

leeftijd **57**

loopbaan **begon in het laboratorium bij de Zuidoosthoek in Oosterwolde en werkte zich vervolgens binnen FrieslandCampina op tot locatiemanager van verschillende kaasfabrieken, waaronder Gerkesklooster, Bedum, Marum en Workum**
functie **directeur van Cono Kaasmakers sinds 2013**



Wim Betten: **‘Per jaar kijken we nu of er nieuwe leden bij kunnen’**



‘Fuseren? Daar zijn we te eigenwijs voor’

De kaasmakers van Cono zetten jaar op jaar de hoogste melkprijs van Nederland neer. Andere zuivelfabrieken kopiëren het concept van weidepremie en duurzaamheid inmiddels volop. ‘Ook bij ons komt de lat om melk te mogen leveren dus steeds hoger te liggen’, zegt directeur Wim Betten.

TEKST JELLE FEENSTRA

Met 41,97 cent per kilo melk over 2017 is Cono Kaasmakers opnieuw het best betalende zuivelbedrijf van Nederland. Al jaren staat de zuivelcoöperatie uit Westbeemster te boek als de hoogste contante-melkprijzbetaler. De prestatie krijgt extra glans omdat er fors is geïnvesteerd in de nieuwe kaasmakerij. Per kilo melk schrijft Cono op deze investering jaarlijks 1,5 cent af. Bovendien groeide de melkaanvoer na het einde van de quotering met 25 procent. En omdat Cono de tijd nam om na de opening van de nieuwe kaasmakerij – het woord fabriek is in Westbeemster vloeken in de kerk – de smaak van de oorspronkelijke kaas exact te evenaren, hield Cono twee jaar lang twee kaasmakerijen in bedrijf.

Al in 2014 opende Koningin Maxima de kaasmakerij. Pas in 2017 kwam alle kaas ervandaan. Waarom zo lang de oude kaasmakerij openhouden?
‘Adel verplicht. Onze kaas onderscheidt zich op smaak en smedigheid. Dat heeft te maken met het productieproces en de receptuur en beide wilden we koste wat het kost behouden. De smaak moet exact hetzelfde zijn als in de oude kaasmakerij. Dat bereiken is misschien nog wel lastiger dan een bestaande smaak verbeteren. Onze klanten – de grote kaashandelshuizen – hebben we meegenomen in dat proces, net zolang tot zij helemaal tevreden waren.’

Kaasmaken als ambacht, is dat waar jullie het verschil maken in melkprijs?

‘Daar begint het. We hebben met de Beemster een ijzersterk merk. Het is het grootste en nog altijd hardst groeiende kaasmerk van Nederland. Wij stampen er niet zo veel mogelijk kaas per uur doorheen, maar nemen de tijd. Onze kaasmakerij heet niet voor niks De Tijd. Wij maken kaas zoals er in de jaren vijftig kaas werd gemaakt: puur natuur. Dagelijks strijden we hier tegen smaakvervlakking. Zo zetten we als enige zuivelverwerker ook een dikke streep door het voeren van vetten aan koeien.’

Hoeveel kaas maken jullie?

‘De kaasmakerij heeft een capaciteit van 380.000 ton kaas. We maken nu 300.000 ton. Er is nog groei ruimte. Voorop staat dat wij nooit meer kaas maken dan we kunnen verkopen. Liever iets minder dan te veel. Dat principe huldigen we al jaren. Zo keerden we ons ook tegen afschaffing van de melkquotering. De negatieve gevolgen waar mijn voorganger Eric Hulst jarenlang voor waarschuwde, zijn aardig uitgekomen.’

Toch betalen jullie met bijna 42 cent een van de hoogste melkprijzen ooit.

‘Na het einde van de quotering zijn melkveehouders een paar jaar heen en weer geslingerd in totale onzekerheid en desoriëntatie. Een hoop ellende plus veel meer melk, uitmondend in fosfaatrechten. En de melkprijs fluctueert heviger dan ooit. De poedertoren naast de kaasmakerij maakt ons flexibeler en minder kwetsbaar op dat gebied.’

Wat doet Cono met de wei?

‘Wij geloven in hoe kaas van oudsher wordt gemaakt, met toevoeging van de natuurlijke kleurstoffen annato en caroteen. Dat maakt onze wei ongeschikt voor babyvoeding. Die gaat naar verwerkers waar de eisen iets minder hoog liggen.’

Hoeveel leden-melkveehouders en melk heeft Cono?

‘We hebben nu rond de 460 melkveehouders die 400 miljoen kilo melk leveren. Driekwart van de ledenmelk gaat in kaas, we maken inmiddels meer dan 50 verschillende soorten. We maken louter kaas onder merk, daar maken we vooral het verschil ten opzichte van andere fabrieken.’

