

Zuivelhonger geeft

Er wordt getrokken aan melk. Verwerkers ervaren dat de veehouderij in Noordwest-Europa tegen grenzen aanloopt. Ze zijn op zoek naar melk en dat versterkt de onderhandelingspositie van de melkveehouder. Voor sommige melkveehouders is dit aanleiding om de melk zelf (collectief) te vermarkten.

TEKST TIJMEN VAN ZESSEN



boer meer macht

Verschillende zuivelverwerkers in Nederland vechten om melk. En dat gaat zich waarschijnlijk uitbreiden naar de rest van de Europese Unie. Door strengere milieu- en klimaatmaatregelen is uitbreiding van melkproductie steeds complexer. Volgens analisten van de Europese Unie zal de melkveestapel krimpen tot een schaal die in 2035 zo'n 13 procent kleiner is dan nu. De productie per koe stijgt nog wel, maar per saldo daalt de EU-melkproductie met 0,2 procent per jaar. Voor de prijsvorming van melk is dat helemaal niet zo gek, schetste landbouweconoom Roel Jongeneel tijdens het Nationaal Melkvee Congres in november. 'Als de krimp van de productie doorzet, zullen we over vijf tot zeven jaar netto nauwelijks nog exporteren. Dat heeft een prijsopdrijvend effect.'

Minder melk, concurrentie tussen afnemers

Producenten van melk komen door deze nieuwe werkelijkheid in een sterkere onderhandelingspositie te staan. Het werpt de vraag op of dit het moment is om als producent zelf het initiatief te nemen en melk te verkopen aan de hoogste bidder. Bijvoorbeeld door het vormen van een producentenorganisatie (zie kader op pagina 9). Richard Scheper, zuivelanalist voor Rabobank, is voorzichtig. 'De druk op het melkvolume is er en de concurrentie tussen zuivelafnemers neemt toe. In landen als Duitsland, Frankrijk, België, Nederland en zelfs Ierland loopt de melkveehouderij tegen grenzen aan. De verhoudingen veranderen dus, maar staar je niet blind op alleen de hoogste prijs. Je verslaat de markt niet. In 2022 en 2023 zie je heel duidelijk wat een klein beetje tekort of een klein beetje teveel aan melk met de prijsvorming doet. Daar moet je als melkveehouder wel rekening mee houden als je zelf je melk vermarkt', waarschuwt Scheper.

Hij adviseert initiatiefnemers vooraf goed na te denken over de risico's. En dan met name over de impact van meer extreme melkprijsfluctuaties op de liquiditeitspositie en marge. Hoe kom je door periodes met een lagere melkprijs? Door een deel van de productie vooruit te verkopen is het effect van grote prijsschommelingen te dempen. 'Maar als je drie jaar geleden een contract had getekend voor een prijs van 40 cent, was je toen tevreden, maar vandaag de dag niet meer.'

Soms gok je mis

Het advies om vooraf verzekerd te zijn van afzet wordt breed gedragen. Rene Cruijnsen, voorzitter bij coöperatie Eko Holland, heeft twintig jaar ervaring met de handel in melk. 'Bij ons is 95 procent van de melk verkocht nog voordat die gemolken is. De laatste drie rmo's moeten we dan plaatsen op de vrije markt. Vaak kan dat biologisch, soms ook gangbaar. We verkopen de biologische melk niet beneden de 50 cent, anders ben je je eigen nest aan het bevuilen.'

