

‘Leveranciers werven zou ten koste gaan van rendement’

Eigen leveranciers Arla door overname Walhorn

Eigen leden-leveranciers in Nederland? Dit leek niet haalbaar voor zuivelcoöperatie Arla Foods, maar door de fusie met het Belgische Walhorn nu wel. Walhorn heeft 48 Nederlandse leveranciers, goed voor 50 miljoen liter melk. Die melk gaat straks wellicht naar Arla Foods in Nijkerk. Groei is nodig om die fabriek winstgevend te maken.

Tekst: Gineke Mons
Beeld: Susan Rexwinkel, Arla

„Als Arla eigen leveranciers zou gaan werven, voor een meerprijs op de FrieslandCampina-prijs, zou dat ten koste gaan van ons eigen rendement", aldus operationeel directeur Bart van Schaik.

Melkunie terug van weggeweest

Van de basiszuivel wordt ongeveer 60 procent afgezet onder private label (huismerken van supermarkten) en 40 procent onder de merken Melkunie en Arla. Het merk Melkunie is met succes geherintroduceerd, vertelt Van Schaik. Bij de overname van de Nijkerkse Friesland-fabriek kreeg Arla Foods het complete dagverse zuivelpakket van Friesland mee, inclusief merken als Milk & Fruit en Breaker. Tevens was door de Europese Commissie en de Europese Mededingingsautoriteit bedongen dat Arla Foods ook de licentie meekreeg van het merk Friesche Vlag voor dagverse producten voor een periode van 10 jaar. FrieslandCampina mocht het Friesche Vlag-merk uitsluitend gebruiken voor lang houdbare producten. Ook de rechten voor het merk Melkunie, dat door Campina in 2000 van de markt was gehaald, kreeg Arla Foods mee bij de overname.

Met de overname ontstond de onhandige situatie dat twee concerns allebei reclame maakten voor het merk Friesche Vlag, zij het de ene voor lang houdbaar en de andere voor dagvers. In 2012 nam Arla daarom afscheid van Friesche Vlag en blies men het Melkunie-merk weer nieuw leven in. De naamsbekendheid van het merk was nog steeds heel goed, met name dankzij de 'Ik zei nog zo: geen bommetje!'-commercials. „Dat was dé iconische reclame van de 20-ste eeuw", aldus Van Schaik. Acteur Peer Mascini en de Melkunie-koeien werden weer van stal gehaald en Melkunie stond weer in het schap alsof het nooit was weggeweest.

Een ander succes dat Arla recent boekte, is de deal met het bekende Amerikaanse koffiemerk Starbucks. Alle melk en room die wordt gebruikt voor de ice coffees van Starbucks, wordt geleverd door Arla Foods.



In de hal van Arla Foods in Nijkerk staat een vitrine met de producten van haar enige Nederlandse productielocatie, zoals Milk & Fruit, de biologische Arla-zuivel, en sinds enige tijd ook weer melk en toetjes onder de merknaam Melkunie. Bij de pappen – rijstepap, gortepap, havermout – is zelfs sprake van een kleine revival, vertelt operationeel directeur Bart van Schaik.

Onder druk

De pappen mogen dan groeien, maar de afzet van dagverse zuivel als geheel staat onder druk. De consumptie van melk, karnemelk en drinkyoghurts daalt. Zuiveldranken moeten opboksen tegen een scala aan alternatieven, zoals water, vruchtensappen en frisdranken. In de supermarkt zijn watertjes te koop die meer kosten dan een liter melk. „Consumptiemelk is niet een van de meest verdienende takken", formuleert Van Schaik. „De retail verdient er nog steeds prima aan en de boeren momenteel ook. Alleen de industrie dus niet."

Vanwege de dalende consumptie is er ook sprake van een overschot aan productiecapaciteit voor dagvers in Nederland. Arla Foods heeft in Nederland geen kaas- of poederfaciliteiten achter de hand, en de fabriek in Nijkerk leeg laten staan, is ook geen optie.

