



Multinationals trekken aan

Voor melkveehouders in de grote zuivellanden van de wereld is er geen ontkomen meer aan. Met multinationalaal opererende voedingsconcerns als aanjagers krijgen ze te maken met steeds hogere eisen aan de duurzaamheid van hun bedrijfsvoering. Soms leveren deze extra melkgeld op, vaker zijn het minimale voorwaarden om melk te mogen leveren.

TEKST WICHERT KOOPMAN

Arlagården, Milkmaster, The co-operative Difference, Foqus Planet ... De marketeers van grote zuivelcoöperaties zetten hun duurzaamheidsprogramma's met prachtige namen in de markt. Bij melkveehouders roepen de programma's meer gemengde gevoelens op. Duurzaamheidseisen worden vaak als dwang ervaren en veel veehouders vinden dat er te weinig extra melkgeld staat tegenover kostprijshogende maatregelen. Bovendien bestaat de indruk dat de Nederlandse zuivelindustrie ver voor de troepen uitloopt. 'De duurzaamheid van de melkveehouderij staat bij alle grote zuivelbedrijven in de wereld op de agenda. Maar Nederlandse verwerkers zijn wel het verst in de toepassing', constateert Alfons Beldman. De onderzoeker van Wageningen Economic Research is als adviseur betrokken bij de ontwikkeling van het

'Sustainable Dairy Partnership' (zie kader pagina 8). 'Het zijn met name multinationale voedingsconcerns als Danone, Nestlé en Unilever die de aanjagers zijn van deze ontwikkeling. Deze bedrijven kopen op grote schaal zuivelgrondstoffen en hebben daardoor grote invloed op ontwikkelingen in de melkveehouderij', stelt Beldman vast. 'Voor de voedingsconcerns zijn duurzaamheidsclaims enerzijds een kans om hun merken te versterken. Anderzijds zien ze dat het imago van zuivel wordt bedreigd door aanvallen van maatschappelijke organisaties en concurrenten die plantaardige alternatieven op de markt brengen. Daar willen ze een antwoord op hebben', merkt hij.

Premier league vraagt ontwikkeling

'Nestlé wil melkveehouders helpen met veranderende duurzaamheidseisen in de keten', vertelt Robert



duurzaamheid

Markus Erhard, agricultural material specialist bij Nestlé Dairy. 'Als we hierin niet samenwerken, is de toekomst van de keten onzeker. Samen met boeren willen we kijken naar de lokale behoefte van boeren, omgeving, gemeenschap en dieren', geeft hij aan. 'Het is daarbij absoluut noodzakelijk dat het landbouwmodel economisch rendabel is, zodat boeren gemotiveerd zijn om de veranderingen te omarmen', stelt Erhard.

'De invloed van multinationals op de Nederlandse melkmarkt is groot', vertelt ook zuivelmarktkenner Mark Voorbergen. 'Om deze concerns te kunnen blijven beleveren zullen melkverwerkers mee moeten in hun eisen. Dat begon ooit met eisen aan leveringszekerheid, daarna volgden melkkwaliteit, borging en traceerbaarheid en nu is dat duurzaamheid op het boerenbedrijf', ziet hij.

De weerstand van melkveehouders tegen duurzaamheidsprogramma's begrijpt Voorbergen maar ten dele. 'Het klopt dat Nederlandse melkverwerkers vooroplopen in het stellen van duurzaamheidseisen. Maar de Nederlandse zuivel opereert in het topsegment van de markt en daar heeft voor melkveehouders ook altijd een bovengemiddelde melkprijs tegenover gestaan', stelt hij. 'Als je in die premier league mee wil blijven spelen, zul je moeten leveren wat wordt gevraagd', benadrukt de marktkenner.

Extra claims verkopen moeilijk

Als het gaat om duurzaamheid, moet onderscheid worden gemaakt tussen basiseisen, waaraan alle melk moet voldoen, en voorwaarden voor speciale

melkstromen die een hogere melkprijs opleveren.

Van dit laatste moeten veehouders volgens Voorbergen niet te hoge verwachtingen koesteren. 'Slechts een beperkt percentage van de consumenten is bereid een hogere prijs te betalen voor melk met extra duurzaamheidsclaims. En claims die te weinig onderscheidend zijn, worden op den duur basiseisen', verwacht hij.