‘In Nederland bedienen we via de handelshuizen zowel de supermarkt als de speciaalzaken. Beemster wordt verkocht in 25 landen. België is ons belangrijkste exportland, gevolgd door Duitsland en Amerika. In de laatste twee landen hebben we zelfs een eigen kantoor. We zijn met een jaaromzet van rond de 235 miljoen euro een kleine speler, maar onze kaas gaat wel de hele wereld over.’

Cono zette de toon op het gebied van weidepremies en duurzaamheidsprogramma's. Is A-ware deze rol met haar grass-based-concept voor Albert Heijn aan het overnemen?

‘Misschien zijn we soms te bescheiden, wij zitten namelijk echt niet stil hoor. Sinds vorig jaar betalen we als een van de weinigen 2 cent weidepremie. En we zijn de enige zuivelverwerker die de leveringsvoorwaarden coöperatiebreed zo heeft aangescherpt dat elke koe een ligplaats moet hebben, met zacht ligbed en voldoende koeborstels. De weidegang van onze leden-melkveehouders ligt met gemiddeld 180 dagen keer 10 uur fors hoger dan de norm. Wij lopen nog steeds voorop, maar worden inmiddels wel volop gekopieerd. Dat is niet erg. Het betekent wel dat je zelf ook door moet.’

Mag ik daaruit concluderen dat 100 procent weidegang voor Cono-melk aanstaande is?



‘Nationaal klimaatbeleid jaagt boeren en banen het land uit’

‘We zijn de laatste twee jaar van 92 naar 95 procent gegaan. Die laatste 100 procent gaan zelfs wij niet halen. Afdwingen? Dat staat haaks op de coöperatieve gedachte. Boeren die niet weiden, hebben net zo goed meebetaald aan de nieuwe kaasmakerij. Sommige boeren willen echt wel, maar kunnen gewoon niet. Te kleine huiskavel, te nat of een grond zo venig dat de theekopjes staan te trillen als de koeien naar buiten gaan.’

Wat doen jullie met deze melk?

‘Die gaat in de melkpoeder.’

Hoe wil Cono daarmee verder?

‘Als we blijvend extra kosten maken bij het ophalen van melk die niet mee kan in de grote weidemelkstroom, gaan we bekijken of we die kosten ook meer daar moeten neerleggen waar ze worden gemaakt. Het bestuur beslist daar uiteindelijk over.’

Lastige positie. Aan de top komen is lastiger dan aan de top blijven.

‘Wij betalen een deftige melkprijs. Maar om deftig te kunnen blijven betalen, moeten we stappen blijven zetten. Onze boeren krijgen 2 cent meer voor weidegang en 0,75 cent voor ons duurzaamheidsprogramma Caring

Dairy. In pilots draaien we nu met Caring Dairy+ en Caring Dairy++-programma’s. Dan praat je over nul grondbewerking, 180 dagen 12 uren weidegang, stevige percentages kruidenrijk grasland en alle jongvee weiden. Op sommige punten gaan we verder dan collega’s, op sommige punten iets minder ver.’

Dat is niet leidend meer.

‘Maar wel toonaangevend, we lopen mee voorop. Cono heeft met Beemster iets geweldigs in huis. Om dat te behouden moet je soms stappen zetten zonder dat het meteen leidt tot extra centen. Die stappen zijn je “license to sell”. Hoe ver je daarin moet gaan? Niet zo ver dat er nog maar een paar melkveehouders mee kunnen. Ik ga liever iets minder ver en dat je veel boeren meekrijgt dan heel ver met maar een handjevol boeren. Kortom, wij willen binnen de coöperatie het liefst zo weinig mogelijk differentiëren in melkprijs.’

Het merk Beemster blijft groeien, ondertussen daalt jullie ledenaantal met 3 procent per jaar. Is dat nog autonoom op te lossen?

‘Nee. We hebben in 2018 voor het eerst in

jaren een aantal melkveehouders van andere fabrieken toegelaten. Deze melkveehouders komen uit Noord-Holland, de meesten leverden voorheen aan FrieslandCampina. We hebben al jaren een wachtlijst. Of we de deur vaker openzetten, hangt af van onze groei. Dat bekijken we per jaar.’

Maakt u zich zorgen over de zuivel-exportpositie van Nederland, nu er van alle kanten druk is op de omvang van de veestapel?

‘Ja. Ik vind wat er gaande is in Nederland zorgwekkend. De landbouw krijgt de schuld van alles en inkrimping van de veestapel wordt gepresenteerd als enige oplossing. Nationaal klimaatbeleid zonder afstemming met het buitenland is zinloos en jaagt boeren en banen het land uit. Het wordt tijd dat we daar op basis van feiten als zuivelsector in de publiciteit gezamenlijk iets stevigs tegenover zetten. Want de ratio is ver te zoeken, de emotie regeert.’

Als de melkplas daalt, is een fusie met een ander zuivelbedrijf dan denkbaar?

‘Daar zijn we veel te trots en eigenwijs voor. Wij zullen er echt alles aan doen om zelfstandig te blijven.’ |