

# DE KRACHT VAN ZUIVEL

OVER HET ECONOMISCH EN MAATSCHAPPELIJK  
BELANG VAN DE NEDERLANDSE ZUIVELSECTOR

---

# VAN ONSCHATBARE WAARDE

De kracht van zuivel is het rapport over het economisch en maatschappelijk belang van de zuivelsector. Dit zijn de vier kernboodschappen.

## **1 De Nederlandse zuivelsector is van groot belang voor de BV Nederland**

Het afgelopen jaar was de productiewaarde van de zuivelindustrie goed voor 6,6 miljard euro. Nederland is daarbij in de EU de meest actieve lidstaat op de wereldmarkt met een aandeel van bijna 5% in het wereldhandelsvolume aan zuivel. Ook voor de werkgelegenheid is de sector van belang. De zuivelsector zorgt voor 45.000 directe voltijdbanen. Dankzij een gunstig klimaat, een strategische ligging in Europa met een goede logistieke infrastructuur en een stijgende internationale vraag, heeft de Nederlandse zuivelsector alle ingrediënten in huis om verder te groeien en om ook in de toekomst een sterke sector te blijven.

## **2 De Nederlandse zuivelsector blijft verder verduurzamen**

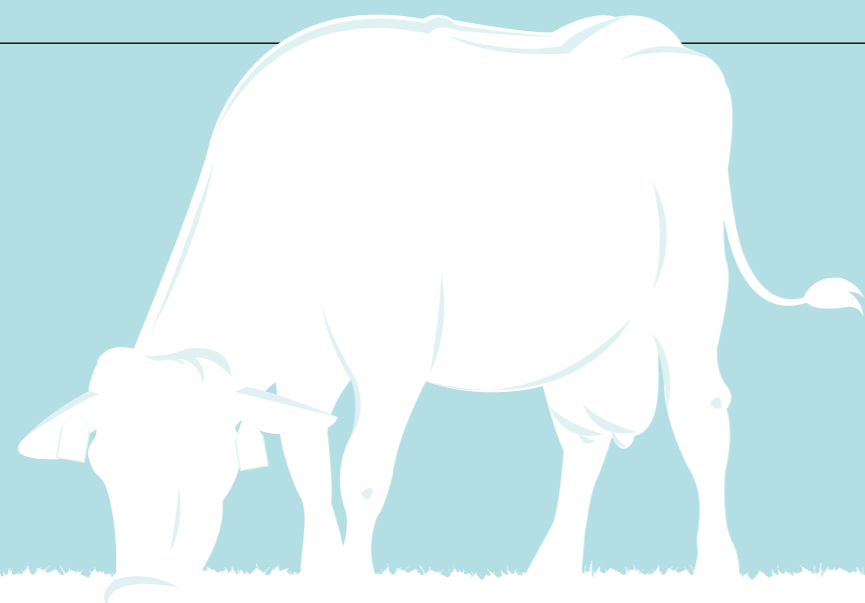
De sector is zich bewust van de impact van zijn activiteiten op dierenwelzijn en het klimaat. De Nederlandse zuivelsector is proactief in het oppakken van deze maatschappelijke uitdagingen en heeft doelen gesteld met betrekking tot klimaatneutrale ontwikkeling, constante verbetering van diergezondheid en dierenwelzijn, behoud van weidegang, biodiversiteit en milieu. Daarbij wordt de samenwerking gezocht om met andere partijen in de keten de uitdagingen rondom klimaat en dierenwelzijn aan te gaan.

## **3 Nederlandse zuivel kan een bijdrage leveren aan wereldwijde voedselzekerheid**

Door de snelle bevolkingsgroei en het schaarser worden van grondstoffen komt de wereldwijde voedselzekerheid onder druk te staan. De uitdaging is om de wereldbevolking te voeden met zowel gezond als duurzaam geproduceerd voedsel. Zuivel speelt hier een belangrijke rol. De Nederlandse zuivelsector kan, zeker gezien het feit dat de bodem- en klimaatomstandigheden in Nederland optimaal zijn, hieraan een belangrijke bijdrage leveren door op een verantwoorde wijze te blijven groeien.

## **4 De Nederlandse zuivelsector behoort ook tot de wereldtop als het gaat om innovatie**

De Nederlandse zuivelsector heeft wereldwijd een zeer goede reputatie door zijn kwaliteitsproducten. Door decennialange samenwerking in het cluster van wetenschap, melkveehouders, bedrijven en overheid behoort de Nederlandse zuivelindustrie tot de wereldtop als het gaat om innovatiekracht en het ontwikkelen van nieuwe kennis. Met die kennis kan de sector een belangrijke bijdrage leveren in het efficiënter en duurzamer inrichten van de wereldwijde voedselproductie. Dat doet de sector door het exporteren van kennis, technologie en concepten. 🐄



<b>Samenvatting</b>	<b>3</b>	Kees Romijn: <i>'Lokale productie centraal stellen om zichtbaar te blijven'</i>	<b>23</b>
<b>Voorwoord</b>	<b>5</b>	Harm Wiegersma: <i>'We moeten ons op de juiste zaken blijven focussen'</i>	<b>23</b>
<b>Handelsoverschot</b>	<b>6</b>	Interview Kees de Koning: <i>'Onze koeien produceren vooral kennis'</i>	<b>24</b>
<b>Column Herman Pleij</b>	<b>7</b>		
<hr/>			
<b>Invloedrijk en Nederlands   Nederland heeft veel in de melk te brokkelen</b>	<b>8</b>	<b>Vernieuwend   Excelleren door samenwerking</b>	<b>25</b>
Bedrijven binnen de sector	8	Melkrobots	25
Het belang van de sector	8	Interview Carel de Vries: <i>'Ons agrocluster moet de voedselssystemen van morgen ontwerpen'</i>	26
Ontwikkelingen in de sector	9	Dubbelinterview Bart van der Hoog en Jorrit Kiewik: <i>'Vertel dat mooie en eerlijke verhaal'</i>	27
Hoogwaardige producten en innovatie	10	Wereldwijde vraag overstijgt aanbod	28
Fosfaatrechten en mestoverschot	11		
Financiering boerenbedrijven	11		
<hr/>			
<b>Verantwoordelijk   De duurzame zuivelketen</b>	<b>12</b>	<b>Internationaal   Groeiende vraag naar zuivel</b>	<b>30</b>
Sustainable Diet	14	Exportkansen	30
Duurzaam en gezond voedsel	14	Importlanden	30
Gevolgen klimaatakkoord	15	Exportwaarde	31
Circulariteit in de bedrijfsvoering	16	Imago	31
Sustainable Development Goals	16	Handel met de hele wereld	32
Groene stroom	16	Interview Marcel Vernooij: <i>'We moeten onze unieke kracht nog veel beter gebruiken'</i>	35
Welke SDG's zijn relevant voor de zuivelsector?	17	Investeringen in binnen- en buitenland	36
Interview Gerda Verburg: <i>'Verder bouwen aan voorhoedeositie'</i>	18	Prijsvolatiliteit in de sector	36
Nederland Zuivelland	20	Melkprijzen wereldwijd gelijk	37
Interview Nol Verdaasdonk: <i>'Neem de klimaatdiscussie en bewustwording van burgers serieus'</i>	22		
Tjerk Wagenaar: <i>'Met duurzame activiteiten een groene motor worden'</i>	22		
		<b>Bronnenlijst en colofon</b>	<b>38</b>

## ONZE CO<sub>2</sub>-UITSTOOT IS TWEE KEER ZO LAAG ALS ELDERS IN DE WERELD

**Franc van den Berg:** In Nederland excelleren we met onze kennis van waterbouw en onze bloemen, maar ook met onze zuivelproducten. De Nederlandse zuivelsector staat wereldwijd bekend om zijn kwaliteit en zijn focus op gezondheid en milieu. Hij loopt internationaal voorop als het gaat om efficiënte en duurzame technieken. De CO<sub>2</sub>-uitstoot per liter melk is twee keer zo laag als elders in de wereld. Maar ook bij de inkoop van soja voor het gebruik van melkveevoer is de sector vooruitstrevend. Vanaf 2015 is verantwoorde soja opgenomen als een van de leveringsvoorwaarden van alle individuele zuivelondernemingen.

De Nederlandse zuivelsector is echter nog niet duurzaam genoeg. Op onderwerpen als klimaatverandering en biodiversiteit zijn nog flinke stappen te zetten. De sector ontwikkelt zich volop om hierin zijn toonaangevende positie in de wereld te versterken. Steeds meer producenten zien duurzame productie en economische groei als elkaar versterkende belangen. Dit is niet alleen belangrijk voor onze planeet, maar ook noodzakelijk voor het voeden van een groeiende wereldbevolking. De Sustainable Development Goals schetsen het kader waarbinnen sectoren kunnen bijdragen aan een betere wereld. Ook de Nederlandse zuivelsector heeft hierin een belangrijke rol als het gaat om onderwerpen als voedselzekerheid, gezondheid, leefbaar loon in de sector en het bestrijden van klimaatverandering. Deze publicatie laat zien hoe de sector hiermee bezig is. We hebben de Nederlandse zuivelsector hard nodig om hieraan bij te dragen. Als kind van mijn tijd zie ik dat de zuivelsector de drie P's van Joris Driepinter inkleurt als de bekende sustainability-P's; People, Planet and Profit, en daar ben ik trots op. 🐄

## WE HEBBEN ALLEMAAL HET BELANG VAN DE CONSUMENT VOOR OGEN

**Roelof Joosten:** De Nederlandse zuivelsector is economisch gezien zeer sterk. Hij levert een belangrijke bijdrage aan het bedrijfsleven in Nederland. De melkveehouderij en de zuivelindustrie zijn samen goed voor tienduizenden banen en miljarden euro's aan omzet. De zuivelsector is een stabiele bedrijfstak, die diep geworteld is in de Nederlandse samenleving. Ondernemende veehouders die hun boerderijen van generatie op generatie doorgeven vormen de basis. Geholpen door de gunstige klimatologische omstandigheden, de strategische ligging van ons land en het vakmanschap heeft de zuivelsector een vooraanstaande positie opgebouwd. Met onze kennis over efficiënte en duurzame productie van zuivel kunnen wij een bijdrage leveren aan de wereldwijde vraag naar kwalitatief hoogstaande producten die passen in een gezond en duurzaam voedingspatroon. Daarom is er de afgelopen jaren fors geïnvesteerd in extra verwerkingscapaciteit. We zijn er klaar voor, want voedselzekerheid vormt een uitdaging in een wereld waarin de bevolking snel groeit en grondstoffen steeds schaarser worden. Nederlandse zuivel kan een deel van de oplossing zijn. De faam die de Nederlandse zuivel alom geniet, schept verplichtingen. Daar zijn we ons van bewust. We produceren binnen de Europese regelgeving, met respect voor dier en omgeving. Tegelijkertijd hebben we te maken met geopolitieke ontwikkelingen, die voor extra uitdagingen zorgen. De Nederlandse zuivel is gericht op export. Maar zelfs op de EU-markt is een gelijk speelveld niet altijd vanzelfsprekend. De Nederlandse keten is echter robuust genoeg om adequaat in te spelen op externe ontwikkelingen. Want uiteindelijk hebben alle spelers in de Nederlandse zuivelketen het belang van de consument voor ogen. 🐄



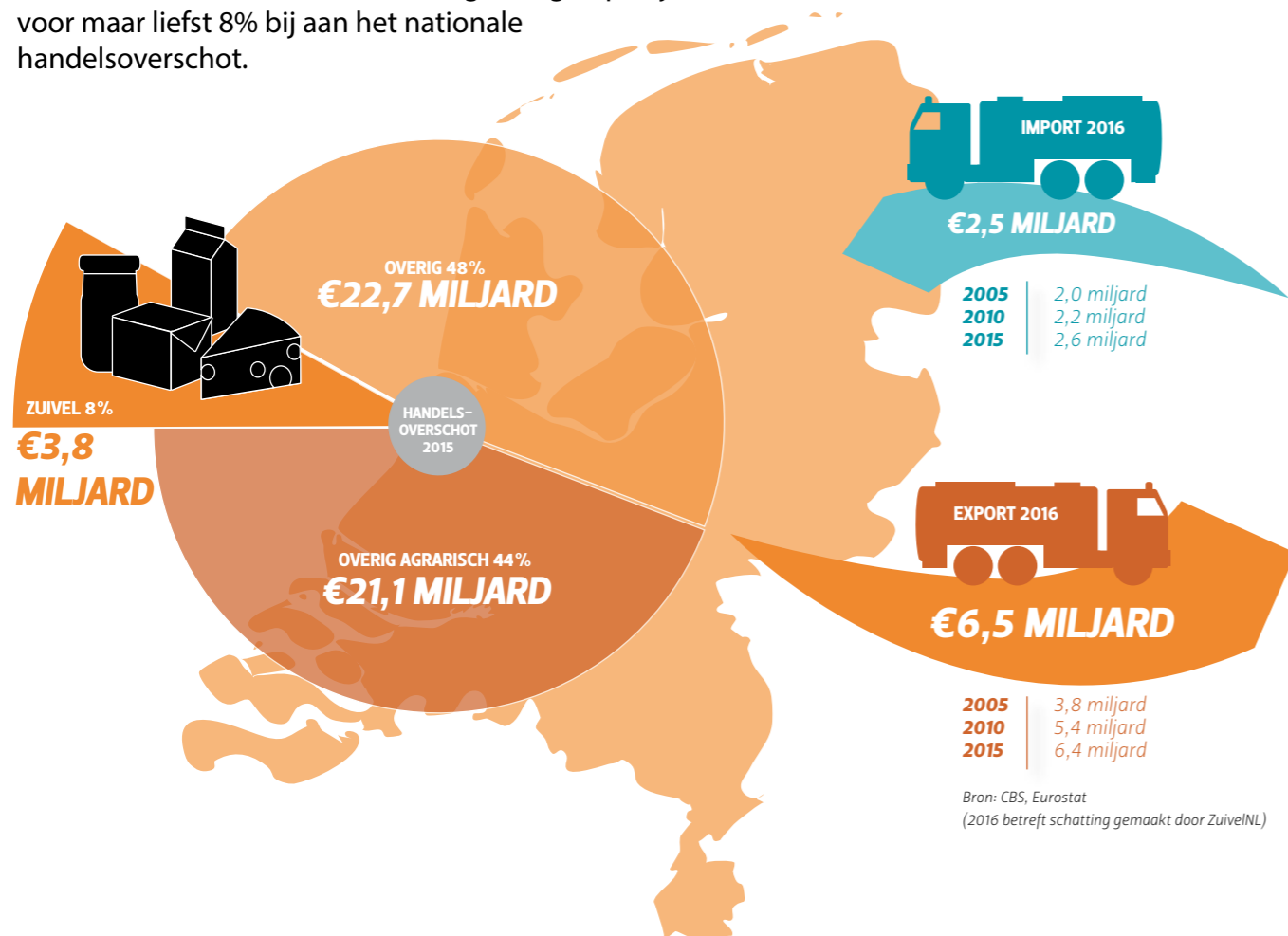
**Franc van den Berg**  
partner EY Climate Change and Sustainability Services



**Roelof Joosten**  
voorzitter Nederlandse Zuivel Organisatie

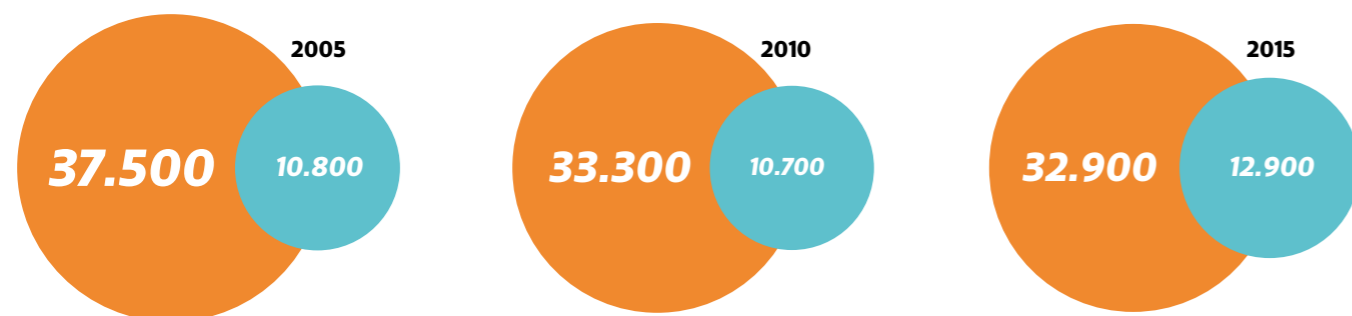
# WAAR EEN KLEIN LAND GROOT IN IS

Nederland heeft een van de grootste handelsoverschotten ter wereld. De zuivelsector droeg de afgelopen jaren voor maar liefst 8% bij aan het nationale handelsoverschot.



