

Banken positief over toekomst geitenhouderij

Wilma Wolters



Wilbert Hilken van ABN Amro.

**Veel geitenhouders met een halfvol bedrijf door ruiming
vanwege Q-koorts voelen onderhand de druk om hun bedrijf
weer terug op te bouwen en maken plannen. Hoe staan banken
tegenover deze plannen en waar letten zij vooral op bij het
verlenen van financiering?**

Er is weinig buffer in de geitenhouderij en de overheid zegt keihard dat geleiden schade door geruimde geiten onder het ondernemersrisico valt. Toch zullen de ergst getroffen bedrijven nu dankzij een motie van VVD-Kamerlid Janneke Snijder-Hazelhoff, geholpen worden met een compensatie. Compensatie of niet, getroffen geitenhouders maken plannen voor hun toekomst. Veel van die plannen zullen ook de bank (moeten) passeren. Clemens van der Aa, sectormanager Veehouderij bij Rabobank Nederland en Wilbert Hilken, sectormanager Intensieve Veehouderij bij ABN Amro, vertellen in Geitenhouderij wat zij van ondernemers en hun plannen verlangen, willen zij er als bank geld in steken.



Clemens van der Aa van Rabobank.

De financiering

“De grootste financieringsbehoefte komt volgend jaar”, zegt Van der Aa. “Het gros van de geitenhouders kan eerst geiten kopen voor het vergoedingsbedrag dat aan hen is uitgekeerd. De rest zullen ze aanvullen en vervangen met eigen opfok en dáár is geld voor nodig. Bedenk daarbij dat de melkprijs in 2010 dalende is en in 2011 waarschijnlijk weer iets opkrabbelt en daardoor over deze jaren duidelijk onder het structureel gemiddelde ligt.” “Voor financiering is de kostprijs cruciaal”, stelt Hilken. “Die moet minimaal onder 0,40 euro per kg melk liggen. Normaal gesproken ligt deze in een range van 0,34 tot 0,41 euro per kg. Ondernemers moeten ervoor zorgen dat de kostprijs scherp is. Hoe

ver de vaste kosten per kg melk moeten zaken is bedrijfsafhankelijk.” Van der Aa is dat met hem eens. “De verschillen in kostprijs zijn erg groot. Sommige bedrijven redden het echt niet om voor 40 euro 100 kg melk te produceren.”

De grootste verschillen zitten hem in voerkosten, dierkosten en rentekosten, weet Van der Aa. “Dat betekent dat een lage kostprijs niet met puur en alleen verdere schaalvergroting haalbaar is. Want als de financieringslasten daarbij hoog liggen, heeft dat uiteraard invloed op de kostprijs.” De Rabobank kijkt vooral naar de reserveringscapaciteit van bedrijven. Dat is datgene wat overblijft, na alle kosten en privé-uitgaven, voor aflossing en reserve. “De bedrijfseconomische aflossing ligt op 4 tot 5 cent, en dus moet de reserveringscapaciteit minimaal ook zo hoog zijn. Bij een hogere financiering dient de reserveringscapaciteit hoger te zijn”, verduidelijkt Van der Aa. Die 5 cent haalden geitenhouders gemiddeld genomen alleen in jaren van hoogconjunctuur, in 2005 tot 2008. “En heb je nu gemiddeld veel vreemd vermogen, dan zul je bovengemiddeld goed moeten presteren.”

Van der Aa raadt geitenhouders aan om de liquiditeitsbehoefte voor de komende drie jaar goed in beeld te brengen en daaruit de financieringsbehoefte te bespreken met de bank. “Bekijk dan of de onderneming die lasten kan dragen. Door de nu gederfde opbrengsten zal een gemiddeld besmet verklaard bedrijf 150 tot 200 euro per geit

moeten bijfinancieren de komende tijd. Maar als je financiering al op 750 euro zit en daar komt 200 euro bij, dan is het de vraag of de onderneming dat kan dragen.”

