



MELKSTROMEN EN HUN VERDIENMODEL

Wat is de impact van verschillende melkstromen op de
inkomenspositie van de melkveehouder?

Daphne Verbeij
Aeres Hogeschool Dronten
De Drieslag 4, 8251 JZ Dronten

Melkstromen en hun verdienmodel

Wat is de impact van verschillende melkstromen op de inkomenspositie van de melkveehouder?

Titel:	Melkstromen en hun verdienmodel
Naam student:	Daphne Verbeij
Opleiding:	Bedrijfskunde en Agrifoodbusiness
Plaats en datum:	4 juni 2020, Hazerswoude
Uitgevoerd bij:	LTO Nederland
Afstudeerdocent:	Jan van Beekhuizen

DISCLAIMER: Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

Deze afstudeeropdracht is uitgevoerd in het kader van de afstudeerfase op de Aeres Hogeschool Dronten. In dit rapport zal antwoord gegeven worden op de volgende vraag: 'Wat is de impact van verschillende melkstromen op de inkomenspositie van de melkveehouder?'. Door middel van het beantwoorden van drie deelvragen zal er een antwoord worden gegeven op deze onderzoeksvraag.

Deze onderzoeksvraag is tot stand gekomen in een gesprek tussen Wil Meulenbroeks, voorzitter van de LTO vakgroep melkveehouderij, Amanda Manten, sectorspecialist melkveehouderij bij LTO en mij. De afgelopen jaren is het aantal melkstromen sterk gestegen, waardoor de vraag vanuit LTO ontstond om meer inzicht te verkrijgen in deze melkstromen voor de Nederlandse melkveehouders.

Het doel is om na dit onderzoek een duidelijk beeld te hebben van verschillende melkstromen, waarbij helder en duidelijk beschreven is wat de kosten en opbrengsten zijn per melkstroom. Ook is het belangrijk dat er inzicht wordt verkregen in de beweegredenen van boeren om een specifieke melkstroom te leveren en dat melkveehouders meer te weten komen over eventuele risico's die bij een melkstroom horen.

Ik wil Amanda Manten bedanken voor haar hulp tijdens het onderzoek en het enthousiasme dat zij mij geeft om dit onderzoek tot een mooi eindresultaat te brengen. Ook wil ik Jan van Beekhuizen bedanken voor het begeleiden van deze afstudeeropdracht vanuit de Aeres Hogeschool. Daarnaast wil ik alle melkveehouders, zuivelverwerkers en specialisten bedanken die een bijdrage hebben geleverd aan dit onderzoek.

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	5
Executive summary	6
1.0 Inleiding	7
1.1 Aanleiding onderwerp	7
1.2 Melkstromen	9
1.2.1 VLOG	10
1.2.2 Beter Leven.....	11
1.2.3 Koe, Natuur, Boer	13
1.2.4 On the way to Planet Proof	14
1.2.5 Biologisch.....	16
1.2.6 Weidemelk.....	18
1.3 Relevantie.....	20
1.4 Vraagstelling	20
2.0 Materiaal en methode.....	22
2.1 Onderzoeksopzet.....	22
2.2 Methode	22
2.3 Methode per deelvraag.....	23
3.0 Resultaten.....	25
3.1 Wat is de impact van verschillende melkstromen op de inkomenspositie van de melkveehouder?.....	25
3.1.1. Beweegredenen van melkveehouders	25
3.1.2. Kosten en opbrengsten	28
3.1.3. Risico's	34
4.0 Discussie	39
4.1 Doelstelling.....	39
4.2 Onderzoeksmethoden.....	39
4.3 Resultaten.....	40
4.3.1 Beweegredenen van melkveehouders	40
4.3.2 Kosten en opbrengsten	41
4.3.3 Risico's	43
5.0 Conclusies en aanbevelingen	45
5.1 Beweegredenen	45
5.2 Kosten en opbrengsten	45
5.3 Risico's	47
5.4 Conclusie	47

5.5 Relevantie	48
5.6 Aanbevelingen	48
Bibliografie	50
Bijlage 1: Interviewstructuur zuivelverwerkers.....	54
Bijlage 2: Interviewstructuur melkveehouders	55
Bijlage 3: Enquête melkveehouders.....	56

Samenvatting

Het aantal melkstromen op de Nederlandse zuivelmarkt is de afgelopen jaren sterk toegenomen. Zuivelverwerkers produceren vraag-gestuurd en proberen marktpositie te verkrijgen met een aangepast aanbod, waardoor er nieuwe melkstromen op de markt zijn gekomen. Deze melkstromen zijn grotendeels gebaseerd op een duurzame productiewijze. Om te kunnen leveren aan een specifieke melkstroom moeten melkveehouders voldoen aan een aantal eisen. Door het voldoen aan deze eisen kan de melkveehouder een plus op de melkprijs ontvangen voor de melk die zij leveren.

