

Nederlanders moeten Franse KI Evolution op de kaart zetten

'Bloedvernauwing leidt

Albert Reurink is ingehuurd om voor de nog relatief nieuwe Franse fusieorganisatie Evolution een wereldstrategie uit te zetten. De bij KI Samen opgestapte Jos Hooijer maakt daarbij deel uit van zijn team. Hun doelstelling is om wereldwijd tot de top vijf van exporteurs te gaan behoren.

De naam Evolution zal bij de meeste Nederlandse melkveehouders geen belletje doen rinkelen. Toch is het de grootste fokkerijorganisatie van Frankrijk, de op een na grootste van Europa (achter CRV) en de zevende van de wereld, gemeten in wereldwijde spermaverkoop. De onbekendheid komt doordat de organisatie pas sinds 2013 bestaat. Evolution is ontstaan uit een fusie tussen de drie belangrijkste rundveefokkerijcoöperaties uit het westen van Frankrijk: Amélie, Génoé en Urcéo. Het resultaat is een coöperatie met meer dan 33.000 leden, die zich ten doel heeft gesteld wereldspeler te worden en daarvoor in november 2016 de Nederlander Albert Reurink

(55) als directeur internationale zaken heeft aangesteld. In zijn kielzog volgde de vorig jaar bij KI Samen opgestapte Jos Hooijer (41), die verantwoordelijk is voor de export naar de Benelux, Duitsland en Polen en daarnaast enkele internationale strategische projecten zal coördineren.

Vacature

„We kenden elkaar nog niet“, vertelt Albert Reurink over zijn nieuwe collega Jos Hooijer. „Ik had een vacature in mijn team en las in vakblad Melkvee dat Jos Hooijer beschikbaar was. Er zijn niet veel Wageningers met kennis van verschillende diersoorten (naast runderen is Evolution ook actief in de varkens, geiten, paarden, konijnen en vissen, red.) en met commerciële ervaring“, verklaart Reurink zijn interesse. De mannen besloten na de World Dairy Expo in Madison een keer samen te gaan eten in Oosterbeek, waar Reurink woont en Hooijer is opgegroeid op een melkveebedrijf. Ze hadden naar eigen zeggen meteen een klik. Reurink is een boerenzoon uit Drenthe en studeerde fokkerij in Wageningen, waarna hij aan de slag ging bij Holland Genetics. Later verzorgde hij het distributeurschap voor Cogent in West-Europa, de organisatie die destijds pionierde met gesekst sperma. Hij werkte vervolgens acht jaar voor het Amerikaanse ABS, waar hij verantwoordelijk

was voor de export naar Europa, Afrika en het Midden-Oosten en pionierde tevens in India. Na vervolgens twee jaar in de directie van Accelerated Genetics te hebben gezeten, werd hij gebeld vanuit Frankrijk. „Iemand van buiten de sector werd directeur van Evolution en die persoon zocht kennis op het gebied van internationale fokkerijvermarketing.“

Volk van aanpakken

Het telefoontje leidde er toe dat de avontuurlijk ingestelde Reurink op 1 november toetrad tot de directie van de Franse fokkerijorganisatie. „Daar sprak ik niet alleen de algemeen directeur, maar meteen ook de boerenbestuurders. Dat vond ik heel positief, de boeren zitten er dicht op“, aldus de Drent van oorsprong. „Er is veel betrokkenheid en wilskracht. Ze zitten ook in Bretagne, waar veel energie is. Het is een volk van aanpakken“, oordeelt hij. Reurink blijkt makkelijk talen te leren en draait zijn hand niet om voor Frans, Italiaans of Braziliaans. Hij maakt deel uit van een vierkoppige directie, waar hij verantwoordelijk is voor de export en bijbehorende productontwikkeling. Hooijer studeerde net als Reurink fokkerij in Wageningen en werkte vervolgens enkele jaren in de pluimveefokkerij. Daarna was hij zeven jaar verantwoordelijk voor de verkoop en marketing bij KI Samen en tegelijkertijd voorzitter van sectorwaakhond de Nederlandse

Copyright photo

Copyright photo

Copyright photo

tot meer inkruisen'

Veeverbeteringsorganisatie (NVO). Sinds 1 februari werkt Hooijer voor de Franse fokkerijorganisatie, waar hij naast de export aan de internationale naamsbekendheid gaat werken.

Sersia

„Sersia France was de internationale verkooporganisatie van de verschillende Franse coöperaties en heeft in de markt nog steeds een bekende naam, maar de naam is nu Evolution International”, zegt Reurink. Importeur Koole & Liebrechts verkoopt het Evolution-product weliswaar in Nederland, maar volgens Hooijer moet de naam van zijn werkgever desalniettemin synoniem worden voor Franse genetica. „We proberen op korte termijn bekender te worden door aanwezigheid met stands op beurzen en shows en adverteren op de lange termijn wellicht met dochtergroepen en dergelijke. Het is van belang dat dit ook goed samengaat met de belangen van onze distributeurs.”

