

Biologisch is geitenwollen sokkenimago ontgroeid

De markt voor biologische zuivel is het afgelopen jaar met 40 procent gegroeid. Voor ruim 10.000 melkvee-houders in Nederland is omschakelen financieel interessant, aldus ketenmanager Maurits Steverink van het convenant Marktontwikkeling Biologisch. “Te weinig ondernemers denken serieus na over het halen van meer opbrengsten naast het beheersen van de kosten. Benader biologisch als kans in de markt en zie het als een alternatief voor de lagekostenstrategie die na 2015 gaat heersen.”

Alice Booij

Waarom schakelen er zo weinig melkveehouders om naar biologische landbouw? Ketenmanager Maurits Steverink vraagt het zich af nadat hij uitgebreid onderzoek deed naar de ontwikkelingen in de biologische sector. “De markt groeit, het is nu een goede tijd om als melkveehouder in te stappen.” Ook keek hij kritisch naar het type bedrijf waarvoor omschakelen lonend zou kunnen zijn. “Voor grofweg de helft van de Nederlandse melkvee-houders is het interessant.”

Voor 45 procent interessant

Een studie van het LEI, uitgevoerd in 2010, toont aan dat biologische melkveehouderij voor veel bedrijven een alternatief is. Daarbij legt het LEI de grens voor financieel aantrekkelijk omschakelen bij bedrijven die minder dan 13.000 kilo melk per hectare melken. Bij deze bedrijven weegt de meeropbrengst vaak op tegen de hogere ver-

kosten. Daarbij is ook voor bedrijven die met een gedeelte van hun oppervlakte voldoen aan de natuurdoelstellingen omschakelen interessant omdat deze grond al bijna biologisch beheerd wordt. In totaal komt het LEI uit op 45 procent van alle melkveebedrijven. Bij een grens van maximaal 10.000 kilo melk per hectare valt 11 procent van de bedrijven in de categorie interessant voor omschakelen. Steverink concludeert met deze cijfers dat het potentieel in Nederland voor biologische zuivel tussen 1,2 en 5 miljard kilo melk ligt. “Dat is 8 tot 36 keer meer dan het volume aan biologische melk dat er momenteel wordt geproduceerd. Kortom 11 tot 45 procent van de totale melkaanvoer.” Slag om de arm bij deze berekening is het geschatte aantal bedrijven dat de komende jaren zal stoppen. Het LEI voorspelt dat in 2025 65 procent van de bedrijven is opgehouden met het melken van koeien, vergeleken met 2009. Dat zou voor bovenstaand potentieel betekenen

dat er in 2025 toch nog vierduizend bedrijven overblijven waarvoor de biologische bedrijfsvoering interessant is: goed voor 1 tot 5 miljard kilo melk.

Biologisch = strategiekeuze

Steverink geeft aan dat melkveebedrijven het omschakelen naar biologisch zouden moeten meenemen in hun strategiekeuze. “Je weet dat na 2015, wanneer het quotum eraf is, er een strengere kostprijsstrategie gaat heersen. Je moet dan uitblinken in kostprijs om zo de wereldmarkt te kunnen bedienen, want dit is het dominante concept dan.” Biologisch is een alternatief. “Als je niet aan de wedloop voor enkel de laagste kostprijs mee wilt doen, kun je het ook als een uitdaging zien om meer uit de opbrengst van de melk te halen. Bij biologisch krijg je een melkprijs die 8 tot 9 cent hoger ligt, aldus Steverink die verbaasd signaleert dat het onderwerp omschakelen geen item is dat melkveeouders met elkaar bespreken. “Raar eigenlijk, juist de melkveehouderij moet er nu over praten en nadenken.” En dus ook de adviseur van melkveeouders. “Het is eigenlijk dezelfde afweging als wel of niet robotmelken. Benader het puur zakelijk: biologisch is een ander marketingconcept waar structurele vraag naar is, wereldwijd.” De biologische markt is veranderd, vindt Steverink. “Het was een niche markt, gericht op een specifieke doelgroep met specifieke boeren,

Tabel 1

| Potentieel aanbod zuivel in Nederland | | | |
|---------------------------------------|------------------|--------------------------|------------------|
| Zuivel Nederland 2009 | Aantal bedrijven | Volume melk (miljoen kg) | Volumepercentage |
| Biologisch | 321 | 140 | 1% |
| Totaal Nederland 2009 | 19.891 | 11.290 | 100% |
| Potentieel Biologisch 2009 | Aantal bedrijven | Volume melk (miljoen kg) | Volumepercentage |
| Extensief < 13.000 kg per ha | 10.516 | 5.085 | 45% |
| waarvan met natuurbeheer | 2.179 | 1.220 | 11% |
| Extensief < 10.000 kg per ha | 3.697 | 1.275 | 11% |
| waarvan met natuurbeheer | 842 | 367 | 3% |