**WERKGELEGENHEID** aantal voltijdbanen

- melkveebedrijven
- zuivelindustrie



HERMAN PLEIJ, EMERITUS HOGLERAAR HISTORISCHE NEDERLANDSE LETTERKUNDE

# ‘BOVENAL KOEIEN IN GRAZIGE WEIDEN’

“Wij wonen in het meest omgespitte land ter wereld. Geregeld gaat alles op de schop. Daarbij maken we aan de lopende band nieuw landschap. In de middeleeuwen ontstond er nogal eens kabaal over die eeuwenoude scheppingsdrift. Maken van land was toch voorbehouden aan God? En stalen de bewoners van die ‘lage landen’ niet de leefruimte van kikkers en vissen? Toch waren er heel wat monniken betrokken bij de vroegste inpolderingen. Zij voltooiden het werk dat de Schepper met opzet had laten liggen voor zijn uitverkoren kinderen. Sindsdien heeft menig volk zich die eretitel aangemeten om braakliggend land en water in cultuur te brengen. Maar wij gaan voorop. Op weg naar de gouden eeuw bleek de moerasblubber van de delta aangeplempt te kunnen worden tot een profijtelijk platform voor veeteelt, landbouw en handel. Door de gunstige ligging aan een kruispunt van zeeën en een wirwar aan rivieren lagen Europa en ‘de Nieuwe Wereld’ open. Maar mag je de natuur wel zo ongeremd naar je hand zetten? De hang naar duurzaamheid en de noodzaak van een ongerepte natuur zijn over de hele wereld richtlijnen voor de toekomst geworden. Dan kunnen we Nederland wel sluiten. Als we hier de natuur haar gang laten gaan,



waait de ene helft weg en loopt de andere helft onder. Een strakke regie van alles wat op natuur lijkt, is onvermijdelijk. Zelfs de natuurparken moeten aan menselijke controle gehoorzamen. Alleen in formaat onderscheiden ze zich van een kerststukje: dennengroen, helmgras, wat mos, een vleugje toendra, korrelige hei en hier en daar nog een loofblad. Schilders plaatsten daar ook altijd mensen in. De Hollandse impres-

sionisten, verzameld in de Haagse School, beeldden een door mensen geschapen, bewerkte, verkavelde en beheerde natuur uit: overal kanalen en sloten, bruggen, molens, akkers. Maar bovenal koeien, koeien en nog eens koeien in grazige weiden. Ook al dat hapklare gras en die weelderige koeien zijn door de mens uit natuurlijk materiaal gecreëerd. Als kroon op dit werk lanceerde de beeldende kunst zelfs een apart genre rond de koe, aangevoerd door Paulus Potter. Bovendien kent dit land ook de vereeuwiging van de koe als standbeeld. In diverse gemeenten staat zo’n krachtpatser van de melkproductie, gegoten in brons. Dat alles hoort bij een samenleving die het weiland – en eigenlijk alles wat groeit en bloeit – tot universeel bestemmingsplan heeft verheven. Dat is maar goed ook, anders zaten we nog steeds in de modder.” 🐄



Herman Pleij is emeritus hoogleraar historische Nederlandse letterkunde en gespecialiseerd in de literatuur van de middeleeuwen. Herman bekijkt de hedendaagse samenleving geheel op eigen wijze en hij schuwt het maatschappelijk debat niet.

## INVLOEDRIJK EN NEDERLANDS

# NEDERLAND HEEFT VEEL IN DE MELK TE BROKKELLEN

Nederland staat bekend om zijn zuivelproducten. Boter, kaas en melk zijn niet weg te denken uit ons dagelijkse voedingspatroon. Maar niet alleen in Nederland is onze zuivel gewild, ook in het buitenland is er grote vraag naar.

Nederland geniet wereldfaam door zijn zuivelproducten en bijhorende symbolen als het kaasmisje in traditionele klederdracht. Daarbij heeft onze zuivelsector een sterke internationale positie dankzij de kwaliteitsproducten, kennis en het vakmanschap. Nederland zit dan ook in de kopgroep van de zuivelwereld. Ons land is bij uitstek geschikt voor zuivel, mede door optimale productieomstandigheden. Het klimaat en de bodem zijn namelijk uitstekend voor melkvee en gras. Ons land heeft tevens een strategische ligging in Europa met goede afzetmogelijkheden en ook de logistieke infrastructuur is uitstekend. Kortom: de Nederlandse zuivelsector is zeer sterk en heeft alle ingrediënten in huis om ook in de toekomst een sterke en groeiende sector te blijven.

### Bedrijven binnen de sector

De zuivelindustrie in Nederland is zeer divers georganiseerd met zowel coöperaties, familiebedrijven als private ondernemingen. Het merendeel van de melkveehouders is bij een coöperatie aangesloten. De leden (melkvee-houders) hebben een nauwe band met de coöperaties: ze leveren niet alleen melk, maar verstrekken ook kapitaal zodat het bedrijf kan ondernemen. Het verkopen van melk aan een bedrijf waarvan zij zelf indirect eigenaar zijn, biedt boeren zekerheid om maximale waarde

uit hun melk en investering te halen. In totaal produceren in Nederland 17.890<sup>(1)</sup> melkveebedrijven voor zuivelondernemingen die zich met hun producten direct op de consument richten of ingrediënten aanleveren aan andere bedrijven. De productiewaarde was in 2016 goed voor 4,3 miljard euro voor de melkveehouderij en 6,6 miljard euro voor de zuivelindustrie<sup>(2)</sup>. Nederland is voor buitenlandse organisaties een zeer interessant vestigingsland vanwege het goede klimaat voor melkproductie, de optimale logistieke omstandigheden en een uitstekende zuivelkennis.

De zuivelsector is onderdeel van een groter zuivelcluster met daarin verschillende sleutelpartijen zoals COKZ en Qlip voor de kwaliteitscontrole. Voor onderzoek in de voedsel- en zuivelsector zijn de Gezondheidsdienst voor Dieren, Wageningen UR Livestock Research en NIZO food research van grote toegevoegde waarde. Maar ook fokkerijen, financiële dienstverleners, groothandelsbedrijven en diervoederbedrijven zorgen voor een sterk cluster dat zich onderscheidt op het wereldtoneel en toonaangevend is.

### Het belang van de sector

Naast dat de Nederlandse zuivelsector van duurzame betekenis is voor de Nederlandse

smaak, cultuur en het landschap is hij ook van groot belang voor de economie. We zijn een grote speler op de wereldmarkt en droegen in de afgelopen jaren voor maar liefst 8%<sup>(3)</sup> bij aan het Nederlandse handelsoverschot. Ons land is in de EU de meest actieve lidstaat op de wereldmarkt, met een aandeel van bijna 5%<sup>(4)</sup> in het wereldhandelsvolume aan zuivel. Daarbij behoort zuivel tot de vijf belangrijkste agrarische exportproducten<sup>(5)</sup>. Ruim 65% van de Nederlandse zuivel wordt afgezet in Nederland en omliggende landen, zo'n 15% in de overige EU-landen en ongeveer 20% in landen buiten Europa. Mede door zijn sterke internationale positie draagt de Nederlandse zuivelsector in belangrijke mate bij aan de werkgelegenheid en de koopkracht in ons land. Zij biedt 45.000<sup>(6)</sup> directe voltijdbanen en de productiviteit is hoog. De omvang van de melkproductie per koe behoort tot de wereld-

top. De efficiënte productie vindt plaats met aandacht voor dierenwelzijn en het milieu. Hierbij richt de zuivelsector zich onder andere op behoud van weidegang en biodiversiteit. De Nederlandse zuivelindustrie biedt ook economische voordelen voor andere sectoren. Hierbij kan worden gedacht aan farmaceutische bedrijven die zuivelingrediënten verwerken in geneesmiddelen en de brood- en banketsector die gecondenseerde melk, room en boter afnemen. Ook de transportsector profiteert van de groeicijfers van de zuivelsector door de grote stroom van zuivelproducten die via de Rotterdamse haven verloopt.

### Ontwikkelingen in de sector

De laatste tien jaar heeft de Nederlandse zuivelsector zich goed staande weten te houden. Dit ondanks mondiale ontwikkelin-



#### EXPORT

Ruim 65% van de Nederlandse zuivel wordt afgezet in Nederland en omliggende landen

#### WERKGELEGENHEID

De zuivelsector levert 45.000 voltijdbanen op

#### ACTIEVE LIDSTAAT

Nederland is in de EU de actiefste lidstaat op de mondiale zuivelmarkt

APPARATUUR/STALLEN	FOKKERIJ	KENNISINSTELLINGEN	MELKVEEHOUDERS
ZUIVELSECTOR			
DIERVOEDER- EN GEZONDHEID	GROOTHANDEL, RETAIL EN HORECA		ZAKELIJKE EN FINANCIËLE DIENSTVERLENING

## INVLOEDRIJK EN NEDERLANDS



### GEDAALDE VRAAG

De wereldwijde vraag naar zuivel bleef in 2015 en 2016 achter door onder andere de lagere koopbereidheid van China en de Russische importban

### VERZADIGDE MARKT

De Europese zuivelmarkt is verzadigd. Er is nog wel ruimte voor producten met meer toegevoegde waarde en het leveren aan hogere marktsegmenten

gen die van grote invloed zijn geweest op de vraag en het aanbod van zuivel. Een belangrijke ontwikkeling is de afschaffing van het melkquotum, wat vanaf 1 april 2015 resulteerde in een forse groei van de melkproductie in Nederland. De totale groei van de productie in de EU is echter nauwelijks gestegen. Afschaffing van de melkquotering heeft een flinke impuls gegeven aan nieuwe investeringen bij melkveebedrijven en fabrieken. Investerings zijn gericht op capaciteitsgroei via modernisering, uitbreiding of nieuwbouw. Tegelijkertijd bleef de vraag gedurende de tweede helft van 2015 en de eerste helft van 2016 sterk achter. De afgenomen koopbereidheid van China door lagere economische groei en hoge voorraden en de Russische importban (ingesteld vanaf augustus 2014) speelden hierin een belangrijke rol. Ook zorgde de lage olieprijs ervoor dat grote olieproducerende landen de hand op de

knip hielden en minder zuivel importeerden. De sector is continu in beweging en staat ook de komende jaren niet stil. Enkele belangrijke ontwikkelingen worden hieronder toegelicht.

### Hoogwaardige producten en innovatie

Binnen de Europese markt is er een groot aanbod van zuivel en wordt er gesproken van een verzadigde markt<sup>7</sup>. Er is nog wel ruimte voor producten met meer toegevoegde waarde en het leveren aan hogere marktsegmenten. Veranderende consumenteneisen en veranderende gezinssamenstelling zijn voorbeelden waar de sector op kan inspelen. De zuivelsector heeft hierop goed geanticipeerd door productinnovatie op onder meer verpakkingen en de grootte van de porties. Maar ook andere afzetkanalen, zoals het out of home-kanaal, worden steeds belangrijker. Het out of home-kanaal richt zich onder andere op

de horeca, catering en pompstations. Ook de zuivelproducten zelf zijn continu in ontwikkeling. Dankzij productinnovatie is er een groter aanbod. Denk aan producten met

aangemerkt, kan de melkveehouderij haar kringloop sluiten. Dan is de sector een volledig circulair agro-ecosysteem waarin het organische materiaal en de mineralen uit mest in gescheiden vorm zo hoogwaardig mogelijk worden benut, als bodemverbeteraar, kunstmestvervanger of voedingsadditief.



### INKRIMPING

Om de hoeveelheid fosfaat onder het Europese maximum te krijgen, moet de melkveestapel inkrimpen

### DEROGATIE

Verlies van de derogatie zou de Nederlandse zuivelsector bijna 1 miljard euro kunnen kosten

### FINANCIERING

Startende boeren zien de financiering van de bedrijfsverdracht als grootste knelpunt

### Financiering boerenbedrijven

Een belangrijke speler binnen het cluster zijn de financiële instellingen. Door de blijvende druk op de melkprijs en de toenemende eisen rondom fosfaatproductie (mest) hebben veel melkveehouders het lastig. Daar komt bij dat banken de lat voor financiering steeds hoger leggen, terwijl de kapitaalbehoefte binnen de agrarische sector stijgt. Niet alleen de kredietmarkt is sterk veranderd, ook het risicoprofiel van agrarische ondernemingen is dus gewijzigd. De volatiele prijzen op de agrarische markten doen de financieringsrisico's voor de banken stijgen. Deze ontwikkelingen leiden tot complexe vraagstukken bij agrarische financiering. Dit heeft ook gevolgen voor jonge, startende boeren. Veel boerenbedrijven zijn familiebedrijven. Startende boeren zien als grootste knelpunt de financiering van de bedrijfsverdracht. Dit ook omdat boerenfamiliebedrijven groter zijn dan voorheen en jonge boeren daarom meer kapitaal nodig hebben om het bedrijf over te nemen. 🐄

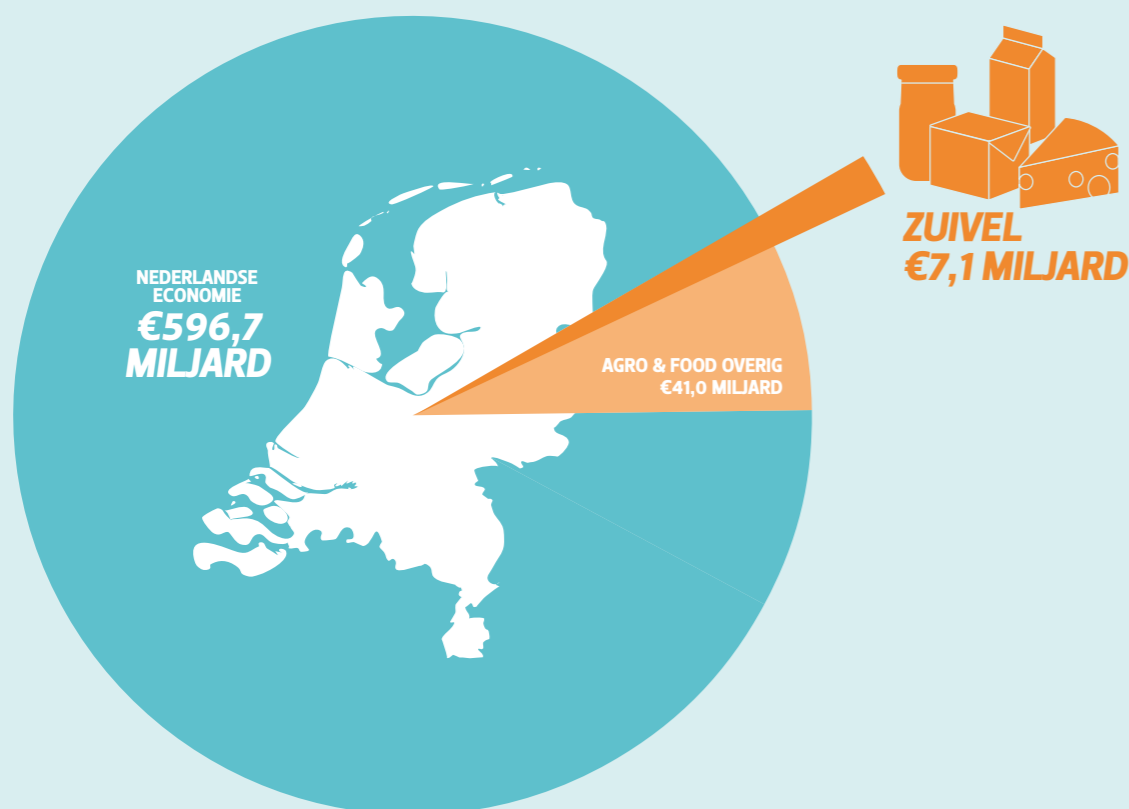
## BINNEN EEN MARKT DIE VERZADIGD IS, IS NOG WEL RUIMTE VOOR PRODUCTEN MET MEER TOEGEVOEGDE WAARDE

een lager vetgehalte, waaronder 20+ - en 30+ - kaas. Consumenten kiezen bovendien in toenemende mate voor yoghurt(drinks) en toetjes, naast de traditionele zuivelproducten als (karne)melk of kaas<sup>8</sup>. Producten met een extra gezondheidskenmerk sluiten goed aan bij de veranderende behoeften van de Nederlandse consument.