Buurmans grond

De marges van de zuivelfabriek, die jaarlijks 300 miljoen liter melk verwerkt, staan dus onder druk. Sinds de overname van de fabriek werden alleen het eerste jaar nog zwarte cijfers geschreven. Vanaf 2010 draait de onderneming met verlies, aldus Van Schaik. Toch is dat voor de Deens-Zweedse moedercoöperatie Arla Foods geen aanleiding om Nijkerk af te stoten. Arla wil hier graag aanwezig zijn. Toen 'buurmans grond' in 2009 te koop kwam, zag het Scandinavische concern de kans schoon om in Nederland voet aan de grond te krijgen. Met de verwerving van de dagverse zuivelproducten van Friesland Foods verkreeg Arla Foods meteen toegang tot een uitgebreid netwerk in de Hollandse retail. Na diverse overnames in het Verenigd Koninkrijk en Duitsland ligt Nijkerk ook mooi centraal in het distributienetwerk. De kazen en de houdbare melk die in andere Europese locaties worden geproduceerd, liften daarop mee.

Voldoende reden dus voor Arla Foods om te investeren in Nijkerk. „Bovendien, als Arla hier met verlies draait, sponsoren we in feite de concurrent omdat wij via de Dutch Milk Foundation melk afnemen van FrieslandCampina", zegt Van Schaik.

Stroomlijnen

Maar de fabriek moet wel winstgevend worden, of op zijn minst het break even-point bereiken. Daarom wordt er intern gesleuteld aan een lagere kostprijs. De afgelopen jaren is al geïnvesteerd in het stroomlijnen van het productieproces, om zo meer volume te kunnen draaien met minder kosten. Binnenkort doet Arla Foods daar nog een schepje bovenop. Van de wereldwijde investeringsronde van 300 miljoen euro die het moederconcern in februari bekendmaakte, gaat 10 miljoen euro naar Nijkerk. Ongeveer 7 miljoen euro daarvan wordt gebruikt om het besturingssysteem in de fabriek te updaten en voor vervangingsinvesteringen. Het resterende deel wordt gestoken in uitbreiding van de opslag- en distributiecapaciteit. De locatie telt 350 medewerkers.

Ook het verwerkte volume moet de komende jaren omhoog om de kosten te drukken. Arla Foods Nederland wil dit ▶

Biologische melk

Het afgelopen jaar verwerkte Arla Nijkerk ongeveer 25 miljoen liter biologische melk. Die melk wordt voor een groot deel betrokken van leveranciersvereniging Eko Holland, aangevuld met biologische melk uit Denemarken. „De Nederlandse productie van biomelk groeit op dit moment niet, terwijl we in Denemarken met een overschot zitten", verklaart Van Schaik de import. „Als het alternatief is om de Deense biomelk als gangbaar in Duitsland af te zetten, kunnen we het beter hierheen halen."

De biologische melk zet Arla Foods onder eigen Arla-merk af. De biologische melkprijs is nu goed, op basis van de schaarste in het aanbod, zegt Van Schaik. Om de groei van bio te faciliteren, wordt er in de sector genoegen genomen met lagere marges, omdat men graag wil dat het groeit, weet hij. De afzet van biologische zuivel groeit nu ongeveer 10 procent per jaar.





Hoewel de pappen groeien, staat de afzet van dagverse zuivel als geheel onder druk. De consumptie van melk, karnemelk en drinkyoghurts daalt.

jaar ongeveer 40 miljoen liter melk meer verwerken dan vorig jaar.

Eigen leveranciers

De coöperatie Arla Foods heeft wereldwijd 12.600 boerenleden. Vanwege de overnames in België, Duitsland, Luxemburg en het Verenigd Koninkrijk heeft de coöperatie daar eigen leveranciers. In Nederland had Arla Foods die tot nu toe nog niet, al waren er volgens Van Schaik genoeg boeren die daar belangstelling voor hadden. Ook het concern wilde dat graag. Maar tot nu toe was dat financieel niet haalbaar, legt de operationeel directeur uit. De melk die in Nijkerk werd verwerkt, kwam altijd uit de Dutch Milk Foundation. Dat is het contingent van 1,2 miljard kilo boerderijmelk dat FrieslandCampina ten tijde van de fusie voor 10 jaar beschikbaar moest stellen aan de markt. Daarvan werd 440 miljoen kilo geoormerkt voor Arla Foods. Tot nu toe heeft Arla dat volume nooit volledig benut. Het afgelopen jaar werd 300 miljoen kilo melk verwerkt, terwijl de fabriek een milieuvergunning heeft voor 500 miljoen kilo. Ruimte genoeg dus voor groei, aldus de operationeel directeur.