In dit onderzoek is onderzocht of het bestaan van verschillende melkstromen impact heeft op de inkomenspositie van de melkveehouder. Hierbij zijn verschillende aspecten onderzocht, namelijk beweegredenen, kosten en opbrengsten en risico's. Dit onderzoek geeft inzicht in verschillende verdienmodellen in de hedendaagse melkveehouderij.

Voor dit onderzoek zijn als eerste zuivelverwerkers en specialisten geïnterviewd. Ook is er een enquête gehouden onder melkveehouders. Hieraan hebben 67 melkveehouders deelgenomen, van deze enquêtes waren er 56 te gebruiken voor dit onderzoek. Er zijn twee melkveehouders per melkstroom geïnterviewd om aanvullende informatie te verzamelen. De hierdoor verzamelde informatie is door het gehele werkstuk aangevuld met informatie die verzameld is middels literatuuronderzoek.

Tussen de melkstromen waren verschillen aanwezig in de beweegredenen van melkveehouders om te kiezen voor een bepaalde melkstroom, vooral de melkstromen die al langer op de markt zijn worden geleverd door melkveehouders die dit doen uit eigen overtuiging. Bij de andere melkstromen is de financiële tegemoetkoming de reden om te leveren. Ook tussen de kosten die melkveehouders maken zitten verschillen, het hangt af van het type ondernemer hoeveel aanpassingen hij nog moest verrichten in zijn bedrijfsvoering. De risico's tussen melkstromen kennen enige overlap met elkaar, de belangrijkste risico's hebben te maken met leveringsgarantie, consumentenkennis en de eisen die de zuivelverwerkers stellen.

Uit de resultaten blijkt dat melkstromen kunnen zorgen voor een verbeterde inkomenspositie van de geïnterviewde Nederlandse melkveehouder. Doordat melkveehouders keuze hebben tussen een groot aantal verschillende melkstromen kunnen zij, mits er ruimte is bij zuivelverwerkers, kiezen wat voor melkstroom past bij hun manier van werken. Het blijkt dat niet alle melkstromen zorgen voor een kostendekkende bedrijfsvoering. Wanneer de eisen van een melkstroom aansluiten bij het bestaande management is de kans groter dat er een verdienmodel ontstaat.

Om dit onderzoek meer kracht te geven zijn er aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoeken. Een interessante aanbeveling is om onderzoek te doen naar reguliere melkveehouders en hierbij te onderzoeken waarom deze melkveehouders een reguliere melkstroom leveren en geen afwijkende melkstroom.

Executive summary

The amount of milk flows on the Dutch dairy market has strongly increased in the last few years. Dairy processors produce demand-driven and gain market position with an adapted offer, this is why new milk flows were produced. Many milk flows are based on sustainability requirements. Dairy farmers have to meet several requirements to be able to produce a specific milk flow. By meeting all of these requirements dairy farmers can get an additional fee on the price they get for their milk.

The purpose of this research is to find out if the existence of several milk flows has impact on the income of the dairy farmer. In this research, several aspects were investigated. Motives, costs, revenues and risks were investigated.

This research was done in several steps. Dairy processors and specialists were interviewed. A survey with dairy farmers was held, from the 67 entries by dairy farmers, 56 could be used in this study. Two dairy farmers per milk flow were interviewed to collect additional information. All information was supplemented with literature review in the whole research.

There were differences between the motives of dairy farmers for choosing a specific dairy flow. The dairy flows that exist for a longer time are produced by dairy farmers who produce this way because it is their own conviction, the other milk flows are produced by a financial contribution. There are differences between the costs and revenues dairy farmers have, these are based on the type of dairy farmer and the changes he had to make in his business. The risks dairy flows have, have to do with delivery guarantee, consumer knowledge and the requirements that have to be achieved.

The results show that the existence of several milk flows can contribute to the improvement of the income of the interviewed dairy farmers. They have the ability of choosing a milk flow that fits their way of working, if dairy processors have enough possibilities to process the milk. Not all milk flows ensure cost-effective business operations. When the requirements of a milk flow join the existing management, it is more likely to create a revenue model.

To empower this research, several recommendations were made for a follow-up research. An interesting investigation could be to find out why dairy farmers who produce a regular milk flow work like this. The research would find out why they do not produce an abnormal flow.

1.0 Inleiding

In dit onderzoek wordt onderzocht wat de verdienmodellen zijn achter de verschillende melkstromen die melkveebedrijven op dit moment leveren. Als eerste wordt ingegaan op de aanleiding van het onderwerp, de reden waarom er op dit moment zo een verscheidenheid aan melkstromen op de markt is. Vervolgens wordt er gekeken wat er al bekend is over de verschillende melkstromen. Ten slotte worden de hoofd- en deelvragen geformuleerd en toegelicht.

