

In de glazen bol kijken: toekomstvisie op de geitensector

De redactie van Geitenhouderij heeft zes prominente spelers in de geitensector gevraagd om in de glazen bol te kijken en hun toekomstvisie te geven op de melkgeitenhouderij. Blijft de bol heel in hun beleving of valt hij in scherven uiteen?

Frank de Vries

Jeannette van de Ven
voorzitter LTO Melkgeitenhouderij

“Samenwerking, hét zwakke punt van de sector, moet nu echt snel worden opgepakt. Van hard werken en ‘ieder voor zich’ naar slim samenwerken. Dit is nodig om de veel te lage opbrengstprijs te verbeteren. Daarnaast is meer dialoog met de samenleving nodig om de sector maatschappelijk geaccepteerd te houden. Zonder draagvlak vanuit de consument is er echt geen sector mogelijk in de toekomst. LTO wil bijdragen aan innovatie en toegevoegde waarde van producten. Daarnaast moeten we minder afhankelijk worden van afzet van melk naar het buitenland.”

Cees Verstijnen
algemeen directeur Amalthea van Dijk

“We moeten nog meer toegevoegde waarde gaan bieden om zo onze afhankelijkheid van de melkhandel te verkleinen. Laten we alle zultjes in de sector weghalen en ons meer gaan richten op het algemene belang van de sector. Er is een goede toekomst voor de

middelgrote geitenbedrijven; te groot kan de toets van maatschappelijk draagvlak niet doorstaan en te klein heeft geen bedrijfseconomische perspectieven. Er zijn nog mooie dingen mogelijk in het schap van de winkels: de specifieke fantastische producteigenschappen worden nog lang niet volledig benut.”

Dagna Hoogkamer
persvoorlichter Albert Heijn

“Voor AH is sinds 2005 groei ingezet in het schap van geitenzuivelproducten. De consument heeft aangegeven dat hij de smaak van kaas, yoghurt en melk op prijs stelt. Daarom wordt een verdere groei voorzien in de verkoop van deze producten. De consument koopt geitenproducten vaak om gezondheidsredenen, zoals allergieën. Maar ook omdat het lekker smaakt in salades of als



Wat brengt de toekomst?

hapje bij de borrel. Uiteindelijk bepaalt de klant de verdere groei in het schap.”

Daan Dercksen
was 21 jaar specialist kleine herkauwers bij de Gezondheidsdienst voor Dieren en is momenteel national veterinary manager bij Pfizer

“De grootste uitdaging voor de sector is nu eens proberen een redelijke boterham te gaan verdienen. Er is een veel te hoge hoge ‘turn-over’ in de geitenhouderij en dat is niet goed. De sector zal er zeker nog zijn over tien jaar, maar er blijven grote uitdagingen op het terrein van het uitbannen van ziektes en de bokjesproblematiek. Samenwerken is de enige mogelijkheid om de uitdagingen te kunnen aangaan. Het is vijf voor twaalf. Pakken de spelers de handschoen op en gaan ze commitment aan met elkaar?”

Pierre Berntsen
directeur agrarische bedrijven ABN Amro

“Wij voorzien de komende jaren een daling van het aantal bedrijven met een stijging van de bedrijfsgrootte. Bundeling van krachten in de verwerkende industrie is een noodzaak voor een betere melkprijs en afzet. Er moet snel een duurzame oplossing komen voor de boventallige geitenlammeren. Verder zien we dat de sector goed opkrabbelt na de diverse ruiming. Productinnovaties kunnen de afhankelijkheid van de export van rauwe melk of halffabricaten verkleinen. De sector kan in onze ogen nog meer gaan profiteren van zijn positieve imago.”

Arnauld van Hees
directeur AVH dairy trade

“Ik wil de sector voorhouden een doordacht plan te maken voor de vraag & aanbod van geitenmelk. Als de balans doorslaat, heeft dat gevolgen voor de prijsstabiliteit. Geitenhouders, blij bij je verwerker want ‘Losse’ melk op de markt geeft onrust en lagere opbrengsten. Hij pleit ervoor zo’n 85 procent van de melk in eigen land te verwerken; dat geeft de beste toegevoegde waarde. Vanuit zijn organisatie heeft Van Hees een goede kijk op de Europese markt met zijn overschotten. In Zuid-Europa zullen de boeren zelfs onder de kostprijs door blijven melken. Te veel melk in Nederland resulteert in een melkexport onder de kostprijs. “Laten we met hulp van specialisten mooie marketingconcepten maken om de vraag vanuit de consument verder te vergroten.”

Samen nieuw bouwen en inspelen op vraag consument

Hoewel het kijken in een glazen bol moeilijk blijft, zie je vanuit de diverse spelers in de geitensector een duidelijke lijn. Allen zijn ervan overtuigd dat samenwerken het toverwoord is en broodnodig voor een goede toekomst. Sommigen spreken van ‘vijf voor twaalf’ om aan te geven dat de sector er te lang mee wacht. Maar hoorden wij deze geluiden vijf jaar geleden ook al niet? En tien jaar geleden? Wat is er dan nodig om echt als sector te gaan samenwerken? Misschien een goede ketenregisseur. Een persoon of organisatie die de sector kent en aanvoelt en gevoel heeft voor de diverse agenda’s van de spelers. Maar ook een persoon met gezag en kracht. Hij/zij zal immers de achttien kernspelers op z’n minst op één lijn moeten krijgen en bakens zien uit te zetten naar de toekomst. En verder? Albert Heijn verwoordt het duidelijk: het gaat om de consument. Die zal de toegevoegde waarde van geitenproducten nog meer moeten gaan inzien en proeven. Daarvoor is innovatie en marketing nodig. En dat kost geld. Weer een belangrijke reden om als één sector op te trekken. Wie gaat de handschoen oppakken? **Y**