Pierre Berntsen, ABN Amro

‘De kracht van pluriformiteit’

Wilma Wolters

In juni bracht ABN Amro het rapport ‘Op koers naar een lang houdbare geitenzuivelketen’ uit. Een aantal statements in dat rapport vroegen om nadere uitleg. Geitenhouderij zocht directeur Agrarische Bedrijven, Pierre Berntsen, op in het hoofdkantoor van de bank in Amsterdam.

Foto's: ABN Amro

Met het rapport wil ABN Amro geitenhouders niet de les lezen, zegt Pierre Berntsen. “Zie het meer als onze visie, die tot stand is gekomen na vele gesprekken met mensen uit de sector. Het hebben van zo’n leidraad kan geitenhouders wellicht helpen bij hun visie of strategie.” Berntsen kan ook niet genoeg benadrukken dat het hebben van een uitvoeringsagenda belangrijk is voor de sector. “Wie beweegt, die leidt en maakt anderen tot volgers. En als je leidend bent, kun je verwijzen naar je agenda. Bij een incident of bedreiging weet je wat je moet doen.” Berntsen is dan ook positief over het feit dat de NGZO en LTO Melkgeitenhouderij de duurzame geitenzuivelketen hebben opgezet. “Dat er al een programma bestaat dat tot doel heeft de sector verder te verduurzamen, is een uitstekend initiatief. Dat geeft richting aan het toekomstdoel van ondernemers.”

‘Door de inkomensverbetering kunnen we verder bouwen aan versterking van de sector’, zegt het rapport. Wie moet er dan bouwen, geitenhouders of verwerkers? En waaraan moeten zij vooral bouwen?

“De rol van verwerkers is om de melk te verwaarden. Daarvan hebben zij de afgelopen tijd een sterk staaltje laten zien; ze staan dicht bij de markt en weten wat er speelt. Maar daarin is nog meer te doen. Denk aan kwaliteitsystemen en aan onderzoek naar en voorlichting over de waarde van de ingrediënten van geitenmelk. De sector is klein, dus je moet je middelen slim inzetten. Geitenhouders richten zich sterk op goede technische resultaten en melk van hoge kwaliteit. Daarin is Nederland sterk. Om ruimte te houden voor bedrijfsontwikkeling en te werken aan een sterk imago is het belangrijk om ook te blijven bouwen aan punten die je imago versterken. Verder moet je als ondernemer vooral doen waar je kracht ligt. In een pluriforme sector kun je veel van elkaar leren. Efficiëntiekanjers van biologische geitenhouders en andersom.”

In het rapport somt ABN Amro zaken op waarin de sector zou kunnen investeren om zich verder te ontwikkelen als duurzame sector. Mineralen, bokjes, para-tbc, uitloop. Iedere geitenhouder heeft al jaren een dergelijk lijstje, dat soms nauwelijks verandert. Wat moet er dan nu gebeuren om zaken van dat lijstje te kunnen wegstrepen?

“Daar zijn drie zaken voor nodig. Als eerste visie plus initiatief. Dat is er nu; de duurzame geitenzuivelketen heeft een gros list opgesteld. Ten tweede is daar financiële ruimte voor nodig. Die is nu gelukkig sterk verbeterd. Als derde heb je dan actie nodig, zodat bedrijven zich ontwikkelen in de richting die je als sector kiest. Het helpt een ondernemer als er een duiding ligt vanuit de sector: welke richting kiezen we en welke niet?”

Al zeker tien jaar wordt er geroepen dat verwerkers meer moeten samenwerken. Ook banken hebben dat wel gezegd. Nu staat er in uw rapport dat er juist doordat er veel verwerkers zijn, nieuwe innovaties zijn ontstaan en er minder onbewerkte melk naar het buitenland is gegaan, en dat geeft een boost op de melkprijs. Zegt u nu dat het helemaal niet beter is als verwerkers gaan samenwerken?

Doe datgene waar je kracht ligt

“Nee en ja. Nee, want schaalvoordelen kunnen heel interessant zijn. En ja, want als de concurrentie groot is zoekt elke verwerker naar maximale verwaarding van melk. Toegevoegde waarde kun je soms alleen realiseren in kleine markten. Ik ben nooit bang voor pluriformiteit. Pluriformiteit maakt de sector flexibel en zoekend waardoor nieuwe productmarktcombinaties worden ontdekt.”

ABN Amro acht het melkprijsniveau van de afgelopen twee jaar niet structureel van aard. De positie van de Nederlandse geitenzuivel is volgens jullie wel structureel verbeterd. Wat betekent dat concreet? Nooit meer zo’n prijsdal als in 2010?

“Ik weet echt niet hoe de prijs zich gaat ontwikkelen. Aanbod, vraag en marktkracht bepalen de prijs. Hoe gaat het aanbod van melk zich in Nederland ontwikkelen? We laten in het rapport ook doorschemeren dat we verwachten dat het aanbod van geitenmelk sterker groeit dan de vraag. We denken wel dat de Nederlandse verkooppositie echt is versterkt. KWIN heeft met deze wetenschap onlangs de melkprijs verhoogd van 45 naar 48 cent. KWIN probeert het langjarig rendement van een gemiddeld melkgeitenbedrijf zo goed mogelijk in te schatten, los van de pieken en dalen. Want die zullen er zeker zijn. Ik denk dat we wel weer een keer onder 48 cent zullen uitkomen, en dan ook wel weer erboven. In een kleine markt hebben overschotten en tekorten een groter effect dan in een grote sector.”

Cijfers uit het rapport

- Het gezinsinkomen op melkgeitenbedrijven is in 2014 fors gestegen. Volgens het Landbouw Economisch Instituut was het inkomen in 2012 € 23.000, in 2013 € 120.000 en bedroeg het in 2014 gemiddeld € 230.000.
- In 2014 groeide de geitenzuivelproductie in Nederland met 12 procent tot 267 miljoen kilogram. De productie in andere belangrijke Europese geitenzuivellanden daalde.
- In 2014 groeide het aantal geiten in Nederland met bijna 7 procent tot 296.000. De Europese geitenstapel daalde met 1,9 procent.
- In 2014 groeide de melkproductie per geit met ruim 5 procent tot 902 kg per jaar (raming)
- De komende jaren zal de markt voor Nederlandse geitenzuivel groeien met 3 tot 5 procent per jaar, verwacht ABN Amro.
- De komende jaren zal het aanbod van geitenmelk toenemen met 5 tot 10 procent per jaar, schat ABN Amro.