verwerkers en verkoopkanaal. Maar ondertussen is biologisch steeds vaker een onderdeel van A-merken en dus ook heel stabiel in de afzet. “Met name de melkveehouderij maakt een groeispurt door. Dat ligt in de lijn der verwachting als je de levenscyclus van biologische producten ziet.” Hij ziet het bij Arla, aan de afzet van Boerenland-zuivel en zelfs bij de Lidl ligt al standaard biologische kaas in het schap. “Biologisch is het geitenwollensokken imago ontgroeid. Het is puur natuur ambacht, goed te vermarkten, consumenten vragen erom en het past bij de huidige tijdsgeschiedenis.” Ook in andere Europese landen ziet hij dat de biologische ontwikkeling harder is gegaan dan in Nederland. “In Denemarken zijn ze al vijftien jaar eerder gestart met het vermarkten van biologisch, daar wordt van de zuivel al 30 procent biologisch verkocht. In totaal verwerken ze in Denemarken 600 miljoen kilo biologische melk. In Nederland gaat het om 130 tot 150 miljoen kilo.”

Bodemgesteldheid is bepalend

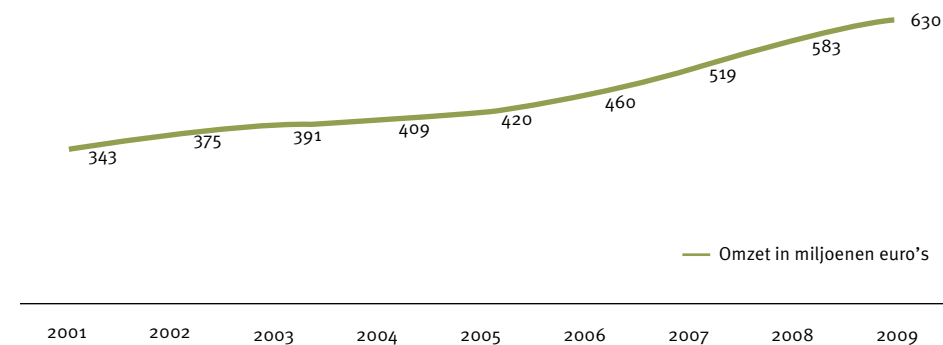
Geen kunstmest, geen bestrijdingsmiddelen; het betekent meer uitdagingen voor de ondernemer, weet ook Steverink. “Je hebt als ondernemer geen handvatten meer om te corrigeren. Het komt aan op sterk dier- en graslandmanagement, zeg maar het boerenavankmanschap ten voeten uit.” De meerprijs hebben melkveeouders nodig om de extra kosten van bijvoorbeeld duurder krachtvoer goed te maken.” De bodemgesteldheid is de bepalende factor bij meer winstgevend-

heid. “Bij zandgrond is dat het moeilijkst, bij klei en veen is het omschakelen makkelijker door een betere ruwvoerproductie.” Voor bedrijven die gaan omschakelen geeft hij de tip dat september de gunstigste periode is. “De wintermaanden zijn eigenlijk ‘gratis’ omschakeltijd. Alleen het laatste halfjaar van de omschakeling ga je biologisch krachtvoer gebruiken.” Biologisch is een manier van boeren die bij veel melkveeouders past, denkt Steverink. “Het werk past bij de cultuur van de melkveehouderij en de passie van de ondernemers. De andere kant is de kostprijsstrategie en dan moet je uiteindelijk bereid zijn duizend koeien te melken, jaarrond op te stallen en met personeel te werken. Je moet als boer nu je strategie kiezen hoe je je bedrijf klaarstoomt voor de toekomst en waar de uitdaging als ondernemer voor je ligt.”

Voor meer informatie: www.biologischondernemen.nl

Figuur 1

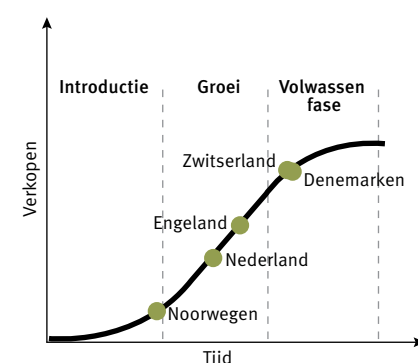
Omzet biologisch in Nederland



(Bron: Task Force MBL)

Figuur 2

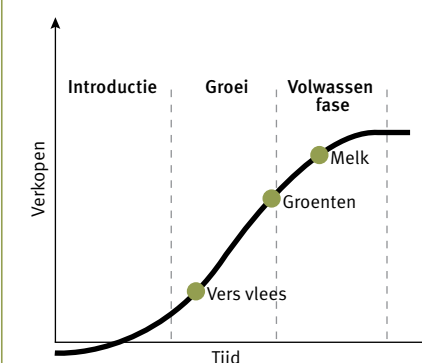
Levenscyclus biologisch in verschillende landen



(Bron: Coop Denemarken)

Figuur 3

Levenscyclus biologische productie-groepen



(Bron: Coop Denemarken)