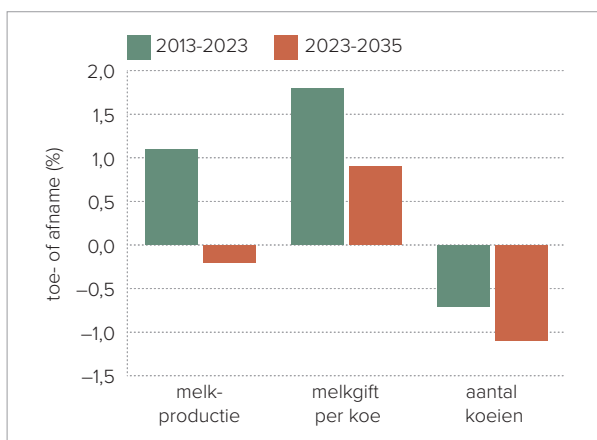
Eko Holland ontstond na het faillissement van Swenty Milk. Cruijnsen besloot met vier boeren zelf de melk op de markt te brengen. 'In het begin was dat best spannend, maar op een gegeven moment krijg je meer houvast, krijg je meer volume en loopt het makkelijker', blikt Cruijnsen terug. In het begin bediende hij veel klanten die maar van twee of drie boeren melk betrokken. Met een wat groter volume kon hij ook leveringszekerheid bieden als het 's zomers slecht weer was en er even minder melk was. Die leveringszekerheid is ook wat waard en daar valt in de prijszetting rekening mee te houden. 'En soms gok je mis, ik heb ook wel eens de melk voor een jaar verkocht tegen een prijs die achteraf gezien te laag was. Dat sla je over het geheel en dan valt het onder aan de streep weer mee. We hebben nog nooit melk hoeven weggooien, er zijn altijd mensen waar je terecht kunt. Soms moet je dan een verlies pakken, maar je blijft er nooit mee zitten.'

Dag en nacht klaarstaan

Cruijnsen adviseert nieuwkomers om goed na te denken over de organisatie. Een betrouwbare transporteur voor de melk, een goed administratiekantoor voor de melkgeldnota's en een aantal mensen die bereid zijn 24 uur per dag klaar te staan voor onvoorziene omstandigheden. 'Als om negen uur 's avonds de telefoon gaat, moet je die wel oppakken. Dan is er storing in een fabriek en moet je een uitweg zoeken met de melk. Dat lost zich meestal wel op, er is gelukkig veel collegialiteit in de zuivel', merkte Cruijnsen.

Voor 9000 euro per maand verzorgt een administratiekantoor de melkgeldnota's. Dat lijkt veel geld, maar op een omzet van miljoenen valt dat mee. En het moet wel accuraat gebeuren. 'Als het melkgeld klaar staat, kijken mensen van het bestuur alles nog eens na. Die handeling

Figuur 1 – (Verwachte) ontwikkeling van de melkproductie, de melkgift per koe en het aantal koeien in de EU (bron: EU Agricultural Outlook 2023-2035)





doen we zelf, het is toch ineens 5,7 miljoen dat je overmaakt.' De melkleverantiegegevens haalt het kantoor binnen via Z-net.

Geen blijvende krapte

Uit de hoek van de handel komen instemmende geluiden. Ja, tot op zekere hoogte wordt er gevochten om melk, er zijn dus kansen voor eigen afzet, maar je haalt je wel die hele organisatie op de hals. Dat moet je durven en willen. Rik Loeters werkt voor Trigona Dairy Trade, een groothandel in zuivelproducten. Hij stelt hardop de vraag: wat is je doel? 'Wil je puur aanbod bundelen en rauwe melk vermarkten? Dat kan, maar dan ben je een soort handelshuis en dat is met bijvoorbeeld 50 miljoen liter melk een hele kluit. Er zullen altijd jaren zijn dat de vraag instort. Als dat net gebeurt op het moment dat jouw contract afloopt en de prijs op dat moment op 25 cent ligt, dan gaat het hard van je af en sta je met een druppel aan de neus.'

Je kunt er volgens Loeters ook voor kiezen om bepaalde melkstromen te verkopen aan de retail. Farmel is daarvan een goed voorbeeld. De particuliere zuivelafnemer ontvangt onder andere melk voor het On the way to PlanetProof-concept, voor het Beter Leven-keurmerk (bij Jumbo) en kleine hoeveelheden A2A2-melk. Binnen deze concepten is het mogelijk om langjarige afspraken te maken met goede voorwaarden, omdat deze melk marktgestuurd is in plaats van aanbodgedreven, zegt Jehannes Miedema, melkhandelaar bij Farmel. 'Het is een mythe dat we veel handel drijven op de spotmarkt. De melk die wij van eigen veehouders ophalen, is gedekt door langjarige contracten. Daarom bestaat Farmel ook nog steeds. Veel collectieven uit het verleden moesten het hebben van de spotmarkt. De hoge pieken compenseren dan de diepe dalen vaak niet, waardoor deze collectieven bijna allemaal weer verdwenen zijn.'