De ondernemer

Verder wil de Rabobank ook graag de in het verleden behaalde resultaten inzien. “Om ons een oordeel te vormen over het vakmanschap van de ondernemer op saldo-niveau trekken we lijnen uit het verleden door. Bijvoorbeeld het voersaldo spiegelen we op die manier. Als het nog niet optimaal is, en je wilt groter, kan het ook in het groot misgaan”, aldus Van der Aa. Davies is dus: eerst optimaliseren, dan uitbreiden. “Want als er geen vertrouwen is in de ondernemer, volgt er geen financiering”, is een hard, maar realistisch standpunt van de Rabobank. Dat vertrouwen komt niet alleen uit resultaten uit het verleden. Alle banken zien graag dat de ondernemer zelf met een plan komt. De een verlangt een meer gedegen plan dan de ander, maar alle zeggen dat het het plan van de ondernemer moet zijn. “Wat is zijn wens, hoe ziet hij de plannen voor zich, wat is zijn visie op de ontwikkelingen in de sector en hoe gaat hij daarmee om? En nu komt daarbij: hoe ga je herbevolken en kom je het prijsdal door?” Hilken geeft aan dat meerdere wegen naar Rome leiden, maar dat “de ondernemer wel goed dient te kunnen uitleggen hoe zijn route loopt en waarom”.

Melkprijs

Alle goedbedoelde adviezen ten spijt, de melkprijs wordt voor de komende jaren niet huizenhoog ingeschat door de banken. ABN Amro verwijst naar KWIND (Kwantitatieve Informatie Veehouderij) als vertrekpunt, waar een prijs genoemd wordt van 40 euro per 100 kg. “De bedrijven die hiervan afwijken in het verleden, worden in de prognoses gecorrigeerd op basis van deze afwijking.” Van der Aa kijkt vooral naar het verleden. “In de jaren 2001 tot 2008 bedroeg de melkprijs gemiddeld 40,77 euro inclusief btw. Met alle druk op de markt heb ik op dit moment geen argumentatie waarom de prijs in de toekomst hoger zal worden dan de afgelopen tien jaar. Omdat we ook in de toekomst prijsfluctuaties zullen blijven houden, zal het toekomstig gemiddelde prijsniveau naar verwachting gelijk blijven.”

Geitenhouders

Een uitdaging voor geitenhouders ligt volgens Hilken in het verder vergroten van de arbeidsproductiviteit en de productiviteit per geit. En mestverwerking. “Geitenhouders die mest afzetten zullen in concurrentie moeten

met varkens- en koeienmest voor mestplaatingsruimte.” Van der Aa noemt andere zaken. “Een kwart van de geitenhouders heeft een stro-brokrantsoen waarbij veel vakmanschap om de hoek komt kijken om dieren gezond te houden. Individueel krachtvoer verstrekken kan lonen, zowel op diergezondheidsgebied als financieel.” Verder ziet Van der Aa dat op veel bedrijven die flink gegroeid zijn, de melkcapaciteit is achtergebleven. “Er komt vreemd vermogen aan te pas om te groeien van 600 naar 1.000 dieren. De melkstal blijft dan in eerste instantie zitten. Maar we zien dan toch vaak dat de geitenhouders in verband met de arbeidsproductiviteit versneld een nieuwe melkinstallatie willen plaatsen.”

In 2020 verwacht ABN Amro dat Nederland 220 melkgeitenhouders telt die elk gemiddeld 1.100.000 kg melk produceren met gemiddeld 1.000 dieren per bedrijf. “Uiteraard zal er veel spreiding zijn, maar ten opzichte van 2010 zal er een enorme professionalisering hebben plaatsgehad”, aldus Hilken. ABN Amro voorspelt hiermee voor de komende tien jaar geen enorme groei in het totale volume geitenmelk dat in Nederland geproduceerd wordt. Hilken wijt dat vooral aan de druk op de markt die er nu al

Vooraf kijken naar afzet in Duitsland, omdat daar de consumptie van geitenzuivel stijgt

is doordat er minder melk naar Frankrijk gaat. “Daarnaast is het de uitdaging om te investeren in de verwaarding van het product, waardoor in plaats van wrongel, kaas kan worden gemaakt. Er gaat enige tijd overheen voordat dat gebeurd is.”

