

leeftijd **51**  
opleiding **bedrijfskunde en werktuigbouwkunde aan hts in Enschede**  
carrière **diverse functies bij bedrijven die productielijnen leveren aan voedingsindustrie, in 2009 gestart bij Leerdammer als plantmanager, sinds 2010 director operations van Royal Bel Leerdammer en verantwoordelijk voor de productielocaties Schoonrewoerd, Dalfsen en Wageningen. Sinds begin 2018 voorzitter van de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO)**



**‘De melk bijzonder maken,**  
daar is elke zuivelverwerker  
momenteel mee bezig’

# ‘Grote kans dat we naar 100 procent VLOG-melk gaan’

Particulier zuivelverwerker Royal Bel Leerdammer tikkert aan de weg. De contante melkprijs behoort sinds 2017 bij de beste van Nederland, terwijl het bedrijf 32 miljoen euro investeert in vernieuwing, waaronder VLOG-kaas. ‘Ik acht de kans groot dat we in de toekomst alleen nog VLOG-kaas maken’, zegt operationeel directeur Joost van der Hoogte.

TEKST JELLE FEENSTRA

**H**et was een veelbesproken geluidsfragment op social media. Veehouder Jeroen van Maanen, wiens melk naar Royal Bel Leerdammer gaat, fulmineerde tijdens de leveranciersvergadering tegen de in zijn ogen vele milieu- en duurzaamheidseisen. Hij vertolkt de gevoelens van veel melkveehouders: waarom moeten wij van alles veranderen op het bedrijf zonder dat het beloond wordt en hoeven andere sectoren, zoals de vlieg- en transportsector, dat niet? ‘Het is een duidelijk signaal. Daar moeten we wat mee doen’, zegt operationeel directeur Joost van der Hoogte van Royal Bel Leerdammer.

## Wat gaat u doen met dit signaal?

‘Er verandert veel in de melkveesector. Dat vraagt veerkracht van melkveehouders. Een deel is wetgeving. Een deel is nodig om maatschappelijk geaccepteerd te blijven. En er is een deel waarmee je als fabriek aan de slag wilt omdat de markt het vraagt. Of omdat je je kunt onderscheiden van andere kaasmakers. We zullen samen tot de overtuiging moeten komen dat die ontwikkeling ook kansen biedt. Dat we samen mooie en waardevolle dingen kunnen neerzetten.’

## Wat zijn die kansen?

‘Meer geld uit de markt halen. Vorig jaar hebben we de weidepremie verhoogd van 0,65 euro naar 2,00 euro per 100 kilo melk. Ik ken geen fabriek waarbij procentueel zo veel melkveehouders zijn gaan weiden. De

weidekaassticker die we op Leerdammer kunnen plakken, levert een plus op in onze drie belangrijkste afzetlanden: Duitsland, Italië en Frankrijk. Het beeld dat weidengang typisch Nederlands is, klopt niet meer.’

## De kern van de kritiek is dat zuivelverwerkers van alles bedenken, maar dat de beloning voor veel inspanningen er niet is.

‘Soms moet je op nul beginnen om een plus te kunnen halen. Voor onze aanstaande VLOG-operatie hebben we een pilot gedraaid bij acht melkveehouders uit verschillende landsdelen. Die toont aan dat de overgang naar VLOG-melk, melk waarvoor geen genetisch gemodificeerd voer is gebruikt, zorgt voor extra inkomsten, ondanks de kostprijsverhoging door VLOG-voer. Hoe meer gras, hoe meer winst. Alle pilotdeelnemers gaan door met VLOG na de pilot. Ze krijgen een premie van 1 euro per 100 kilo melk.’

## Ook dat is een beloning. Dan willen boeren wel. Het gaat om de eisen die niet worden beloond.

‘Nogmaals, je moet ergens beginnen. In 2017 startten we het project Eiwit van eigen land. Daarmee liepen we voorop. Er lopen al studiegroepen en we starten in 2019 drie nieuwe: veilig werken, kringlooplandbouw en mpr-analyse. Ook geven we individueel advies op tal van duurzaamheidssterreinen. Alles om vooruit te komen.

Het nieuwste project is dat we met twee groepen van tien melkveehouders een pilot starten om de levensduur van melkkoeien omhoog te krijgen.’

## Wat kunt u daarover vertellen?

‘De melkveehouders gaan met adviesbureau Valacon aan de slag om de productieve levensduur van het melkvee te verhogen. Het doel is om in drie jaar te komen tot een gestructureerde en doelgerichte aanpak die uiteindelijk leidt naar een gemiddelde actuele levensduur van vijf lactaties. Dit is een behoorlijke uitdaging die we graag met onze melkveehouders aan willen gaan.’

## Het is dus een kwestie van meedoen, kennis vergaren en hopen dat je op termijn een plus genereert.

‘Dat is ondernemen. Wij organiseren en faciliteren het project en delen de kennis met al onze melkveehouders. Een langere gemiddelde levensduur levert extra punten op in ons duurzaamheidsprogramma. De maximale toeslag die je zo kunt verdienen, is 0,60 euro per 100 liter. En wie weet, lukt het om van levensduur een “unique selling point” van Leerdammerkaas te maken. Dan levert het nog meer op. Duurzaamheid is een lastig iets. De ene keer lukt het om er een meerprijs mee te bedingen, de andere keer niet. Hoe bijzonderder de melk, hoe meer kans dat je er wat aan verdient.’

