

Wat wordt de kleur van jouw melk?

Jelle Zijlstra - melkveehouderij-econoom Wageningen Livestock Research



Hoe gaat het verder?



Wat wordt de kleur van jouw melk?

1. Maatschappij
2. Voedingsmarkt / trends zuivel
3. Wat betekent dit voor NL Zuivel?
4. Ondernemerschap melkveehouder 2.0
5. Waarom is veranderen zo ingewikkeld?
6. Conclusies

Wat wordt de kleur van jouw melk?

1. Maatschappij

2. Voedingsmarkt / trends zuivel
3. Wat betekent dit voor NL Zuivel?
4. Ondernemerschap melkveehouder 2.0
5. Waarom is veranderen zo ingewikkeld?
6. Conclusies

Politiek staat op scherp als het om de melkveehouderij gaat



▲ © DIRK HOL

D66 botst met CDA en VVD over drijfmestverbod



ENRICE

NIHAL

ERTAN

Tony & Craig
12-9-12

TOTO
1200
1200
1200

CCD

KATE
WAY

8-12

15.0





@focusgroningen



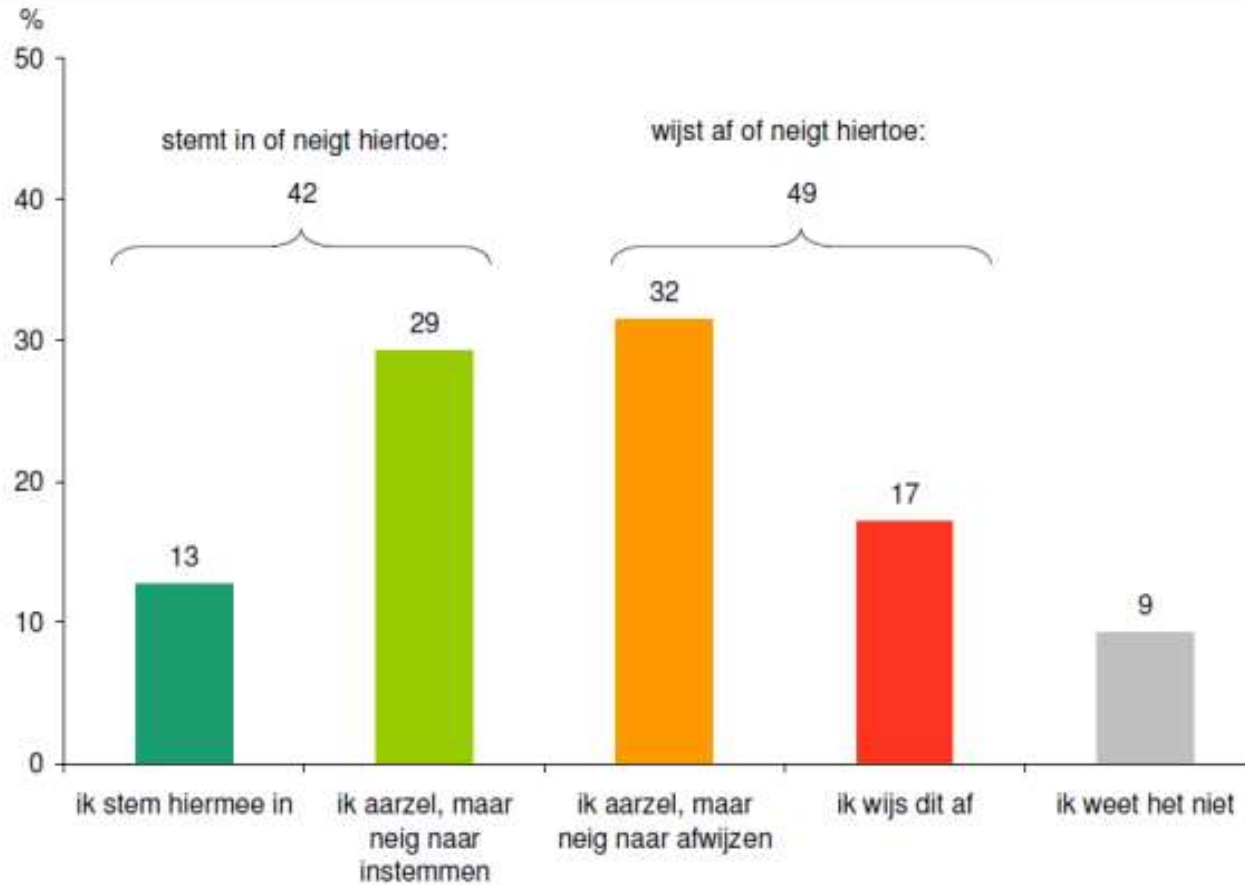


**NON AUX
USINES À VACHES**
MANIFESTATION
LE 03 MARS À PARIS



Vóór of tegen megastallen?

Als u alle voors en tegens tegen elkaar afweegt, wat vindt u dan van het toestaan van megastallen
(n=1.090)





大
安主業迎歡
地曷大
統電話 110227993

仙跡岩
SAINT'S ALP TEAHOUSE

KK 餐廳 酒吧
ub & cafe

家旌居食屋

女人街 歡迎您
Ladies Market
旺角的女人街へようこそ

BE PUP & CAFE

寶島

KK 餐廳 酒吧

7
12

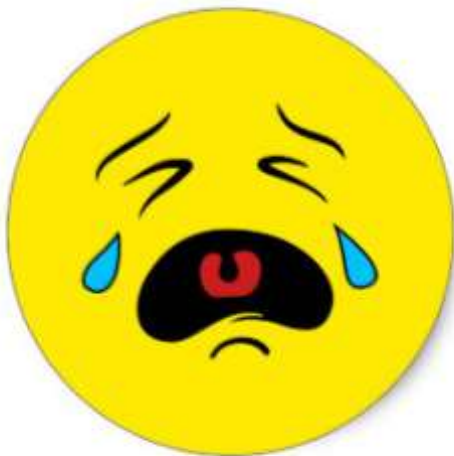
房藥西
冊高
草藥之

De beren op de weg:

- Bedrijven compleet op slot
- Groei kun je nu helemaal vergeten
- We mogen niks meer
- Ze pikken ons hier niet meer
- Zuiveloverschotten en lage prijzen
- Handelsboycotten en -belemmeringen

Situatie anders bij:

- Banken?
- Autofabrikanten?
- Geneesmiddelenfabrikanten?
- Grootwinkelbedrijven?
-
-