### Fosfaatrechten en mestoverschot

Eind 2016 is de Wet fosfaatrechten melkvee aangenomen door de Tweede Kamer. Deze wet moet vanaf 2018 regelen dat de door de melkveehouderij geproduceerde hoeveelheid fosfaat in Nederland onder het Europese maximum blijft. Om aan deze eis te voldoen, moet de melkveestapel in Nederland in 2017 eerst inkrimpen. Als deze inkrimping niet plaatsvindt, zou Nederland haar derogatie (hoger plafond dan andere EU-landen) verliezen en kan dit de zuivelsector bijna 1 miljard euro kosten. Eventueel overtollige mest, die de veehouders niet op hun land kwijt kunnen, kan vergist worden. Daarmee ontstaat biogas dat gebruikt kan worden als duurzame energiebron. Met het restproduct, digestaat genaamd, kan het land worden bemest, waarmee het een alternatief is voor kunstmest, dat wordt geproduceerd met behulp van eindige, fossiele, brandstoffen. EU-wetgeving houdt dat nu nog tegen. Als digestaat als kunstmestvervanger mag worden

### ZUIVELBIJDRAGE AAN DE NEDERLANDSE ECONOMIE 2014



# DE DUURZAME ZUIVELKETEN

Met een reeks uitdagende doelstellingen streeft de NZO en LTO naar een toekomstbestendige zuivelsector. Een sector met blije koeien en gezonde consumenten.



## DUURZAME ZUIVELKETEN

De doelen voor 2020 zijn:

- klimaatneutrale ontwikkeling
- constante verbetering van diergezondheid en dierenwelzijn
- behoud van weidegang
- behoud biodiversiteit en milieu

De Nederlandse zuivelsector is van grote betekenis voor de economie, mede door een sterke exportpositie en het creëren van werkgelegenheid. Bovendien zijn we internationaal toonaangevend waar het gaat om innovatiekracht en het ontwikkelen van nieuwe kennis. Tegelijkertijd is de sector zich ook bewust van zijn impact op het milieu en dierenwelzijn. De duurzaamheidsdialogen gaan steeds vaker over brede waardecreatie, dus zowel financiële als niet-financiële waardecreatie. Het gaat dan verder dan alleen winst en omzet, maar ook over waarden als merknaam, de kwaliteit en het welzijn van mensen en het vermogen tot het ontwikkelen van innovatieve producten. Binnen de zuivelsector wordt nagedacht over het brede begrip van waardecreatie.

De Nederlandse zuivelsector acht zich verantwoordelijk voor de impact van zijn activiteiten in de gehele waardeketen. Van een verantwoorde groei is dan ook pas sprake als rekening wordt gehouden met maatschappelijk gerelateerde aspecten. De sector wil hierbij toonaangevend zijn en wil in elke schakel van de keten waarde toevoegen. De impact wordt daarbij niet alleen in kaart gebracht van activiteiten in Nederland, maar ook in het buitenland. De Nederlandse zuivelsector is proactief in het oppakken van uitdagingen en gaat zijn verantwoordelijkheid

niet uit de weg. Zo zijn er in de afgelopen 25 jaar in de zuivelsector mooie resultaten geboekt. Hierbij kan worden gedacht aan sluitende kwaliteitssystemen en leveringsvoorwaarden voor onder andere hygiëne, melkkwaliteit en diergezondheid.

De sector heeft echter nog voldoende uitdagingen, dankzij de schaalvergroting van melkveehouderijen, de groei van de melkproductie per koe en de stijgende vraag naar zuivel door de groeiende wereldbevolking. Mede om deze redenen initieerden de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO) en LTO Nederland de Duurzame Zuivelketen. Die

## EEN VERANTWOORDE GROEI HOUDT REKENING MET MAATSCHAPPELIJKE ASPECTEN

streeft naar een zuivelsector die toekomstbestendig en verantwoord is. De doelstellingen voor 2020 zijn onder meer klimaatneutrale ontwikkeling, constante verbetering van diergezondheid en dierenwelzijn, behoud van weidegang, biodiversiteit en milieu.



De geformuleerde doelstellingen zijn realistisch, maar zeker ook uitdagend. De eerste doelstelling richt zich op klimaatneutraal ontwikkelen. In de periode 2012-2015 is een forse daling in het primaire brandstofverbruik per kg melk gerealiseerd (60 a.e. per 1.000 kg melk in 2015<sup>(9)</sup>), zowel bij de melkverwerking (30%) als in de melkveehouderij (9%). Vooral door het gebruik van duurzame elektriciteit. De tweede doelstelling is het continu verbeteren van diergezondheid en dierenwelzijn. Een van de onderdelen binnen deze doelstelling is het reduceren van het gebruik van antibiotica. In de periode tussen 2009 en 2015 is het antibioticagebruik in de melkveehouderij met 47% gedaald. In 2015 was de daling 3% ten opzichte van 2014. Met betrekking tot verantwoord antibioticagebruik heeft de Duurzame Zuivelketen als doel dat meer dan 90% van de melkveebedrijven onder de SDA-actiewaarde (6 DDDAf)<sup>(10)</sup> voor antibioticagebruik blijft. In 2015 is deze doelstelling met 99% ruimschoots gerealiseerd. De derde uitdaging - en gelijk ook het aandachtspunt voor de komende jaren - is behoud weidegang. In 2015 bleef het

aandeel bedrijven dat weidegang toepaste nagenoeg gelijk ten opzichte van 2014 (van 77,8 naar 78,3%). In 2016 is het aandeel verder gestegen naar 78,9%. De doelstelling is het niveau te halen uit 2012 (81,2%). Binnen de vierde en laatste doelstelling, behoud van biodiversiteit en milieu, is een van de doelstellingen, namelijk gebruik van 100% verantwoorde soja in veevoer, wel gerealiseerd in 2016. De Nederlandse zuivelsector loopt daarmee internationaal voorop bij de inkoop van verantwoorde soja. Dit is mede gerealiseerd in samenwerking met het Wereld Natuur Fonds (WNF), Solidaridad en Natuur & Milieu. Vanaf 2015 is verantwoorde soja opgenomen als een van de leveringsvoorwaarden van alle individuele zuivelondernemingen.

De realisatie van andere doelen op het gebied van broeikasgassen, fosfaat en ammoniak zijn mede door de aanstaande wetgeving zeer uitdagend. Zo ligt momenteel bijvoorbeeld de productie van ammoniak ruim 22% boven het doel voor 2020<sup>(11)</sup>. Externe onafhankelijke partijen monitoren de voortgang van de

## VERANTWOORDELIJK



**Rogier Schulte**  
Hoofd van de leerstoelgroep Farming Systems Ecology aan WUR

Duurzame Zuivelketen per doel. De resultaten hiervan zijn te vinden op [www.duurzamezuivelketen.nl](http://www.duurzamezuivelketen.nl).

### Sustainable Diet

Bijna iedere Nederlander is opgegroeid met melk, kaas en andere zuivelproducten. De meeste mensen weten dat melk veel voedingsstoffen bevat. Zuivel levert een significante bijdrage aan de aanbevolen dagelijkse hoeveelheden vitamine B2 (25%), vitamine B12 (35%), calcium (30%) en fosfor (30%). In de Richtlijnen Goede Voeding heeft de Gezondheidsraad opgenomen dat zuivel een beschermende werking heeft voor darmkanker en dat yoghurt het risico op diabetes type 2 verlaagt. In Nederland staan melk en zuivelproducten dan ook in de Schijf van Vijf.

In 2050 heeft de wereld zo'n 70% meer voedsel nodig dan nu wordt geproduceerd. De uitdaging hierbij is om de wereldbevolking te voeden met zowel gezond als duurzaam geproduceerd voedsel. Zuivel is een belangrijk onderdeel van een gezond voedingspatroon omdat het hoogwaardige eiwitten, vetten, vitaminen en mineralen bevat. De Wereldvoedselorganisatie (FAO) en het Wereld Natuur Fonds (WNF) stellen op basis van eigen onderzoek vast dat zuivel goed past in een duurzaam, gezond en betaalbaar voedingspatroon<sup>(12)</sup>. Het voorziet mensen in onmisbare voedingsstoffen, zoals hoogwaardige eiwitten, vetten, vitaminen en mineralen. Daarnaast wordt de productie van zuivel steeds duurzamer.

De Nederlandse zuivelsector kan een bijdrage leveren aan de wereldwijde vraag naar duurzaam en gezond voedsel. De bodem- en klimaatomstandigheden in ons land zijn ideaal voor de melkveehouderij en Nederland is koploper op het gebied van duurzame zuivelproductie. De gemiddelde uitstoot van een Nederlandse melkkoe is 1,2 kg CO<sub>2</sub> per liter melk; wereldwijd is dat het dubbele, namelijk 2,4 kg CO<sub>2</sub>. Onze kennis en ervaring op het gebied van gezonde en duurzame zuivelproductie kan gezien worden als een waardevol exportproduct dat de melkproductie elders in de wereld kan verbeteren en verduurzamen.

Een veelgebruikte quote in de krant of op Twitter luidt: 'Minder dierlijk product is beter voor het milieu.' Professor Schulte (hoofd van de leerstoelgroep Farming Systems Ecology aan Wageningen University & Research, WUR) en professor De Boer (hoofd van de leerstoelgroep Dierlijke Productie Systemen aan WUR) pleiten voor een nuancering van dit geluid. In de meeste geïndustrialiseerde landen ligt de consumptie van dierlijk product inderdaad boven de WHO-richtlijnen voor een gezond dieet, en is het eten van minder dierlijk product ook vaak beter voor het milieu. Maar in veel ontwikkelingslanden en opkomende economieën kan dierlijk product een belangrijke aanvulling zijn op het bestaande dieet. Een goede inzet van vee kan zelfs bijdragen aan een duurzame voedselvoorziening. Varkens, kippen of koeien kunnen producten die wij niet zelf kunnen eten – zoals gras en afvalstromen van de voedselindustrie – omzetten in hoogwaardig voedsel. Zo kunnen bijvoorbeeld de marginale graslanden in Kazachstan, maar ook de veenweidegronden in Nederland, een zinvolle bijdrage leveren aan een duurzame voedselvoorziening. Wat waar het beste groeit, verschilt natuurlijk enorm in de wereld. Evenals een duurzaam dieet.

### Duurzaam en gezond voedsel

Volgens Schulte en De Boer moet er antwoord worden gegeven op drie vragen om alvorens tot een duurzaam en gezond voedingspatroon te komen:

1. Wat heeft iemand nodig?
2. Welke voedingsmiddelen kunnen het meest efficiënt aan deze vraag voldoen?
3. Waar kunnen deze voedingsmiddelen onder de beste omstandigheden worden geproduceerd?

### Gevolgen klimaatakkoord

De klimaatconferentie van Parijs 2015 (ook wel bekend als 'COP21') leidde tot het afsluiten van het Akkoord van Parijs. Op de Dag van de Aarde (22 april 2016) werd deze in New York door 174 landen ondertekend. De intentie van deze conferentie was een wettelijk bindende, universele overeenkomst te sluiten voor het klimaat. Het akkoord heeft daarbij als doel om de uitstoot van broeikasgassen aan banden te leggen, zodat de klimaatopwarming beperkt blijft en wordt toegewerkt naar een klimaatneutrale wereld. Alle landen zullen elke 5 jaar samenkomen om te bepalen of hun klimaatplannen moeten worden aangescherpt.

Eind november 2016 heeft de Europese Commissie een pakket voorstellen gepubliceerd als uitwerking van het COP21-klimaatakkoord. Voor de niet-ETS (Emission Trading Scheme)-sectoren waartoe de zuivelsector behoort, is op dit moment een taakstelling van -36% uitstoot broeikasgassen voorgesteld in 2030 ten opzichte van 2005. Het Energieonderzoek Centrum Nederland en het Planbureau voor de Leefomgeving hebben gezamenlijk berekend welke niet-ETS-sectoren het meest kosteneffectief kunnen bijdragen aan het verminderen van uitstoot van broeikasgassen. De aandacht is hierbij vooral gericht op de sectoren transport, gebouwde omgeving en landbouw. Mede op basis van dit rapport zal een volgende regering een besluit nemen over de toedeling van de taakstelling per sector in Nederland. Hoewel dus nog niet duidelijk is met welke doelstelling de zuivelsector straks te maken krijgt, wordt er al wel getracht om de uitdagingen en kansen in beeld te krijgen. Bij nieuw beleid moet rekening gehouden worden met het feit dat het gaat dieren die broeikasgassen produceren. Met respect voor het dier kan dit niet onbeperkt worden teruggedrongen. In het tweede kwartaal van 2018 dient het klimaatplan te worden ingediend bij het ministerie van Economische Zaken. De Duurzame Zuivelketen zal een belangrijke rol spelen bij het opstellen van het klimaatplan en de uitvoering hiervan.

“DE ZUIVELSECTOR SPEELT EEN **SLEUTELROL** IN HET REALISEREN VAN DE DOELSTELLINGEN VOOR DUURZAME ONTWIKKELING VAN DE 2030-AGENDA VAN DE VERENIGDE NATIES. DE **DOELSTELLINGEN** INTEGREREN DE DRIE DIMENSIES VAN DUURZAAMHEID (ECONOMISCH, SOCIAAL EN MILIEU) EN VERGEN DE INZET VAN ALLE BETROKKEN PARTIJEN”



**Ren Wang**  
Assistant Director-General FAO



**UITSTOOT**  
De gemiddelde uitstoot van een Nederlandse melkkoe is 1,2 kg CO<sub>2</sub> per liter melk

Wereldwijd is de gemiddelde uitstoot van een melkkoe het dubbele, namelijk 2,4 kg CO<sub>2</sub> per liter melk



## VERANTWOORDELIJK



### SDG's

De zuivelsector kan een belangrijke rol spelen in het behalen van de SDG's. Ook zijn zuivelproducten essentieel voor het terugdringen van de armoede in de wereld en voor het verbeteren van de voedselzekerheid

### WIND EN BIOMASSA

48% van de groene energie van de sector is afkomstig van wind en 45% wordt verkregen uit biomassa: energie die grotendeels afkomstig is van de aangesloten melkveehouders

### MJA3-CONVENANT

De energie-efficiëntiedoelen van 2020 van het MJA3-convenant zijn nu al ruimschoots gehaald

### Circulariteit in de bedrijfsvoering

Circulair denken ligt in het verlengde van de uitdagingen van COP21. Hoewel verschillende bedrijven in de sector al jarenlang met dit gedachtegoed bezig zijn, is er de laatste jaren een significante toename van het aantal projecten ten aanzien van circulariteit. Mest is daarbij een belangrijk onderwerp. Een duurzame zuivelketen kan ontstaan indien bedrijven de gehele keten in ogenschouw nemen, en niet alleen hun eigen bedrijf. Een nieuwe vorm van samenwerking is die met bedrijven buiten de zuivelsector. Zo worden er nieuwe businessmodellen ontwikkeld waarbij van de restproducten (mest) van de melkveehouderijen biogas wordt geproduceerd. Het geproduceerde biogas kan via een warmtekrachtkoppeling (wkk) worden omgezet in elektriciteit en warmte. Bij het opwaarderen van groengas kan het als groengas worden ingevoerd op het aardgasnet.

