



Serie Groeien in rendement

De meeste melkveehouders stuwen de productie op hun bedrijf omhoog. Groei is van alle tijden en wie niet groeit, prijst zich uit de markt, is vaak het argument. Wageningen Universiteit startte een project om na te gaan hoe melkveehouders toch vooral kunnen groeien in rendement. Veeteelt volgt het project in deze serie.

Deel 1: Groei melkveebedrijven in Nederland

Deel 2: Effect van groei op bedrijfsresultaat

Deel 3: Hoe succesvol groeien buitenlandse bedrijven?

Deel 4: Hoe investeren in rendement?

Deel 5: Groeien in rendement met EDF

Deel 6: Wat maakt een groeier succesvol?

Nederlandse melkveehouders groeien in tien jaar tijd gemiddeld 25 procent

Achttien miljard aan investeringen

Wageningen Universiteit inventariseerde het investeringsgedrag van de Nederlandse melkveehouder. Grote en kleine bedrijven groeien relatief gezien in een gelijk tempo. In de afgelopen negen jaar investeerde de Nederlandse melkveehouderij in totaal achttien miljard euro.

tekst **Tijmen van Zessen**

Waar schaalvergroting aan de orde komt, valt regelmatig het woord 'verdubbelen'. In studieclubverband of op boerenvergaderingen is het niet meer uniek als ondernemers uitspreken dat ze de productiecapaciteit in hun bedrijf vóór of na 2015 willen verdubbelen. 'Ik krijg van een kwart van de boeren de indruk dat ze "dat wel even gaan doen". De realiteit is dat niet meer dan zes procent van de melkveehouders de afgelopen tien jaar een verdubbeling realiseerde. Snelle groei op grote schaal is in Nederland gewoon niet haalbaar, daarvoor is het rendement van groei te laag', vertelt Jelle Zijlstra.

De onderzoeker van Wageningen UR Livestock Research is projectleider van het project 'Groeien in rendement'. In dit onderzoek is met gegevens van het LEI (onderdeel van Wageningen UR), het Productschap Zuivel en Alfa Accountants en Adviseurs een inventarisatie ge-

maakt van de groei op Nederlandse melkveebedrijven vanaf 2001.

Honger naar de voorhoede

Melkveebedrijven zijn gemiddeld 25 procent meer melk gaan produceren in de afgelopen tien jaar. Daarbij is gecorrigeerd voor het aandeel veehouders dat het bedrijf in deze periode beëindigde. Verder is het tiende jaar in de analyse geëxtrapoleerd uit de negen jaar waarvan gegevens beschikbaar waren. Een verdubbeling is weliswaar zeldzaam, toch is zestien procent van de bedrijven de laatste tien jaar meer dan vijftig procent gegroeid. 'De honger om in de voorhoede te blijven is groot, het zit in onze cultuur ingebakken om bij de 25 procent beste te horen', zegt Zijlstra.

Maar groter betekent niet altijd beter. 'De opvatting dat schaalvergroting zonder meer leidt tot inkomensverbetering, is merkwaardig; in veel gevallen komt

dit niet overeen met de werkelijkheid. In ons project willen we onderzoeken hoe melkveehouders wel kunnen groeien met zo veel mogelijk rendement.'

Figuur 1 geeft per grootteklasse weer hoe snel bedrijven groeien. Afgezien van de kleinste categorie valt op dat de bedrijven relatief gezien in een gelijk tempo groeien. In de absolute cijfers groeien de grote bedrijven dus harder, de kloof tussen groot en klein wordt zo groter.

Verschuiving in investeringen

Bij een uitbreiding in melkproductie investeren veehouders niet alleen in quotum, maar vaak ook in andere productiemiddelen. De eerste negen jaar van deze eeuw investeerden melkveehouders in totaal 18 miljard euro, blijkt uit cijfers van het LEI. Vijf miljard ging naar melkquotum, terwijl grond, gebouwen en machines elk goed waren voor een bedrag tussen de 3,5 en 4 miljard (tabel 1).

Groeien omdat je het moet of omdat je het wilt?

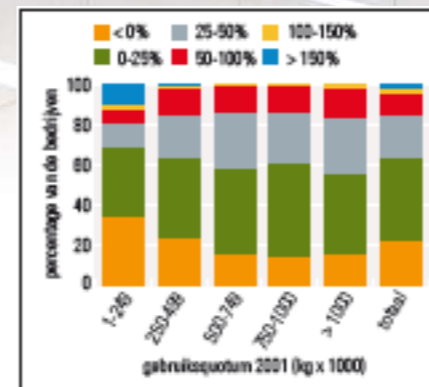
De groei van Nederlandse bedrijven gaat hard, maar een verdubbeling in tien jaar is zeldzaam, zo blijkt uit de cijfers van het LEI. 'Een verdubbeling van het bedrijf vergt een gigantische investering, dat is meer een proces voor de langere termijn. Zeker op grotere bedrijven vraagt het om enorme aanpassingen van de bedrijfsopzet. Denk aan de stal, de melkinstallatie, dat doe je niet zomaar

elk jaar', stelt LEI-onderzoeker Walter van Everdingen.

