al benadrukt hij wel de kwaliteiten van de Deense collega's.

Volgens Van Galen zal de ING Bank zich bij het uitbouwen van financieringen van melkveehouders in het buitenland voorlopig beperken tot Europa. 'Veehouders die emigreren om hun eigen capaciteiten beter te benutten zijn het meest interessant', klinkt het stellig. 'Veehouders die uit Nederland weggaan om de regelgeving te ontlopen halen het niet. Ze moeten mogelijkheden zien voor de toekomst en willen groeien.'

Wim van Galen: 'Nieuwe EU-lidstaten zeker interessante markt'

Financiën

*Bedrijven met automatische melksystemen wereldwijd
(bron: Praktijkonderzoek ASG Wageningen UR)*

Ondanks de grensoverschrijdende activiteiten zal de basis van Insentec in Nederland blijven, weet Van Leeuwen. 'Nederlanders willen blijven vernieuwen', voorspelt hij. 'Daarom wordt er hier veel geïnvesteerd in onderzoek. Dat weten buitenlanders ook en ze willen graag een Nederlands product. De stempel "Dutch Quality" is heel wat waard.'

102 **Veeteelt** juni 1/2 2004