



Deelstromen in de zuivel

dagdroom, nachtmerrie of uitgesproken kans.

Oproep: tot actie tot het verkennen en uiteindelijk realiseren van marktgestuurde deelstromen in de Nederlandse Zuivel.

Introductie:

De globalisering in de melkveehouderij neemt toe. Wilt u zich als melkveehouder onderscheiden van de rest dan moet je naar een product melk dat meer direct gerelateerd is aan het uiteindelijke eindproduct.

Hiervoor zijn nog mogelijkheden zoals gebleken is uit een bijeenkomst van een groep internationale melkveehouders (Global Dairy Farmers). Dit betekent wel dat er deelstromen in de zuivel ontstaan. Wij denken dat er voldoende positieve aspecten aan deze ontwikkelingen zitten (zowel vanuit onderzoek, technische mogelijkheden, vermarkting etc) dat het de moeite waard is om dit terrein te verkennen. Deze notitie is niet bedoeld om een compleet overzicht te bieden. Deze notitie is bedoeld om mensen te inspireren en uit te dagen om met deelstromen daadwerkelijk aan de slag te gaan.

Huidige ontwikkeling in de zuivel.

Bij de grote nationale zuivelbedrijven is sprake van twee melkstromen. Gangbare melk en biologische melk. Er is sprake van een enorme differentiatie in de producten die uit de fabriek komen, maar dat wordt vrijwel allemaal gemaakt uit dezelfde witte melk. Melk is in dit opzicht een echte grondstof (commodity). Gevolg daarvan is dat je jezelf als producent niet kunt onderscheiden van collega's. Tot nu toe zien de grote zuivelorganisaties vrijwel geen heil in differentiatie van de melkstromen aan de kant van de primaire producenten. Dit is mede gebaseerd op enkele minder positieve

ervaringen in het verleden. Deze werkwijze van de zuivelindustrie beperkt het aantal strategische opties voor de primaire producenten van melk.

- Een van de belangrijke argumenten voor het vermijden van deelstromen zijn de logistieke kosten. Er gaan veel kosten gepaard met transport. Door de schaalvergroting in de landbouw nemen deze kosten af, bovendien zijn deze kosten verder terug te dringen door melk van bedrijven in een bepaald gebied te bundelen. Het is van belang om eenheden van 30 ton of meer bij elkaar te hebben en zodoende ook de melk relatief goedkoop over grotere afstanden te vervoeren (RMO kost 75 €per uur = 1€per km). Ook technische oplossingen (tankwagens met compartimenten) zijn denkbaar. Op zich is het opvallend dat deze discussie blijkbaar vooral vanuit de kostenkant wordt gevoerd en niet vanuit de potentiële opbrengstenkant.
- Een ander argument tegen deelstromen is dat het geen oplossing is voor de totale zuivelsector, waarbij coöperaties dan een antwoord moeten zien te vinden voor wie de meeropbrengst bestemd is. Is dit voor alle leden of voor alleen degenen die het produceren? Als ondernemers bereid zijn hier extra risico voor te lopen, door extra investeringen op hun bedrijf op voorwaarde dat ze ook in belangrijke mate profiteren van de mogelijke meeropbrengsten past dit dan binnen de huidige bedrijfsstructuur?
- Bij een aantal wat kleinere zuivelbedrijven zie je dat men zich wel probeert te onderscheiden op basis van deelstromen. De Cono betaalt extra voor bedrijven die de koeien in de zomer weiden. De melkfabriek in Rouveen heeft zich helemaal gespecialiseerd in deelstromen van melk. De fabriek heeft wel een groot aantal verschillende deelstromen, o.a. van kosjere en halal producten.

Het overgrote deel van de Nederlandse melkveehouders produceert echter gewoon witte melk, en moeten concurreren met gebieden waar de kostprijs voor melkproductie significant lager is dan in ons land. Dat houdt in dat er dus nieuwe uitdagingen gezocht moeten worden, om ons te onderscheiden. Een aanzet hiertoe is gedaan vanuit het LNV programma Verantwoorde Veehouderij

Toekomstige veehouderijsystemen

In het project Koe en ondernemer in balans zijn drie mogelijke toekomstbeelden voor de melkveehouderij ontwikkeld (zie ook www.verantwoordeveehouderij.nl onder het kopje research:

1. Specialty Dairy: produceert een speciaal product (b.v. functional food). Dit gebeurt onder gecontroleerde omstandigheden met hoge inzet van technologie om het productieproces te bewaken.
2. Community Dairy: gebaseerd op vergaande samenwerking tussen ondernemers in de primaire sector, met directe betrokkenheid van burgers en consumenten. De geproduceerde melk wordt onder merknaam verkocht. Door de directe betrokkenheid van burgers en consumenten ontstaat bereidheid om meer voor die melk(producten) te betalen.
3. Nature's Dairy: gebaseerd op combinatie van het realiseren van verschillende doelen: natuurproductie, melkproductie (ontlokken) en recreatie. De geproduceerde melk wordt onder merknaam verkocht.