„De uitdaging is om een wereldstrategie voor Evolution uit te zetten, daar ben ik voor ingehuurd”, aldus Reurink. „We exporteren naar meer dan 70 landen en het gaat er om dat we onze positie verder uitbouwen. We willen in grote markten, met name daar waar geen productontwikkeling plaatsvindt, onze afzetkanalen vergroten.” De exportdirecteur

heeft de leden gevraagd of hun organisatie een wereldwijd actieve organisatie moest worden. „Er zijn inmiddels dochtervestigingen in Zuid-Afrika, Spanje en Duitsland. Een vestiging gaat wel even verder dan sperma verkopen in een land en dat moet je dus wel verantwoorden”, vindt hij. „Als je doel is om wereldspeler te zijn, moet je ook producten specifiek gericht op het buitenland aanbieden. De consequentie daarvan is dat je ook stieren ontwikkelt die soms minder aanspreken voor de thuismarkt.”

Overnames

„Ons fokprogramma is een van de meest complete en krachtige programma's in de wereld. De productiefaciliteiten kunnen grote hoeveelheden aan en we kunnen ons hierdoor met de top meten”, stelt Reurink. „De infrastructuur is er mede door de verschillende locaties wereldwijd een die verder ontwikkeld mag worden. Een mooi voorbeeld is de recente oprichting van Evolution Deutschland. In lijn hiermee kun je denken aan meerdere overnames op strategische plekken in de wereld.” De directeur vertelt dat groei nodig is om ook in de toekomst concurrerend te blijven. „Wij verkopen 6 miljoen rietjes op jaarbasis, de grote KI's zitten op 15 à 16 miljoen. Qua fokprogramma kunnen wij met de groten mee we maken 75 Holstein-stieren per jaar – maar qua marketing kan het nog meer. Onze

doelstelling is om wereldwijd tot de top vijf van exporteurs te gaan behoren.”

Om wereldwijd meer sperma te kunnen verkopen, dien je een onderscheidend product te hebben. „We onderscheiden ons in de eerste plaats door de Franse genetische basis, die zorgt voor meer diversiteit in het Holstein-aanbod. Ten opzichte van met name de Amerikaanse fokkerijbenadering zorgen wij bovendien voor een bredere basis qua bloedvoering, omdat wij meer rekening houden met bloedspreiding”, aldus Reurink. „Verder hebben wij een uniforme groep veehouders, waardoor de kans op misregistratie veel lager is dan in Amerika. De kwaliteit van de gegevens is dus goed en daardoor zijn we tevens in staat om nieuwe kenmerken te vormen, zoals recent een fokwaarde voor ketosegevoeligheid.”

KI Samen

„Een onderscheidend product is nodig, maar je hebt ook aansprekende stieren nodig om aan tafel te komen. Stieren die bij de diverse segmenten bovenin meedraaien”, gaat Hooijer verder. „Distributeurs selecteren op de totaalindexen TPI, RZG en NVI, met daarbij een interessante bloedvoering. Stieren die veel verkocht worden, zijn bijvoorbeeld Jetset, Louxor, Limitless en Liway Sil.” Opvallend genoeg noemt Hooijer alleen genoomstieren, terwijl hij bij zijn vorige ►

Copyright photo

Copyright photo

werkgever en in zijn rol als NVO-voorzitter juist uiterst kritisch was over genomics. „Ik had gedacht dat ik bij KI Samen mijn pensioen zou halen, ze maken een mooi product voor een nichemarkt. Maar door een verschil van inzicht is het helaas misgegaan.”

Hooijer omschrijft zijn vorige werkgever als een wereldwijd kleine speler met een sterke thuismarkt. „Ik zat wel bij de boer aan tafel, maar kon qua indexniveau eigenlijk niet meedoen. Een stier als Norwin kon ik aan de boer nog wel verkopen, maar niet aan de distributeur, omdat zijn index daarvoor te laag is. Je kunt wel een outcross product maken, het moet alleen wel verkocht worden”, redeneert hij vanuit zijn huidige functie.

Kritisch indexniveau

„Denen zijn het grootste voorbeeld van rücksichtsloze indexfokkers”, stelt Reurink.

„Je hebt echter wel kritische ondergrenzen voor kenmerken nodig, dus een hoge totaalindex zonder fouten. Anders krijg je je product niet vermarkt.” Hooijer stelt dat zijn organisatie mogelijk wel iets voor 'het aAa-segment' kan optuigen, maar dat het wel wat moet opleveren. „Op het moment dat een specifieke richting substantieel bijdraagt aan de ontwikkeling van Evolution, is dit een mogelijkheid.”