Alfons Beldman van Wageningen Economic Research is het voor een belangrijk deel met Voorbergen eens. 'Een nadeel van aparte melkstromen is dat het om keurmerken en controles vraagt. Die kosten extra geld dat niet aan boeren kan worden uitbetaald',

FrieslandCampina



Thuisland: Nederland, België en Duitsland

Aantal veehouders: ongeveer 18.000

In leveringsvoorwaarden (o.a.):

- basiseisen aan hygiëne, water en voer en deelname aan KoeMonitor
- Duurzaamheidsprogramma:** Foqus planet duurzame ontwikkeling (o.a.):
- weidegang
- levensduur koeien en KalfOK-score kalveropfok
- broeikasgasuitstoot
- stikstof bodembalans en ammoniakemissie
- eiwit van eigen land en blijvend grasland
- natuur en landschap

Vergoeding: 0,125 cent per kilo melk voor alle deelnemers, toeslag o.b.v. aantal Foqus planetpunten, gemiddeld 0,12 cent per kilo melk

Extra melkstromen: biologisch, VLOG, PlanetProof

Fonterra



Thuisland: Nieuw-Zeeland

Aantal veehouders: ongeveer 10.000

In leveringsvoorwaarden (o.a.):

- jaarlijkse algemene bedrijfscontrole
- geen staartamputatie en afvoeren van kalveren jonger dan 4 dagen
- bedrijfsmilieuplan (o.a. bescherming oppervlaktewater)

Duurzaamheidsprogramma: The Co-operative Difference (o.a.):

- registratie van stikstofmanagement en waterverbruik
- verkleinen van CO₂-voetafdruk en stimuleren biodiversiteit

Bonus duurzaamheidsprogramma: gratis advies en begeleiding, 200 tot 1200 N-ZI dollar te besteden in Farm Supply Shop

Extra melkstromen: biologisch, wintermelk, A2-melk

Arla Foods



Thuisland: Denemarken, Zweden, Nederland, België, Duitsland, Verenigd Koninkrijk en Luxemburg

Aantal veehouders: ongeveer 10.000

In leveringsvoorwaarden (o.a.):

- eisen voor dierenwelzijn, zoals zuiverheid en conditie van de koeien

Duurzaamheidsprogramma: Arlagården

- zelfbeoordeling door veehouder (vier keer per jaar)
- externe controle door een onafhankelijke auditor

- Klimaatcheckprogramma voor berekening CO₂-voetafdruk

Bonus duurzaamheidsprogramma: minimaal 1 ct/kg melk

Extra melkstromen: biologisch, weidemelk, beter-voor-de-koe (Melkunie)

geeft hij aan. Wat dat betreft is het volgens Voorbergen en Beldman doeltreffender om op nationaal niveau te werken aan een hoge standaard voor duurzaamheid, zoals in Nederland gebeurt via de Duurzame Zuivelketen. Dergelijke programma's lopen ook in landen als Ierland, Australië en de Verenigde Staten.

Als het gaat om de marktpotentie van extra duurzaamheidsclaims is ook Oliver Bartelt, woordvoerder van de Duits-Nederlandse coöperatie DMK, voorzichtig. 'We zien dat supermarkten zich proberen te onderscheiden in duurzaamheid, zoals ze dat eerder enkel deden op prijs. Maar als het erop aankomt, is slechts een heel beperkt deel van de consumenten bereid om hiervoor te betalen', ervaart hij. 'Dat neemt niet weg dat ook DMK inzet op verduurzaming van de melkproductie. Als we dat niet zouden doen, zouden we ons op de lange termijn uit de markt prijzen. En extra duurzaamheid verstrekt onze merken, waarmee we voor onze melkveehouders toegevoegde waarde realiseren', aldus Bartelt.

CO₂-voetafdruk wereldwijd thema

'Duurzaamheidsthema's als CO₂-voetafdruk en dierenwelzijn spelen over de hele wereld', geeft Beldman aan. 'Al wordt de discussie over dit laatste thema in verschillende landen op een verschillend niveau gevoerd. Zo was het in Nieuw-Zeeland tot voor kort nog heel gewoon om staarten te amputeren', geeft hij als voorbeeld. Ook een thema dat wereldwijd aandacht heeft, is het gebruik van soja in relatie tot ontbos-

sing. In Nederland is dit ondervangen door de omschakeling naar verantwoord geteelde soja en het streven naar meer eiwit van eigen land.

Naast de wereldwijde thema's zijn er thema's die specifiek in bepaalde landen of regio's spelen. 'Zo komt de vraag naar VLOG-melk vanuit Duitsland en profileert de Nederlandse zuivel zich met weidegang. In Nieuw-Zeeland is de bescherming van oppervlaktewater een belangrijk thema', geeft Beldman enkele voorbeelden. 'Maar in de Verenigde Staten zijn er ook melkverwerkers die extra betalen voor weidemelk en ggo-vrije melk. Daar worden deze duurzaamheidsclaims gebruikt als marketinginstrument', legt hij uit.

Melkveehouder als vrije ondernemer

De duurzaamheidstrend in de internationale zuivelhandel is niet te keren. De grote uitdaging voor zuivelcoöperaties is om leden-melkveehouders hierin mee te krijgen.