De ontwikkelde toekomstbeelden zijn geen voorspellingen, het is niet de bedoeling om blauwdrukken te produceren voor de ontwikkeling van de sector. Doel was om met de praktijk inspirerende en duurzame bedrijfssystemen te ontwikkelen. Met name

rond community en nature's dairy zijn ondernemers ook echt aan de slag om stappen te zetten in de ontwikkeling van de systemen in de praktijk. De meeste aandacht rond de systemen gaat tot nu toe steeds uit naar de technische aspecten. De afzetkant is tot nu toe wat minder in beeld, hoewel dit een essentieel onderdeel is van elk van de drie geschetste systemen.

Vanuit het buitenland zijn meerdere cases voorhanden, die min of meer geïmplementeerd kunnen worden bij de drie toekomstbeelden voor de melkveehouderij. Hierna van elk een voorbeeld:

Specialty Dairy:

1. Nieuw Zeeland en Australië:

A2 milk better than good (www.a2corporation.com). A2 melk wordt geproduceerd door koeien met een andere genetische aanleg, de koeien produceren daardoor melk met een andere eiwitsamenstelling. In de vermarkting wordt sterk de nadruk gelegd op beta caseïne als hét middel tegen lactose allergie. Rond deze A2 melk is wel een discussie gaande rond de onderbouwing van de gezondheidclaims. De melk is in diverse supermarkten te koop.

Community Dairy:

2. Duitsland:

Hemme-Milch in Wedemark bij Hannover (Dld.) (www.hemme-milch.de) Dit bedrijf legt sterk de nadruk op regionale betrokkenheid van de samenleving en heeft hiervoor een concept ontwikkeld wat al 15 jaar loopt en nog steeds wordt geïnnoveerd. Het bedrijf zet zijn melkproducten via een eigen distributiekanaal rechtstreeks af bij de consument. Daarnaast vindt er nu duplicering plaats in Brandenburg.

Nature's Dairy:

3. Denemarken:

In Denemarken wordt momenteel een concept ontwikkeld en al deels toegepast, waarbij koeien in een groot natuurgebied lopen en worden gemolken met een mobiele melkrobot. Deze melk wordt als natuurmilk in de regio afgezet.

Opvallend is dat de deelstromen en de vermarkting daarvan tot nu toe gebaseerd zijn op rationele argumenten. Mooi voorbeeld is de weidemilk die door Cono wordt vermarkt. Die melk wordt betiteld als gezonder vanwege een hoger aandeel CLA's. Als reactie daarop onderzoekt Campina de mogelijkheid om melk met een hoger aandeel CLA's te produceren m.b.v. lijnzaad. Kortom: niet de beleving beweiding wordt vermarkt, maar het functional food aspect wordt vermarkt.

In het algemeen ligt in de vermarkting juist sterk de nadruk op emotie en beleving. Coca Cola drink je niet op uitsluitende rationele gronden (water met veel suiker, cafeïne en koolzuur). Ook veel nieuwe zuivelproducten worden toch vooral op basis van argument gemak, emotie of beleving gekocht denk maar aan 'Breaker' van Friesland Foods.

Oproep

De uitdaging is gericht aan:

1. Melkveehouders:

Heeft u als individu of samen met collega's een idee voor een eigen deelstroom en wilt u dit verder uit werken meldt u dan aan. Uiteraard is het belangrijk dat u van mening bent dat er daadwerkelijk een markt voor uw product is! Of wilt u samen met anderen iets nieuws ontwikkelen meldt u dan ook aan.

2. De markt:

Onder andere via het netwerk Global Dairy Farmers zijn er diverse voorbeelden van deelstromen van melk uit het buitenland, deze kunnen als inspiratie dienen voor ontwikkeling van innovatieve marktmogelijkheden. Mogelijk heeft u als niet melkvee houder ook ideeën over mogelijkheden van deelstromen vanuit het marktperspectief. Wij bieden de mogelijkheid om dit nader te verkennen.

3. Het onderzoek

Samen met marktpartijen en toeleveranciers worden onderzoeksvragen specifiek voor deze groep melkveehouders geformuleerd en neergelegd bij het onderzoek.

Reacties zijn welkom:

Contactadres:

Alfons Beldman
Alfons.Beldman@wur.nl
0320.293.540

Bram Prins
Bramprins@planet.nl
0503.023.931