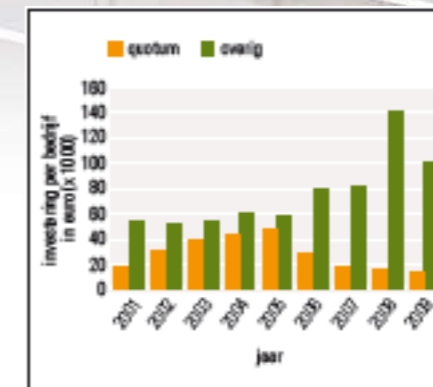
Hij vraagt zich af of zeer sterke groei wel voor iedere veehouder zo'n verstandige strategie is. 'In Nederland is het niet nodig om vijfhonderd koeien te melken voor een inkomen, het is lastig om er de vinger achter te krijgen waarom bedrijven zo hard willen groeien. Omdat men het moet of omdat men het wil?'

Van Everdingen veronderstelt dat de wens de vader is van de gedachte. Ondernemers geloven in groei omdat ze willen groeien.

'Ik denk dat veehouders niet puur alleen groeien uit het oogpunt van inkomensverbetering, maar dat het ook voortkomt uit een algemene tendens dat alles groter moet. Dat speelt ook buiten de melkveehouderij.'



Figuur 1 – Groei van melkveebedrijven van 2001 tot en met 2009 (ingedeeld naar bedrijfsgrootteklasse)



Figuur 2 – Investeren op melkveebedrijven van 2001 tot en met 2009 (in euro x 1000 per bedrijf)

Opvallend is de verschuiving in investeringen. In 2005 besteedde een gemiddeld melkveebedrijf nog bijna 50.000 euro per jaar aan melkquotum, in de jaren 2008 en 2009 was dat nog maar 13.000 euro (figuur 2). Zijlstra: 'Na 2005 daalde de quotumprijs en werden de verhandelde porties quotum kleiner. In de laat-

ste jaren voor 2006 veronderstelde een deel van de melkveehouders dat er een moment van prijsdaling moest komen, onder meer vanwege het voornemen van de Europese Unie om in 2015 de melkquotering te beëindigen. De perceptie dat het quotum zou verdwijnen werd steeds sterker en daarmee nam de be-

Tabel 1 – Totaal aan investeringen op melkveebedrijven van 2001 tot en met 2009 (in miljard euro)

	investeringen	des-investeringen	bruto-investeringen	aandeel in 2008-2009
melkquotum	5,0	1,0	4,0	10
grond	3,5	2,2	1,3	46
gebouwen	3,8	1,0	3,7	41
machines, werktuigen en installaties	3,7	0,5	3,2	34
overig	2,1	0,9	1,2	0
totaal	18,1	4,7	13,4	29

Het aantal melkveehouders dat zijn bedrijf in tien jaar verdubbelde, is klein

reidheid om nog in quotum te investeren af. In 2006 daalde de quotumprijs met circa vijftig procent.'

Anticyclisch investeren

Van het totale investeringsbedrag van 18 miljard euro besteedden melkveehouders 29 procent in de laatste twee jaar (2008-2009). Dit geld ging met name naar grond, gebouwen en machines (tabel 1). Zijlstra denkt dat de investeringspiek samenhangt met het einde van de quotering in 2015. De strategie van het 'klaarstomen' van het bedrijf was voor veel melkveehouders aanleiding om in 2008 en 2009 nieuwe stallen te bouwen. 'Het leidde wel tot hoge investeringsbedragen per kilo melk en stallen die deels leegstaan. Toen in 2009 de melkprijs sterk daalde, bracht dat veel groeiende bedrijven in liquiditeitsproblemen.'

De recente investeringsgolf volgde op twee jaren met een goede melkprijs. Er wordt dus niet anticyclisch geïnvesteerd, concludeert Zijlstra. 'Melkveehouders zeggen dat wel te willen, maar de werkelijkheid is anders. Het is ook menselijk om bij een beter sentiment meer te investeren. Ik verwacht wel dat dit gedrag verdwijnt. Als er meer prijsspieken en -dalen zijn geweest, houden veehouders langer het hoofd koel. Wie nuchter nadenkt over het beste investeringsmoment, komt dan het verst.'