In het onderzoek zullen de volgende melkstromen worden onderzocht:

- VLOG (Verband Lebensmittel Ohne Gentechnik)
- Beter Leven
- Koe, Natuur, Boer
- On the way to Planet Proof
- Biologisch
- Weidemelk

1.1 Aanleiding onderwerp

De afgelopen jaren is er een stijging te zien in het aantal melkstromen dat geleverd wordt aan en door de zuivelfabrieken.

Sinds 2016 heeft het aantal melkstromen een groei doorgemaakt. Waar toen alleen nog 'gewone' melk geleverd werd, worden er nu tal van verschillende stromen verwerkt door de zuivelverwerkers. Dit heeft meerdere, samenhangende oorzaken.

Eind 2016 werd de wijziging van de Meststoffenwet aangenomen door de Tweede Kamer. Het doel van deze wet was om te zorgen dat de in 2018 in Nederland geproduceerde hoeveelheid fosfaat onder het Europese maximum zou blijven. Om te kunnen voldoen aan deze eis, moest de Nederlandse veestapel inkrimpen. Daardoor moesten melkveehouders een deel van hun veestapel weg doen. Dit zorgde ervoor dat melkveehouders een lagere melkproductie kregen, wat resulteerde in minder melkgeld en lagere opbrengsten. (Hoogeveen, Daatselaar, & Prins, 2019)

Hier zagen zuivelondernemingen een kans. Zij wilden de sector verduurzamen, onderscheidend zijn en de consument meer transparantie bieden. In samenwerking met melkveehouders werden door de zuivelverwerkers de eerste nieuwe melkstromen op de markt gebracht. Melkveehouders waren bij meerdere zuivelverwerkers betrokken bij het opstellen van eisen die gesteld werden aan de melkstroom.

Zuivelconcerns stellen dus steeds vaker en steeds meer eisen aan hun leveranciers. Hiermee proberen ze onderscheid te maken tussen de verschillende soorten melk die geleverd worden. Veel van de fabrieken schrijven ook duurzaamheidseisen voor. Duurzaamheidseisen vormen op dit moment vaak de basis voor de range aan (nieuwe) melkstromen. Deze bovenwettelijke eisen zorgen voor tientallen verschillende melkstromen die worden verwerkt tot allerlei producten die terug te vinden zijn op de zuivelmarkt. (Rabobank, 2019)

Zuivelconcerns merkten in de markt dat er vraag is naar verschillende soorten melk, waardoor melk niet langer 'gewoon' melk is. De grote verscheidenheid in melkstromen is het gevolg van vraag gestuurd produceren. Op basis van de wensen van de afnemers en op basis van de voorschriften die de keurmerken geven wordt de melk geproduceerd. Dit houdt in dat er pas ruimte is voor nieuwe producenten wanneer er afzetruimte voor hen is. Middels dit principe wordt geprobeerd om vraag en aanbod op de markt in balans te houden en lage melkprijzen te voorkomen. (Baan, 2019)

Consumenten vragen om transparantie en krijgen een kritische houding ten opzichte van voeding. Transparantie biedt concepten de kans om gebruik te maken van toegevoegde waarde, zoals het openstellen van bedrijven om te bekijken hoe en op welke manier er gewerkt wordt. Maatschappelijke thema's zoals diergezondheid, dierenwelzijn en fair trade worden hierbij steeds belangrijker. De keten moet samenwerken om transparantie aan de consument te kunnen bieden. Door de keten transparanter te maken zal het proces van verduurzaming bevorderd worden, dit zal het begrip van consumenten ten opzichte van de zuivelketen vergroten. (Haaster-de Winter & Hoogendam, 2012)

Supermarkten willen zich onderscheiden. Waar supermarkten vroeger met elkaar concurreerden op de prijs, concurreren ze nu steeds meer op het product. Het toevoegen van unieke concepten aan het assortiment zorgt voor deze nieuwe positionering. Daarom zoeken supermarkten naar ketenpartners die met unieke, innovatieve concepten kunnen bijdragen aan het onderscheidend vermogen van de supermarkt. Deze diverse ketenschakels moeten de ruimte hebben om een goede verwaarding van de producten te kunnen realiseren. Supermarkten willen steeds vaker hun bijdrage leveren om de keten te verduurzamen, dit is ook wat de consument van de supermarkt verwacht. Dit doen zij in de vorm van de creatie van een innovatief concept, zoals een duurzame melkstroom die (exclusief) in hun winkels te vinden is. (EFMI, 2013)

Deze veranderingen rondom transparantie en onderscheidend vermogen zorgen voor twee verschillende bewegingen die zich voordoen op de zuivelmarkt.