'Melkveehouders in Nieuw-Zeeland hebben al veel gedaan als het gaat om de bescherming van oppervlaktewater, verbeteren van het stikstofmanagement en verhogen van dierenwelzijn', reageert Anna Johnstone, woordvoerder van Fonterra vanaf de andere kant van de wereld. Het duurzaamheidsprogramma van de coöperatie is vooralsnog redelijk vrijblijvend en de bonus die ondernemers kunnen verdienen, beperkt. 'Maar veehouders zullen zich moeten blijven aanpassen. Wij zien het als onze coöperatieve taak om hen te laten zien wat er nodig is om aan de steeds hogere verwachtingen van onze klanten te voldoen. En om-

Sustainable Dairy Partnership verenigt zuivelwereld

Het Sustainable Dairy Partnership (SDP) is ontwikkeld door een samenwerkingsverband van ruim twintig grote partijen in de internationale zuivelwereld. Het gaat om boerencoöperaties als FrieslandCampina, Arla Foods, Fonterra en Dairy Farmers of America, maar ook om multinationale voedingsconcerns als Danone, Nestlé en Unilever en retailers als

Ahold, Delhaize en Starbucks. Deze partijen hebben de ambitie om de duurzaamheid van de melkveehouderij in de wereld op een steeds hoger plan te brengen. Hiervoor hebben ze een aanpak ontwikkeld om duurzaamheid een plek te geven in de onderlinge handel, zonder extra controles. Dit gebeurt op basis van duidelijke criteria voor thema's

als dierenwelzijn, broeikasgasemissie, water en bodem, biodiversiteit en sociale duurzaamheid.

De ontwikkelaars van het SDP vertegenwoordigen zo'n 30 procent van de wereldwijde zuivelproductie, maar hun gezamenlijke invloed op de ontwikkeling van de melkveehouderij is veel groter.

DMK



Thuisland: Duitsland en Nederland (samenwerking met DOC)

Aantal veehouders: ongeveer 7000

In leveringsvoorwaarden (o.a.):

- eisen op het gebied van dierwelzijn
- gedetailleerde (veterinaire) controles op diergezondheid
- eisen op het gebied van energie- en waterverbruik
- uitstraling van het bedrijf

Duurzaamheidsprogramma Milkmaster (o.a.):

- aanvullende criteria op het gebied van dierwelzijn, diergezondheid, omgeving en klimaat en sociale duurzaamheid

Bonus duurzaamheidsprogramma: maximaal +1 cent per kilo melk

Extra melkstroom: VLOG-melk, melk voor babyvoeding

Milcobel



Thuisland: België

Aantal veehouders: ongeveer 2600

In leveringsvoorwaarden (o.a.):

- IKM-certificering

Duurzaamheidsprogramma:

- vastleggen van 35 duurzaamheidscriteria en 'profielfoto' van het bedrijf
- Op basis van een 'profielfoto' selecteert Milcobel bedrijven voor speciale melkstroom
- weidemelk (vergoeding € 500,- per jaar)

Extra melkstroom: cps-melk (combinatie van VLOG, weidemelk en vrij koeveerkeer), bonus +1 cent per kilo melk



Weidegang is een thema waarmee vooral de Nederlandse zuivel zich profileert

dat boeren anno 2020 al ingewikkeld genoeg is, willen we ze in deze ontwikkelingen ook begeleiden en met advies ondersteunen', geeft Johnstone aan.

'Wij kijken goed naar wat er om ons heen gebeurt en proberen dat naar onze leden te vertalen', zegt Eddy Leloup, directeur Milk & Farms bij de Belgische coöperatie Milcobel. 'Maar daarbij willen we niet voorbijgaan aan het feit dat melkveeouders vrije ondernemers zijn. We bieden ze keuzemogelijkheden. De ene veehouder zal kiezen voor het opwekken van duurzame energie, de ander voor extra maatregelen op het gebied van dierwelzijn en weer een ander voor de ontwikkeling van natuur', legt hij uit. 'Wel worden van alle Milcobel-bedrijven de prestaties op een groot aantal duurzaamheidskenmerken vastgelegd en gerapporteerd. Zo willen we veehouders stimuleren om te blijven werken aan vooruitgang. Bovendien kunnen we de resultaten communiceren naar onze afnemers en we kunnen de kennis gebruiken om – als er vraag naar is – aparte melkstroom op basis van duurzaamheidsclaims op te zetten', aldus Leloup. 'Daarbij realiseren we ons dat werken aan verduurzaming een continu proces is. De lat zal steeds iets hoger worden gelegd. Duurzaamheid is nooit klaar.' |

Samenvatting

- Multinationaal werkende voedingsconcerns als Danone, Nestlé en Unilever zijn de grote aanjagers van duurzaamheidseisen aan melkveebedrijven.
- Nederlandse zuivelverwerkers lopen voorop in de uitvoering van duurzaamheidsprogramma's, maar de ontwikkeling speelt wereldwijd.
- In de verschillende landen worden verschillende accenten gelegd als het gaat om duurzaamheid, maar de thema's dierwelzijn, klimaat en ontbossing spelen over de hele wereld.
- Alle grote coöperaties hebben een duurzaamheidsprogramma, maar de ene coöperatie vult dat vrijblijvender in dan de andere coöperatie.