



Robert Meijer: 'Groeï is niet de enige manier om voerwinst te vergroten'

Schuiven met bedrijfsstrategie

De afschaffing van het melkquotum in april 2015 komt steeds dichterbij. Het blijkt dat melkveehouders nog met veel vragen zitten hoe om te gaan met de quotumloze situatie. Voerfabrikant ForFarmers Hendrix ontwikkelde een totaalaanpak waarbij een veehouder op praktische wijze inzicht krijgt in de financiële gevolgen van verschillende keuzes in de bedrijfsvoering.

tekst **Jorieke van Cappellen**

In plaats van je eigen kalveren en pinken aanhouden de jongveefok uitbesteden? Jan Ebskamp, melkveespecialist EXXA bij ForFarmers Hendrix, klikt op de muis en drie staafdiagrammen schieten de lucht in op zijn computerscherm. 'Op dit voorbeeldbedrijf van 100 koeien kun je door de jongveefok uit te besteden op jaarbasis 33.000 euro extra voerwinst behalen', demonstreert hij, en

hij wijst op twee groene staafgrafieken. 'Door de opfok van de 82 stuks jongvee uit te besteden, creëer je op basis van de beschikbare hoeveelheid ruwvoer namelijk ruimte voor 40 melkkoeien extra. Dat levert je jaarlijks bijna 360.000 kilogram meer meetmelk op.' 'Gerekend met de huidige melkprijs van 38 cent en rekening houdend met omzet en aanwas en kosten voor mestaf-

zet, is de extra voerwinst die je op je totale bedrijf behaalt met deze maatregel dus bijna 33.000 euro.' Doordat het aanwezige voer wordt gereserveerd voor enkel melkgevendende koeien, stijgt bovendien de voerefficiëntie op het totale bedrijf. Natuurlijk zal bovenstaand scenario niet voor elk bedrijf de pasklare oplossing zijn. 'Of je kiest voor het uitbesteden van

jongvee of voor een andere maatregel om je bedrijf te optimaliseren, is geheel afhankelijk van je eigen bedrijfssituatie', vertelt Robert Meijer, productmanager melkvee bij ForFarmers Hendrix.

Om melkveehouders te ondersteunen bij het maken van de juiste keuze voor hun bedrijfsstrategie, introduceert ForFarmers Hendrix de totaalaanpak MelkEfficiënt. De totaalaanpak voor het bedrijf rekent met de eigen bedrijfsgegevens en bedrijfsspecifieke kengetallen, zodat verschillende scenario's voor een individueel bedrijf direct kunnen worden doorgerekend. Het berekenen van de scenario's gebeurt door de voeradviseur van ForFarmers Hendrix samen met de melkveehouder.

Consequenties niet duidelijk

Waarom is het juist een voerfabrikant die zich met deze bedrijfsstrategieën bemoeit? 'Onze adviseurs krijgen regelmatig vragen van onze klanten over de te kiezen strategie als het melkquotum straks verdwijnt. En dat gaat verder dan alleen een optimale ruwvoeropbrengst behalen. Vragen als "moet ik nu ook groeien?", "is mijn bedrijf wel klaar voor de toekomst?" of "wat als ik niet kan of liever niet wil groeien?"', zegt Meijer. Hij vervolgt: 'We merken dat bij het nemen van beslissingen op een bedrijf de consequenties en alternatieven vooraf niet altijd duidelijk in beeld zijn. Vaak zijn er meerdere opties mogelijk om bijvoorbeeld de voerwinst te vergroten. Dit hoeft niet per definitie door enkel groei van het bedrijf. En het uitbesteden van jongvee kan voor de buurman misschien wel werken, maar in jouw situatie kunnen andere maatregelen veel rendabeler zijn.'

Focus op beïnvloedbare zaken

MelkEfficiënt richt zich op het verbeteren van de efficiëntie op melkveebedrijven, aldus Meijer. Daarbij wordt gekeken naar afzonderlijke processen op het bedrijf waar de melkveehouder zelf invloed op heeft, het melken, de jongveeopfok en ruwvoerteelt. 'Ook in de toekomst blijven melk- en voerprijzen fluctueren', geeft hij aan. 'Als boer heb je daar nauwelijks invloed op en het is juist belangrijk om je te richten op zaken waar je wel invloed op hebt.'