### Sustainable Development Goals

De Sustainable Development Goals (SDG's) zijn onderdeel van de 2030-agenda van de Verenigde Naties en vormen het internationale kader voor duurzame ontwikkeling. De kern van deze zeventien doelen is een einde maken aan extreme armoede, ongelijkheid, onrecht en klimaatverandering in de wereld. Ook de zuivelsector wil hier een bijdrage aan leveren.

Zodoende heeft de sector in oktober 2016 tijdens de IDF World Dairy Summit in Rotterdam de Dairy Declaration gesteund die in gezamenlijkheid is opgesteld door de International Dairy Federation (IDF) en Food and Agriculture Organization (FAO). Hierin werd door de FAO benadrukt dat de sector een belangrijke rol kan spelen in het behalen van de SDG's en dat zuivelproducten essentieel zijn voor het terugdringen van de armoede in de wereld en voor het verbeteren van de voedselzekerheid. Met het opstellen en ondertekenen van de Dairy Declaration onderstreept de

## ER IS EEN SIGNIFICANTE TOENAME VAN CIRCULARITEIT IN DE BEDRIJFSVOERING

zuivelsector zijn proactieve houding om op een verantwoorde wijze als sector te blijven groeien. Voor enkele bedrijven binnen de zuivelsector zijn de SDG's al onderdeel van de bedrijfsstrategie.

### Groene stroom

Uit onderzoek van de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO), Nederland ICT, de Vereniging Hogescholen en de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) blijkt dat de Nederlandse zuivelindustrie 76% van haar stroom groen inkoop. Vorig jaar kocht de zuivelindustrie in totaal bijna 2 miljard kWh elektriciteit aan. Daarvan was 1,5 miljard kWh duurzaam. Bijna de helft (48%) van de groene energie was afkomstig van wind en 45% werd verkregen uit biomassa. Voor een groot deel gaat het om energie die afkomstig is van de aangesloten melkveehouders. Met de aankoop van groene stroom heeft de zuivelindustrie de energie-efficiëntiedoelen van 2020 (30% efficiëntie winst ten opzichte van 2005) van het zogeheten MJA3-convenant nu al ruimschoots gehaald.



### Welke SDG's zijn relevant voor de zuivelsector?

De zuivelsector kan een significante bijdrage leveren aan het beëindigen van de armoede (SDG1) doordat zij in directe én indirecte zin het levensonderhoud van 150 miljoen boeren ondersteunt. Zij creëert ook werkgelegenheid door de hele waardeketen heen, wat niet alleen een belangrijke uitweg uit de armoede is, maar ook bijdraagt aan volwaardige en productieve werkgelegenheid voor iedereen (SDG8). Daarnaast kan de sector ook een rol spelen in het terugdringen van de ongelijkheid tussen landen, regio's en geslacht (SDG5 & SDG10).

Opvallend is dat vrouwen in de wereldwijde zuivelsector een zeer belangrijke positie innemen. Volgens onderzoek van J. Njuki en P.C. Sanginga uit 2013 blijkt dat in 25% van de huishoudens van veehouders het melkvee voornamelijk direct in handen is van vrouwen. Wereldwijd zijn 80 miljoen vrouwen werkzaam in de zuivelsector en biedt het voor hen vaak een eerste stap om voor zichzelf een

betere positie in de samenleving te verwerven. Door in de keten samen te werken kan de zuivelsector ook een bijdrage leveren aan het realiseren van voedselzekerheid (SDG2) en een betere gezondheid van mensen (SDG3), dit door vraag en aanbod beter op elkaar te laten aansluiten en te innoveren. Het bestrijden van klimaatverandering (SDG13), het beschermen en herstellen van terrestrische ecosystemen (SDG15) en het bevorderen van duurzaam beheer van water en sanitatie (SDG6) zijn eveneens doelstellingen die goed aansluiten bij de sector. Bovenstaande doelstellingen hebben raakvlakken met de doelstellingen die zijn geformuleerd door de Duurzame Zuivelketen. Zodoende kan de Nederlandse zuivelsector op lokale schaal bijdragen aan de mondiale uitdagingen. Om deze doelen te bereiken is het van belang dat de verschillende stakeholders in de keten gaan samenwerken (SDG17). De Nederlandse zuivelsector kan daarbij de kennis en innovatie delen, en toepasbaar en toegankelijk maken voor alle boeren. 🐄



### 2030-AGENDA VERENIGDE NATIES

De Sustainable Development Goals (SDG's) zijn onderdeel van de 2030-agenda van de Verenigde Naties. Ze vormen het internationale kader voor duurzame ontwikkeling

### DUURZAME TOEKOMST

De kern van de 17 SDG's is een einde maken aan extreme armoede, ongelijkheid, onrecht en klimaatverandering in de wereld

GERDA VERBURG, UNITED NATIONS ASSISTANT SECRETARY GENERAL,  
COORDINATOR OF THE SUN MOVEMENT

## ‘VERDER BOUWEN AAN VOORHOEDEPOSITIE’

Gerda Verburg over de uitdagingen die de Nederlandse zuivelsector de komende jaren het hoofd moet bieden.



**Gerda Verburg**  
is United Nations  
Assistant  
Secretary-General  
en Coordinator of  
the SUN Movement.  
In het kabinet-  
Balkenende IV  
was zij minister van  
Landbouw, Natuur  
en Voedselkwaliteit

### Wat zijn de gevolgen van COP21 voor de Nederlandse melkveehouder?

“Het is lastig om hier op korte termijn de gevolgen van aan te geven, aangezien deze sterk afhangen van een uitvoerbare fosfaat-regeling voor de Nederlandse zuivelsector. Voor de gevolgen op de langere termijn is het belangrijk om zowel het klimaatakkoord van Parijs als de Duurzame Ontwikkelings Doelen (SDG’s) te bekijken; die zijn immers met elkaar verbonden. En juist omdat ze alles met elkaar te maken hebben, biedt dat kansen voor de Nederlandse melkveehouder.”

“Onze zuivelsector is goedgeorganiseerd en kan verder bouwen aan zijn internationale voorhoedepositie. Onder meer door zich in te zetten voor innovatie om te verduurzamen, energieneutraal of netto-energie te leveren, kwaliteit voorop te stellen, eerlijke prijzen in de gehele keten te berekenen, transparant te zijn en in verbinding te staan met consumenten. Daarbij moet de sector rekening houden met de samenleving, het landschap, de natuur en de circulaire economie.”

“Om deze uitdaging aan te gaan, is een constructieve dialoog en samenwerking nodig tussen alle partijen in de melkveeketen en de zuivelketen. Maar ook politieke deskundigheid, begrip en passie voor de betekenis van de zuivelbranche zijn hierbij van cruciaal belang.”

### Wat zijn de grootste uitdagingen van de zuivelsector ten aanzien van de SDG’s?

“Een goede businesscase maken voor innovatieve fokkerij en melkveehouderij is een van de grootste uitdagingen. Investeren moet lonen en perspectief bieden, anders begint een boer er niet aan. Nu wordt er nog te veel in afzonderlijke duurzaamheidsdoelen gedacht, bijvoorbeeld dat de zuivelsector om SDG2 (zero hunger and malnutrition) zou draaien. Het mooie én uitdagende is om de onderlinge samenhang te zien van de SDG’s, ofwel 2030-agenda. Kijk dus naar alle SDG’s en ontdek hoe de zuivelsector ook een rol kan

## INVESTEREN MOET LONEN OF PERSPECTIEF BIEDEN ANDERS BEGINT EEN BOER ER NIET AAN

spelen bij ontwikkelingen op het gebied van water, energie, onderwijs, gezondheid et cetera. Daarbij kan de sector opereren vanuit eigen kracht door de kwaliteit van producten en service voorop te stellen, interactie met het onderwijs aan te gaan, kennis te vergaren en



delen, onderzoeksinstituten te stimuleren en een sterke verbinding met consumenten te maken. Voor die voorhoedepositie is het verder van belang dat de zuivelsector contact legt met maatschappelijke organisaties en trendsetters. Die kunnen de ontwikkelingen op de langere termijn in kaart brengen. Met die kennis kan de sector uitdagingen aangaan en kansen benutten. Door samenwerking behoudt én versterkt hij zijn slagkracht.”

### Welke organisaties moeten in Nederland meer gaan samenwerken?

“De eerste voorwaarde is de gehele zuivelketen sterk te houden en samen gericht te blijven op die voorhoedepositie. De zwakste

schakel bepaalt de sterkte van deze keten. De verbinding met andere partijen in de land- en tuinbouw- en voedings- en genots-middelensector moet gericht zijn op samenwerking met een win-winsituatie. Wees bereid om ook met minder voor de hand liggende partijen verbintenissen aan te gaan, zoals natuur- en landschapsorganisaties of actiegroepen. Laat vaste structuren en instituten los en denk in netwerken. Tot slot nog een tip van iemand die inmiddels zes jaar vanuit het buitenland naar Nederland kijkt: Nederlanders hebben een neus voor samenwerken met andere groepen en zijn meestal oplossingsgericht en creatief. Het is goed om die multi-sectorapproach in gedachten te houden.” 🐄

INVLOEDRIJK & NEDERLANDS

# NEDERLAND ZUIVELLAND

De Nederlandse melkveehouderij is van groot belang voor de economie. We zijn de vierde speler op de wereldmarkt en dragen flink bij aan het Nederlandse handelsoverschot. Een verzameling cijfers die de koppositie van Nederland als melkproducent verklaren.



**GROOTSTE ZUIVELLANDEN**

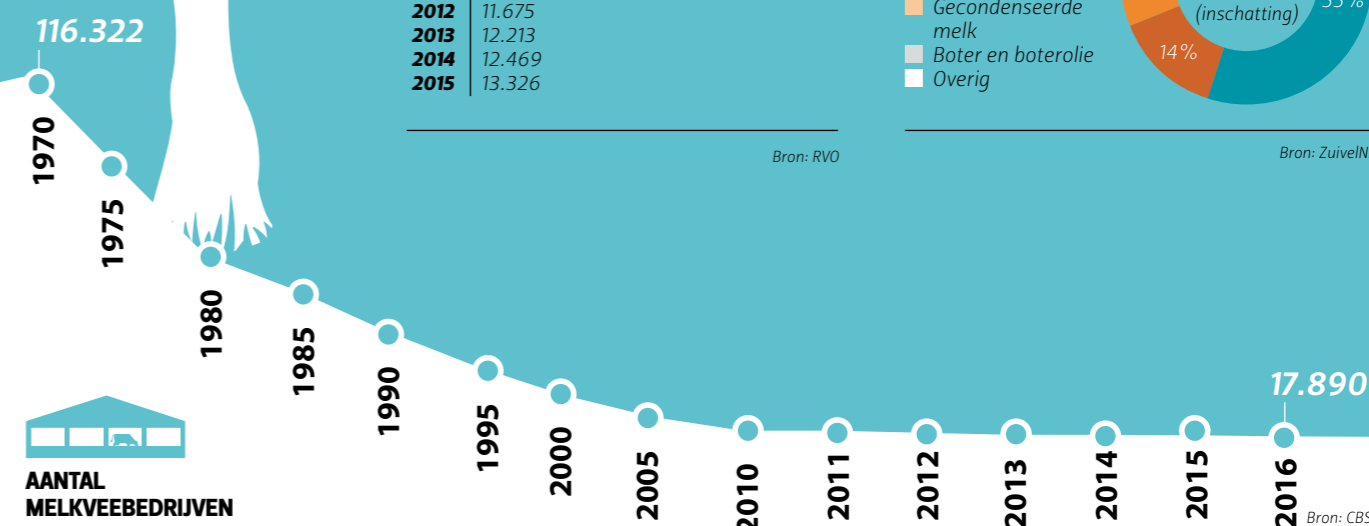
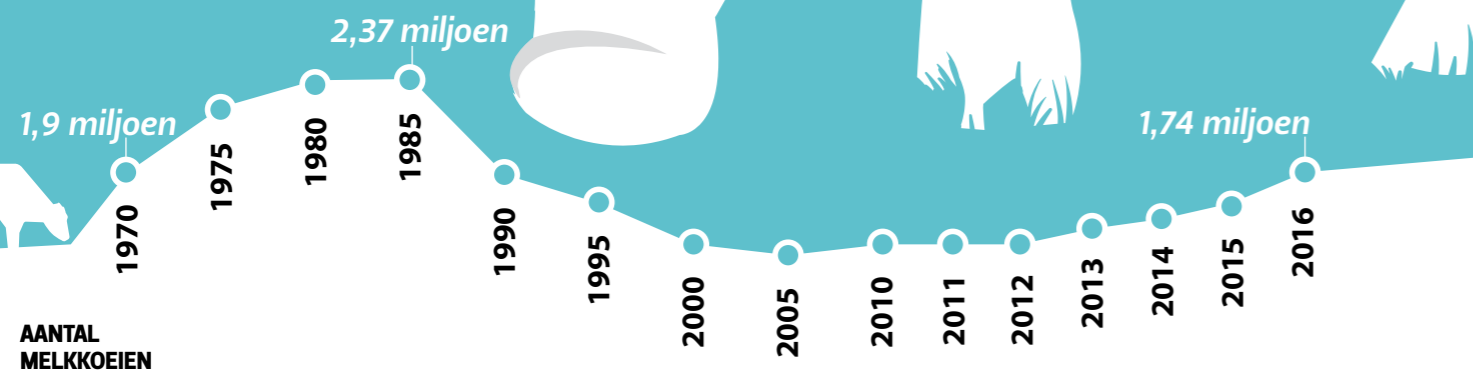
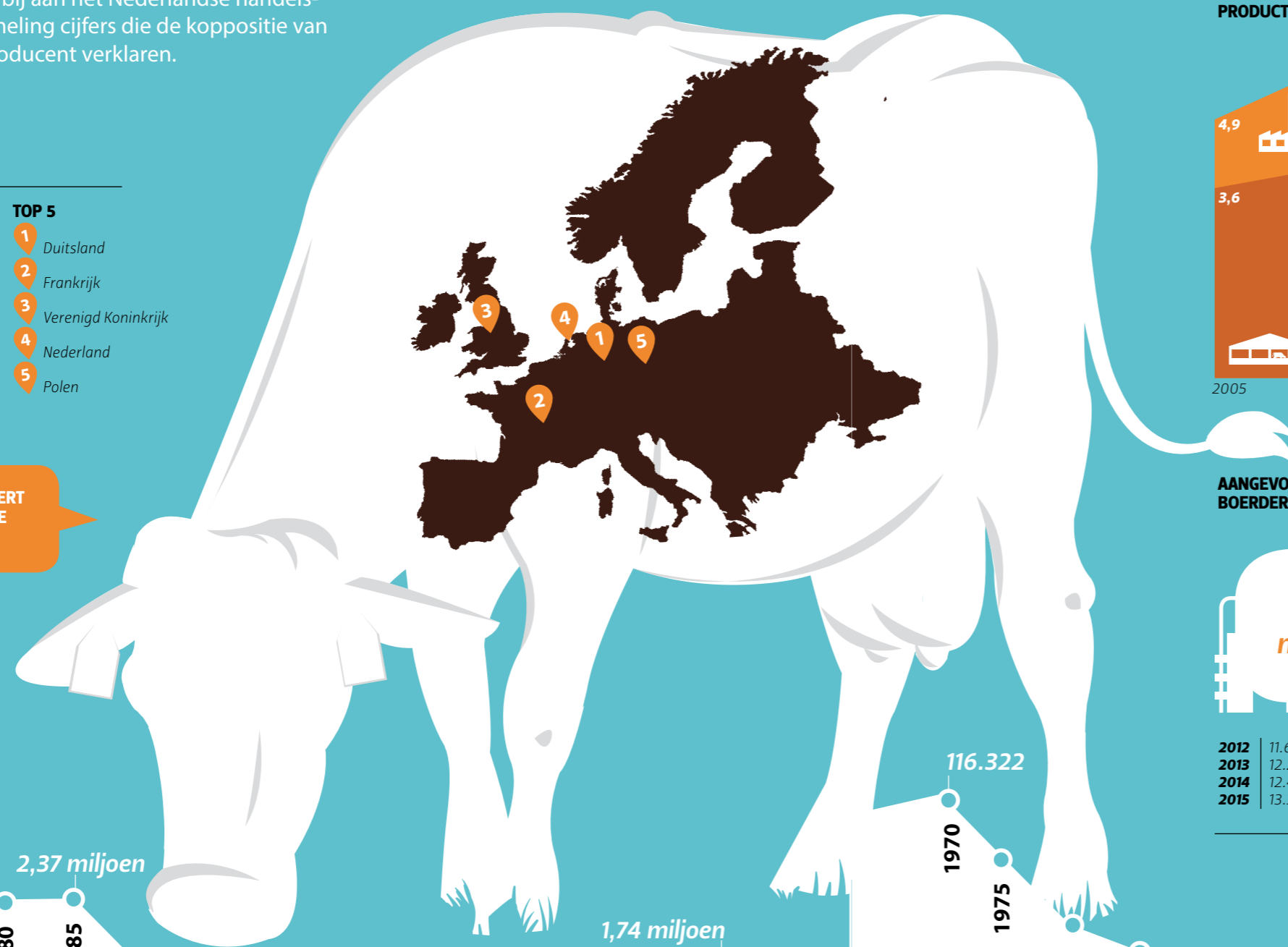
Nederland valt onder de grootste 5 melkproducenten in Europa. In 2016 produceerde Nederland 14,5 miljard kilo aan koemelk, dit betekende een sterke stijging ten opzichte van 2015 (13,5 miljard kilo).