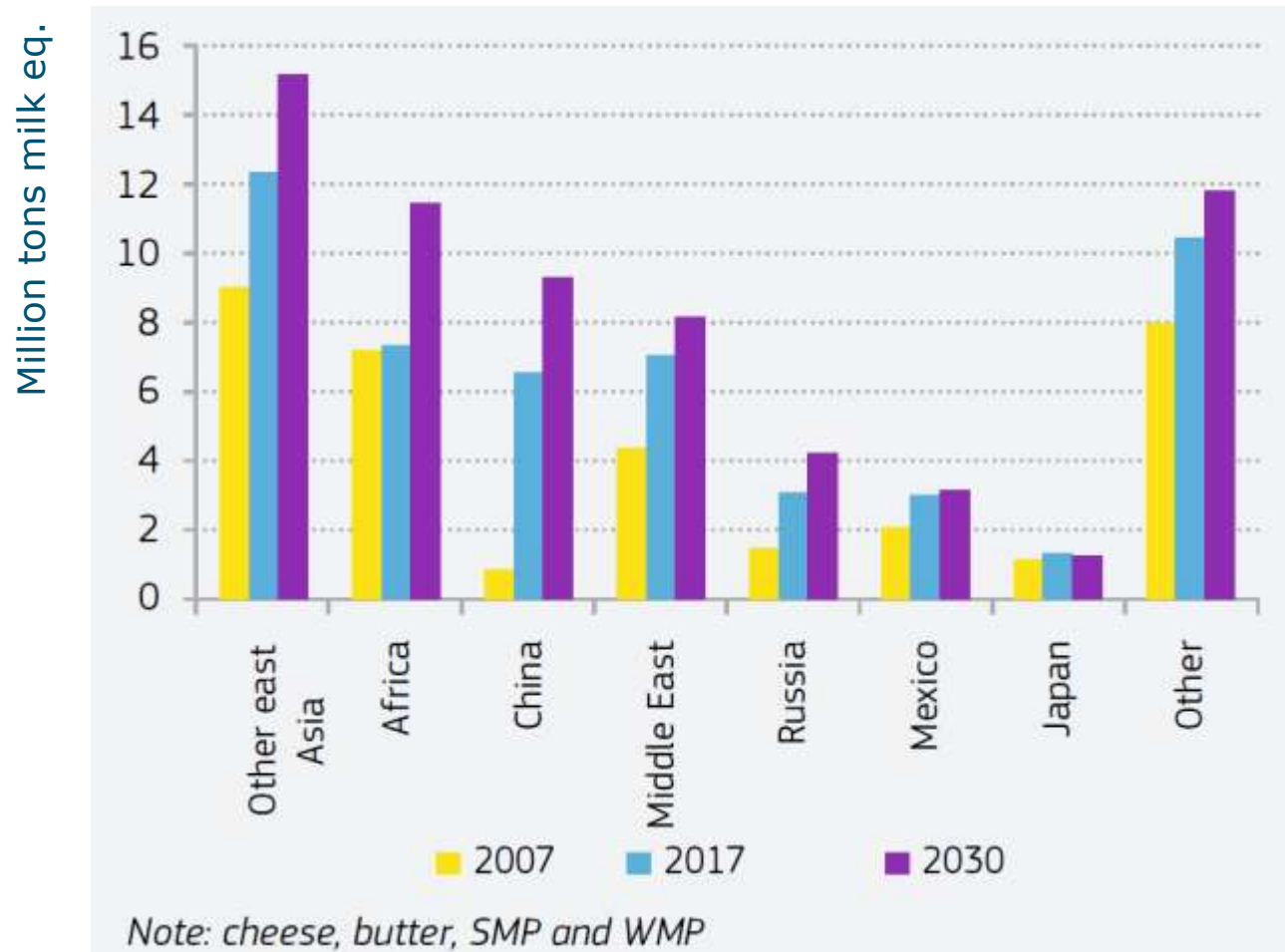
of



Wat wordt de kleur van jouw melk?

1. Maatschappij
- 2. Voedingsmarkt / trends zuivel**
3. Wereldhandel
4. Wat betekent dit voor NL Zuivel?
5. Ondernemerschap melkveehouder 2.0
6. Waarom is veranderen zo ingewikkeld?
7. Conclusies

Internationale zuivelmarkt: Azië en Afrika belangrijkste importeurs



Groei in babyvoeding in opkomende economieën



Snelle groei in voeding voor sporters



Gezond ouder worden



Medische voeding met hoge nutriëntendichtheid



- Vroeggeboren baby's
- Ouderen
- Ondervoeding
- Lifestyle ziekten

Verbeter darmgezondheid met yoghurt



Trends retail: lokale producten



Trends algemeen: smaak en gemak



Veganistische producten / Dairy free



Concurrentie met sojamelk?



Argumenten
consumenten voor
sojamelk:

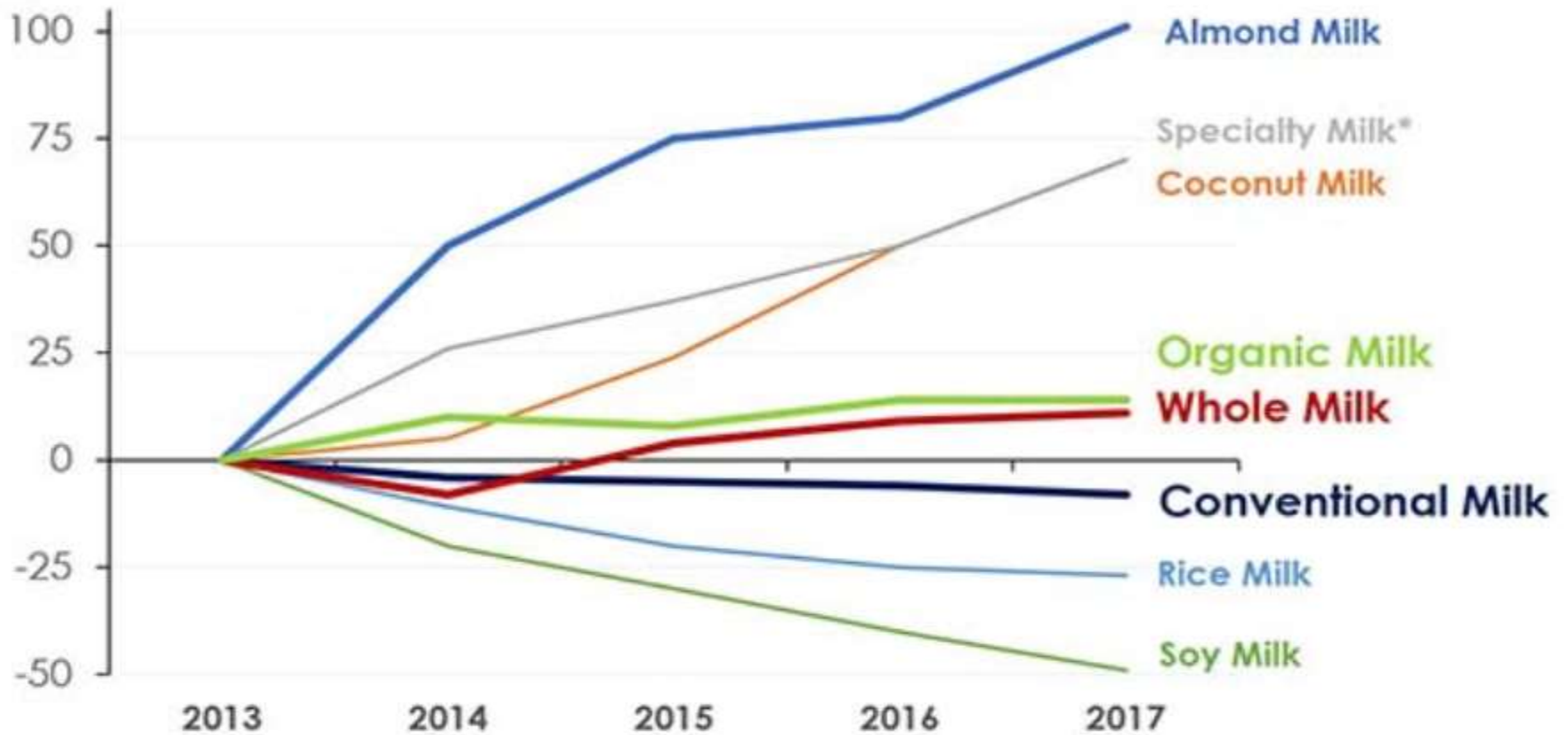
- Lactose intolerantie
- Melk allergie
- Vega leefstijl
- Minder milieubelasting

Sojamelk is beste vervanging van melk op basis van voedingswaarde:

- Melk is hoger in calcium per kcal (1.9 vs 0.6)
- Soja is vergelijkbaar in vitamines en mineralen

Source: McGill University Canada

Verandering in consumptie vloeibare "melk-"producten VS



PLANT
NIEUWE

PLANTEN ZIJN DE
NIEUWE KOEIEN



NIEUW: 100% PLANTAARDIGE DRINKS

Planten zijn de nieuwe koeien. Ze stoten minder CO₂ uit en de zaden zijn een bron van omega 3. Daarom hebben we er bij Becel nu ook lekkere drinks van gemaakt. Rijk aan calcium en de helft minder suiker dan koemelk. Verkrijgbaar bij Jumbo (choco en vanille zijn verkrijgbaar vanaf september).

Van margarine terug naar boter!



Zuivel: bescheidener rol in schijf van vijf



Richtlijnen Voedingsraad Zuivel 2015

Tabel 3 Conclusies uit achtergronddocumenten die leidend zijn voor de richtlijn over zuivel

Zuivel	Cohortonderzoeken	
Blootstelling	Diabetes	Darmkanker
Totaal zuivel		400 g/d -15%
Melk		per 200 g/d -10%
Yoghurt	≥60 vs. <10 g/d -15%	
Calciumsupplementen ^a		300 mg/d -10%

