

Tekst: Wilma Wolters

Het is een dynamische tijd voor melkgeitenhouders. Om de exportpositie te behouden of zelfs uit te bouwen zullen geitenhouders, in elk hun eigen tempo, zoveel mogelijk mee moeten gaan met vernieuwingen, vindt sectorspecialist Food en Agri bij Rabobank Jeroen van den Hurk.



**JEROEN VAN DEN HURK  
VAN RABOBANK:**

**‘Collectiviteit en  
samenwerken  
kan de sector  
sterker maken’**

*Scherp op de wind zeilen wordt een onderscheidende factor voor bedrijven, denkt Van den Hurk.*

**O**nder druk van omgeving en van afnemers wordt er van alles van geitenhouders gevraagd, en dat wordt ook gecontroleerd. Dat zal zeker niet minder worden, denkt Jeroen van den Hurk van Rabobank.

**Er komt veel op geitenhouders af. Emissiearme stallen, dierenwelzijn, energiearm, kringloopgedachte, regionale grondstoffen, groei onder voorwaarden. Is het niet te veel gevraagd?**

“Er is een transitie gaande waar de meeste geitenhouders zich wel bewust van zijn. Door hieraan mee te doen, heb je de *license to produce* voor een deel zelf in de hand. Natuurlijk is het niet voor iedereen weggelegd om meteen volop mee te bewegen en alles in een jaar te realiseren. Ieder zou voor zich moeten uitkiezen waarmee hij voor-

uit wil. En eigenlijk continu blijven kijken naar hoe je verder kunt verbeteren. De kunst is ook om dat in je eigen tempo te doen.”

**De maatschappij kijkt steeds meer mee, ook naar de geitensector. Hoe kunnen we daar het best mee omgaan?**

“Dat vind ik lastig. Open dagen of lammetjesdagen worden goed bezocht en dan hoor je enkel positieve geluiden. Maar er is een beperkt deel van de maatschappij die een andere mening is toegedaan en die zich goed gehoord weet. Ik denk dat de sector in de kern een mooi verhaal heeft, met een mooi product en een goede positionering. Dat kan ze nog beter vertellen. Zo heeft de sector nog altijd behoorlijk last van de maatschappelijke discussie rondom Q-koorts. Dat zal ook zo blijven. Er zijn nog steeds mensen die ziek zijn, en daar komen er nog steeds bij. Maar de sector heeft al jaren

een entverpliching en dus zou je vanuit de commerciële houderij geen besmettingen meer kunnen verwachten. Dat zou de sector kunnen uitdragen.

Op individueel niveau gebeurt het al goed, door open dagen en bijvoorbeeld huisverkoop met automaten. En Ontdek de Geit is er. Misschien kan daar wat meer gas op. Leg een bedrag in een gezamenlijke pot en bouw bestaande initiatieven uit. Collectiviteit en samenwerking kan de sector helpen.”

**Consumenten willen meer weten over hun voedsel, en Food wordt daarmee meer dienstverlening, zegt de Rabobank. Kunnen geitenhouders daar iets mee?**

“Consumenten willen transparantie: het traject van opfok van een lam totdat de kaas in het schap ligt, wil ze inzichtelijk hebben. Dat



'Het verhaal van de sector' vertellen kan op verschillende manieren, maar zou nog beter kunnen, denkt Van den Hurk.

gaat op termijn meer en meer gebeuren. Bovendien hechten retailers steeds meer belang aan garanties, zoals Kwaliteit. Ik verwacht dat zij in de toekomst ook bijvoorbeeld scores in de Duurzame Geiten-ZuivelKeten steeds beter weten te verwaarden, en daarover transparant zijn. En als geitenhouder zul je dit dan moeten adopteren. Transparantie en data geven je product lading, en dat biedt producenten (geitenhouders en verwerkers) een uniek middel voor promotie. Zie het als een kans om je bedrijf, de sector en het product goed te positioneren bij de consument. Realiseer je dat je voedselproducent bent. Voor de verwerker kunnen transparantie en data ervoor zorgen dat ze vooraan in de rij blijven staan. Dat is zeker voor een exportproduct, wat geitenmelk grotendeels voor Nederland is, belangrijk."

#### Vraagt dit ook om andere melk, zoals bijvoorbeeld Elke Melk in de koezuivel?

"Uiteindelijk zal iets dergelijks ook bij geitenzuivel ontstaan. Ik weet niet hoe snel dat gaat, maar het assortiment geitenzuivel was tien jaar geleden veel beperkter dan nu, en die ontwikkeling gaat verder. Je kunt je product laden met authenticiteit, een gezicht geven, en dat spreekt de consument aan."

#### U vindt dat de afzet van geitenzuivel nu goed gepositioneerd is. Hoe gaat die zich verder ontwikkelen?

"De kracht van Nederlandse geitenzuivel is dat het in een kleiner segment opereert, en nu gegroeid is naar een volwassen positie. Maar de afzetstructuur is versnipperd: er zijn veel partijen die de geproduceerde 425 miljoen liter verdelen. Dat is al jaren zo en er zijn in de afgelopen jaren eerder partijen bijgekomen dan gestopt of samengevoegd. De afzet zit in 'late majority': in de groei naar volwassenheid. Ik zie het de komende tien jaar wel gebeuren dat er een concentratie van de verwerking plaatsvindt, net zoals dat bij de koezuivel is gebeurd. Partijen die elkaar opzoeken en een steeds verdergaande samenwerking aangaan. Dat gaat traag, maar ik geloof dat dat gaat gebeuren. Deels om de

kracht in de afzet te behouden en deels om aan de toenemende eisen bij afnemers te kunnen voldoen."