Gesloten ketens richten zich op unieke, innovatieve concepten in kleinere volumes en waarde creëren. Open ketens richten zich op de mondiale zuivelmarkt waar er in bulk geproduceerd wordt en waar er wordt gericht op een zo laag mogelijke kostprijs. De gesloten ketens zijn een kans om in te spelen op transparantie, waarbij supermarktketens meer inkopen via ketens die exclusief lopen van de boer tot de supermarktorganisatie. Dit gaat wellicht ten koste van de mondiale markt maar zorgt voor meer grip op de kwaliteit in de keten. De intensieve samenwerking in een gesloten keten zorgt voor een geschikte omgeving om de algehele kwaliteitsnorm, die gericht is op voedselveiligheid, sociale standaarden en productkwaliteit, te verhogen. (ABN-AMRO, 2015)

Daarnaast groeien de smallstream concepten sterk door, waar de mainstream concepten minder hard groeien. De smallstream concepten zijn de producten die door een kleinere doelgroep gekocht worden, maar wel sterk bijdragen aan het onderscheidend vermogen van de supermarkt. Deze markt is een geschikte plek voor innovatieve producten, die zodra zij succesvol blijken op de niche markt een plek zullen verwerven op de volume markt. Uiteindelijk zorgt dit ervoor dat ook de volume markt steeds duurzamer wordt, waardoor de norm op de gehele zuivelmarkt verhoogd wordt. (EFMI, 2013)

Niet alleen de A-merken zetten in op diverse melkstromen, juist ook de huismerken doen mee. Zij zijn een van de drijvende krachten achter de ontwikkeling van nieuwe melkstromen. Door mee te doen aan de duurzame melkstromen geven de supermarkten hun duurzaamheidsimago meer kracht. (Luijten & Reijnders, 2014) Dit is iets wat de consument graag ziet, wanneer een groep consumenten vindt dat een supermarkt te weinig doet aan duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen, laten zij dit merken in de vorm van acties en (negatieve) reclame. (Koopman W. , 2018)

Nieuwe melkstromen blijken een middel voor duurzame ontwikkeling. Hiermee kunnen melkveehouders een hogere melkprijs realiseren en hun marge per liter vergroten. Melkveehouders zijn zelf al jaren bezig met verduurzaming van de zuivelketen. (de Lauwere, et al., 2014) De diversiteit in melkstromen zal zorgen voor grote verschillen in de uitbetaalde melkprijzen. (Rabobank, 2019) Helaas is het op dit moment lastig om over te stappen naar een andere verwerker.

Zuivelondernemingen met een hoge melkprijs zitten veelal vol, zuivelondernemingen met een lagere melkprijs hebben vaak nog ruimte voor nieuwe melkveehouders.

De vraag die melkveehouders hebben, is of de eisen die aan melkstromen gesteld worden in de toekomst de nieuwe standaard worden. Maken zuivelondernemingen van bovenwettelijke eisen die nu nog een keuze zijn, straks hun basiseisen die worden vastgelegd in hun kwaliteits/duurzaamheidssysteem?

Dit zorgt bij melkveehouders voor enige onrust. Melkveehouders willen minder bemoeienis van overheid en andere stakeholders, waardoor zij op eigen initiatief altijd zelf extra maatregelen genomen hebben op het gebied van diergezondheid, dierenwelzijn, duurzaamheid en milieu.

1.2 Melkstromen

In het onderzoek wordt de nadruk gelegd op zes melkstromen die momenteel een groot marktaandeel verwerven of de laatste jaren een grote groei hebben doorgemaakt. Deze melkstromen kunnen melkveehouders uit heel Nederland leveren, in tegenstelling tot meer regionale stromen. Op deze manier is het onderzoek relevant voor melkveehouders in heel Nederland.

VLOG-melk is een interessante stroom, omdat zuivelverwerkers uit Nederland hiermee de Duitse markt kunnen blijven bewerken. Duitse consumenten willen vrijwel alleen nog maar zuivel consumeren die zonder genetische modificatie is geproduceerd. Nederlandse melkveehouders moeten hierdoor voldoen aan nieuwe eisen die betrekking hebben op het veevoer.

Beter Leven melk is geïntroduceerd naar idee van de Dierenbescherming. De Dierenbescherming wilde naast eieren en vlees ook zuivel in het Beter Leven concept verwerken. Omdat deze stroom op dit moment nog relatief nieuw en klein is, is dit een interessante stroom om te onderzoeken, omdat de andere Beter Leven producten een groot marktaandeel hebben in de supermarkt. (Dierenbescherming, 2018) De bestedingen van de consument aan duurzaam voedsel hadden in 2018 een marktaandeel van 11%, dit percentage blijft stijgen, waarbij Beter Leven wordt gekenmerkt door de grootste bestedingen van de consument (Logatcheva, 2018).

