

• • • • *Gezien zijn activiteiten als melkschapenhouder en sectorbestuurder is Nico Verduin bij uitstek degene om te interviewen over de geiten- en schapensector in Nederland. Eigenlijk twee heel verschillende sectoren, elk met een eigen verhaal. Omdat de andere bijdragen in deze editie al een uitgebreid beeld schetsen van de geitensector, concentreren wij ons hier op de (kleinere) schapensector.*

Nico Verduin

‘Kansen in handel lamsvlees naar Nederland’

De Nederlandse schapenhouderij is in economisch opzicht een relatief kleinere sector. Praten we over beroepsmatige schapenhouders, dan zijn er ongeveer 14.000 bedrijven. Kenmerkend is dat schapenhouderij vrijwel altijd plaatsvindt naast een andere agrarische bezigheid: 70% naast rundveehouderij (voor vlees en/of melk), bijna 5% naast hokdierhouderij (kip of varken), 4% naast akkerbouw, een kleine 2% naast tuinbouw.

Het totale aantal dieren bedraagt 1,1 miljoen; het gemiddeld aantal dieren per onderneming net geen 80. Er zijn circa 300 bedrijven

met meer dan 500 dieren. 99% van de ondernemingen houdt vleeschapen, 1% melkschapen (circa 30 bedrijven). Internationaal gezien is onze schapenhouderij niet groot; Nederland heeft immers niet de enorme oppervlaktes die beschikbaar zijn voor de schapenhouderij in bijvoorbeeld het Verenigd Koninkrijk, Spanje of Australië.

Het prille begin

Nico Verduin: “In 1970 waren er in Nederland nog minder dan 100 Nederlandse melkschapen (eigenlijk: Friese en Zeeuwse melkschapen, red.), nu circa 6000. Een groep heeft begin jaren 70 de meest raszuivere schapen verzameld, is ermee gaan fokken en heeft aldus het Nederlandse melkschaap behouden. Voor ons in de melkschapenhouderij is dat heel waardevol geweest, omdat een echt melkschaap tweemaal zoveel melk produceert als een vleesschaap.”

Hij vertelt over de afweging die hij in het jaar 2000 maakte voor hun eerste eigen boerderij en hem uiteindelijk deed uitkomen bij het melkschaap. “Onze eerste keus was koeien, maar de situatie van de Nederlandse melkveehouderij was er toen en is er nu niet naar dat je die benodigde investering aan vreemd vermogen ook kon of kan aantrekken. Dus koeien, dat viel af. Daarna keken we serieus naar geiten en schapen. De geitensector was toen booming, maar groeide zo snel dat je je tegelijkertijd afvroeg hoelang het rendement er zou zijn, met het oog op een eventueel melkoverschot. Kortom, het werd schapenhouderij en dan voor melk en zuivel. Dit was echt pionieren. Kun je nagaan: wij startten met 300 dieren en waren meteen de grootste van Nederland.”

Lamsvlees

In Nederland consumeren wij ongeveer evenveel schapen- en lamsvlees als wij produceren. Alleen wordt 40% geëxporteerd, voornamelijk in de vorm van levende



Nico Verduin is geboren op een melkveehouderij, die door zijn oudste broer is overgenomen en voortgezet. Verduin werkte eerst in de veeafzet (schapen en koeien) en werd daarna, bij het latere Agrifirm, rundveespecialist en teamleider. Op zijn dertigste vertrok hij naar Portugal om daar als bedrijfsleider twee melkveehouderijen op te starten; één met 170 koeien voor een Nederlandse boer, de tweede met 1000 koeien voor een Portugese industrieel. Terug in Nederland was hij nog een korte periode bedrijfsleider van een melkveehouderij. In 2000 startte hij met zijn vrouw zijn eigen melkschapenhouderij, met in eerste instantie 300 schapen.

Vier jaar geleden kreeg hij zijn eerste functie als commissaris van de plaatselijke Rabobank. Hij is thans: (nog even) voorzitter van de sectie schapenhouderij van LTO; en voorzitter van de Nederlandse GeitenZuivel Organisatie (NGZO).



lammeren naar België en Frankrijk voor verwerking. De Franse consument wil graag een Frans stempel op zijn schapen- of lamsvlees. Nederland importeert 40% van zijn consumptie.

Grootste producenten van schapen- en lamsvlees zijn de grotere landen, met voldoende graasruimte. In Europa zijn dat het Verenigd Koninkrijk (met 30 miljoen schapen), Tsjechië, Spanje, Roemenië, Hongarije en Frankrijk. Verder is er een grote schapensector in Australië en Nieuw-Zeeland.

“Wij proberen als Nederlandse schapenhouders nu meer binnenlandse consumptie van ons product te realiseren”, zegt Verduin. Onze sector staat onder druk en wij zullen meer moeten doen aan de marktkant, om de toegevoegde waarde binnen de sector te houden. Er is op de binnenlandse markt ruimte voor meer verwerking. Maar ook kunnen wij het aandeel verantwoord vlees (biologisch en/of diervriendelijk) laten stijgen door meer lamsvlees te gaan importeren. Als mensen meer bekend raken met lamsvlees levert de aandacht ook kansen op voor de Nederlandse schapensector.

