

leeftijd **50 jaar**

functie **CEO van Lely International nv**

opleiding: **Eidgenössische Technische Hochschule Zürich,**

Master of Science (MSc) in Mechanical Engineering,

Production and Management



‘Mestaffinage wordt een belangrijk onderdeel van een winstgevende en toekomstbestendige melkveehouderij’

‘Data-analyse geeft robotisering echt waarde’

Van machinebouwer ontwikkelt Lely zich steeds meer ook tot softwarebedrijf. Met de aankoop van start-ups investeert het bedrijf stevig in zelflerende managementsystemen. ‘Veehouders kunnen nog veel meer waarde halen uit de data die onze robots genereren’, stelt CEO Alexander van der Lely.

TEKST WICHERT KOOPMAN

Vanuit de directiekamer in het kantoor van Lely International in Maas-luis is het niet meer dan enkele tientallen meters lopen naar de productiehal. Vanaf een balustrade kunnen bezoekers met eigen ogen zien hoe monteurs de nieuwe Lely A5-robots stapje voor stapje assembleren. De galerij geeft direct toegang tot de vergaderzalen en ook de technici en ontwerpers zitten met hun neus bovenop het productieproces.

Alles in het lichte en moderne hoofdkantoor van het 71-jarige familiebedrijf ademt techniek, vooruitgang en oog voor uitstraling. Zelfs de cappuccino die CEO Alexander van der Lely laat serveren, is bereid door een echte barista. Natuurlijk gebruikt ze hierbij ‘Mijn Melk’ uit de Orbiter, de mini-melkfabriek voor het boeren-erf die Lely vorig jaar introduceerde. ‘Heb je de melk van de verschillende koefamilies al geproefd?’, opent CEO Alexander van der Lely het gesprek luchtig. ‘We krijgen daar veel positieve reacties op. Mensen vinden het echt heel lekker.’

Is het niet bijzonder dat een machinefabrikant zich bezighoudt met consumentenmarketing?

‘Toen we begonnen met de ontwikkeling van de Orbiter wisten we dat een succesvolle introductie zou staan of vallen met een afzetkanaal voor de melk. Daarom hebben we ook geïnvesteerd in de ontwikkeling van een merk en het leggen van contacten met Albert Heijn. Zonder dat we nu veel aan marketing doen, zijn er sinds september al meer dan 200.000 flessen Mijn Melk verkocht. Het

product verkoopt zichzelf. Veehouders ondersteunen bij het realiseren van een hogere marge op melk past in onze ambitie om bij te dragen aan de winstgevendheid van melkveebedrijven. Maar we hebben beslist niet de ambitie om een grote zuivelverwerker te worden. Het merk Mijn Melk is nu eigendom van Lely. Maar we evalueren hoe en of we hiermee door willen gaan.’

Hoe gaat het ondertussen met de interesse voor de Orbiter? U lijkt concurrentie te krijgen.

‘We staan op het punt om meerdere systemen te verkopen. Wereldwijd is er veel belangstelling. De rechtstreekse verkoop van melk is voor veehouders in heel Europa en Noord-Amerika een kans om meer te verdienen. Daarnaast zien we ook mogelijkheden in China waar consumenten veel waarde hechten aan een betrouwbare herkomst. Voor concurrentie zijn we niet bang. Dat is nu alleen maar goed. Hoe meer aandacht voor melkverwerking op het boeren-erf, hoe groter de interesse in ons systeem.’

Eind 2017 verkocht Lely het bedrijfs-onderdeel dat machines voor de ruwvoerwinning produceerde. Was dat een lastige beslissing?

‘Ja. Het was geen gemakkelijk besluit en we hebben er dan ook een paar jaar voor nodig gehad om het te kunnen nemen. Mijn vader en oom zijn in 1948 begonnen met het bouwen van harkkeeders. Later kwamen daar andere werktuigen bij. De oorsprong van het familiebedrijf ligt dus in de machinebouw.

Maar tijden veranderen. Ook graslandwerktuigen worden steeds geavanceerder. Om als machinebouwer te kunnen blijven concurreren zijn grote investeringen in onderzoek en ontwikkeling noodzakelijk. Daarbij komt dat voor de meeste dealers de verkoop van trekkers het leeuwendeel van de omzet vormt. Dat betekent dat je als leverancier van enkel werktuigen hard moet werken om voldoende aandacht te krijgen.’

Is het een goede beslissing geweest?