De melk die wordt verwerkt onder de melkstroom Koe, Natuur, Boer wordt exclusief verkocht door Albert Heijn. Albert Heijn heeft deze melkstroom samen met A-ware opgezet. Albert Heijn heeft ongeveer 35% van de zuivelconsumptie in handen, waarvan het grootste gedeelte hun huismerk betreft. Dit marktaandeel zorgt ervoor dat de Koe, Natuur, Boer melk een interessante stroom is om mee te nemen in dit onderzoek. (Zuivelzicht, 2018)

On the way to PlanetProof melk is opgezet door Stichting Milieu Keur. Dit is een onafhankelijk duurzaamheidsplatform, dat zich met het keurmerk PlanetProof richt op zuivel die meer bijdraagt aan een schonere lucht, goede waterkwaliteit, een vruchtbare bodem, diergezondheid en dierenwelzijn en meer natuur op het boerenbedrijf. (SMK, 2020) PlanetProof is een belangrijke stroom om mee te nemen in het onderzoek, onder andere 600 melkveehouders van FrieslandCampina leveren PlanetProof melk (Baan W. , 2019).

Biologische melk is de eerste nieuwe melkstroom geweest. Biologische melk wordt steeds meer geconsumeerd door de Nederlandse consument. (NZO, 2020) Aanvullende normen zorgen er vanaf 2020 voor dat vrijwel alle biologische verse zuivel die in Nederland verkocht wordt, door biologische Nederlandse melkveehouders geproduceerd wordt. Het wegvallen van buitenlandse melk zorgt voor 15 tot 20 miljoen ton extra melk die door de Nederlandse boeren geproduceerd kan worden. Een kans voor (nieuwe) biologische melkveehouders. (Klein Swormink, 2019)

Weidemelk was de eerste afwijkende melkstroom op de markt die geleverd kon worden door gangbare boeren. Sinds 2012 worden boeren die hun koeien weiden hiervoor beloond middels een plus op de melkprijs. Het percentage weidegang is de afgelopen jaren alleen maar gestegen, waar in 2019 het percentage weidegang op 83% lag in Nederland. (NZO, 2020)

1.2.1 VLOG

VLOG melk is melk die geproduceerd wordt waarbij geen genetisch gemodificeerde organismen worden gebruikt. Van genetisch gemodificeerde producten is het DNA veranderd door menselijk handelen, waardoor het DNA direct wordt aangepast. Hierdoor veranderen de eigenschappen van het product.

VLOG staat voor Verband Lebensmittel Ohne Gentechnik, dit is een Duitse vereniging die zich verantwoordelijk houdt voor certificatie en uitgifte van het 'Ohne Gentechnik' label. In Duitsland is de vraag naar GMO-vrije levensmiddelen al jaren groeiende. (Lotz & van de Wiel, 2018) Omdat de Nederlandse producent zuivelproducten exporteert naar Duitsland wordt er nu ook van de Nederlandse producenten verwacht dat zij GMO-vrije levensmiddelen kunnen leveren. Zuivelondernemingen vergroten hiermee hun markt, waardoor dit een commerciële kans is. (Koopman W. , 2017)

VLOG richt zich op de gehele keten, dit loopt van de voerleveranciers, het melkveebedrijf, de transporteurs, het productieproces bij de zuivelverwerkers tot aan de supermarkten.

Melkveehouders die VLOG-melk leveren mogen alleen voer voor hun koeien gebruiken dat voldoet aan de VLOG-criteria. Dit houdt in dat er geen voer wordt gebruikt dat gemaakt is van of met genetisch gemodificeerde organismen. In Nederland bestaan enkele risicovoeders, dit zijn mengvoeders, grondstoffen en aanvullende voeders waarbij niet gelijk duidelijk is of deze genetisch gemodificeerd zijn. Om vermenging van deze eventuele genetisch gemodificeerde producten en GMO-vrije producten te voorkomen, is de melkveehouder verplicht om een GMO-vrij/VLOG verklaring te hebben voor alle risicovoeders. VLOG-voer en gangbaar voer mogen niet met elkaar in contact komen. (Qlip, 2020)

Voordat een melkveehouder VLOG-melk aan de zuivelfabriek mag leveren, moet hij de koeien ten minste drie maanden VLOG-gecertificeerd voer gevoerd hebben. Tijdens deze transitieperiode wordt de financiële vergoeding voor VLOG-melk al uitgekeerd. (Qlip, 2020)

Bij FrieslandCampina leveren ongeveer 600 melkveehouders VLOG-melk, Cono Kaasmakers produceert sinds begin 2020 met al haar melkveehouders (ongeveer 460) VLOG-melk. (Veeteelt, 2018) Bel Leerdammer wil vanaf 2021 omschakelen naar VLOG, zodat alle Leerdammer-merkkaas van VLOG-melk wordt vervaardigd. (BelGroup, 2018) Steeds meer zuivelondernemingen die afzet hebben in Duitsland verwerken VLOG melk.