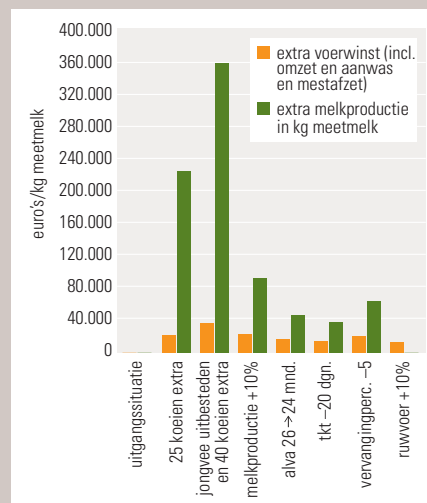
Volgens Meijer is het belangrijk om eerst te zorgen dat het bedrijf technisch goed draait. 'Boeren bouwen steeds groter om straks te kunnen profiteren van het voordeel van schaalvergroting bij een lagere melkprijs. Maar als je alleen groot

Maatregelen voor meer voerwinst

Figuur 1 toont voor het voorbeeldbedrijf de uitgangssituatie (0) en de veranderingen in kilogrammen meetmelk en voerwinst in euro's bij verschillende maatregelen.

Gegevens voorbeeldbedrijf: 100 koeien x 8500 kg melk per koe per jaar = 850.000 kg melk per jaar. 50 ha grond; 80% grasland, krachtvoer: 25 kg per 100 kg meetmelk, gem. afkalfleeftijd vaarzen = 26 maand, tussenkalftijd = 420 dagen, vervangingspercentage = 35%, rantsoenefficiëntie 1,35.

Figuur 1 – Verschuivingen in rendement bij het toepassen van verschillende maatregelen voor een hogere voerwinst



bent en niet efficiënt produceert, kan groei ook juist de kostprijs verhogen.' Jan Ebskamp voegt eraan toe: 'De boeren die het meeste verdienen met hun bedrijf zijn degenen die de meest efficiënte bedrijfsvoering hebben.' Ebskamp grijpt terug naar het voorbeeldbedrijf: 'Dit bedrijf heeft momenteel een jaarproductie van 8500 kilogram melk per koe. Een stijging van de melkproductie per koe met 10 procent levert dit bedrijf een extra voerwinst op van bijna 20.000 euro per jaar.'

Hoe zit het met de kosten van bijvoorbeeld extra arbeid die bij dergelijke aanpassingen komen kijken? Ebskamp: 'Deze zijn niet meegenomen in het model. Wij richten ons hierin vooral op efficiënter voeren en een efficiënter management. Samen met de adviseur moet de melkveehouder ook kijken of de maatregelen ook echt bij zijn voorkeur passen. Hierbij wordt gekeken naar de sterke punten van de melkveehouder. Welke bedrijfsonderdelen heeft hij of zij goed in de vingers en waar haalt hij of zij persoonlijk veel werkplezier uit?'

Rekenen met eigen gegevens

Voor de introductie van MelkEfficiënt liet ForFarmers Hendrix dertig melkveebedrijven in Nederland het afgelopen jaar proefdraaien met de totaalaanpak. Het ging hier om grotere bedrijven met meer dan 150 koeien. 'MelkEfficiënt werd met veel enthousiasme ontvangen', vertelt Jan Ebskamp, die zich specifiek richt op de begeleiding van grote melkveebedrijven. 'Door alle aspecten van het bedrijf, de melkproductie, ruwvoeropbrengsten, mestafzet, jongveeopfok en diergezondheid, mee te nemen

krijgt een boer meteen inzicht in de financiële gevolgen van een bepaalde beslissing.' Ebskamp geeft een voorbeeld: 'Een van de melkveehouders uit deze groep had met zijn bedrijf geen mogelijkheden meer om te groeien en hij maakte zich zorgen over de toekomst. Zou zijn bedrijf wel levensvatbaar blijven? Door in MelkEfficiënt met zijn eigen gegevens te rekenen, kreeg de boer inzicht in de winst die hij kan behalen door onder meer zijn relatief hoge vervangingspercentage op zijn bedrijf terug te dringen. Zo kreeg hij zicht op de mogelijkheden die er nog binnen zijn bedrijf liggen.'

Confronteren met keuzes

De totaalaanpak laat melkveehouders dus de kansen van bepaalde strategieën zien. Robert Meijer: 'Maar het betekent ook geconfronteerd worden met de huidige bedrijfsvoering en de efficiëntie daarvan. Doe ik het wel echt zo goed als ik denk, of laat ik ergens geld liggen?' Groeien met het bedrijf blijkt lang niet altijd dé oplossing, aldus Meijer. 'Als het quotum wegvalt in 2015, zegt het saldo per liter melk niet zo veel meer. Het gaat vooral draaien om het saldo per koe of per koeplaats.'

Maar boeren weten dat toch eigenlijk wel? Meijer: 'Zeker weten ze dat, maar het vraagt wel een omslag in denken. In het quotumtijdperk werden de opbrengsten na verbetering in het veemanagement vaak afgeroomd door de quotumkosten. Dat wordt na 1 april anders. Goed ondernemerschap en diermanagement op het melkveebedrijf gaat vanaf 2015 echt beloond worden, het is belangrijk om je daar nu al op voor te bereiden.'