#### Hoe zijn de vooruitzichten voor geitenmelk?

"Als corona een niet al te grote impact krijgt, voorzie ik een goede tijd voor geitenzuivel op de middellange termijn. Door de afvlakking van de groei in Nederland, en ook in de EU, verwacht ik weinig groei; in combinatie met het goede product, zijn de vooruitzichten goed. Mochten we wel last krijgen van afzetperikelen waardoor

#### ANDERE HULP

Een bank kan natuurlijk met name middels financiering geitenhouders helpen. Maar Rabobank wil klanten helpen 'in de transitie naar een duurzamere, gezondere en eerlijkere voedselketen', zoals ze zegt. Naast bijvoorbeeld een rentekorting, wanneer een veehouder aan bepaalde scores op het gebied van biodiversiteit voldoet, kan die hulp ook bestaan uit bijvoorbeeld een masterclass ondernemerschap. In zo'n masterclass schrijft de ondernemer zijn eigen toekomstplan, waarbij hij uitgaat van zijn eigen sterktes en ontwikkelpunten. Daarnaast deelt de bank actief kennis via de eigen kanalen en bijvoorbeeld lezingen.



Door mee te gaan in de transitie die gaande is, bepaal je deels je 'license to produce', vindt Van den Hurk.

herstel nodig is, dan kan de sector dat aan. De markt kan wel iets hebben."

#### Hoe gaat een sector die grotendeels op slot zit op die goede vooruitzichten inspelen?

"Zolang het VGO-onderzoek loopt, zal er geen focus op groei zijn. Als er geen heel gekke dingen uit de VGO-onderzoeken komen, en de sector krijgt dan ruimte om te groeien, dan zal dat groei onder voorwaarden zijn. In de tussentijd, zeker nu geitenhouders de wind in de rug hebben, zou de sector de tijd moeten benutten om de aandachtspunten aan te pakken. Deels gebeurt dat al. Het belangrijkste aandachtspunt op dit moment, en straks een van de voorwaarden voor groei, is een sterke reductie van emissies. Met name endotoxinen en fijn stof, verwacht ik. Ik voorzie een systeem waarin je, als je een x percentage reduceert, met een y percentage mag uitbreiden. Dat kan dan zo ook gelden voor andere punten, zoals het sterftepercentage van jonge dieren. Mogelijk met een koppeling met bestaande systemen zoals Kwaliteit en DGZK, hiermee kun je bestaande certificeringen in de sector breder benutten. Om straks gebruik te kunnen maken van groei ruimte die er wellicht weer komt, moeten er nu emissiereducerende technieken en stal-systemen ontwikkeld worden. Het is lastig om derde partijen hierin te laten investeren, zie ik. Misschien dat zelf oppakken een optie is? Er zijn al ideeën in de sector, en die zouden best meer support mogen hebben vanuit de rest van de sector. Ook hier geldt weer: collectiviteit en samenwerking kan de geitensector versterken. Zoek elkaar op en versterk elkaar. Stel dat er geen groei ruimte komt voor de sector, dan zal er een soort status quo ontstaan. Dan zul je goed moeten blijven doen wat

je nu al doet, en dat is het. Ondernemers zullen dan niet op een locatie gaan ontwikkelen, maar bestaande locaties overnemen."

#### Is zo'n groei onder voorwaarden goed voor de sector?

"Ongebreidelde groei is nooit goed. Kijk naar 2015-2016, hoe toen de reactie was op de groei van de melkplak. Die groeide toen te hard en de melkprijs zakte. Gelijkmatische groei wordt door de markt altijd beter ontvangen. Daar komt de collectiviteit weer om de hoek: probeer dit gezamenlijk goed te managen. Daarnaast is het belangrijk de kostprijs goed te monitoren. Bij de melkprijs van 59 cent in 2018 bleek dat het gemiddelde melkgeitenbedrijf nog net een positieve marge had. De laagste 25 procent kon bij deze prijs niet voldoen aan alle betalingen zonder in te teren op de liquide middelen. Dat is zorgelijk. Zorg dat je je kostprijs kent, weet hoe die is opgebouwd en waar de gevoeligheden zitten. Breng ook in beeld wat voor jouw bedrijf de sturingsmechanismen zijn om wat aan de kostprijs te doen."

#### Wat kenmerkt de geitenhouders van de toekomst?

"Zij zijn ondernemers. Ze weten wat er speelt in en rondom de sector, hun bedrijven liggen er te allen tijde keurig bij. Zij zijn zich ervan bewust dat ze voedselproducent zijn. Ze zijn betrokken bij de maatschappij, overleggen met hun afnemers. De bank kijkt hier ook naar bij een financieringsvraag. We kijken of de ondernemers weten hoe het ervoor staat, of zij actief aan de knoppen van het management draaien, of ze de vinger aan de pols houden. Natuurlijk bekijken we ook de cijfers van de afgelopen jaren. Op die manier bepalen wij het ontwikkelperspectief voor het bedrijf. Uiteindelijk gaat het erom of je scherp op de wind kunt blijven zeilen. Dat wordt een onderscheidende factor in de levensvatbaarheid van bedrijven en sectoren."