De VLOG-melk levert ongeveer 1 cent extra per kilogram melk op voor de melkveehouder. Deze vergoeding is bij alle zuivelverwerkers hetzelfde. Het is dus belangrijk dat de extra voerkosten per liter die VLOG-voer met zich meebrengt niet hoger liggen dan deze 1 cent per liter. De eisen waaraan de melkveehouder moet voldoen om VLOG melk te leveren zijn weergegeven in het overzicht in tabel 1.0.

Tabel 1.0 Overzicht eisen VLOG-melk (Qlip, 2020)

Veevoer	• GMO-vrij voer voor (droogstaand) melkvee en jongvee 3 maanden voor kalven • Bedrijfsbeschrijving incl. plattegrond opslag veevoer
Weidegang	• Enkele zuivelverwerkers stellen weidegang verplicht bij het leveren van VLOG-melk
Meerprijs	+ 1 cent per kg

1.2.2 Beter Leven

Het Beter Leven keurmerk is afkomstig van de Dierenbescherming en was tot voor kort alleen van toepassing op vlees en eieren. In 2019 heeft de Dierenbescherming het keurmerk ook geïntroduceerd in de zuivelsector. De Dierenbescherming heeft de 'zuivel met een ster' tot op heden exclusief geïntroduceerd bij Jumbo supermarkten. Aan dit nieuwe concept doen tot nu toe zes melkveehouders mee. De melk wordt verwerkt door Farmel, Farmel heeft Beter Leven opgezet in samenwerking met de Dierenbescherming, de Vogelbescherming en Natuur & Milieu. (Roetman, 2019)

De Dierenbescherming stelt dat zij de melkveehouderij willen verbeteren op meerdere kernpunten. Biodiversiteit, milieu en dierenwelzijn zijn hiervan de beginselen. De Nederlandse melkveehouderij kent de grootste melkproductie per hectare in Europa. Mede hierom, maar vooral ook door de verwachte gevolgen hiervan, zijn de stappen voor een nieuw keurmerk uitgewerkt en is dit keurmerk op de markt gebracht. (van der Peet, 2018)

Het Beter Leven keurmerk kent eisen die net als bij andere melkstromen bovenwettelijk zijn. Bovenwettelijk houdt in dat het extra eisen zijn, die naast de wet gelden. Deze extra eisen zijn vooral van toepassing op betere zorg voor natuur op en rond de boerderij. (BeterLeven, 2019) De eisen waaraan de melkveehouder moet voldoen om Beter Leven melk te leveren zijn weergegeven in het overzicht in tabel 2.0.

Melkveehouders maken extra kosten om te voldoen aan alle eisen die gesteld worden aan de Beter Leven melkstroom, de Dierenbescherming stelt dat zij afzet en compensatie voor de extra gemaakte kosten erg belangrijk vinden. De boeren die de Beter Leven melk verwerken zijn hiervoor uitgenodigd door Farmel. Farmel heeft hierbij de plus op de melkprijs pas vermeld toen de boeren akkoord waren met de voorwaarden, zodat alleen enthousiaste, welwillende boeren het concept zouden gaan leveren. (Dierenbescherming, 2019)

Tabel 2.0 Overzicht eisen Beter Leven melk (BeterLeven, 2019)

Huisvesting	• Geen megastallen (meer dan 250 koeien per stal) • Geen aanbindstallen • Potstal/vrijloopstal aanwezig voor droge koeien, jongvee en het kraamhok • Geen doodlopende uiteinden van gangen
-------------	---

	• 1 koeborstel per 60 koeien • Geen overbezetting (per aanwezige ligplaats/vreetplaats een koe)
Weidegang	• 6 uur per dag, gedurende minimaal 120 dagen • Jongvee krijgt minstens 100 dagen weidegang in hun eerste twee levensjaren
Veevoer	• Het krachtvoeraandeel in het voer is max. 40% droge stof en min. 70% van de ingrediënten van aangekocht droog- of krachtvoer heeft Europese herkomst • Aangekocht ruwvoer komt uit een straal van 50 km van het bedrijf • Het voer is GMO-vrij (aangetoond door VLOG, GMP+ MI 105 of SKAL certificaat of op basis van voerbonnen)
Diergezondheid	• Onthoornen gebeurt met verdoving en dieren krijgen pijnbestrijding na het onthoornen • Ten minste 1 keer per jaar klauwverzorging toepassen op gehele koppel • Koeien met gezonde uiers worden niet met antibiotica drooggezet
Kalveren	• Blijven minimaal 28 dagen op het bedrijf • Permanent drinkwater aanwezig • Kalf wordt pas gescheiden als het kalf droog is gelikt
Mest/mineralen	• Minimaal 80% grasland • Minimaal 80% grondgebonden (plaatsingsruimte voor minimaal 80% van de fosfaatproductie) • Geen fosfaatkunstmest
Natuur	• Geen glyfosaat • 5% kruidenrijk grasland
Energie	• 100% groene stroom • Vanaf 2030 zelfvoorzienend
Overig	• Nestvoorzieningen op het erf/in de gebouwen • Jaarlijks workshop naar keuze volgen
Meerprijs	+ 6 cent per kg