||||| *gunstig verband*

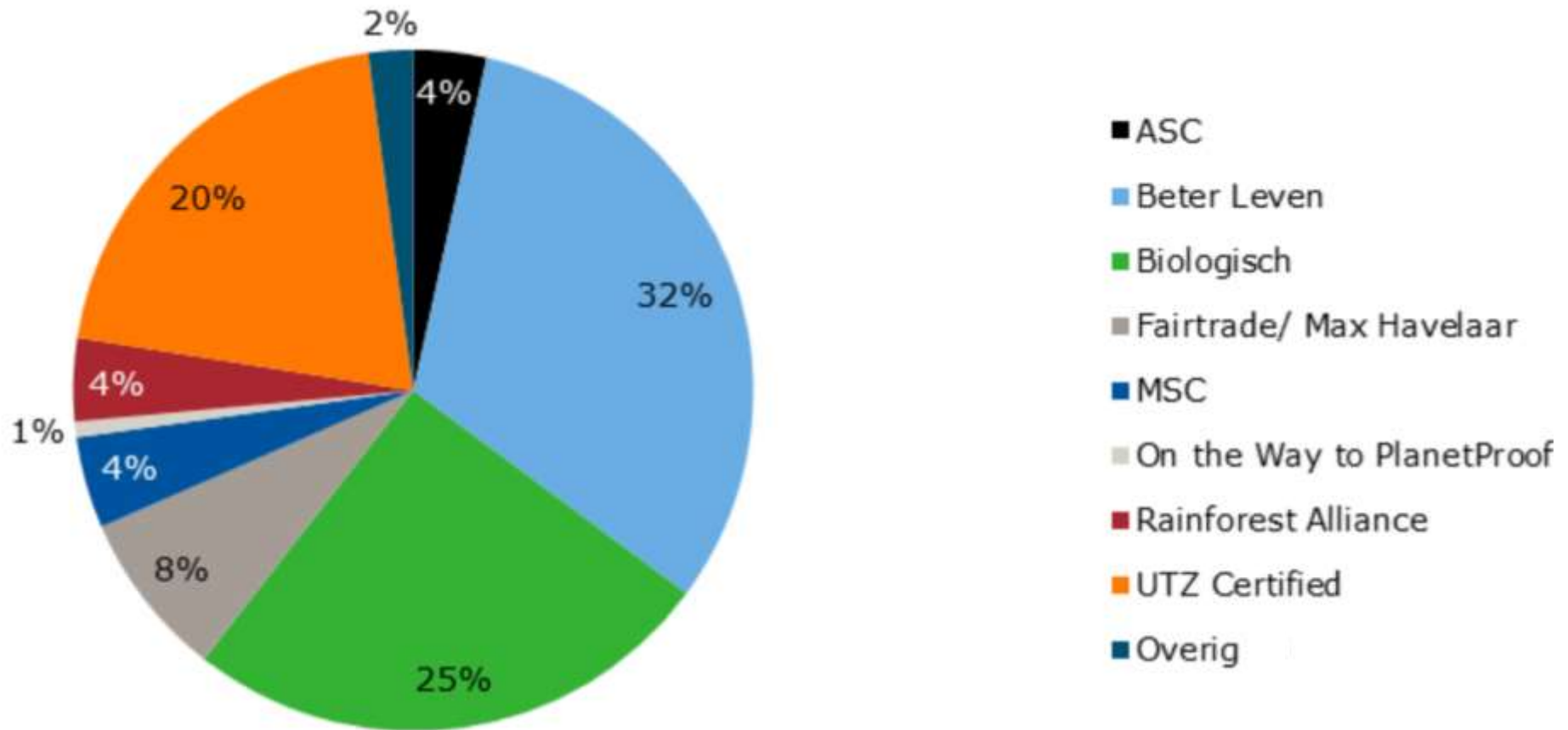


a. De verbanden uit cohortonderzoek ten aanzien van calciumsupplementen worden hier vermeld, omdat deze betrekking hebben op hoeveelheden die met een normale zuivelconsumptie worden bereikt. Dat maakt deze bevinding relevant voor zuivel. In Nederland is 58 procent van de calciuminname afkomstig uit zuivel.²⁴

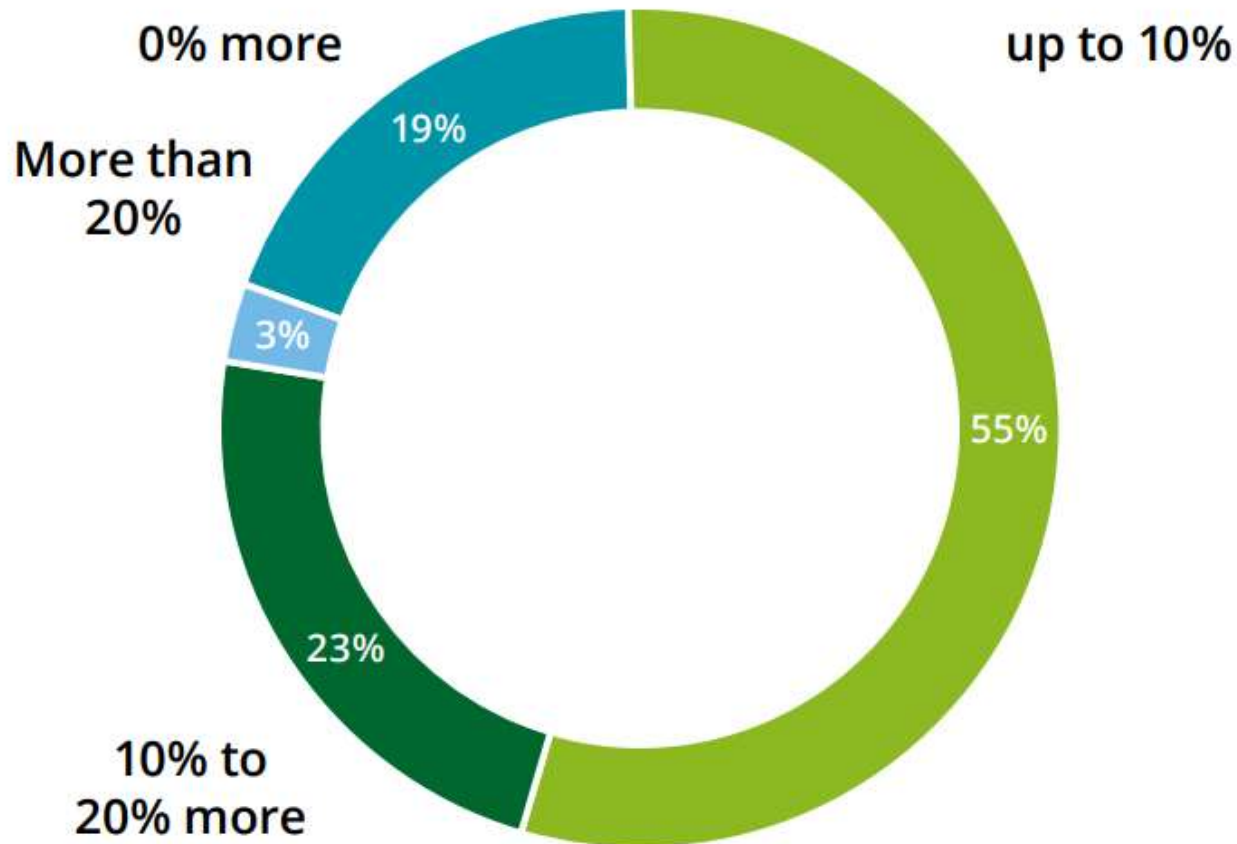
Keurmerken ondersteunen duurzaamheidsgaranties



Aandeel van keurmerken in NL duurzaamheidsmarkt



Hoeveel willen consumenten extra betalen voor een gezondere versie van een product?



Source: Deloitte's 2015 American Pantry Study (US Consumers)

Conclusies trends maatschappij en voeding

Kansen voor nieuwe zuivelproducten:

- Duurzaamheid
- Gezondheid
- Keurmerken / transparante info
- Bereidheid om meer te betalen
- Veel verschillende klantsegmenten: diversiteit in behoeften

Trends en behoeften zijn 'gratis R&D' rond marktkansen

Grote behoefte aan nieuwe soorten melk!

Voor welke segmenten consumenten gaan NL melkveehouders melk produceren?

Opkomende economieën: meer melk nodig!



China: grote honger naar zuivel



Conclusies internationale kansen NL melk

Goede toegang tot internationale handelskanalen:
volop kansen voor vernieuwende zuivelproducten



琳琳易购 港版子母全脂奶粉

3岁以上人群
全脂高钙
家庭装2500克

2500克 家庭装
100% 荷兰奶源
DUTCH LADY
Purefarm
子母天然纯牧
荷兰全脂奶粉 - Instant Full-Cream Milk Powder
琳琳易购
linlinetaste

包邮

荷兰奶源

Wat wordt de kleur van jouw melk?

