



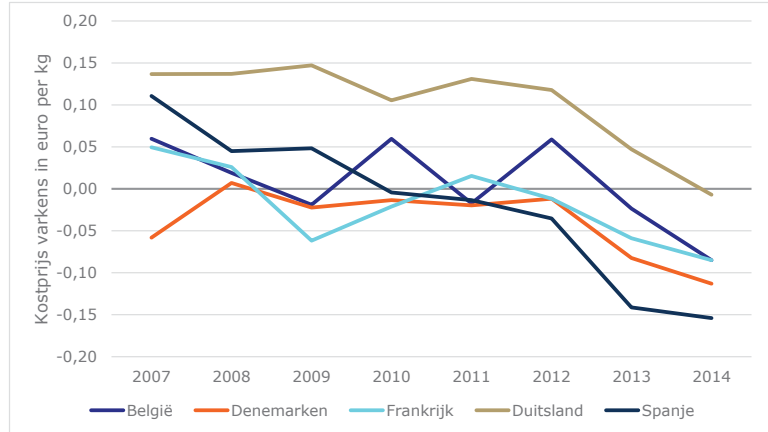
Op prijs legt de Nederlandse varkenshouder het af

Toekomst van sector ligt in concepten

De Rabobank en ABN Amro hebben beide een rapport uitgebracht over de toekomst van de varkenssector. De conclusies zijn opvallend gelijklopend: 'In de toekomst zullen varkenshouders, ondanks de individualistische cultuur die kenmerkend is voor de sector, meer samenwerking moeten zoeken in de keten'.

Kostprijs varkens (€/kg) vergeleken met Nederland (kostprijs Nederland is de nullijn)

In minder dan tien jaar tijd is het Nederlandse varken zijn kostenvoorsprong kwijtgeraakt. De grafiek geeft het verschil in kostprijs (in €/kg) aan tussen het Nederlandse varken en buitenlandse varkens.



Bron: Rabobank, Cijfers en Trends thema-update Varkenshouderij.

De Nederlandse varkenshouderij is groot geworden dankzij een positie die het mogelijk maakte om tegen een lage prijs varkensvlees te produceren. De haven van Rotterdam voerde goedkoop graan aan en de belangrijke afzetgebieden van Duitsland en Groot-Brittannië lagen vlakbij. Maar die voordelen zijn geërodeerd. Een tijdlang heeft de varkenshouderij nog kostenvoordelen kunnen halen door schaalvergroting en uitstekende technische resultaten, maar dat recept raakt uitgewerkt. „We zijn afgezakt naar de Europese middenmoot”, vertelt Wilbert Hilkens, sectormanager dierlijke productie bij ABN Amro. „Dat mag niet onderschat worden omdat de Nederlandse varkenshouderij op export is gericht.” Meer dan drie op de vier biggen worden - hetzij direct, hetzij later in het proces bijvoorbeeld als vleesvarken of hamlap - uiteindelijk in het buitenland afgezet. Een hogere kostprijs heeft daarom direct gevolgen voor de concurrentiepositie van de sector op de Europese vleesmarkt.

Hybride consument

„Het huidige businessmodel in de varkens-

sector is vooral gericht op lage kostprijzen. Dat werkt in de toekomst niet meer; die strategie moet op de schop”, stelt Koen van Bergen, sectormanager varkenshouderij bij de Rabobank. „De kosten zijn te hoog geworden. Tien jaar geleden had Nederland nog de laagste kostprijs maar je ziet dat die nu hoger ligt dan die van andere varkensproducerende landen.” Hilkens vult aan: „De kostprijs is zeker in de laatste twee jaar fors omhoog gegaan. Vooral vanwege de kosten van mestafzet en verwerking. Dat baart me wel zorgen.” Maar niet alleen de kosten veranderen. De consument is ook veranderd. Het Rabo-rapport spreekt van een 'hybride consument' die aan de ene kant kiest voor goedkope boodschappen bij discountwinkels, en aan de andere kant duurere producten wil die een betere kwaliteit, smaak en beleving bieden. ABN Amro heeft het over een tweedeling in de consumentenmarkt en bedoelt hetzelfde. Dit vraagt om een andere marktbenadering, waarbij concepten een grotere rol spelen. Dat wordt nog versterkt door de toenemende behoefte van retailers en foodservice-bedrijven om zich te onder-

scheiden met een eigen imago.

Daarbij, zegt het ABN Amro-rapport, verschuift de internationale vraag. Binnen Europa en binnen Nederland, daalt de consumptie van varkensvlees, maar de exportkansen daarbuiten nemen toe. De bank signaleert een toegenomen export naar Azië, met name voor de minder waardevolle delen van het varken, en verwacht dat die trend de komende jaren door zal zetten.