1.2.3 Koe, Natuur, Boer

A-ware heeft in samenwerking met Albert Heijn in 2018 een nieuwe melkstroom geïntroduceerd, de 'Koe, natuur, boer' melk. Het doel van deze melkstroom is om een duurzame en transparante productieketen voor zuivelproducten te realiseren. Melkveehouders die melk leveren voor dit concept produceren op een duurzamere wijze en zijn transparant over de herkomst van hun product. Deze melkstroom kent drie pijlers: koe, bodem en boer. Voor deze pijlers zijn bovenwettelijke eisen opgesteld waar de melkveehouder aan moet voldoen om de melkstroom te mogen leveren. (Jacobsen, 2017) De eisen waaraan de melkveehouder moet voldoen om Koe, Natuur, Boer melk te leveren zijn weergegeven in het overzicht in tabel 3.0.

Deze melk is exclusief verkrijgbaar bij Albert Heijn. Albert Heijn wil de zuivelsector helpen verduurzamen door middel van deze melkstroom. A-ware stelt dat de melkstromen verder verduurzamen helpt om niet alleen de zuivelsector, maar op den duur de gehele keten te verduurzamen. (A-ware, 2018)

Bij de start in 2018 leverden 200 melkveehouders uit Noord-Nederland aan deze melkstroom. Dit aantal bleef groeien in 2019 en zal nog verder groeien in 2020. Op dit moment leveren ongeveer 300 melkveehouders van A-ware en De Graafstroom deze melkstroom. De melkveehouders hebben hun bedrijven in het noorden van Nederland en in het Groene Hart. Als supermarkt met het grootste marktaandeel in Nederland probeert Albert Heijn om ook op de zuivelmarkt voorop te lopen. (Meijssen, 2019)

Tabel 3.0 Overzicht eisen Koe, Natuur, Boer Melk A-ware (Jacobsen, 2017) (Besseling, 2018)

Huisvesting	• Ieder dier heeft een eigen ligplaats • Minimaal één ligplek per koe, en altijd voldoende voer beschikbaar
Weidegang	• Melkkoeien weiden (720 uur, minimaal 120 dagen) • Jongvee minimaal 3 maanden weiden
Veevoer	• Rantsoen van minimaal 70% (geconserveerd) gras voeren • VLOG en enkel veevoer afkomstig uit EU landen
Diergezondheid	• 1 koeborstel per 70 dieren (ook droogstaand) • Gemiddelde minimale levensduur van 5 jaar en 2 maanden bij afvoer • Gescheiden ziekenstal en afkalfstal • Deelname MPR of andere individuele celgetalbegaling • Geen embryo transplantatie • Vee niet kruisen met vleesrassen • Gecertificeerd klauwverzorger
Kalveren	• Geen kalveropfok buiten 25 km van het bedrijf • Per groepshok kalveren/pinken een koeborstel • KalfOK score van minimaal 70 punten

	• Na de eenlingbox gaan kalveren op stro totdat zij minimaal 4 maanden zijn
Mest/mineralen	• Grondgebondenheid: 2,5 GVE per hectare én max. 18 000 kg melk per hectare
Natuur	• 10% areaal onder beheersmaatregelen (niet maaïen van 1 april t/m 1 juni en alleen ruige mest toegestaan) • 10% areaal kruidenrijk beheren door kantenbeheer of 20% van het areaal grasland inzaaien met grasklaver mengsel) • Bodem mag niet meer worden geploegd (minimale grondbewerking)
Energie	• 100% groene stroom
Overig	• Boeren zijn transparant over hun productiewijze • 2 workshops per jaar volgen
Meerprijs	+ 5 cent per kg, + 1.25 cent per kg weidepremie

1.2.4 On the way to Planet Proof

Het keurmerk On the way to PlanetProof is een onafhankelijk keurmerk dat opgezet is door SMK, Stichting Milieu Keur. Wanneer een product dit keurmerk draagt betekent dit dat het product een duurzame keuze is. Boeren die producten met dit keurmerk mogen produceren, leveren een bijdrage aan een schonere lucht, een betere waterkwaliteit, vruchtbare bodems, diergezondheid en dierenwelzijn, meer ruimte voor natuur op de boerderij en recycling. (Evers A. , 2019)

Om PlanetProof melk te kunnen leveren dient de melkveehouder te voldoen aan alle algemene eisen en de basisnormen voor biodiversiteit, klimaat, dierenwelzijn en diergezondheid. Daarbij moet hij ook op minstens één thema voldoen aan alle criteria op topniveau. Slechts 10% van de melkveehouders voldoet aan de criteria om PlanetProof melk te kunnen leveren en het certificaat voor PlanetProof te kunnen behalen. (PlanetProof, 2019) De eisen waaraan de melkveehouder moet voldoen om PlanetProof melk te leveren zijn weergegeven in het overzicht in tabel 4.0.