1. Maatschappij
2. Voedingsmarkt / trends zuivel
- 3. Wat betekent dit voor NL zuivel?**
4. Ondernemerschap melkveehouder 2.0
5. Waarom is veranderen zo ingewikkeld?
6. Conclusies

Wat betekenen de marktvooruitzichten voor NL zuivel?

Kansen:

- Duurzame zuivel
- Speciaal-producten afgestemd op doelgroepen

Concurrentie zit uiteraard ook niet stil!



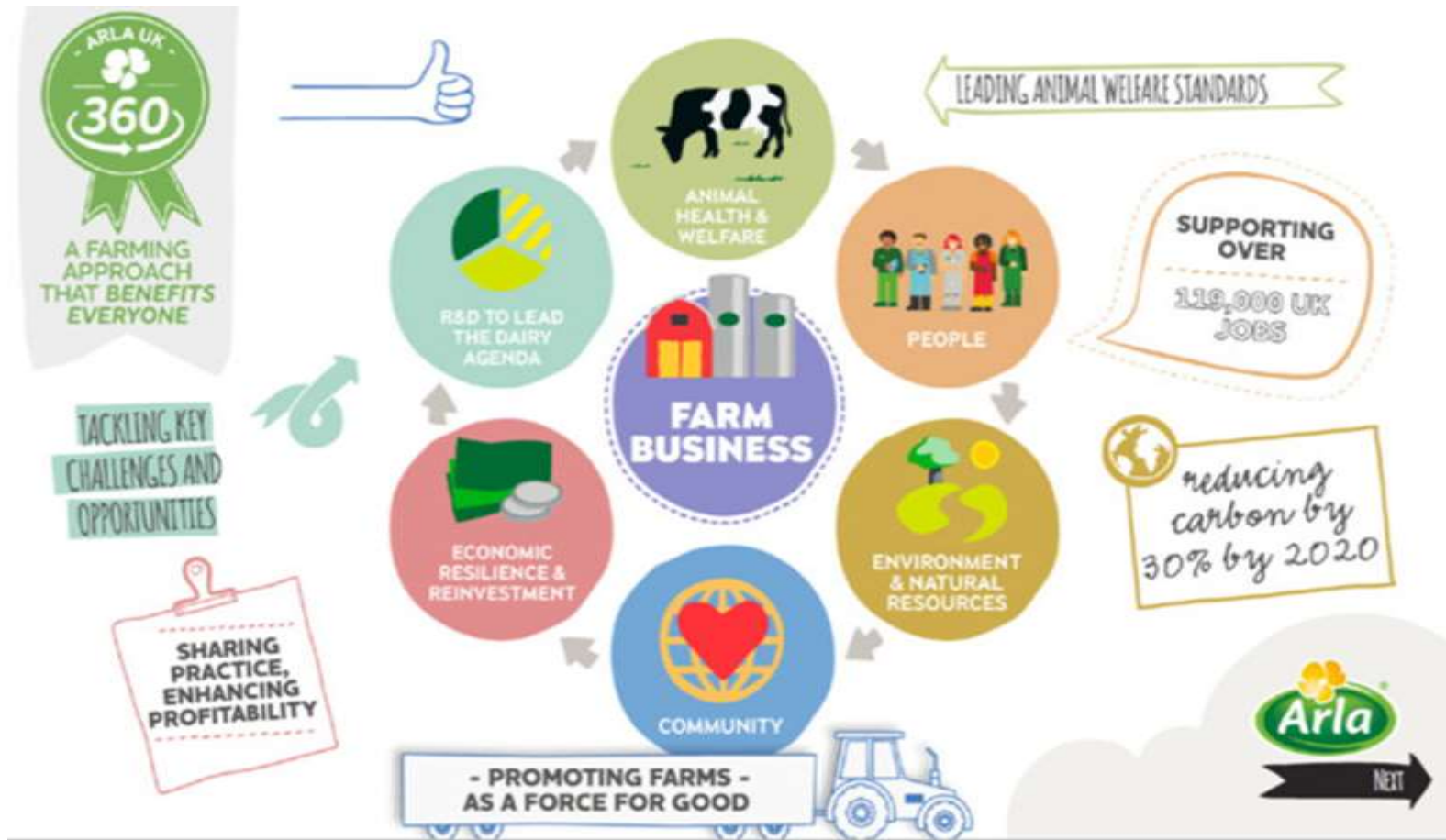
**Working
with nature**

Sustainability
Charter





Arla UK 360





Care for the environment and animal welfare

From international climate summits to renewable energy and healthy cows. At Arla we address a wide range of environmental and agricultural issues. And our goal is always the same – to work consistently towards reducing our environmental and climate impact, and maintaining high animal welfare standards.

Nachhaltigkeitsstrategie DMK 2020



Bis 2020 wollen wir Nachhaltigkeit in fünf Bereichen mit je vier Aktionsfeldern und insgesamt 60 Zielen bei der DMK GROUP voranbringen.



MILCH

Unser Anspruch

Wir übernehmen Verantwortung für unsere Milchprodukte.

Aktionsfelder

Wertschöpfung

Qualität

Produktsicherheit

Verpackung



LANDWIRTSCHAFT

Unser Anspruch

Wir verbessern die Lebensbedingungen unserer Kühe und reduzieren deren Umwelteinflüsse.

Aktionsfelder

Kuhkomfort

Tiergesundheit

Futteranbau

Fütterung



UMWELT

Unser Anspruch

Wir verbessern die Umweltbilanz an unseren Standorten.

Aktionsfelder

Energie

Wasser

Abfall

Logistik



TEAM

Unser Anspruch

Wir setzen uns gemeinsam für den langfristigen Erfolg jedes Einzelnen und von DMK ein.

Aktionsfelder

Zufriedenheit

Bildung

Vielfalt

Ehrenamt



GESELLSCHAFT

Unser Anspruch

Wir fördern die Regionen, in denen wir tätig sind.