Keuzes maken

De bankmanagers zijn het erover eens: het roer moet om. Van Bergen: „De sector moet structureel veranderen en marktgericht gaan produceren. Varkenshouders dienen zich te richten op product-marktcombinaties voor zowel de Nederlandse als de buitenlandse markt. Ondernemers moeten daarbij een keuze maken voor welke markt ze willen produceren.”

Hilkens is iets minder stellig: „Bedrijven moeten kiezen. Bulkproductie of productie voor vleesconcepten.” Hij denkt dat een paar bedrijven nog kunnen sturen op kosten door verdere schaalvergroting – maar daar zitten grenzen aan – of door

Twee rapporten

In juli kwamen twee rapporten uit over de toekomst van de varkenshouderij in Nederland. De belangrijkste conclusies:

Rabobank

Koen van Bergen, René Veldman en Albert Ver-nooij: Een cruciale verandering: Van Individualisme naar Ketensamenwerking (Cijfers en Trends thema-update Varkenshouderij), Rabobank: De positie van de Nederlandse varkenshouderij in Europa is veranderd. De voordelen van de voerkosten en onze leidende concurrentiepositie zijn verdwenen, en ontwikkelingen in de maatschap-

ping hebben geleid tot margedruk. Zonder aanpassingen van het traditionele bedrijfsmodel zal dit leiden tot een verdere sanering van bedrijven in de hele keten. De sector staat dus voor belangrijke keuzes. Een revitalisering van de sector is noodzakelijk, en vraagt focus, samenwerking en versnelling van ondernemers.

ABN Amro

Wilbert Hilkens en Frank Rijkers: Verder met Varkens: Kwaliteit is de Kern, ABN Amro: De marge in de varkenshouderij staat onder druk. Trends als de afnemende consumptie in

Noordwest-Europa, ontwikkeling van vleesconcepten en vraaggestuurde ketens, en een verhoogde kostprijs van varkensvlees in Nederland dwingen ondernemers keuzes te maken in hun verdienmodel. Grofweg zijn er twee ketenmodellen: Vraaggestuurde ketens met vleesconcepten, die inmiddels ongeveer de helft van de binnenlandse varkensvleesafzet verzorgen, of reguliere ketens die zich steeds meer op het buitenland richten. Bij de eerste komen kostprijsstijgingen deels terug in de opbrengstprijs, bij de tweede moet efficiencyverbetering de kostprijsstijgingen compenseren.



Rapporten ABN Amro en Rabobank

Afgelopen juli publiceerden zowel Rabobank als ABN Amro een rapport over de toekomst van de varkenshouderij in Nederland. Beide banken schetsen in een kritische analyse de kansen en bedreigingen voor de varkenshouder. *Bekijk de volledige rapporten op www.pigbusiness.nl*


efficiencyverbeteringen in de genetica, het voerprogramma, en/of de kwaliteit van de stal en het stalklimaat." Maar dat is slechts voor een paar bedrijven weggelegd, denkt Hilkens. Veel bedrijven zullen daar niet in mee kunnen of willen. De rest zal moeten kiezen om te produceren voor specifieke product-marktcombinaties (PMC's). „Maar ook dat moet je liggen”, waarschuwt Van Bergen. „Produceer voor een concept of PMC vergt een nauwe samenwerking binnen de keten. Varkenshouders moeten dan niet per week kijken waar ze het meeste geld voor hun varkens kunnen krijgen, maar langdurige verbintenissen aangaan met de andere partijen in de keten. Daar horen vaste prijsafspraken bij, en vaste afspraken over de kwaliteit van het vlees. Criteria daarbij zijn onder andere genetica, gewicht en voersamenstelling. Varkenshouders die in een samenwerkingsverband stappen, moeten die vaste kwaliteit kunnen en willen leveren, waarschuwt Van Bergen. „De andere partijen in de keten moeten op het product van de boer kunnen vertrouwen.” Ook moeten varkenshouders die aan een concept meedoen, niet bang zijn om hun bedrijfsgegevens te delen. Dat geldt tevens voor de andere partners in de keten. Daardoor kunnen de partijen hun zaken beter op elkaar afstemmen. Als supermarkten bijvoorbeeld over een half jaar reclame willen maken voor hun vlees, kunnen de leveranciers daar nu al aan werken. Het ABN Amro-rapport stelt 'Om op volume en kwaliteit te kunnen sturen is voor minstens tien maanden vooruit inzicht in de productie nodig'.