Bron: CBS

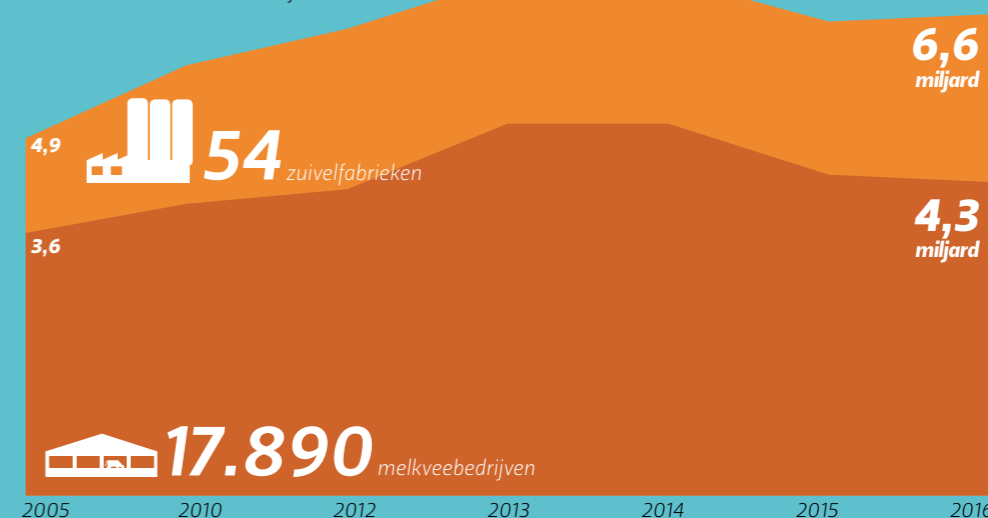
**TOP 5**

- 1 Duitsland
- 2 Frankrijk
- 3 Verenigd Koninkrijk
- 4 Nederland
- 5 Polen

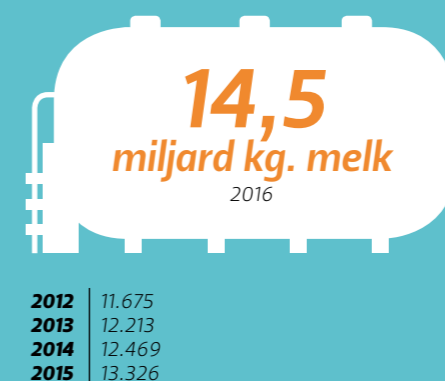
NEDERLAND PRODUCEERT 8 PROCENT VAN ALLE MELK IN EUROPA



**PRODUCTIEWAARDE** in miljarden euro's



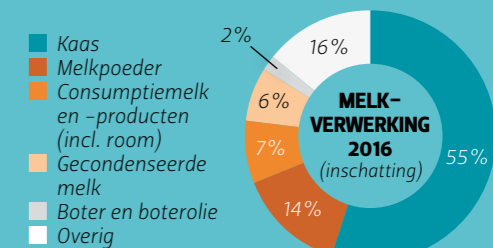
**AANGEVOERDE HOEVEELHEID BOERDERIJMELK** in miljoenen kg.



Bron: RVO

**ZUIVELPRODUCTEN**

De melk die in Nederland wordt geproduceerd, wordt verwerkt tot zuivelproducten als kaas, boter, consumptiemelk, yoghurt en melkpoeder. Maar ook wei, een bijproduct van de productie van kaas, wordt volop gebruikt. Hieruit worden bijvoorbeeld hoogwaardige eiwitten gehaald voor onder meer babyvoeding, medicijnen en sportdranken.



Bron: ZuivelNL

## INTERVIEW



**Nol Verdaasdonk** is de voorzitter van de Brabantse milieu-federatie waar hij zich inzet voor een duurzaam Brabant



**Tjerk Wagenaar** is sinds 2010 directeur van Natuur & Milieu. Deze organisatie staat voor een grondgebonden melkveehouderij waarbij de koeien in de wei staan en waarbij boeren hun mest op eigen grond afzetten

### NEEM KLIMAATDISCUSSIE EN **BEWUSTWORDING** VAN BURGERS SERIEUS

**Nol Verdaasdonk:** “De toekomst voor de zuivelsector in Brabant is extensieve veehouderij. Oftewel: meer kleine melkveehouderijen in plaats van weinig intensieve melkveehouderijen met veel koeien die het welzijn en de gezondheid van burgers, natuur en het milieu te zwaar belasten. En waarin niet alle kosten van het productieproces worden verwerkt. In een dichtbevolkt gebied zoals Brabant moet je geen bulk willen produceren, maar juist onderscheidend zijn met duurzame producten, waarvoor veel kleine boeren een meerprijs krijgen. Ook om de legitimatie van de melkveehouderij niet langer onder druk te zetten bij burgers, voor wie de kwaliteit van natuur en het landschap een steeds belangrijkere vestigingskwaliteit is.”

#### Klimaatafspraken van Parijs

“In 2015 zijn op de klimaatconferentie in Parijs afspraken gemaakt. Daaruit vloeit voort dat de methaan- en fosfaatuitstoot teruggedrongen moet worden. Dat lukt nog niet best in de intensieve melkveehouderij. Daarom helpen wij boeren om duurzaam te produceren. Om met die producten te kunnen concurreren, zal de overheid industriële producten eerlijker, dus zwaarder, moeten belasten. Mijn oproep aan de sector is: neem de klimaatdiscussie en de bewustwording van burgers over milieu en gezonde voeding serieus. Ik pleit dan ook voor een nieuwe zindelijkheid. Grondgebonden bedrijven zijn dan ook dé oplossing. Ik pleit ervoor dat in het onderwijs, van het mbo tot universiteit, hier veel meer aandacht voor komt.” 🐄

### MET DUURZAME ACTIVITEITEN EEN **GROENE MOTOR** WORDEN

**Tjerk Wagenaar:** “Via productdifferentiëring en productverwaarding kan de sector een groene motor worden. In Nederland moet je niet voor de laagste prijs willen produceren, daarvoor zijn grond en arbeid te duur. Maak de omgekeerde beweging: bied hoogwaardige producten aan vanuit een duurzame manier van werken. Dit vermindert het broeikas effect en behoudt biodiversiteit. Met productverwaarding kunnen we meerwaarde creëren. Ik ben voorstander om het Beter Leven-keurmerk ook in te voeren voor zuivelproducten. De consument betaalt iets meer, maar kan erop vertrouwen dat het product duurzaam is geproduceerd. Om het keurmerk goed in de markt te zetten, moeten we samenwerken met de retail. Maar de sector kan zelf ook veel meer doen aan die vermarkting.”

#### Optimistisch

“Een minder leuke boodschap is dat we minder vlees en zuivel moeten eten. Deze producten belasten het milieu. De sector is innovatief genoeg om dit op te vangen. Ik verwacht dat we door innovaties, productverwaarding, overheidsbeleid gericht op duurzaamheid en bewustwording bij consumenten over tien jaar veel verder zijn. Vergeet niet dat veel Nederlandse boeren vooroplopen in duurzaamheid. Eigenlijk weerhoudt vooral de hoeveelheid koeien en het daarmee samenhangende mestprobleem de sector om de klimateisen te halen. Ook zullen we de export moeten terugschroeven. De gemiste inkomsten kunnen we compenseren door onze kennis naar het buitenland te exporteren.” 🐄

### LOKALE PRODUCTIE CENTRAAL STELLEN OM ZICHTBAAR TE BLIJVEN

**Kees Romijn:** “De Nederlandse zuivelsector heeft het stempel duurzaam vanwege het kwalitatief hoge niveau en de focus op gezondheid en milieu. De komende jaren zullen het klimaat en broeikasgassen een prominentere rol gaan krijgen. De Nederlandse melkveehouderijen kunnen vanuit hun koplopersrol hier extra toegevoegde waarde uit halen. Het is van belang om continu met elkaar af te stemmen, samen te werken en commitment te tonen in de hele keten.”

#### Gebruik van big data

“Ik voorzie dat er in de toekomst in toenemende mate wordt samengewerkt en gebruik wordt gemaakt van big data. Nederland zal een sterke internationale positie blijven behouden door lokale productie centraal te stellen en zichtbaar te blijven. Naast het feit dat wij als land hier in de toekomst internationaal om gewaardeerd zullen worden, zullen ook jonge boeren aanzien hebben in de maatschappij. Zij maken immers het belangrijkste wat de mens nodig heeft: voedsel! Herkenbaar, benaderbaar, zichtbaar en financieerbaar door dezelfde klant.” 🐄

### WE MOETEN ONS OP DE **JUISTE ZAKEN** BLIJVEN FOCUSSEN

**Harm Wiegersma:** “Boeren beheren en houden van oudsher het buitengebied in stand. Vele boeren doen aan weidevogelbeheer, al dan niet via officiële natuurverenigingen. De boeren zorgen ervoor dat de sloten blijven stromen, verwijderen onkruid en samen met de jagers wordt er gezorgd (voor zover dat mag) voor een goed wildbeheer. Zij zien wat er in het buitengebied gebeurt. Hun natuurlijke omgeving is de voorwaarde, de basis voor het bedrijf.”

#### Contraproductief

“Nederlandse melkveehouders werken zeer duurzaam en leveren een product van hoge kwaliteit. De vraag is echter hoelang wij daarin onderscheidend kunnen zijn. Andere landen zijn namelijk ook bezig met deze aspecten. De vele regels die boeren worden opgelegd dankzij de leveringsvoorwaarden gaan uiteindelijk contraproductief werken. Het gaat erom dat de melk goed is, en om datgene wat vermarkt kan worden. We moeten zorgen dat we ons op de juiste zaken blijven focussen.” 🐄



**Kees Romijn** is de voorzitter van de vakgroep LTO Melkveehouderij. Hij is als belangenebehartiger voor de melkveehouderij actief sinds 2001



**Harm Wiegersma** is melkveehouder en voorzitter van de Nederlandse Melkveehouders Vakbond (NMV)

KEES DE KONING, MANAGER DAIRY CAMPUS

# ‘DE PRAKTIJK VERBINDEN MET DE WETENSCHAP’

Door de praktijk te verbinden aan de wetenschap weet Dairy Campus de melkveehouderij duurzamer te maken.



**Kees de Koning** is manager van Dairy Campus, het nationaal innovatiecentrum voor de melkveehouderij

“Dairy Campus is hét nationale kenniscentrum voor de melkveehouderij en zuivelketen, waar innovatie, educatie en praktijk bij elkaar komen. In onze stallen produceren koeien niet alleen melk, maar vooral data voor steeds verschillende onderzoeken naar het duurzamer maken van de melkveehouderij. Het is uniek dat onderzoekers uit verschillende disciplines samenwerken met het bedrijfsleven en veehouders. Zodoende zijn onderzoeksresultaten en innovaties heel snel beschikbaar voor de praktijk: boeren, scholen en bedrijven. Onze opdracht: de praktijk verbinden met de wetenschap.”

## Minimale verliezen

“De toekomst van de melkveehouderij is divers, maar er zal altijd aandacht moeten zijn voor het optimaal benutten van grondstoffen en voor levensduur en dierenwelzijn. Onze boeren beschikken niet over veel ruimte. Ze zullen dus alle kennis maximaal moeten benutten om te komen tot een optimaal resultaat met minimale verliezen van grondstoffen en mineralen.”

## Drones boven de wei

“Ook de Dairy Campus zal steeds veranderen. Over tien jaar onderzoeken we niet alleen andere zaken, ook zal ons netwerk uitgebreider zijn en zullen er nog meer internationale onderzoekers en studenten rondlopen.”

“ONZE KOEIEN PRODUCEREN NIET ALLEEN MELK, MAAR VOORAL KENNIS”

Ik verwacht dat studenten en bezoekers virtueel mee kunnen doen aan onderzoeken. Dit aan de hand van schermen in de stallen, die laten zien wat onze koeien doen. En wellicht vliegen er straks drones boven de weilanden om op een nieuwe manier onderzoek te doen.”

# EXCELLEREN DOOR SAMENWERKING

Voortdurende innovatie in de sector en samenwerking met onze gerenommeerde kennisinstituten zijn essentiële voorwaarden om een topsector te blijven.

Nederland is wereldkampioen zuivel. Melk en kaas zijn producten waar ons land wereldwijd in excelleert en bekend om staat. De Nederlandse zuivelsector is een stabiele, sterke sector en weet zich al decennia goed staande te houden. Tegelijkertijd staat onze zuivelketen met haar 17.890<sup>13</sup> melkveebedrijven voor een grote uitdaging: werken aan een duurzame ontwikkeling en gelijktijdig haar positie in een globaliserende wereld versterken en uitbreiden. Om deze uitdaging aan te gaan is samenwerking tussen alle spelers in de melkvee- en zuivelketen cruciaal. Daarbij komt dat zowel groei in volume als groei in kennis hand in hand gaan. Wil de Nederlandse zuivelsector zijn koploerspositie behouden, dan zal de sector op meerdere terreinen moeten blijven excelleren. Hieronder enkele voorbeelden van initiatieven die zijn sterke wereldpositie ondersteunen.

## Melkrobots

Bedrijven in de zuivelsector investeren veel in innovatie, en Nederland heeft enkele van 's werelds meest vooraanstaande kennisinstituten op het gebied van zuivel. Kennisinstituten als Wageningen University & Research, NIZO food research en Qlip zorgen ervoor dat

daarbij de beste en nieuwste methodieken worden toegepast. Nederland kent daarnaast ook innovatieve bedrijven die veel in R&D investeren. Het familiebedrijf ‘Lely’ is hier een goed voorbeeld van. Het ontwikkelt en produceert landbouwwerktuigen waaronder melkrobots. Nederland is nu marktleider als het gaat om de export van melkrobots<sup>14</sup>.



**KENNISINSTITUTEN**  
Wageningen University & Research (WUR), NIZO food research en Qlip passen de nieuwste methodieken toe

**R&D**  
Leden van de NZO investeren op jaarbasis 90 miljoen euro in R&D

R&D-INVESTERINGEN VANUIT DE LEDEN VAN DE NZO



CAREL DE VRIES, PROGRAMMADIRECTEUR COURAGE

# ‘ONS AGROCLUSTER MOET DE VOEDSEL-SYSTEMEN VAN MORGEN ONTWERPEN’

Samen knokken voor een mooi, biodivers en schoon buitengebied zorgt voor financieel gezonde melkveehouders.