‘Verantwoord lamsvlees is groeimarkt’

Initiatieven op dit gebied zijn er. Met het netwerk ‘Lamsvlees, lekker dichtbij’ probeert een groep schapenhouders zijn eigen lamsvlees te vermarkten in de regio. Zij leren van elkaar, hoe je dat efficiënt en professioneel aanpakt. Een ander project betreft vermarkting van lamsvlees in algemene zin; dit verschaft inzichten over hoe je het best promotie maakt voor lamsvlees. ‘Verantwoord’ is ook hier een sleutelwoord.”

Schapenkaas

Over schapenmelk kan Verduin redelijk kort zijn: “Dat is een niche binnen een niche,

Schapenwol?

In Nederland al jaren een bijproduct dat nauwelijks meer interessant is: ‘gewone’ schapenwol. De schapenhouder krijgt € 1,20 per kg wol en bij een opbrengst van 5 kg per schaap en kosten voor het scheren van € 3 per schaap, houd je dan weinig over. Verduin ziet de opkomst van kunstvezels in de textiel als voornaamste reden voor de sterk gedaalde vraag naar wol. Speciale wol zoals die van de Merino blijft altijd gewild en zal voldoende opbrengen, maar ‘gewone’ schapenwol levert geen rendement.

heel klein. Soms zie ik het wel eens in een natuurvoedingswinkel, en er is natuurlijk een specifieke categorie mensen die om medische redenen op zoek gaat naar een alternatief voor koemelk. Maar qua volume is het niet groot.”

Toen Verduin startte, was er in Nederland net mond- en klauwzeer uitgebroken, waardoor de export van rauwmelkse kaas (destijds de helft van de Nederlandse omzet, red.) in feite werd geblokkeerd. “Dit zette de markt onder druk en daarom moesten wij heel scherp kijken in eigen land: waar wordt nog geen schapenkaas verkocht, maar is wel potentieel aanwezig? Dit was in de supermarkten. Dat is nog steeds 40% van onze afzet, de andere 60% realiseren wij in het buitenland. De schapenkaas van collega’s ging vooral naar Duitsland. Door bezoeken aan internationale beurzen in Keulen en Parijs kwam ik in contact met een Amerikaanse Nederlander, die gespecialiseerd is in Nederlandse kazen. Via hem exportereren wij naar de Verenigde Staten, Canada en onder andere Japan. In 2009 zijn we naar Brazilië geweest en hebben daar contact gelegd ten behoeve van onze exporteur, die nu ook daar onze kaas levert.”

Nico Verduin levert zijn schapenmelk aan een nabijgelegen verwerker, die er Goudse kazen van 5 kg van maakt, in twee smaken. Pittig voor de Nederlandse markt en iets zoeter voor de export. Het gaat om private labelkaas, die op de plaats van bestemming zowel vers kan worden gesneden als voorverpakt geleverd.

Geitensector

Als voorzitter van de relatief nieuwe Nederlandse GeitenZuivel Organisatie (NGZO) besteedt Verduin graag enkele woorden over de geitensector. Waar de schapensector voor 99% gericht is op vleesproductie, ligt de focus bij de geitensector op melk en zuivel. De jaarproductie van 230 miljoen liter melk is een factor 150 groter dan de melkproductie in de schapensector.

“De NGZO is de in 2010 opgerichte organisatie van inzamelaars en verwerkers van Nederlandse geitenmelk. Zij vertegenwoordigt 95% van de in ons land verwerkte melk en 85% van de ingezamelde melk. Het was belangrijk dat de organisatie er kwam, om enkele cruciale zaken voor de sector van de geitenzuivel te regelen. Eén aanspreekpunt, dat is erg belangrijk. Andere gebieden zijn beleidsmatige zaken voor de regelgeving rond geitenzuivel, het doorontwikkelen van de sector en het verbeteren van het imago ervan. De NGZO Commissie Kwaliteit wordt ingevuld door de Vereniging Kwaliteitszorg Geitenhouderij Nederland (VKGN), die recent is opgegaan in de NGZO.

Naast de bestaande afzet, zie ik voor de geitensector nieuwe kansen in bijvoorbeeld Goudse kazen met een BGA – dus voor harde geitenkaas – en babyvoeding op basis van geitenmelk, waarvoor de ontwikkelingsmogelijkheden wereldwijd erg perspectiefvol zijn.”

Hans van der Lee

Zie ook de rapporten:

- Vooruit met de geit, WUR Livestock Research, januari 2012
- Vol smaak en variatie. Kansen voor producenten van geiten- en schapenzuivel op de consumentenmarkt, WUR/LEI, februari 2012