Van Bergen gaat nog een stapje verder en denkt aan track and trace-systemen waarbij per varken vanaf de geboorte wordt bijgehouden welke antibiotica en medicijnen het krijgt, welk voer, waar het wordt geslacht en hoe het verder wordt verwerkt. „Big Data – het sturen op grote hoeveelheden digitale gegevens – kon in de varkenshouderij wel eens het marketinginstrument van de toekomst worden”, stelt hij. „Voor Nederland liggen daar kansen.”

Vierkantsverwaardig

Maar overschakelen naar conceptvlees is niet eenvoudig. Een probleem is de huidige ketenstructuur in Nederland. 'De keten is complex, lang, en nog vaak gericht op commodities. Elke schakel kent zijn eigen afzetmarkt en standaarden' staat in het Rabo-rapport. „Daardoor kunnen ze niet snel inspelen op marktontwikkelingen”, vertelt Van Bergen. En dat is een must als je concepten met toegevoegde waarde wilt aanbieden. Er moeten dus nieuwe ketens worden gebouwd, die korter zijn, efficiënter en meer geïntegreerd. Het initiatief daarvoor kan overal liggen, meent Van Bergen: „Het Livarvarken is bijvoorbeeld ontstaan bij de varkenshouder. Keten Duurzaam Varkensvlees (KDV) en De Groene Weg kwamen voort uit een gezamenlijk initiatief van varkenshouders en slachterij, terwijl Good Farming Star zijn oorsprong vond in afspraken tussen slachterij en retail.” Een ander struikelblok is de vierkantsverwaardig. Je kunt geen concept opzetten voor varkenshaasjes, zonder te kijken naar wat de rest van het varken opbrengt.

Hoe meer producten binnen het concept vallen, hoe succesvoller het is. „Het is goed dat supermarkten daar nu ook over nadenken”, meent Hilkens. „Eerst wilden ze enkel concepten voor de producten die zij verkochten, maar ze merkten dat dit niet werkt. Je ziet dat enkele supermarkten nu hun verantwoordelijkheid nemen binnen een concept. Daardoor kunnen vleesconcepten doorontwikkelen.” Concepten worden steeds populairder in de Nederlandse markt. Maar nog steeds gaat een groot deel van het vlees naar het buitenland. De vraag is of de keten ook concepten kan ontwikkelen voor Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk, of anders kan inhaken op buitenlandse concepten. Hilkens ziet daar kansen. Hij wijst op de ervaring die de Nederlandse varkens- en pluimveesectoren hebben met het ontwikkelen van concepten. „Het buitenland heeft dat nog maar in beperkte mate, dus daar ligt een kans voor Nederland.” Een uitdaging daarbij zal zijn om de buitenlandse supermarkten die in een concept stappen, ook oog voor de vierkantsverwaardig te laten hebben. In Nederland ging dat niet zonder slag of stoot, en het is de vraag of dat in het buitenland makkelijker gaat. Hilkens meent dat het succes van concepten is het buitenland bepalend is voor de groeikansen van de varkenshouderij. Binnen Nederland is de grote groei er niet meer, en op kostprijs gaat Nederland het niet winnen. ■

 **Reageren?**
w.vangruisen@pigbusiness.nl

Naar het oosten?

Het LEI-rapport 'Het GLB na 2020' (mei 2016) stelt dat op termijn de varkenshouderij zich naar het oosten van de EU zou moeten verplaatsen. De arbeidskosten zijn daar goedkoper, er zijn minder problemen met mestafzet en de maatschappelijke druk is lager. Maar de bankmanagers geloven er niet in. „Met enkel lagere kosten ben je er nog niet”, meent Hilkens. „In Nederland hebben we een goede infrastructuur met goede voerfabrieken en slachterijen binnen de keten, en met sterke kennisinstituten en een financiële sector die meewerkt. In Oost-Europa is dat anders.”

Van Bergen beaamt dat: „Je moet ook kijken naar de politieke stabiliteit van een land. Een lagere stabiliteit brengt kosten met zich mee. Banken vragen bijvoorbeeld een hogere risicopremie voor bedrijven die zich vestigen in een land als Roemenië, dan voor investeringen in Nederland.” Op termijn is er volgens Van Bergen wel een kans dat de varkenshouderij in Polen zich ontwikkelt: „Sommige veehouders die in de jaren 90 naar Oost-Duitsland zijn verhuisd, denken er nu aan om nog een stap verder naar het oosten te maken. Maar dat zal niet van vandaag op morgen gaan.”