## VLOG-melk is een concrete. Royal Bel Leerdammer heeft zo’n 1100 melkvee-houders. Hoeveel doen er mee?

‘De hoeveelheid aangemelde melk is meer dan voldoende om onze Duitse marktvraag naar VLOG te bedienen. Dan praat je over 25 tot 30 procent van de melkaanvoer. Het komende halfjaar gaan we testen, in de tweede helft van 2019 starten we met produceren en in 2020 start de verkoop in Duitsland. Daarna willen we met VLOG-melk ook de Italiaanse en Franse markt op.’

## Er wordt in 2019 VLOG-melk van veehouders rondom Schoonrewoerd naar Dalfsen gereden en niet-VLOG-melk van Dalfsen naar Schoonrewoerd. Dat is efficiënt noch duurzaam.



**‘Te afstandelijk?’**  
Ik herken me daar niet in’

‘Vrijwel al onze melkveehouders zitten binnen een straal van 50 kilometer van de fabriek. We hebben veehouders uit beide gebieden nodig voor voldoende VLOG-melk. Dus moeten we extra kilometers maken. Maar dat is tijdelijk. In 2020 bouwen we in Schoonrewoerd ook een VLOG-lijn. Onze ambitie is om in 2021 alle Leerdammer merkkaas van VLOG-melk te maken.’

**Over hoeveel melk gaat het dan precies?**

‘We produceren op jaarbasis 75.000 ton kaas, daarvan is 50.000 ton Leerdammer en 25.000 ton niet-merkkaas. De kans dat

ook de niet-merkkaas in de toekomst volledig VLOG wordt, acht ik groot.’

**Ondanks de concurrerende melkprijs, hoge weidepremie en nieuwe investeringen blijft er kritiek dat Royal Bel Leerdammer te afstandelijk is. Waar komt dat vandaan?**

‘Er was een tijd dat we het qua melkprijs minder goed deden. Die klacht horen we nu niet meer. En wat speelt, is het juridische conflict met zo’n 300 melkveehouders over de hoogte van de uitbetaalde melkprijs over de jaren 2010 tot en met 2015. Wij betreuren de ontstane situatie enorm, maar vinden nog steeds dat we de juiste melkprijs

hebben uitbetaald. De rechter moet maar bepalen of dat inderdaad zo is.’

**En die afstandelijkheid?**

‘Het signaal ken ik. Ik herken me er echter niet in. We investeren volop in het contact met onze melkveehouders. Ik noemde al de projecten en studiegroepen. Onze buitendienst zit dagelijks om tafel met de melkveehouders, we stemmen plannen af met klankbordgroepen en hebben een voor- én najaarsvergadering. Ook staan we met een stand op landbouwbeurzen. Zo hadden we een leuke sessie met weervrouw Helga van Leur, die melkveehouders liet zien hoe ze positief kunnen bijdragen aan het klimaat. We doen oprecht ons best om samen op te trekken met onze veehouders. We weten heus dat “top-down” opereren niet werkt.’

**Waar staat Royal Bel Leerdammer anno 2018?**

‘Ik denk dat we er best goed op staan. We zijn in staat meer geld uit de markt te halen. Er is weer balans tussen melkaanvoer en verwaarding. Die was er in 2015 en 2016 niet. Toen ontplofte de aanvoer en moesten we 60, 70 miljoen kilo melk voor dumprijzen wegbrengen. We betalen een goede melkprijs, er komen in 2019 nieuwe melkveehouders bij. En er is ruimte voor meer veehouders, ze moeten dan wel weiden en meedoen aan VLOG.’

**Ruim 30 miljoen euro investeren is best veel. Wat gaat er behalve VLOG nog meer gebeuren?**

‘In Dalfsen hebben we de kaasrijpingshal van A-ware gekocht. We willen het rijpen zelf doen, met een nieuwe, unieke techniek. Daarmee pakken we voorsprong op andere kaasmakers. De tweede grote investering is een nieuwe blokkenlijn in Schoonrewoerd. Daar maken we straks de langste kaasblokken ter wereld, twee keer zo lang als in Dalfsen. Dat geeft minder productie-verlies en een nog iets betere kwaliteit. Verder investeren we in onderhoud, vernieuwing en innovatie.’

**Ook de samenstelling van de melkprijs verandert in 2019.**

‘Dat klopt. We passen onze negatieve grondprijs aan en gaan daardoor beter betalen op vet en eiwit.’

**Hoe ziet u de toekomst voor de melkveehouderij in Nederland?**

‘Elke zuivelverwerker is bezig met het “verbijzonderen” van de melk. Voorlopers kunnen daar premie pakken. Maar elke melkveehouder moet mee tot een zeker niveau, omdat de ondergrens om zuivel te mogen leveren steeds iets hoger komt te liggen.’

**Melk van 1100 melkveehouders**

Royal Bel Leerdammer is onderdeel van de Franse Bel Group, bekend van de vijf grote merken Leerdammer, Boursin, La vache qui rit, Port Salut en Babybel. Er wordt 75.000 ton kaas gemaakt van 770 miljoen kilo melk in

twee fabrieken, Schoonrewoerd en Dalfsen. De kaas wordt in Wageningen gesneden en verpakt. De melk komt van in totaal 1100 melkveehouders. Het bedrijf telt ruim 400 medewerkers.