Aktionsfelder

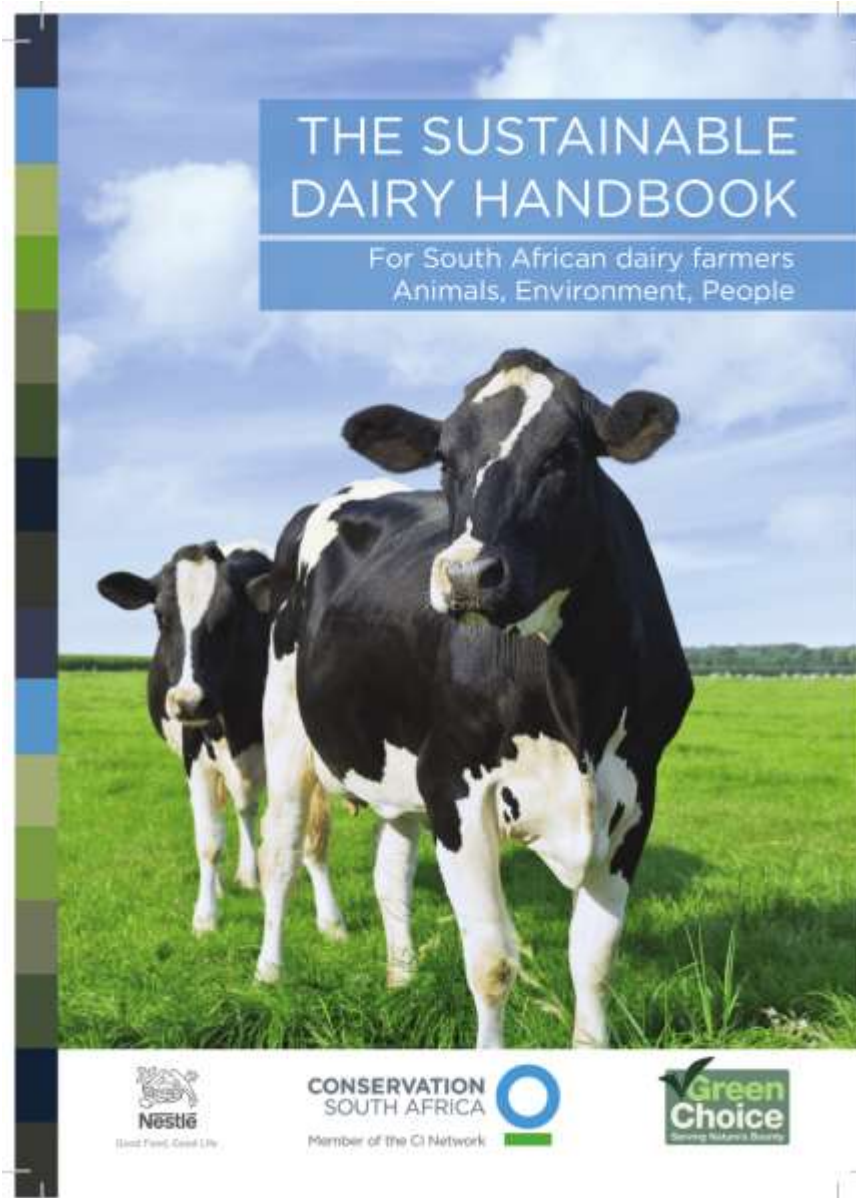
Dialog

Milchkompetenz

Forschung

Engagement

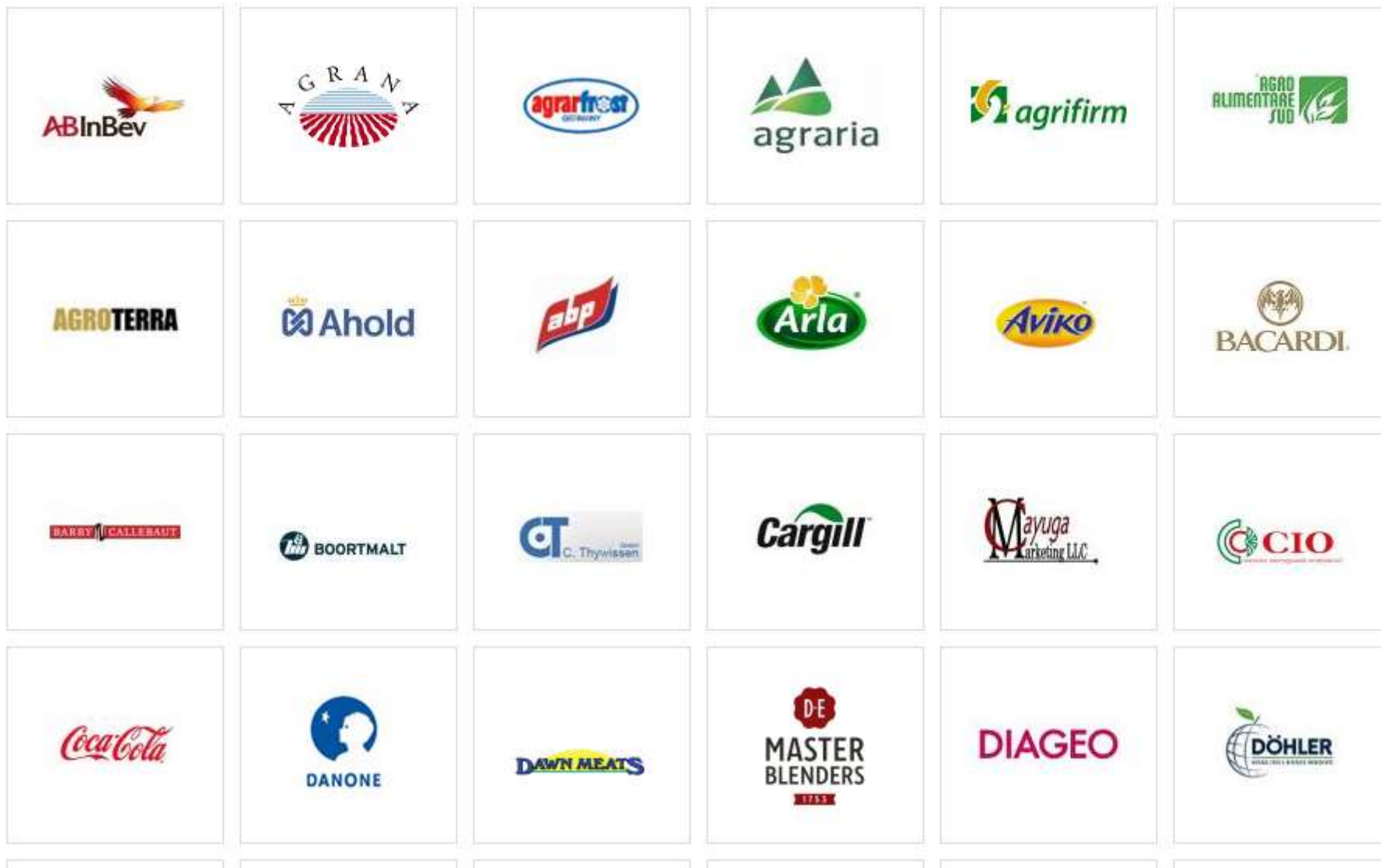
Duurzaamheid: ook in opkomende economieën



SAI Platform Members

Sustainable Agricultural Initiative Platform

Active Members



60 multinationals werken wereldwijd samen aan verduurzamen van agrarische productie



Wat betekent topkwaliteit zuivel produceren in deze tijd?