Miedema is niet negatief over toekomstige melkprijzen, maar in blijvende krapte gelooft hij niet. 'Daarvoor gaat een te groot deel van onze melkplas richting export. Als melkprijzen echt omhoog schieten, zoeken verwerkers naar vervangers. Verwerkers gebruiken dan bijvoorbeeld palmolie in plaats van melkvet en nepkaas vervangt de kaas van koemelk.'

Hoewel veel mensen graag zuivel consumeren, wordt het bij stijgende prijzen meer en meer een luxe-artikel en nemen de afzetvolumes af. Miedema trekt de conclusie dat melkproducenten uiteindelijk toch vaak prijsnemer zijn. 'In een tijd van krapte kun je een tekort heel goed uitnutten. Dat is waar. Maar melk is een bederfelijk product en de melkaanvoer is als een olietanker, die beweegt zich altijd traag. De kunst is om goede langjarige afspraken te maken wanneer de omstandigheden goed zijn, waardoor je niet gedwongen

Leveranciersverenigingen ervaren meer onderhandelingsruimte

Veeteelt sprak met zowel een Nederlandse als een Duitse leveranciersvereniging, maar die willen niet met naam en toenaam bijdragen aan dit artikel. Zij voeren op dit moment onderhandelingen met diverse afnemers van melk.

Vanwege de vertrouwelijkheid willen de collectieven nu nog geen details delen met de media. Wel geven de leveranciers duidelijk aan dat er meer onderhandelingsruimte is dan voorheen. Eerder kon je alleen ja of nee zeggen op een voorstel, maar nu kun-

nen de boeren ook zelf een bod op tafel leggen. Eerder wilden afnemers alleen tekenen voor de complete melkplas van het collectief, nu is het mogelijk om het risico te spreiden door melk af te zetten bij meerdere afnemers.

Marktgericht(er) ondernemen met een producentenorganisatie

Een producentenorganisatie is een instrument om meer marktgericht te ondernemen. Door krachten te bundelen versterkt een producentenorganisatie de onderhandelingspositie van melkveehouders. Sinds december 2012 genieten producentenorganisaties in de melkveesector een uitzondering op de mededingingswetgeving, waardoor veehouders onderling afspraken mogen

maken en samen mogen onderhandelen over prijzen. Intussen zijn in Vlaanderen volgens ILVO drie producentenorganisaties in de zuivelsector opgericht. De bestaande coöperatie Milcobel heeft zich laten erkennen om aan te tonen dat producentenorganisaties niet nieuw zijn en dat de coöperatieve structuur een vorm van samenwerking is.

De andere twee opgerichte initiatieven in Vlaanderen zijn BesteMelk en DairyCam. Zij hebben ervoor gekozen geen coöperatieve rechtspersoon te worden, waardoor ze in hun huidige vorm de onderhandelingspositie van melkveehouders niet versterken. Over melkprijzen wordt niet onderhandeld en de verwerkers hebben nog steeds het laatste woord.

wordt lage prijzen te accepteren als er een overschot is. Bij een grote aanvoer kun je het niet op de plank zetten.'

Animo ook door druk op inkomen

Het fenomeen van zelf melk vermarkten is op zich niet nieuw, weet Gerard Heerink. Hij werkte in het verleden bij de melkaanvoer voor FrieslandCampina en refereert aan de periode voor de melkquotering. Ook toen waren er groepen melkveehouders die de stoute schoenen aantrokken. Het waren melkveehouders in melkleveringsverenigingen die gebundeld de melk via contracten leverden aan destijds regionale melkverwerkers. Dat was een doorn in het oog van de leden van de coöperaties, omdat de contractprijzen vaak gerelateerd waren aan de prijzen van de reguliere afnemers met een kleine plus.

Tijdens de quotering vlakte dat af, omdat melkprijzen stabiliseerden. 'Nu er een tekort aan melk is, zie je dat de animo onder veehouders toeneemt. De omstandigheden zijn ernaar; zuivelbedrijven hebben moeite om meer marge uit de markt te halen. Mede door de inflatie is de druk op merkproducten hoog.'

