

leeftijd **46**

functie **CEO Royal A-ware**

eerdere functies **in 1996 neemt Jan Anker een deel van het bedrijf van zijn vader over. Onder zijn leiding groeit Anker Cheese sterk en fuseert in 2010 met Bouter Cheese tot Royal A-ware**

aantal medewerkers **ca 3000**

totale melkverwerking **ruim 2 miljard kilo melk**



**'Ik ben ervan overtuigd dat er een
gezonde melkveehouderij zal blijven
en de melkplas niet veel kleiner wordt'**

‘Ook wij hebben liever een melkprijs van 50 cent’

Tot negen jaar geleden had vrijwel geen veehouder gehoord van Royal A-ware. Inmiddels is het bedrijf de nummer twee zuivelverwerker in Nederland en heeft het de Belgische melkmarkt flink opgeschud. ‘Groei is voor ons geen doel op zich, we hebben kansen gepakt die ons pasten’, stelt CEO Jan Anker.

TEKST FLORUS PELLIKAAN

Een korte nacht in een vliegtuigstoel weerhoudt Jan Anker (46) er niet van om de tijd te nemen om wat prangende vragen te beantwoorden over ‘zijn’ zuivelverwerking en de ‘sombere’ toekomst van de melkveehouderij. ‘Vliegen zijn we inmiddels wel gewend en een keer een kort nachtje is niet erg’, vertelt de directeur van het 132 jaar oude familiebedrijf Royal A-ware met een glimlach. Niet alleen in Nederland en België verwerkt A-ware melk, ook in Italië draait inmiddels een fabriek en in Ierland en Estland worden er samen met partners momenteel fabrieken gebouwd. ‘We verkopen nog steeds meer zuivelproducten dan we zelf maken, dus er is ruimte voor groei. Voor de buitenwacht die alleen het nieuws volgt, lijkt het misschien net alsof het alleen maar om groei, groei en nog eens groei draait. Natuurlijk zijn we een ondernemende club, maar onze klanten en leveranciers moeten voordeel hebben van onze ontwikkelingen voor de lange termijn.’ Op dit moment heeft A-ware, dat in 2015 begon met eigen melkverwerking, ruim 1000 leveranciers en wordt er in Nederland en Vlaanderen ruim 2 miljard kilo melk verwerkt.

In negen jaar tijd zijn jullie meer dan een gevestigde partij geworden in het Nederlands-Vlaamse zuivellandschap. Is de ontwikkeling gelopen zoals jullie hadden gepland?

‘Tot negen jaar terug waren we alleen actief in het rijpen, versnijden en verpakken van kaas. Om wat groter te kunnen worden en

om nog meer grip te hebben op de kwaliteit van het product, wilden we zelf wat in het productieproces gaan doen. Doordat er in de zuivelmarkt veel consolidatie was, hebben we de stap gezet om zelf te gaan produceren. Sommigen zijn nu misschien verrast door onze groei, maar we hebben in Heerenveen negen jaar geleden 25 hectare grond gekocht en daarvan hebben we 13 hectare bebouwd. De rest hebben we niet voor niets gekocht, dus groei was zeker voorzien en de strategie is redelijk uitgekomen.’

Hoe kijkt u terug op de stap om zelf melk te gaan verwerken?

‘De hele zuivelverwerking is een fascinerend proces en een echt ambacht. Daar geniet ik van als kaasboer en melkveehouder. Door deze stap hebben we ook een gezonde druk om een goede melkprijs te betalen. We hebben de afgelopen jaren hard gewerkt om het vertrouwen van melkveehouders te winnen en te zorgen voor een stabiele basis voor de veehouders met wie we samenwerken. Doordat we ook zelf produceren, hebben we meer regie in de hele keten en meer knoppen om aan te draaien. Het is belangrijk dat we dat hele proces zo efficiënt en goed mogelijk doen.’

De stappen die jullie op dit moment in België zetten, zijn erg groot. Vanwaar die groei daar?

‘We zijn in België niet nieuw. We hebben sinds 2015 al een roomfabriek in Merchtem. We wilden graag naast de productie van kaas en dagverse zuivel ook investeren in

een melkpoederfabriek. Die kans kregen we in België. De uitbreiding met de productie van melkpoeder is goed voor de stabiliteit van het bedrijf. Je moet zoveel mogelijk poten onder de tafel hebben, daar is melkpoeder er ook eentje van. Daarnaast is het een interessant product, waar met het oog op de groeiende wereldbevolking ook vraag naar is. Via de Hollebeekhoeve hebben we ook geïnvesteerd in dagverse zuivel in België. We hebben daar in Coevorden al goede ervaringen mee en de fabriek daar recent ook uitgebreid.’

De zuivelmarkt in België is de laatste twee jaar wel veranderd. De melkprijs is daar nog sterker gestegen dan in Nederland. Komt dat door jullie?


‘De melkmarkt in België zat lange tijd op slot, maar het speelveld is compleet veranderd. Daar hebben wij wel een bijdrage aan geleverd, denk ik. Er zijn nu weer meer partijen die melk zoeken en dat verandert de boel. Daar wordt het scherper en beter van. Wij zijn niet vanwege de lage melkprijs naar België gegaan, maar omdat Vlaanderen net als ons melkgebied in Nederland een mooi gebied is met ondernemende melkveehouders en met volop groeikansen.’