**Carel de Vries** is programma-directeur bij Courage, een innovatie-organisatie van de melkveesector

## “ER IS BEHOEFTE AAN ORGANISATORISCHE INNOVATIE OP SECTOR-NIVEAU”

geen probleem zijn. Courage werkt samen met Wageningen University & Research aan de automatisering van beweiding met behulp van een virtuele afrastering; dat lijkt veelbelovend. Onze boeren zijn hoogopgeleid en ondernemend en we beschikken over sterke kennisinstellingen met onder andere dieru's en Wageningen Universiteit & Research. Toch is het tijd om vooruit te denken en werken. Ons fantastische agrocluster moet de voedselsystemen voor de wereld van morgen gaan ontwerpen.”

### Organisatorische innovatie

“Maar daar is wel wat voor nodig, want de omgeving waarin we opereren wordt steeds complexer en veeleisender. Volgens mij is er een grote behoefte aan een organisatorische innovatie op sectorniveau. Onszelf goed organiseren én samenwerken met maatschappelijke organisaties is niet eenvoudig, maar wel nodig. Samen knokken voor een mooi, biodivers en schoon buitengebied waar we ook geld verdienen. Alleen langs die route verwacht ik dat we over tien jaar er bedrijfsmatig beter voor staan.”

### Voedsel is alles

“Voedselzekerheid is hét geopolitieke issue van deze eeuw. Klimaatveranderingen en roofbouw zijn een enorme bedreiging voor onze aardbol. De Verenigde Naties verwacht in 2050 zeker 200 miljoen klimaatvluchtelingen. Dat zijn net zoveel mensen als nu in Zuid-Afrika en Brazilië samen wonen. Die gaan allemaal op zoek naar landen waar nog wél wat te eten en te drinken is. Nederland kan de wereld niet voeden. Maar met onze kennis, ons ondernemerschap en onze economische kracht kunnen we wel de hulpmiddelen aanreiken.” 🐄

BART VAN DER HOOG, DAGELIJKS BESTUURDER NAJK EN JORRIT KIEWIK, DIRECTEUR YFM NEDERLAND

# ‘VERTEL DAT MOOIE EN EERLIJKE VERHAAL!’

Alleen als de samenleving weer trots is op haar boeren, is er een positieve toekomst voor de melkveehouderij.



**Bart van der Hoog** is dagelijks bestuurder bij het Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt (NAJK) voor de portefeuille melkveehouderij

**Bart:** “In de melkveehouderij wordt minder gewerkt met verschillende melkstromen in ketenconcepten. Verwacht jij dat er in de komende jaren meer diversiteit komt?”

**Jorrit:** “Er zal steeds meer vraag komen naar een product met een verhaal erachter. Of het bijvoorbeeld melk is van uitsluitend gras gevoerde koeien of pureweidemelk. We worden ons steeds bewuster van gezonde voeding. Deze trend zal meer diversiteit in het zuivelschap brengen.”

**Jorrit:** “Hoe ziet de melkveehouderij er over 30 jaar uit, bij een aanhoudende intensivering?”

**Bart:** “Ik verwacht niet dat de intensivering zal doorzetten. Wel denk ik dat de melkveehouderij veel meer grond aan haar bedrijven weet te binden. De melkveehouderijsector staat wel een aantal uitdagingen te wachten. De grootste is de verbinding zoeken met de samenleving. Melkveehouders hebben een mooi en eerlijk verhaal te vertellen, ongeacht hun productiemethode. Deze verhalen bereiken de consumenten nu slechts mondjesmaat. De zuivelketen zou wat mij betreft fors moeten investeren in communicatie om de afstand tussen melkveehouders en de samenleving te verkleinen. Alleen als we weer trots zijn op onze boeren zie ik een positieve toekomst voor de melkveehouderij.”

**Bart:** “Door het succes van grootschalige melkverwerking in coöperaties en particuliere zuivelondernemingen is het niet meer nodig dat melkveehouders zich richten op marketing, communicatie en sales. Hierdoor is de invloed op de prijsvorming en het succes ook gering voor een individuele melkveehouder. Wat vind jij van deze ontwikkeling?”

**Jorrit:** “Ik denk en hoop dat steeds meer melkverwerkers de focus verleggen van eigen brandmarketing naar de producenten van hun basisproduct: melkveehouders. Ze hebben stuk voor stuk een uniek verhaal en werken met de nodige motivatie aan het produceren van melk. Dit is een goede zaak, een coöperatie is er immers om de melkveehouder beter te maken.”

**Jorrit:** “Is het huidige groeimodel van produceren voor de wereldmarkt duurzaam?”

**Bart:** “Groeit zit niet louter in meer koeien of meer liters melk. Toch is een aantal melkveehouderijen eenzijdig gegroeid. Jonge boeren moeten zichzelf afvragen of een grootschalige melkveehouderij wel bij hen past. Soms is het interessanter om op een bepaalde locatie niet meer verder te groeien. Wel moet iedere melkveehouderij op een bepaalde manier groeien om perspectief te houden. Deze groei zit echter niet alleen in een grotere veestapel.” 🐄



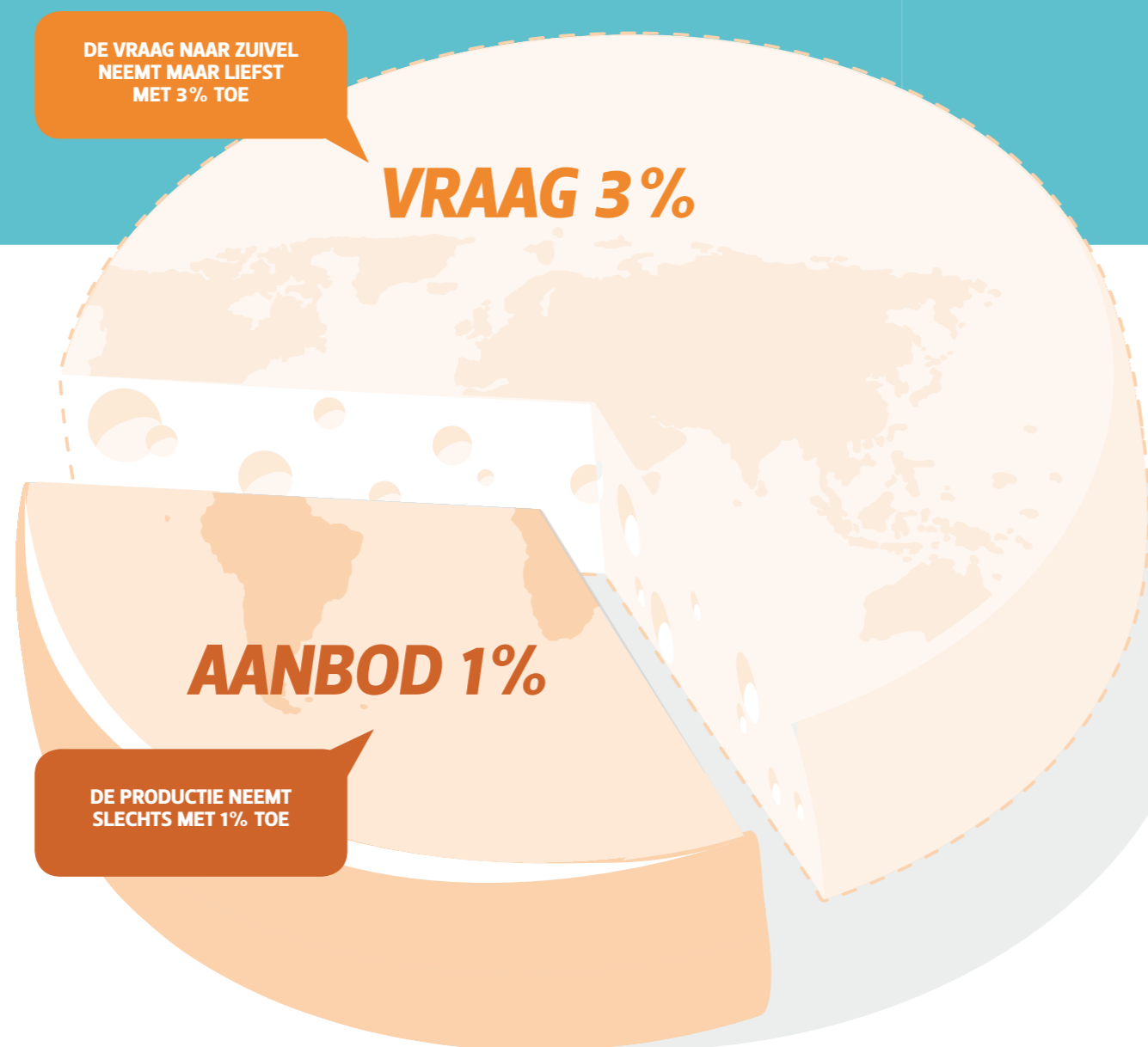
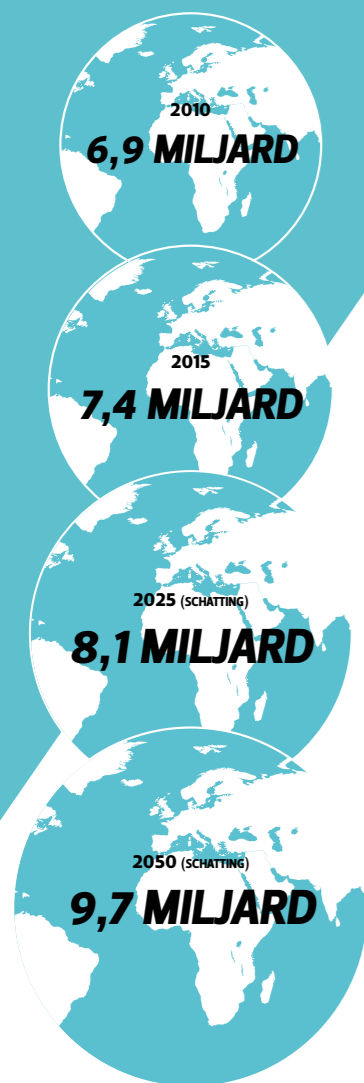
**Jorrit Kiewik** is directeur van Youth Food Movement (YFM) Nederland en werkte hiervoor als community manager aan The Milk Story

INTERNATIONAAL

# WERELDWIJDE VRAAG OVERSTIJGT AANBOD

Zuivelproducenten draaien overuren, maar toch zullen ze naar verwachting de mondiale vraag naar zuivel niet kunnen bijbenen. Hogere besteedbare inkomens en verstedelijking zullen voor een tekort op de markt zorgen.

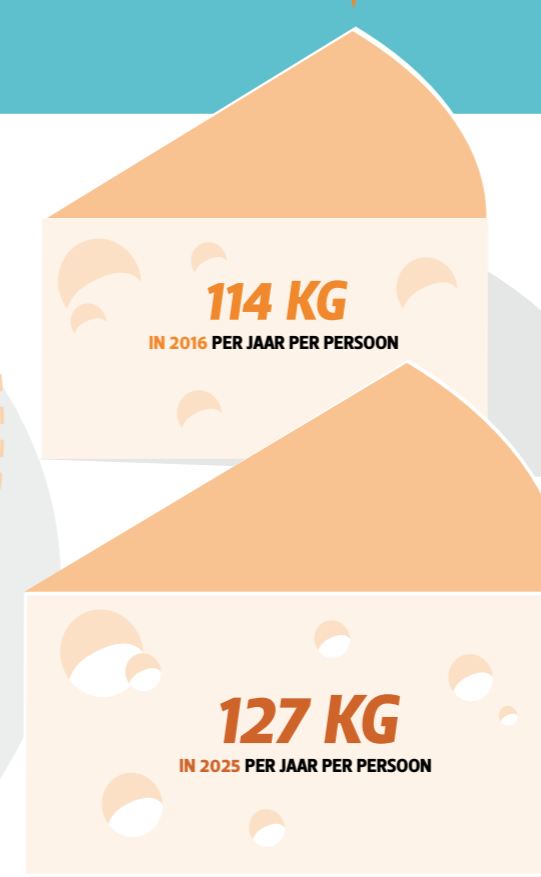
GROEI WERELDBEVOLKING



**REDEKEN TOENEMENDE VRAAG**

- Hogere besteedbare inkomens
- Verstedelijking zorgt voor makkelijker toegang tot supermarkten en koelkasten

VRAAG EN AANBOD MELKPOEDER IN 2025



HUIDIGE NEDERLANDSE MELKPOEDERPRODUCTIE IS SLECHTS 1/18 DEEL HIERVAN

# GROEIENDE VRAAG NAAR ZUIVEL

Nederlandse zuivel heeft internationaal een uitstekend imago op kwaliteit. De sector kan dan ook profiteren van de wereldwijde bevolkingsgroei, stijgende welvaart, verstedelijking en verandering in voedingspatronen.



## VRAAG GROTER DAN AANBOD

De wereldwijde vraag naar zuivel zal de komende tien jaar met 2-3% toenemen. De melkproductie groeit echter slechts met 1%

## CONSUMPTIE GROEIT

De consumptie per persoon groeit van 114 kilo zuivel per jaar naar 127 kilo in 2025. Dat is 2,5 kilo per week

De wereldwijde vraag naar zuivel groeit. De verwachting is dat de wereldwijde vraag naar zuivel de komende tien jaar zal toenemen met ongeveer 2-3% per jaar. Volgens de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO) en de FAO groeit de consumptie per persoon in 2025 naar 127 kilo zuivel per jaar (2,5 kilo per week) ten opzichte van de huidige 114 kilo. De zuivelsector profiteert daarbij van de bevolkingsgroei, verstedelijking, stijgende welvaart en verandering in voedingspatronen. De groeiende vraag naar dierlijke producten en zuivel vindt voornamelijk plaats in Zuidoost-Azië, het Midden-Oosten, Noord- en West-Afrika en Latijns-Amerika en de Cariben. Doordat de besteedbare inkomens in deze regio's hoger worden, komt er meer vraag naar hoogwaardige producten als zuivel. Ook de verstedelijking zorgt ervoor dat mensen makkelijker toegang hebben tot supermarkten en koelkasten om zuivel in te bewaren. Tegelijkertijd zal de wereldwijde melkproductie jaarlijks ongeveer groeien met 1%. De groeiende vraag in relatie tot de wereldwijde melkproductie verklaart grotendeels waarom de vooruitzichten voor de zuivelsector op de middellange en lange termijn positief zijn.

## Exportkansen

Nederland is de vijfde speler op de wereldmarkt na Nieuw-Zeeland, de Verenigde Staten en Australië. Ondanks de kleine omvang van

ons land heeft de Nederlandse zuivelsector een sterke internationale positie. Met zo'n 2% van de wereldmelkproductie is de sector goed voor bijna 5% van de wereldzuivelhandel. Daarbij heeft Nederland het grootste exportvolume gericht op landen buiten Europa. Nederland wordt hierbij gevolgd door Frankrijk en Duitsland. De Nederlandse melkproductie is circa 8% van het totaal van de Europese Unie. Van de zuivelproducten van Nederlandse melk wordt 35% in Nederland afgezet, 45% in EU-lidstaten en 20% op de wereldmarkt. Naast melk is kaas een belangrijk exportproduct voor binnen en buiten de EU. Naar verhouding exporteert Nederland het meeste kaas, gevolgd door melk, room en consumptiemelkproducten. De exportwaarde van kaas steeg vorig jaar met 68 miljoen euro naar 3,2 miljard euro<sup>15</sup>. Zoals de figuur op pagina 34 laat zien, is Duitsland al jarenlang de belangrijkste exportbestemming voor onze kaas. Van alle kaas die in 2016 door Duitsland werd geïmporteerd, was 26% afkomstig uit Nederland<sup>16</sup>.