Reurink zegt dat KI Samen en KI Kampen heel lang goed geweest zijn in het verkopen van jonge stieren en dat de andere, grote partijen dat nu ook doen, maar dan op andere gronden (genomics). „Partijen moeten zich onderscheiden en KI Samen focust nu juist op hoog betrouwbare stieren”, stelt Reurink. „Je moet ook je plek creëren. Elke organisatie heeft een dilemma, de goede lopen met de oren open.”

Evolution rept in haar promo-uitingen over 'betrouwbare genetica voor uw toekomst', wat haaks lijkt te staan op haar focus op

jonge stieren. „De kracht zit in de opzet van het fokprogramma”, verklaart Hooijer. „De genetica uit het verleden met stieren als Ugela Bell, Jocko Besne, Fatal, Stol Joc en nu Jetset en Louxor, hebben laten zien dat de producten betrouwbaar zijn en passen in de Nederlandse fokkerijbenadering. Vanwege de snelheid die nu in de fokkerijwereld plaatsvindt, ontkom je er echter niet aan om snel en met de juiste richting op het gebruik van de jeugd in te zetten.”

Robuust fokprogramma

De voor de fokkerijrichting verantwoordelijke leden hadden al vrij snel na Reurinks aantreden een bijeenkomst, waar hij zijn verhaal mocht doen. „Het is belangrijk dat we goed naar onze klanten luisteren. Er is bijvoorbeeld een goed internationaal debat nodig over hoogtemaat, we moeten niet een te grote koe creëren.” Andere zaken die spelen, zijn volgens Reurink fosfaat en kruisen. „Er is nooit één verhaal en dus moeten we een robuust fokprogramma inrichten.” Het Holstein-fokprogramma is daarom in vier fokdoelen op klantniveau ingericht: melk, gehalten, gezondheid en zelfredzaamheid.

Naast Holstein heeft Evolution verschillende andere rassen beschikbaar, waaronder de vleesrassen Charolais en Inra 95, die volgens de heren goed met Belgisch Blauw zouden kunnen concurreren. De Montbéliarde, een belangrijke schakel in het ProCross-concept van Evolution-distributeur Koole & Liebrechts, heeft de organisatie overigens niet in Nederland beschikbaar. Ze beschikt wel over de melkrassen Jersey, Brown Swiss en Normandiër.

„De laatste heeft een hoge vruchtbaarheid en 3,60 procent eiwit, maar Montbéliarde en Fleckvieh werken ook”, meent Reurink. Hooijer geeft aan te willen onderzoeken hoe hij binnen een kruisingsprogramma nog meer toegevoegde waarde kan behalen. „De kruisingsmarkt gaat nu nog veel te veel over

welk ras met welk ras, maar de grote winst zit hem in de juiste combinaties, met daarbinnen maximalisatie van heterosis.”

De mannen vertellen dat het Holstein-ras wereldwijd weliswaar nog steeds het grootst is, maar dat het gebruik van andere rassen wel toeneemt. „Daar moet je als wereldwijd opererende organisatie die tot de top wil behoren op inspelen”, vindt Reurink. „Internationaal vindt er bovendien bloedvernaving plaats, wat zal resulteren in een verhoogd niveau van kruisen met andere rassen. Iets wat je nu in veel landen, waaronder Nederland, ziet gebeuren. Op het moment dat je het heterosiseffect op een optimale manier kunt aanbieden aan de klant en hij ook in staat is deze producten over de generaties te verwaarden, liggen hier nog veel kansen.”

Reurink merkt op dat veehouders zijn gaan kruisen, omdat onder andere de vruchtbaarheid van de Holstein-koe slecht was. Hij vindt echter dat de vruchtbaarheid inmiddels aanmerkelijk beter is dan 15 jaar geleden. „We hebben enorme stappen gezet.” Om die bewustwording ook bij de veehouder te krijgen, wil de directeur kortere lijnen. „We hebben de communicatie van fokkerijcijfers heel ingewikkeld gemaakt. Er is heel weinig koppeling tussen ervaringen van veehouders en fokwaarden.”

In dat kader wil hij ook een betere kwantificering van de efficiëntie. „Er gebeurt nu nog veel op gevoel. We denken dat dochters van stieren als Aldo en Jorryn voerefficiënt zijn, maar eigenlijk moeten we dat meten.” Het ontbreekt Reurink en Hooijer duidelijk niet aan plannen en ambities. „De Fransen vinden het mooi dat er Nederlanders komen met frisse ideeën”, aldus Hooijer, die een week in de zes weken in Frankrijk bivakkeert. In de toekomst wil hij wekelijks rouleren tussen Frankrijk, Nederland en een ander land. Reurink was sinds november nog nauwelijks in Nederland en wil in de toekomst wat vaker in eigen land zijn. ■