De huidige zuivelmarkt bevindt zich op een heel hoog prijsniveau. Is dat ongunstig voor jullie als verwerker?

‘Nee, ook wij hebben liever een melkprijs van 50 eurocent dan van 30. Een lage melkprijs lijkt misschien leuk, maar onze marge groeit als de melkprijs hoog is. Ook melkveehouders houden wellicht meer over bij een hoge melkprijs en dat is met het oog op continuïteit ook wenselijk. Het is aan ons om prijsschommelingen in de melkmarkt goed op te vangen in de afzet, dat is ons ondernemerschap. Wij moeten kiezen voor een goede verhouding tussen deels wel en deels niet werken met contracten met klanten.’

Negen jaar geleden betaalden jullie de DOC-melkprijs plus een cent. Hoe stellen jullie nu de melkprijs vast?

‘We hanteren een eigen A-ware-melkprijs, die we berekenen op basis van wat we in de



‘In België zijn nu weer meer partijen die melk zoeken, daar wordt de markt scherper en beter van’

markt realiseren. We maken de melkprijs voorafgaand aan de maand bekend en ik vind ook dat dit zo hoort. Als melkveehouder moet je vooraf weten wat je de volgende maand voor de melk betaald krijgt, daar kun je dan ook op inspelen.’

‘De A-ware-melkprijs is niet gebaseerd op andere, maar puur op de eigen portemonnee. We werken hard voor een efficiënt bedrijf dat een goede melkprijs betaalt, daar kunnen onze veehouders op vertrouwen. We doen trouwens ook niet aan herverdeling van geld uit melkstromen. Hierdoor is de melkprijs in België nu misschien ook nog wel iets hoger dan in Nederland, maar dat kan ook weer een keer andersom zijn.’

De melkveehouderij krijgt, gevoed door de maatschappelijke opinie, nogal wat over zich heen, hoe kijken jullie daarnaar?

‘Dat doet me veel, want ik ben zelf ook melkveehouder en voel me verbonden met de melkveehouders die aan ons leveren. Er gaat ook geen week voorbij dat ik niet samen met onze COO Klaas de Jong op de boerderij kom. Met name aan allerlei onjuistheden die verspreid worden, kan ik me ergeren. Daarom ondersteunen we ook stichting Agrifacts met een jaarlijkse donatie en maken we met een aantal partners uit de sector het tv-programma “Wie de boer niet kent”. We willen een bijdrage leveren aan het laten zien aan burgers wat er echt op de boerderij gebeurt. Meer dan

andere zuivelverwerkers besteden we daar geld aan en steken we er tijd in. Ook in de klimaat- en stikstofdiscussie wordt de veehouderij te zwaar geraakt. In dertig jaar zijn er een miljoen koeien minder in Nederland, maar wel zes miljoen auto’s meer. Het is makkelijk om maar snel een paar boeren uit te kopen, maar dat doet geen recht aan de inspanningen die de melkveehouderij heeft gedaan in de afgelopen jaren. De geschiedenis heeft laten zien dat melkveehouders creatief en wendbaar zijn, maar er moet wel eerlijk met ze worden omgegaan. Daar zetten we ons op alle manieren voor in.’

Recent waren in België en Nederland ook berichten dat er overcapaciteit in de zuivelfabrieken wordt verwacht door de stikstof- en klimaatwetgeving. Welke gevolgen ziet u?

‘In dit opzicht de toekomst voorspellen is heel lastig, daarvoor is te veel onzeker. Deze week was er geld nodig en toen werd dat ook zo weer uit het klimaatpotje gesnoept. De hoge inflatie zorgt er ook voor dat er veel gecorrigeerd moet worden. Daarnaast is de hele stikstofwetgeving een juridisch moeras, waar de uitkomsten niet van te voorspellen zijn. Waar ik wel van overtuigd ben, is dat er een gezonde melkveehouderij zal blijven. Een sector die meebeweegt en hopelijk ruimte krijgt voor technologische oplossingen. Dan denk ik niet dat de melkplaspers zoveel kleiner hoeft te worden.’

Welk imago wil A-ware als melkafnemer richting de veehouders hebben?

‘Vooral de ondernemende boer past bij ons. Wij hebben de afgelopen negen jaar veehouders die wilden uitbreiden, geen strobreed in de weg gelegd. En doordat veehouders geen ledenkapitaal hoeven in te brengen, kunnen ze al het geld gebruiken voor het investeren in hun eigen bedrijf.’

Het Albert Heijn-programma Beter voor Koe, Natuur & Boer en de daaraan gekoppelde hogere melkprijs is een visitekaartje voor A-ware. Maar wat als dat contract afloopt?

‘In 2017 zijn we deze samenwerking gestart en dat loopt goed. Albert Heijn doet niet aan kortetermijnplanning, die werkt aan een duurzame, transparante keten. Er zijn tuinders die al zestig jaar met Albert Heijn samenwerken. Als je samen beweegt, kun je een dergelijke samenwerking succesvol lang continueren.’

Wat kunnen we allemaal nog verwachten van A-ware?

‘Op dit moment zijn we veel in het nieuws geweest in België, maar ook in Nederland zitten we niet stil. Ook in Heerenveen gaan we wellicht weer bouwen. Wat voor fabriek dat wordt en welke omvang, daar kan ik nog niets over zeggen. Groei is voor ons geen doel op zich, maar we pakken wel kansen die ons passen. We hopen ons marktaandeel nog wel verder uit te breiden.’