## Importlanden

Polen, Tsjechië, de Baltische staten en Noorwegen zijn in Europa snelgroeiende bestemmingen voor Nederlandse zuivel. Grote exportbestemmingen buiten de EU zijn China, de Verenigde Staten, Saudi-Arabië en Nigeria. De verwachting is dat de import van deze landen verder zal stijgen. Vooral in China

wordt er een importtoename verwacht van melkpoeder, inclusief babyvoeding<sup>17</sup>. In Zuidoost-Azië en Afrika blijft de productie van melkpoeder en ingrediënten achter bij de lokale groeiende behoefte. Het tekort wordt door OESO en FAO in 2023 geschat op 3.600 kiloton per jaar en bedraagt achttien keer de huidige melkpoederproductie in Nederland<sup>18</sup>. Naast de bekende importlanden als de Verenigde Staten, China en Japan neemt ook de import van melkproducten toe in landen als Mexico, Maleisië en de Filipijnen. De Europese Commissie verwacht dat Europa het meest zal profiteren van de groeiende exportmarkt. Verschillende redenen liggen hieraan ten grondslag. Zo wordt de productiecapaciteit niet meer begrensd door quota, maar ook door een gunstig klimaat voor landbouw en een goede infrastructuur kan Europa zijn melkproductie verder verhogen. Samen met een variëteit aan producten,

in 2016. Nederland heeft toegang tot vrijwel alle belangrijke groeimarkten voor zuivel in de wereld. De kansen voor ons land om te groeien liggen in de verdere groei van producten met toegevoegde waarde. De Nederlandse kostprijs is namelijk niet bepalend daar waar andere exportlanden zowel melkproductie als -verwerking goedkoper kunnen uitvoeren. Om diverse redenen, waaronder strengere wet- en regelgeving en hoge arbeidskosten, ligt de kostprijs van melk in Nederland hoger dan in veel andere landen. De zuivelsector heeft daarentegen een uitstekend imago op kwaliteit (made in Holland). Decennialange samenwerking tussen bedrijfsleven, overheid en onderwijs en geavanceerd onderzoek en kwaliteitscontrole maken dat de Nederlandse zuivelindustrie tot de wereldtop behoort als het gaat om kwaliteitsproducten.

## Imago

Nederlandse zuivelproducten worden door veel mensen gewaardeerd en vinden hun weg naar landen binnen de Europese Unie, alsook daarbuiten. Overheden spelen bij de handel van deze producten, daar waar het gaat om het afgeven van garanties waaraan de producten moeten voldoen, een belangrijke rol. Internationale afnemers en overheden hebben vertrouwen in de garanties die de Nederlandse overheid en de Nederlandse zuivelsector afgeven. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) is de competente organisatie die exportcertificaten afgeeft die nodig zijn om dieren en dierlijke producten te mogen exporteren en zij houdt toezicht op de productveiligheid en verwerking binnen de zuivelketen. Door middel van controle en toezicht ziet het Centraal Orgaan voor Kwaliteitsaangelegenheden (COKZ) erop toe dat de proces- en productkwaliteitscriteria in overeenstemming zijn met nationale of Europese wet- en regelgeving. Zo heeft het COKZ een belangrijke taak bij de export van zuivelproducten. Het controleert op de nationale en EU-eisen. In het geval dat landen van bestemming specifieke voorwaarden stellen, controleert het COKZ deze ook. Exporteurs kunnen dit aantonen door een exportcertificaat, dat het COKZ afgeeft.



## WERELDSPELER

Nederland is de vijfde speler op de mondiale zuivelmarkt na Nieuw-Zeeland, de Verenigde Staten, Australië en Wit-Rusland

## ZUIVELPRODUCTIE

Van de zuivelproducten van Nederlandse melk wordt 35% in eigen land afgezet, 45% in EU-lidstaten en 20% op de wereldmarkt

## IMAGO

Het kwaliteitsimago van Nederlandse zuivel is mede gebaseerd op vertrouwen dat afnemers hebben in het toezicht van de overheid en de zuivelsector

## DE NEDERLANDSE ZUIVELINDUSTRIE BEHOORT TOT DE WERELDTOP

efficiënte productie van melk en een hoge verwerkingscapaciteit kan dit zorgen voor de mogelijkheid om de export van Europa verder te laten groeien. Europa had in 2015 een marktaandeel van 27% in de wereldzuivelhandel. Tegelijk droeg de EU met een melkproductie van 163 miljoen ton ruim een vijfde bij aan het wereldtotaal van 784 miljoen ton<sup>19</sup>.

## Exportwaarde

De toenemende zuivelvraag biedt belangrijke kansen voor de Nederlandse export. In vijf jaar tijd is de jaarlijkse exportwaarde van de Nederlandse zuivelsector fors gegroeid: van 5,4 miljard euro in 2010 naar 6,5 miljard euro



INTERNATIONAAL

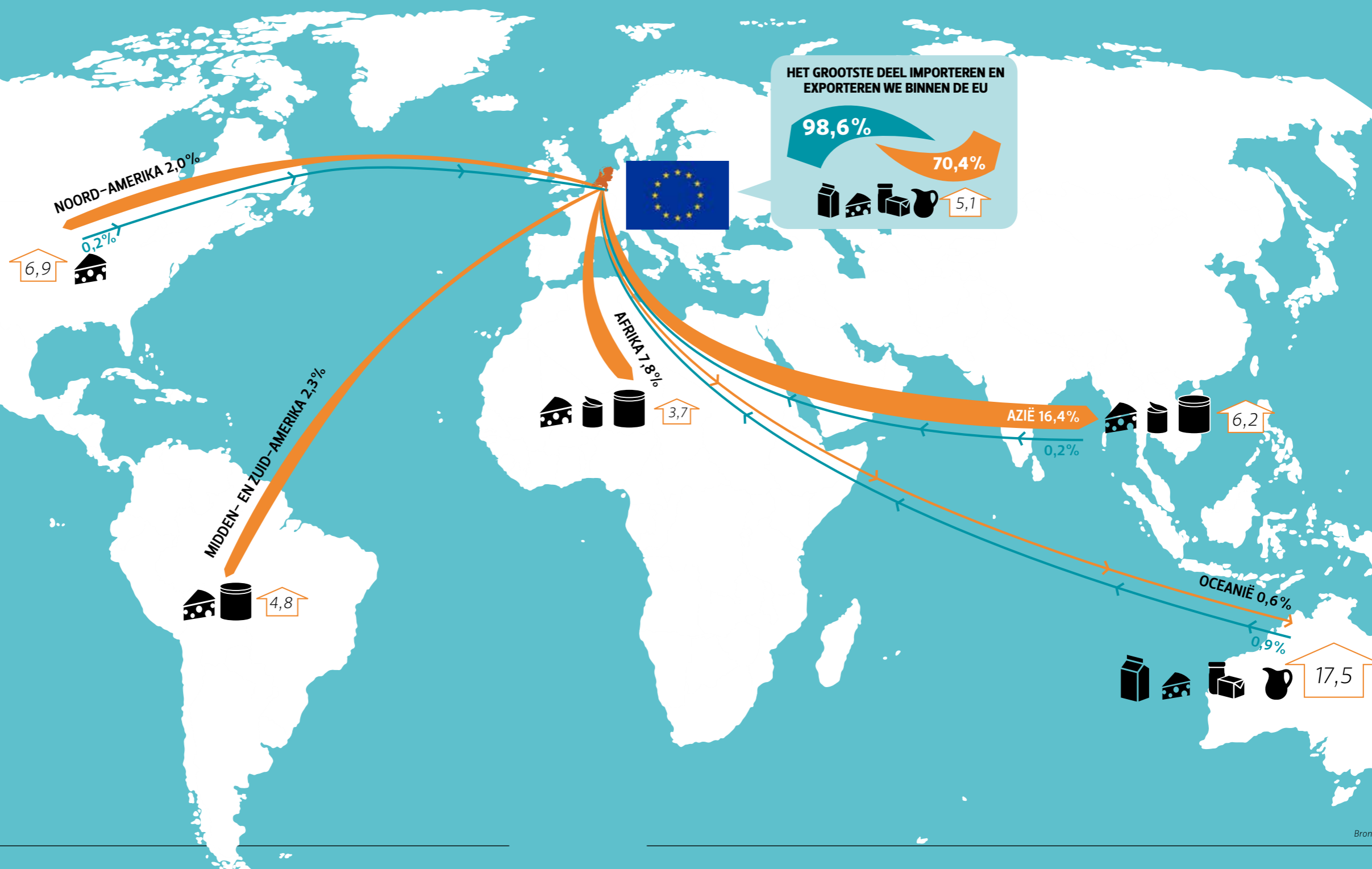
# HANDEL MET DE HELE WERELD

De Nederlandse zuivelsector heeft een ijzersterke internationale positie. Met zo'n 2% van de wereldmelkproductie is de sector goed voor bijna 5% van de wereldzuivelhandel.

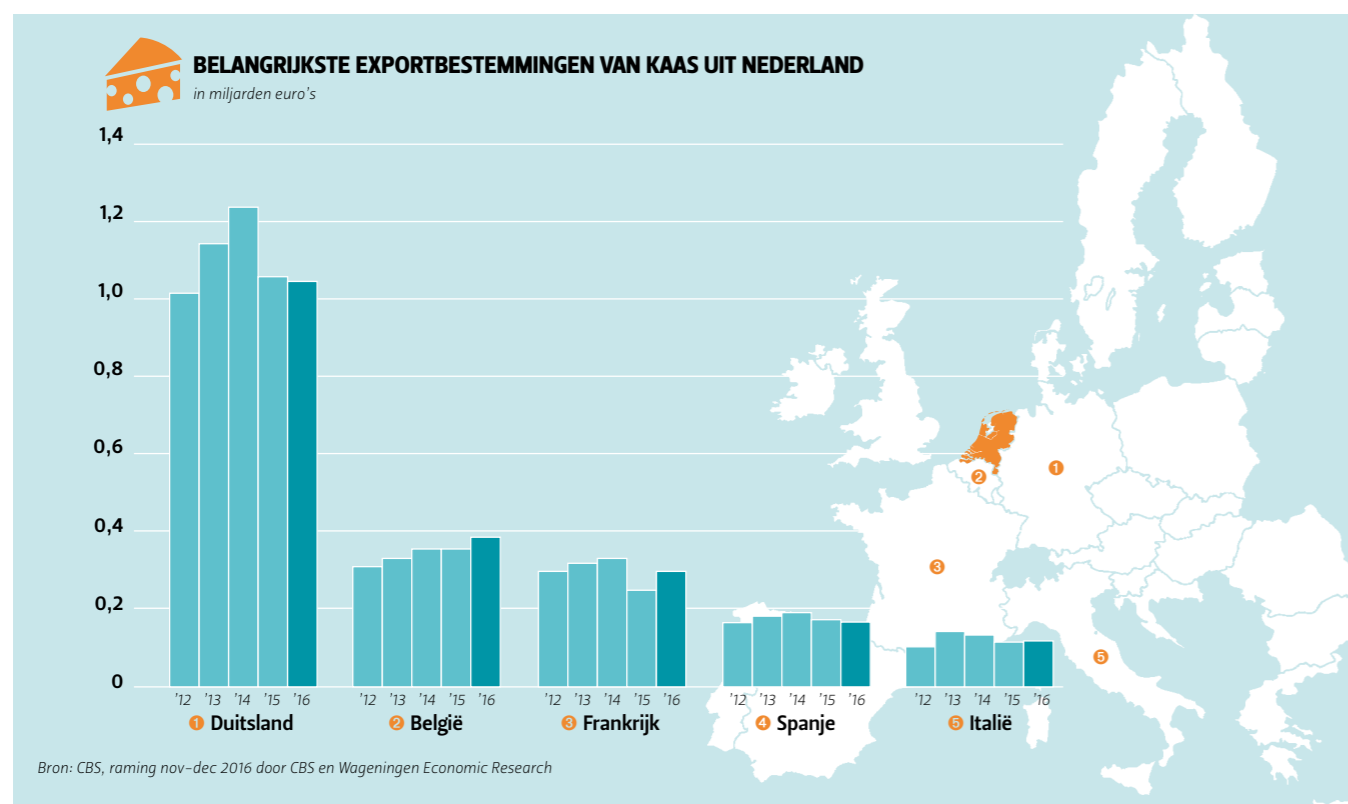
LEGENDA

- export
- jaarlijkse groei
- import
- melk
- kaas
- boter en boterolie
- room
- gecondenseerde melk
- melkpoeder

NEDERLANDSE EXPORT EN IMPORT VAN ZUIVELPRODUCTEN als % van de totale waarde (2015, groeicijfers 2005-2015)



Bron: Eurostat



**COKZ**  
Het toezicht namens de overheid wordt verzorgd door het Centraal Orgaan voor Kwaliteitsaangelegenheden in de Zuivel (COKZ)

**CERTIFICATEN**  
De NVWA geeft, mede op basis van de controles van het COKZ, jaarlijks 76.000 veterinaire certificaten af

Daarnaast geeft de NVWA veterinaire certificaten af, mede op basis van de controles van het COKZ. Jaarlijks betreft het in totaal 76.000 exportcertificaten. De groeiende zuivelvraag biedt zeker kansen voor Nederland. Als het gaat om het exporteren van haar technologie en kennis biedt de groeiende zuivelvraag volop kansen voor Nederland. Onze kennis en technologie is niet alleen nodig om aan de

## GROEI ZIT VOORAL IN TOEGEVOEGDE WAARDE

toenemende vraag naar zuivel te kunnen voldoen, maar ook om deze te produceren met een lagere belasting op natuur en milieu. Het produceren van voldoende voedsel voor de groeiende wereldbevolking op een minimaal oppervlak wordt een steeds grotere mondiale uitdaging. Net als het steeds belangrijker wordt om natuurlijke grondstoffen te gebrui-

ken om het milieu te ontzien. Een groot deel van de voedselproductie zal ook lokaal moeten worden opgevangen. De Nederlandse zuivelsector kan in belangrijke mate bijdragen in het exporteren van kennis, technologie en concepten om de wereldwijde voedselproductie efficiënter en duurzamer in te richten. De Nederlandse overheid stimuleert de export van kennis door onder andere budgetten beschikbaar te stellen vanuit de topsector Agri & Food en om expertise internationaal te kunnen verzilveren. Een van de projecten in 2016 richtte zich op het efficiënter produceren en het verhogen van de melkwaliteit in de Iraanse zuivelsector. Maar ook het Sino-Dutch Dairy Development Centre (SDDDC) heeft als doel om de zuivelproductie, veiligheid en de kwaliteit in de gehele zuivelketen in China op basis van Nederlandse expertise te verbeteren. Zowel groei in productie als in de exportkennis zijn voor de Nederlandse zuivelsector van belang om een significante bijdrage te leveren aan de groeiende vraag naar duurzaam geproduceerde zuivel.

MARCEL VERNOOIJ, MINISTERIE VAN BUITENLANDSE ZAKEN

# ‘WE MOETEN ONZE UNIEKE KRACHT NOG VEEL BETER GEBRUIKEN’

De zuivelsector mag trots zijn op zichzelf. Maar de sector kan én moet zich versterken, aldus Marcel Vernooij.

“Onze sector presteert internationaal bijzonder goed. Dat kan nóg beter als we onze unieke kwaliteiten optimaal gaan gebruiken en sterke allianties maken. De sector zal vernieuwingen in het assortiment moeten blijven doorvoeren.

Vanouds werkt de sector al goed samen met verschillende Oost-Europese landen. Azië begint een interessante markt te worden. Maar ook in Afrika liggen kansen. In Oost- en West-Afrika bestaat al een cultuur van zuivelproductie. Daar kan de sector op aansluiten. Zo kunnen bedrijven vanuit Nederland kennis bieden aan boeren en investeren in samenwerking.”