Het nieuwe melkveebedrijf NL: melk met meerwaarde



Stelling

Veel NL melkveehouders hebben moeite om te produceren voor het **duurzame marktsegment** omdat ze zelf niet in dat consumentensegment zitten





WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH



100years
1918 — 2018







Meer rendement uit gras door slimmer te beweiden



Mest efficiënt benutten en bodemvruchtbaarheid verbeteren



Waar accenten leggen bij werken aan biodiversiteit?

Bedrijfsvoering melkveebedrijf

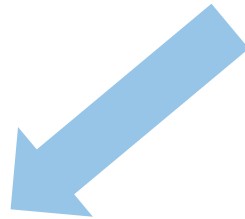


Biodiversiteit op eigen bedrijf



heeft invloed op

Biodiversiteit verder weg



Biodiversiteit in nabije omgeving

Biodiversiteit: nog volop ruimte voor vernieuwers



Duurzaamheidsmarkt ontwikkelen

1. Productiewijze doet er toe
2. Gerichter produceren voor klantsegmenten die meerwaarde (duurzaamheid) waarderen
3. De markt is boordevol uitdagingen:
samenwerking met verwerker en winkelbedrijf
nodig om duurzame markt te bedienen

Ontwikkel duurzaamheidsmarkt en vernieuw de sector!

Wat wordt de kleur van jouw melk?

1. Maatschappij
2. Voedingsmarkt / trends zuivel
3. Wereldhandel
4. Wat betekent dit voor NL Zuivel?
- 5. Ondernemerschap melkveehouder 2.0**
6. Waarom is veranderen zo ingewikkeld?
7. Conclusies

Ondernemerschap 1.0

1. Ondernemerschap

3. Omgaan met prijsfluctuaties

2. Optimaliseren en groeien met rendement

Bedrijf

5. Personeel, automatisering, uitbesteden?

4. Hoe duurzaamheid invullen?

Ondernemerschap 2.0: hoe beter inspelen op de markt die ik wil bedienen?



Hoe jouw visie op marktwensen omzetten in een renderend melkveebedrijf?

Wat wordt de kleur van jouw melk?

1. Maatschappij
2. Voedingsmarkt / trends zuivel
3. Wereldhandel
4. Wat betekent dit voor NL Zuivel?
5. Ondernemerschap melkveehouder 2.0
- 6. Waarom is veranderen zo ingewikkeld?**
7. Conclusies