‘Ja. We hebben het bedrijfsonderdeel verkocht aan Agco Corporation, onder andere eigenaar van de merken Fendt, Massey Ferguson en Fella. Hiermee is de ontwikkeling, bouw en verkoop van hooibouwmachines onderdeel geworden van een groot concern.’ ‘Ook voor Lely is de strategische heroriëntatie een goed besluit gebleken. We kunnen ons nu volledig richten op automatisering voor de melkveehouderij. Het afgelopen jaar is de omzet van deze tak met 9 procent gestegen en het orderboek voor dit jaar zit alweer helemaal vol.’

Was de opbrengst uit de verkoop van de werktuigentak nodig om te kunnen groeien in de automatiseringstak?

‘Wij geloven niet in groei door de aankoop van bedrijven. Liever investeren we in onderzoek en ontwikkeling om rustig te groeien vanuit eigen kracht. Wel hebben we een aantal startende bedrijven in het buitenland gekocht. Het gaat dan om ICT-bedrijven die werken aan slimme manieren om grote hoeveelheden data te analyseren. Zo zijn we sinds kort eigenaar van een Duitse start-up die software ontwikkelt voor het optimaliseren van voermanagement. En bij een jong bedrijf in Praag werkt een team van wel vijftig mensen dagelijks aan het analyseren van data die worden gegenereerd door onze melkrobots en automatische voersystemen.’

U investeert dus stevig in data-analyse. Waarom?

‘Data-analyse heeft de toekomst. Robots nemen veehouders repeterend werk uit handen en maken hun leven daardoor aangenamer. Maar veehouders kunnen nog veel meer waarde halen uit de data die robots



‘Data zijn niet van ons. Ze blijven eigendom van de veehouder’

genereren. Wij denken dat we door het slim gebruik van data zelflerende management-systemen kunnen ontwikkelen. Deze zullen melkveehouders steeds beter ondersteunen in hun bedrijfsvoering.’

‘Het mooie van deze zelflerende systemen is dat ze melkveehouders op maat bedienen. Dat wil zeggen dat adviezen persoonlijk worden afgestemd. De ene melkveehouder zal in dezelfde situatie een andere beslissing nemen dan de andere. Slimme management-systemen snappen dat.’

Het gebruik van data ligt gevoelig. Plat gezegd: een veehouder produceert ze en Lely verdient eraan.

‘Laat ik vooropstellen: de data zijn niet van ons. Deze zijn en blijven het eigendom van de veehouder. Met veehouders die van ons een product kopen, maken we duidelijke afspraken over het gebruik van data. Onderdeel van deze afspraken is dat een klant ervan verzekerd kan zijn dat we data nooit zullen doorverkopen zonder toestemming. We gebruiken ze om betere producten te ontwikkelen voor onze klanten.’

Vorig jaar meldde u dat Lely werkt aan mestraffinage. Eerder trok u nog de stekker uit een ontwikkelingstraject. Bent u van gedachten veranderd?
‘Met de ontwikkeling van de AgriModem

zijn we gestopt, omdat de techniek te ingewikkeld bleek voor de praktijk. Maar we blijven geloven in mest als een waardevolle grondstof. Mestraffinage wordt een belangrijk onderdeel van een winstgevende en toekomstbestendige melkveehouderij. De AgriModem is weliswaar nooit op de markt gekomen, maar we hebben van de ontwikkeling wel heel veel geleerd. Van die kennis maken we nu dankbaar gebruik.’

Is een systeem voor mestraffinage de eerstvolgende ‘yellow revolution’ die veehouders kunnen verwachten?

Van der Lely glimlacht: ‘Wij lichten af en toe een tipje van de sluier op, maar we doen nooit gedetailleerde uitspraken over nieuwe ontwikkelingen waar we mee bezig zijn. Laten we het erop houden dat een systeem voor mestraffinage naar verwachting binnen nu en vijf jaar praktijkrijp kan zijn. Dit jaar concentreren we ons op uitbreiding van de markt voor onze bestaande producten en het afwerken van de grote stapel orders die er ligt. Maar we zijn al wel bezig met de planning van nieuwe “Lely Future Farm Days”, in de loop van volgend jaar. Wat we daar gaan presenteren? Daar ga ik – en dat zal geen verrassing zijn – voor die tijd helemaal niks over zeggen.’ |

Lely genomineerd voor Familiebedrijven Award 2019

Lely is een van de drie genomineerde bedrijven voor de Familiebedrijven Award 2019. De prijs, die jaarlijks wordt uitgereikt, is een initiatief van de Stichting Familie Ondernemingen, die in 2012 is opgericht door John Fentener van Vlissingen. De ondernemer wil

met de stichting aandacht vragen voor het belang van familiebedrijven voor de Nederlandse economie. Eerder wonnen onder andere Westland Kaas en De Heus deze prijs. De winnaar van dit jaar wordt op 10 april bekendgemaakt.