### Verbeterpunt

“Wereldwijd is men heel positief over de Nederlandse zuivelsector. Iedereen onderkent de kwaliteit van de producten, de innovatieve kracht en duurzaamheid ervan. Maar er is een serieus verbeterpunt: wij moeten ons verhaal in het buitenland veel beter uitleggen! Onze kracht is dat we over duurzame, efficiënte en milieuvriendelijke technieken beschikken, hoogwaardige producten leveren, goed zijn in distributie, netwerken bouwen en ‘vermark-

ten’ met meerwaarde. Uniek is dat we niet alleen samenwerken met bedrijven, maar ook met kennisinstellingen, overheid en maat-

## “WE MOETEN ONS VERHAAL BETER UITLEGGEN”

schappelijke organisaties. We moeten duidelijk maken dat dit zich op de lange termijn uitbetaalt. Daarmee kunnen we concurrenten voor blijven. Als je gaat investeren in een land: zoek partnerschap. Ook local sourcing hoort daarbij.”

### Allianties sluiten

“De zuivelsector zou zich internationaal beter moeten organiseren om dergelijke stappen collectief te zetten. Ook moet de sector zélf ondernemerschap tonen. Wij kunnen daarbij ondersteunen, bijvoorbeeld met diplomatieke steun, hulp bij matchmaking of met het bieden van leningen, zoals via het Dutch Good Growth Fund.” 🐄



**Marcel Vernooij**  
is MT-lid van de Directie Duurzame Economische Ontwikkeling van het ministerie van Buitenlandse Zaken

## INTERNATIONAAL



### INVESTEREN IN CAPACITEIT

FrieslandCampina investeerde ruim 200 miljoen euro in de uitbreiding van de productie in Leeuwarden en Borculo

In 2014 opende CONO een CO<sub>2</sub>-neutrale kaasmakerij in de Beemster

In 2015 werd de nieuwe kaasfabriek van Royal A-ware in Heerenveen in gebruik genomen. De fabriek heeft een capaciteit van 60.000 tot 80.000 ton kaas per jaar

Vreugdenhil Dairy Foods nam in 2016 een uitgebreidere melkpoedertoren in gebruik

Dit jaar opent Ausnutria Hyproca in Heerenveen de deuren van een nieuwe babyvoedingsfabriek

### Investeringen in binnen- en buitenland

Om aan de groeiende vraag naar zuivelproducten te blijven voldoen en schaalvoor- delen te behalen, worden grote investeringen gedaan. Vanwege de goede vooruitzichten heeft de zuivelindustrie de afgelopen twee jaar voor ruim 2 miljard euro geïnvesteerd in extra verwerkingscapaciteit in Nederland<sup>(20)</sup>. FrieslandCampina heeft in 2016 in Leeuwarden meer dan 100 miljoen euro geïnvesteerd in de uitbreiding van de productie van gecondenseerde melk; in Borculo investeerde het bedrijf eenzelfde bedrag. Verder werd afgelopen jaar enkele tientallen miljoenen geïnvesteerd in de productie in Beilen en in de productie op diverse andere locaties. CONO opende eind 2014 een nieuwe kaasmakerij in de Beemster. In het CO<sub>2</sub>-neutrale gebouw zullen nieuwe productietechnieken worden gecombineerd met de ambachtelijke manier van kaas maken. In 2015 heeft Royal A-ware de deuren geopend van haar nieuwe kaasfabriek in Heerenveen. De kaasfabriek is een uitbreiding van het dienstenpakket en heeft een capaciteit van 60.000 tot 80.000 ton kaas per jaar. Vreugdenhil Dairy Foods heeft in 2016 een nieuwe en moderne fabriek gebouwd waar melkpoeder voor consumenten wordt gemaakt. Verder worden er ingrediënten voor melkpoeder geproduceerd. In 2017 opent Ausnutria Hyproca de deuren van een nieuwe babyvoedingsfabriek in Heerenveen. Niet alleen in Nederland, maar ook in het buitenland worden investeringen gedaan door Nederlandse zuivelondernemingen door joint ventures aan te gaan en overnamen te plegen.

### Prijsvolatiliteit in de sector

Tot 2007 werd de Europese zuivelmarkt in belangrijke mate bepaald door het gemeenschappelijk landbouwbeleid van de Europese Unie. Exportsubsidies, productiesteun en melkquotering gaven ordening aan de EU-zuivelmarkt, met redelijk stabiele prijzen voor basiszuivelproducten tot gevolg. Ook de melkprijzen die de veehouders in de Europese Unie ontvingen, schommelden daardoor niet zo sterk als de melkprijzen die in regio's

zonder marktordening werden betaald. Sinds een jaar of tien vertoont ook de EU-melkprijs het grillige patroon van de wereldmarktprijs. Door de afgebouwde marktondersteuning is de Europese zuivelmarkt sterker dan ooit verbonden aan de wereldmarkt. Veranderingen in de wereldwijde vraag en aanbod van zuivelproducten hebben sterke invloed op de prijsvorming in Europa gekregen. De prijs van melk wordt sterk bepaald door het relatief beperkte volume dat wereldwijd wordt verhandeld (slechts 8,5% van de wereldwijde melkproductie). Gevolg hiervan zijn scherpe prijs-schommelingen die bepalend zijn voor het prijsniveau van de overige 91,5% aan verkochte zuivelproducten.

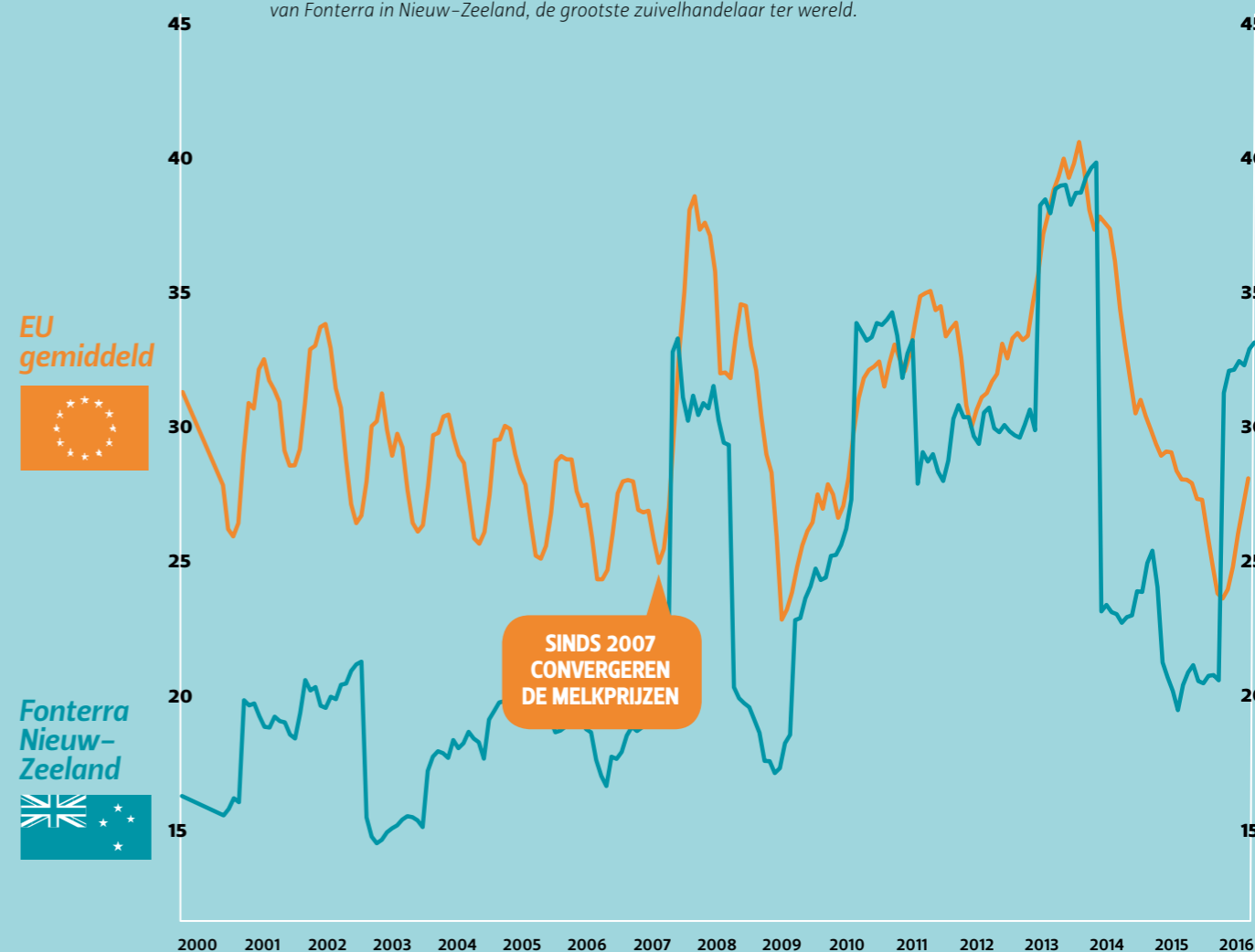
De uitstekende uitgangspositie van de Nederlandse zuivelsector stelt de ondernemingen in staat de gevolgen van extreme prijs-schommelingen op te vangen. Met hun kwalitatief hoogstaande producten kunnen zij extra waarde toevoegen aan de melk van hun veehouders. Zo kan Nederland het verschil maken op de internationale markt. Vooral door, zoals eerder beschreven, in te zetten op een specifiek hoger marktsegment kan een onderneming zich beter wapenen tegen de negatieve gevolgen van prijsvolatiliteit. Want prijsvolatiliteit is sinds de afbouw van de EU-marktordening een blijvend gegeven in de markt. 🐄

# MELKPRIJZEN WERELDWIJD GELIJK

De melkprijzen in de Europese Unie en de wereldmarkt liepen tot 2007 sterk uiteen. Dit veranderde toen de EU haar zuivelbeleid aanpaste aan de liberalisering van de wereldhandel. Sindsdien zijn de prijsniveaus voor zuivel wereldwijd min of meer gelijk.

Bedragen in euro per 100 kg melk

*In deze grafiek is de gemiddelde EU-melkprijs, zoals in opdracht van LTO Nederland berekend door ZuivelNL, vergeleken met de melkprijs van Fonterra in Nieuw-Zeeland, de grootste zuivelhandelaar ter wereld.*



## BRONNENLIJST EN COLOFON

### Rapporten

Berntsen, P. en Voorbergen, M., 2016, Nederland zuivelland, Van meer naar beter <https://insights.abnamro.nl/2016/10/nederland-zuivelland-van-meer-naar-beter/>

Dekkers, M. en Eising, M., 2015, Rabobank Cijfers & Trends, Visiebericht Melken in balans

International Dairy Federation, The World Dairy Federation 2016

Jager, J. en Jukema, G., 2017, Wageningen University & Research, Nederlandse handel in kaas

NZO, 2015, Factsheet Sustainable Diet NZO

Reijs, J.W., Doornewaard, G.K., Jager, J.H., Hoogeveen M.W. en Beldman, A.C.G., 2015, Sectorrapportage Duurzame Zuivelketen, Prestaties 2015 in perspectief, Wageningen Economic Research

ZuivelNL, 2016, Zuivel in cijfers 2015

### Websites

CBS, 24 januari 2017, <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=81302NED&D1=403,445&D2=10-16&HD=170126-1109&HDR=G1&STB=T>

[http://www.fao.org/ag/againfo/home/en/news\\_archive/2016\\_The\\_Dairy\\_Declaration\\_of\\_Rotterdam.html](http://www.fao.org/ag/againfo/home/en/news_archive/2016_The_Dairy_Declaration_of_Rotterdam.html)

<http://www.duurzamezuivelketen.nl>

<https://www.rabobankcijfersentrends.nl>

Rabobank, 4 januari 2017, World Dairy Map 2016

Rijksoverheid, 15 januari 2016, Meer agrarische producten de wereld over; stijging export naar ruim 82 miljard euro

VNO-NCW, 3 januari 2016, Aanbevelingen van Nederlandse bedrijven voor realisatie van de UN Global Goals

### Artikelen

Gandhi, P., Khanna, S., en Ramaswamy, S. 1 april 2016, Harvard Business Review, Which Industries Are the Most Digital (and Why)?  
Kang, H., 15 september 2015, Agro berichten buitenland, Opportunity report: Milk Powder in South Korea

Kester, L., 9 december 2015, VMT, De wereldwijde vraag naar zuivelproducten stijgt

Westenbrink, B., 24 november 2016, Zuivelzicht, Advies uit olie-industrie aan zuivelketens: focus op marge.

CBS, raming nov-dec 2016 door CBS en Wageningen Economic Research

### Noten

- 1) CBS, cijfer per 1 april 2016
- 2) [www.zuivelnl.org/zuivel-in-cijfers/](http://www.zuivelnl.org/zuivel-in-cijfers/)
- 3) [www.zuivelnl.org/zuivel-in-cijfers/](http://www.zuivelnl.org/zuivel-in-cijfers/)
- 4) <http://www.zuivelnl.org/wp-content/uploads/2016/06/ZIC15.pdf>
- 5) VK 21 januari 2017: 7,2 miljard euro in 2016 aan expert van zuivel en eieren
- 6) [www.zuivelnl.org/zuivel-in-cijfers/](http://www.zuivelnl.org/zuivel-in-cijfers/)
- 7) [www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/veehouderij/visiebericht-melkveehouderij/](http://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/veehouderij/visiebericht-melkveehouderij/)
- 8) [www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Voedingsmiddelenindustrie](http://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Voedingsmiddelenindustrie)
- 9) a.e. = aardgasequivalent. Primair brandstofverbruik zuivelketen (m<sup>3</sup> a.e. per 1.000 kg melk)
- 10) Defined Daily Dose Animal om bedrijven te benchmarken
- 11) [www.nzo.nl/wp-content/uploads/2016/12/sectorrapportage\\_2016.pdf](http://www.nzo.nl/wp-content/uploads/2016/12/sectorrapportage_2016.pdf)
- 12) <http://www.fao.org/docrep/016/i3004e/i3004e00.htm>
- 13) CBS, cijfer per 1 april 2016
- 14) <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2016/01/15/meer-agrarische-producten-de-wereld-over-stijging-export-naar-ruim-82-miljard-euro>
- 15) [www.wur.nl/upload\\_mm/7/3/a/cccd3e-7f0f-4d9c-a7d8-7a9cc9ac8e71\\_Deliverable\\_1b\\_FactsheetKaas\\_definitief.pdf](http://www.wur.nl/upload_mm/7/3/a/cccd3e-7f0f-4d9c-a7d8-7a9cc9ac8e71_Deliverable_1b_FactsheetKaas_definitief.pdf)
- 16) [www.wur.nl/upload\\_mm/7/3/a/cccd3e-7f0f-4d9c-a7d8-7a9cc9ac8e71\\_Deliverable\\_1b\\_FactsheetKaas\\_definitief.pdf](http://www.wur.nl/upload_mm/7/3/a/cccd3e-7f0f-4d9c-a7d8-7a9cc9ac8e71_Deliverable_1b_FactsheetKaas_definitief.pdf)
- 17) [www.volkskrant.nl/economie/export-babymelk-poeder-naar-china-stijgt-spectaculair-a4155222/](http://www.volkskrant.nl/economie/export-babymelk-poeder-naar-china-stijgt-spectaculair-a4155222/)
- 18) [www.vmt.nl/Nieuws/De\\_wereldwijde\\_vraag\\_naar\\_zuivelproducten\\_stijgt-151209141812](http://www.vmt.nl/Nieuws/De_wereldwijde_vraag_naar_zuivelproducten_stijgt-151209141812)
- 19) IDF World Dairy Situation Report 2016 (koe- en buffelmelk)
- 20) [www.boerenbusiness.nl/melk-voer/artikel/10867664/zuivelsector-verkeert-in-uitstekende-uitgangspositie](http://www.boerenbusiness.nl/melk-voer/artikel/10867664/zuivelsector-verkeert-in-uitstekende-uitgangspositie)

### Colofon

Deze publicatie is door EY in nauwe samenwerking met NZO en ZuivelNL opgesteld.

Vormgeving Axioma Communicatie, Baarn

Infographics Richard Wouters, Axioma Communicatie

Drukwerk Van Assema Grafmedia bv, Heemstede