Walhorn

De prijs die Arla Foods voor de DMF-melk betaalt, is de FrieslandCampina-garantieprijs. Onder de huidige marktomstandigheden was de afname van melk via DMF altijd de voordeligste optie voor Arla, legt Van Schaik uit. „Stel dat Arla in Nederland eigen leveranciers was gaan werven. Dan wil je je eigen boeren toch een plus kunnen bieden op de FrieslandCampina-prijs, want dat is de norm. En FrieslandCampina betaalt een prima melkprijs, dankzij de goede resultaten die het concern wereldwijd weet te realiseren. Als Arla dus eigen leveranciers zou gaan werven, voor een meerprijs op de FrieslandCampina-prijs, zou dat ten koste gaan van ons eigen rendement."
Echter, nu Arla Foods heeft aangekondigd de Belgische coöperatie Walhorn te willen overnemen, komen de kaarten anders te liggen. Walhorn heeft 800 leden en is goed voor 550 miljoen liter melk. Ook 48 Nederlandse boeren uit het zuiden van Nederland leveren aan Walhorn. Als de ledenraden van beide coöperaties akkoord gaan met de fusie, krijgt Arla Foods dus ook in Nederland eigen leveranciers. „Die hebben samen 50 miljoen liter melk. Daarmee is er meteen ook voldoende volume om op voort te borduren, om nog meer Nederlandse leveranciers te werven. Arla Foods wil naar één melkprijs voor alle leveranciers. De Nederlandse boeren kunnen dan op termijn ook gewoon de Arla-melkprijs ontvangen, net als de leden elders in Europa", aldus Van Schaik.

Groen merk

Hij ziet de komst van Nederlandse leveranciers met vreugde tegemoet. Het concern had al langer de wens om ook in Nederland met eigen leveranciers te werken. Niet alleen omdat Arla-boeren nu betalen voor melk van FrieslandCampina, maar vooral uit het oogpunt van duurzaamheid. De coöperatie profileert zich onder de slogan 'Closer to Nature' nadrukkelijk als een groen merk. De grootste milieudruk zit echter niet in de fabriek, maar bij de veehouders, zegt Van Schaik. „Daar ligt 80 procent van onze footprint en daar kunnen we met ons duurzaamheidsprogramma Arla Garden echt iets extra's bieden."
Ook de retail wil graag dat een zuivelonderneming met 'herkenbare' eigen boeren werkt en Nederlandse melk levert, al was verreweg de meeste DMF-melk die Arla Foods verwerkte al afkomstig uit Zuid-Nederland. Nu het ernaar uitziet dat Arla nog vóór de zomer eigen leveranciers heeft in Zuid-Nederland, ligt het voor de hand dat die 50 miljoen liter melk in Nijkerk verwerkt gaat worden. Vooral omdat Walhorn meer melk heeft dan het momenteel in de eigen fabriek verwerkt. Als Arla erin slaagt het aantal eigen leveranciers in Nederland verder uit te breiden, wordt het concern op den duur steeds minder afhankelijk van DMF-melk. ■

Arla Foods

De Deens-Zweedse coöperatie Arla Foods heeft het afgelopen jaar top gedraaid, met een recordomzet van 9,9 miljard euro (een plus van 1,34 miljard euro ten opzichte van 2012) en een winstgroei van 16,6 procent. Wereldwijd verwerkt Arla 12,6 miljard kilo melk. De coöperatie is eigendom van 12.600 melkveehouders in Denemarken, Zweden, Groot-Brittannië, Duitsland, België en Luxemburg. In de EU groeide Arla het afgelopen jaar 3,5 procent in omzet; de meeste groei wordt gerealiseerd buiten Europa. De belangrijke groeimarkten zijn China (+60 procent in 2013), Rusland (+35 procent) en het Midden-Oosten (+10 procent). Net als FrieslandCampina maakt ook Arla Foods vooral winst met kazen en poeders.