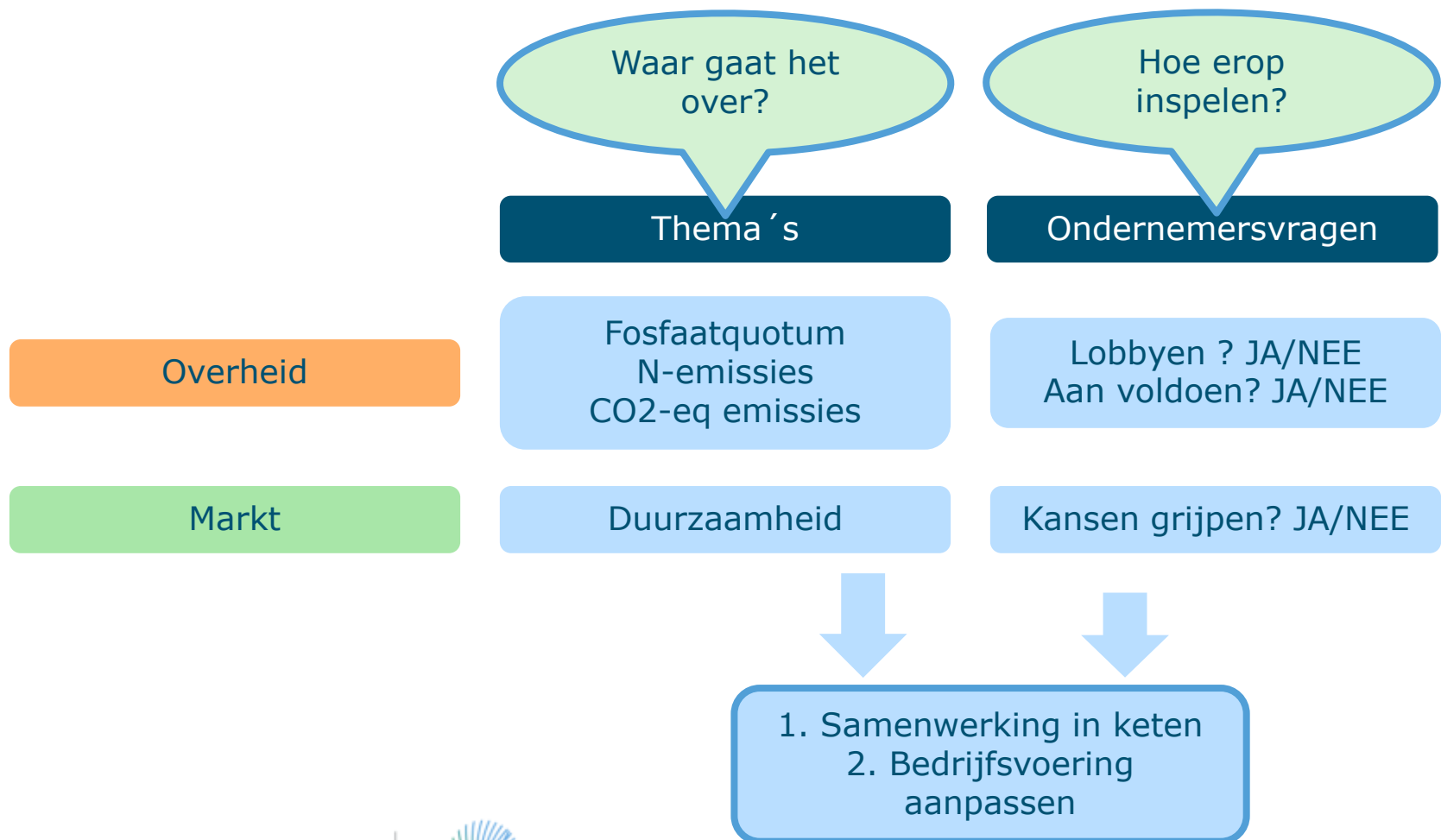
Verwarrend krachtenveld



**Alles wordt anders.
Wat is jouw beeld van
wat er gaande is?**



Verwarrend krachtenveld kan leiden tot negativiteit en passiviteit



Boeren over wel of niet inspelen op markttrends zuivel

- *Het is allemaal pure flauwekul*
- *Het einde wordt: voor hobby 1 koe per ha en vaste baan bij deze club als controleur*
- *Hoe hou ik mijn bedrijf onzin- en flauwekulproof?*
- *Er is maar één paar procent nodig voor de elite. De rest wil bulk.*
- *Van het gezonde verstand van Cono hoeven we dus ook niks meer te verwachten*
- *Duurzaamheidsgezeik zonder echte vergoeding*
- *Komen een hoop stoppers van*
- *We verliezen de concurrentie met het buitenland*

Veranderen moeilijk?

Ja, wanneer je:

- andere visie hebt op de toekomst
- niet de meerwaarde ervan ziet
- niet eens bent met de redenen waarom
- niet meer voor rede vatbaar bent
- cynisch bent
- jouw naasten het niet steunen
- het niet kunt, om wat voor reden dan ook

*Terechte redenen? Dan niet veranderen en
.....gewoon doorgaan met!?*

Stelling

Je blijft alleen met plezier melken
wanneer je ook de trends in
voeding en zuivel volgt

Wat wordt de kleur van jouw melk?

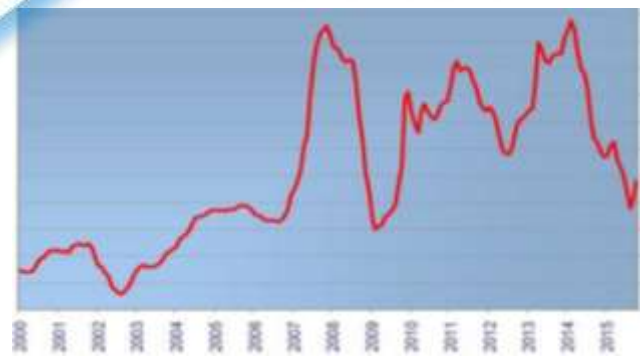
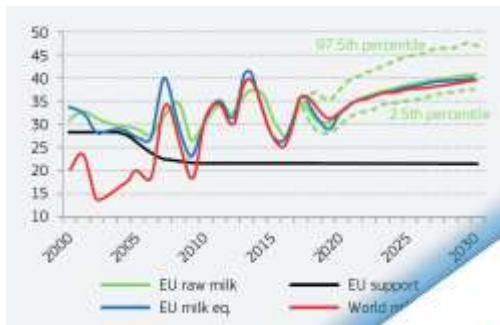
1. Maatschappij
2. Voedingsmarkt / trends zuivel
3. Wat betekent dit voor NL Zuivel?
4. Ondernemerschap melkveehouder 2.0
5. Waarom is veranderen zo ingewikkeld?
- 6. Conclusies**

Geloof in de toekomst van de NL melkveehouderij?



JA

TWIJFELS



Ja, werken we aan, doen we al 30 jaar



Te koop
€ 60.000,- per ha

Het nieuwe melkveebedrijf NL: melk met meerwaarde



Melkveehouder van de toekomst

Visie op trends in melkmarkt en voeding

Hogere melkprijs = melk met meerwaarde

Weet steeds opnieuw meerwaarde op bedrijf te organiseren

Innoveert met ketenpartners

Overlegt 2x per jaar met accountmanager zuivel: hoe gaan we samen innoveren?

Ondernemerschap + samenwerking

Wat wordt de kleur van jouw melk?

1. Op welk **marktsegment** ga jij je richten?
2. Welke **bedrijfsvoering** hoort bij dit segment?
3. Wie zijn jouw **ketenpartners** die helpen markt te bereiken?
4. Wat betekent het voor de **marge** per kg melk?
5. Kunnen de partners **blijvend** zorgen voor **vernieuwing** in de markt?

Hoe inspelen op de markt binnen coöperatie versnellen? De pluriforme coöperatie!

1. Voor ieder **klantsegment** aparte groep melkveehouders (leden) die zich daar actief op richt
2. Meer **commerciële zelfstandigheid** van die groepen binnen de coöperatie
3. Binnen groepen **afspraken** over samenwerking:
 - Wijze van productie / kwaliteit
 - Hoeveelheid melk en melkprijs
 - Innovaties met oog op toekomst

*De **pluriforme coöperatie** voorkomt dat leden met verschillende toekomstvisies elkaars toekomst in de weg zitten*

Ondernemerschap 2.0 = deze twee verbinden



The image features a vibrant blue background filled with various dynamic splashes and pours of white milk. The splashes are captured in mid-air, showing intricate patterns of droplets and ripples. Some splashes are circular, while others are more irregular. A thick stream of milk is shown pouring from the top right corner, creating a large splash at the bottom right. The overall composition is energetic and visually appealing, emphasizing the fluidity and texture of the milk.

Wat wordt de kleur van jouw melk?

Aanvullend lesmateriaal

1. Duurzame melkveehouderij

Plomp, M., G. Doornewaard en J. Zijlstra, Lesmateriaal over “Duurzame melkveehouderij” voor MBO, December 2018, Wageningen Livestock Research and Wageningen Economic Research, Wageningen

<https://edepot.wur.nl/471070>

2. Ondernemerschap in de melkveehouderij

Zijlstra, J., J. Brolsma, M. van den Hoven-Huiskes en S. Mulder, Praktijkopdrachten ondernemerschap melkveehouderij – Lesmateriaal voor het MBO, December 2018, Wageningen Livestock Research, Wageningen,

<https://www.groenkennisnet.nl/nl/groenkennisnet/show/Praktijkopdrachten-ondernemerschap-melkveehouderij-voor-MBO.htm>

Hoeveel broeikasgas veroorzaakt het kopen van...

Geschatte uitstoot voor enkele consumptiegoederen en activiteiten, in kg CO₂-equivalent.

Consumptie-uitstoot van een gemiddelde Nederlander:
±46 kg CO₂-eq. per dag