Wat volgens Heerink ook meespeelt, is dat het inkomen op melkveebedrijven onder druk staat. Als de markt dan ruimte biedt voor een hogere prijs, dan ontstaan vanzelf dit soort ontwikkelingen. Toch is het risico best groot, waarschuwt Heerink ook. 'Je concurrentiepositie is onder de huidige omstandigheden sterker. Maar niet elk initiatief is een succes.' Heerink herhaalt het devies om voor langere duur afzet te organiseren. 'Het simpelst is een contract waarbij je de prijs baseert op andere bedrijven, zoals dat in feite ook met de garantieprijs gebeurt. Maar het kan ook een mengvorm zijn van zuivelnoteringen en prijzen van andere bedrijven.'

Een andere mogelijkheid om de marge te beschermen is contracten te tekenen die gekoppeld zijn aan de kosten op het erf. Grote retailers in Australië bieden die aan en in het Verenigd Koninkrijk heeft supermarktorganisatie Tesco daar ook ervaring mee. De Vlaamse producentenorganisatie BesteMelk heeft een vergelijkbare manier van marktbescherming. Sinds 2016 houdt bij Beste Melk een prijsformule rekening met de variabele kosten op het boeren erf. Voorzitter Johan Hillen vertelt dat de contractprijs op dit moment boven de marktprijs ligt. 'Een half jaar geleden was dat andersom, maar door de dalende melkprijzen en hoge kosten voor energie, pacht en voer krijgen de deelnemers aan de regeling nu een prijs die boven de marktprijs ligt'.

De Vlaamse producentenorganisaties BesteMelk en DairyCam

werken volgens een consensusmodel. Dat wil zeggen dat er niet rechtstreeks over de melkprijs wordt onderhandeld. Er bestaat een een-op-eenrelatie met een melkverwerker die alle melk (verplicht) afneemt. Volgens Johan Hillen is dat een bewuste keuze. 'Melk is maar vier dagen houdbaar. Wij hebben geen tijd om zelf onze melk aan de hoogste bidder te verkopen. Als een afnemer zegt: dit kan ik gebruiken en zie maar wat u met de rest doet, dan blijf je ermee zitten. Het lijkt mooi, zelf handelen, maar wij vonden het risico te groot.' De producentenorganisatie dient met name als klankbord of maakt afspraken over diverse leveringsvoorwaarden op het gebied van bijvoorbeeld duurzaamheid.

Zonder stabiliteit is het 'billenknippen'

Naast het consensusmodel bestaat het conflicterend model. Bij deze vorm zijn melkveehouders vrij om te onderhandelen over de prijs van melk, maar is de afnamezekerheid niet automatisch geregeld. Het is een model waarbij meer risico bij de veehouder ligt. Noorderlandmelk begon zo in 2007, maar heeft daar wel leergeld voor betaald, zegt voorzitter Adrian Langereis. 'We zijn als afzetcoöperatie begonnen, nadat we bij De Kievit – later Hoogwegt – geen melk meer konden leveren. Om te kunnen starten hadden we langjarige contracten nodig, wat de eerste jaren werd geaccepteerd.' Maar na vijf jaar liepen die af en kwam het faillissement van afnemer Lympf uit Kampen. Ook de terugtrekking van afnemer De Katshaar uit Coevorden zorgde voor problemen. 'In die periode is wel leergeld betaald. De veertiende van de maand wisten we soms niet of het melkgeld er de vijftiende zou zijn.' Langereis adviseert net als Scheper om je niet blind te staren op de hoogste melkprijs. 'Dat is prachtig voor even, maar je moet zorgen dat je het dal niet meemaakt. In de volatiele zuivelmarkt zoals we die nu kennen, is dat risico enorm. Ik snap wel dat je het risico aandurft als je voldoende buffer hebt. En er wordt op dit moment getrokken aan melk, maar dat is vooral omdat fabrieken niet stil willen staan, die zoeken naar dekking met melk. Anders lopen de vaste kosten omhoog.'

Voor een melkveehouder is het volgens Langereis verstandig om zekerheid te zoeken. Vooral nu derogatie wegvault, de mestafzetkosten toenemen en rentes hoog zijn. 'Als je het al wilt, zorg dan dat je 90 procent van je afzet vooruit hebt verkocht. Dan is er een basis. Bij ons was die er niet en dan is het toch billenknippen. Gelukkig hebben we stabiliteit kunnen vinden in een langdurige samenwerking met Royal A-ware. Sinds 2014 gaat het grootste deel van de melk daarheen.' |