Zuivel

Op de zuivelmarkt moet wat veranderen, vinden de heren. “Er zijn zoveel verwerkers, dat is op zijn minst een klein beetje inefficiënt”, vindt Van der Aa. Die versnipperde zuivelmarkt houdt innovatie tegen, denkt hij, omdat dat gewoonweg te duur is voor een individuele verwerker. “Terwijl Nederlandse verwerkers prima in staat zouden moeten zijn om eigen producten te maken. In de laagconjunctuur kunnen we zien dat verwerkers die aan productinnovatie doen, een iets betere melkprijs kunnen uitbetalen.” Daarnaast wordt de maatschappelijke druk steeds groter, ziet de Rabobankman. “De

maatschappij stelt meer vragen wanneer een dierhouderij sterk is gefocust op import van grondstoffen en export van de productie.” Hilken ziet de belangrijkste uitdaging voor de zuivelindustrie in de verwaarding van geitenmelk, zoals de wrongel die als halffabriacaat wordt geëxporteerd. Maar daarnaast ziet ook hij zeker kansen in verdere segmentering van de markt en het bedienen van die segmenten met een aansluitend productpakket. “Segmenten die voor geitenzuivelproducten kansrijk zijn, zijn ‘genieten’ en ‘gezondheid’.” Ik zie hiervoor een erg goede uitgangspunt. Van der Aa denkt dat er wellicht nichemarkten zijn voor bijvoorbeeld ‘melk met een gezond vetzurenpatroon’. Op dit moment wordt een belangrijk deel van de geitenzuivel echter geëxporteerd. Dat houdt in dat er een sterke oriëntatie op de belangrijkste en potentiële afzetmarkten dient te zijn. Nu is dat vooral Frankrijk, maar door de opbouw van de productiecapaciteit in dat land, staat de geitenmelkprijs nu onder druk. Ook voor de komende jaren verwacht Hilken een prijs die aan de lage kant is. Zoeken naar andere afzetgebieden is dan misschien goed. Volgens Van der Aa zouden we vooral moeten kijken naar afzet in Duitsland, omdat daar de geitenzuivelconsumptie stijgt, en ook blijven focussen op Frankrijk. Hilken noemt naast Duitsland ook Nederland, Engeland en toch ook Frankrijk. “Door de marketing te richten op de gezondheid- en genieten-segmenten is ook de marktpositie in Frankrijk weer deels hernieuwd uit te bouwen”, voorziet hij. De verwerkende bedrijven zullen dan hun marketingactiviteiten wel beter moeten coördineren. “Wellicht lukt dat via de nieuw opgerichte Nederlandse GeitenZuivel Organisatie”, oppert Hilken. Toch zal het volgens hem nog tot 2015 duren voordat de geitenmelkplas weer op het niveau van 2009 zit.

Toekomst positief

Door de bank genomen zien Hilken en Van der Aa de toekomst van de geitenhouderij positief tegemoet. Of zoals Hilken het verwoordt: “Als de marktsegmentering wordt doorgevoerd, het bokjesprobleem op een goede manier wordt getackeld en we de Q-koortsproblematiek achter ons hebben gelaten, voorzien we een interessante toekomst.” En van der Aa: “De ambitie en het vakmanschap is er op veel bedrijven zeker. De kostprijs en locatie van een bedrijf gaan in grotere mate meespelen en de verwerkende industrie zal moeten investeren in afzetmarkten en productinnovatie. Als dit allemaal geregeld kan worden, staat er een sterke geitenhouderij.”

Verloop melkprijs