Het keurmerk On the way to PlanetProof is niet alleen van toepassing op zuivel, maar ook op groente, fruit, aardappelen, eieren en de sierteelt.

Op dit moment zijn er enkele zuivelverwerkers die PlanetProof melk verwerken. Dit zijn FrieslandCampina, NoorderlandMelk, Farm Dairy, Farmel en Veco Zuivel. (Hofstee, 2019)

De bovenwettelijke eisen die van toepassing zijn op PlanetProof zuivel worden vastgesteld door een onafhankelijk College van Deskundigen. Hierin zijn verschillende stakeholders vertegenwoordigd. (PlanetProof, 2019)

Tabel 4.0 Overzicht eisen PlanetProof melk (PlanetProof, 2019)

Huisvesting basisniveau	• Geen aanbindstallen • Eén ligplaats per koe • Een koeborstel per 70 koeien
Huisvesting topniveau	• Geen aanbindstallen • Eén ligplaats per koe

	• Een koeborstel per 70 koeien
Weidegang basisniveau	• Minimaal 120 dagen van 6 uur weidegang • Maximaal 10 koeien per hectare
Weidegang topniveau	• Minimaal 120 dagen van 6 uur weidegang • Maximaal 10 koeien per hectare
Veevoer basisniveau	• Regionaal geproduceerd voer (minimaal 50% eiwit van eigen land)
Veevoer topniveau	• Regionaal geproduceerd voer (minimaal 60% eiwit van eigen land) (Silvis & Voskuilen, 2019)
Diergezondheid basisniveau	• Gezondheidsmonitoring d.m.v. Koedata: Meer dan 86 punten • Minimale levensduur van 5 jaar en 2 maanden
Diergezondheid topniveau	• Gezondheidsmonitoring d.m.v. Koedata: Meer dan 92 punten • Minimale levensduur van 5 jaar en 7 maanden
Kalveren basisniveau	• Diergezondheidsmonitoring d.m.v. KalfOK: minimaal 70 punten
Kalveren topniveau	• Diergezondheidsmonitoring d.m.v. KalfOK: minimaal 80 punten
Mest/mineralen basisniveau	• Verminderen ammoniakuitstoot: gebruik van minder dan 80kg per hectare (door middel van minder stikstof/betere benutting stikstof in rantsoen) • Minder dan 150kg stikstof per hectare
Mest/mineralen topniveau	• Verminderen ammoniakuitstoot: gebruik van minder dan 75kg per hectare (door middel van minder stikstof/betere benutting stikstof in rantsoen) • Minder dan 140kg stikstof per hectare
Natuur basisniveau	• Meer dan 40% blijvend grasland • Minimaal 5% extensief kruidenrijk grasland • Zorgen voor nestgelegenheden
Natuur topniveau	• Meer dan 60% blijvend grasland • Minimaal 10% extensief kruidenrijk grasland • Zorgen voor nestgelegenheden
Energie basisniveau	• 100% groene stroom • Strengere eis aan maximale uitstoot van broeikasgassen per liter melk: Minder dan 1200 gram CO₂-eq/kg melk
Energie topniveau	• 100% groene stroom

	• Strenge eis aan maximale uitstoot van broeikasgassen per liter melk: Minder dan 1100 gram CO₂-eq/kg melk
Overig	• Eens in de drie jaar: veiligheidsworkshop
Meerprijs	+ 1 á 2 cent + 1.5 cent weidepremie per kg

1.2.5 Biologisch

Van de onderzochte melkstromen is de biologische melk degene die het langste op de markt is. De eisen die worden gesteld aan biologische melkveehouders komen voort uit de Europese normen. Ieder land houdt zich aan de Europese wetgeving en heeft de keuze om aanvullende, scherpere wetgeving in te stellen. Nederland houdt er geen aanvullende wetgeving op na. Skal Biocontrole is toezichthouder op biologische productie. (Skal, 2020) De eisen waaraan de melkveehouder moet voldoen om biologische melk te leveren zijn weergegeven in het overzicht in tabel 5.0.

Op dit moment wordt ruim 2,5% van de Nederlandse koeien biologisch gehouden, dit aandeel stijgt langzaam door. Ongeveer 490 bedrijven in Nederland produceren biologische melk. (van der Peet, Feiten en cijfers over de Nederlandse veehouderijsectoren 2018, 2018) Dit komt neer op ongeveer 40 000 melk- en kalfkoeien. (van der Meulen H. , Biologische bedrijven hebben afwijkende bedrijfsopzet en stabielere melkprijs, 2019)

Het biologische melkveebedrijf is in de meeste gevallen extensiever en kent een lagere melkproductie per hectare, er worden gemiddeld minder koeien gehouden op meer hectares vergeleken met gangbare melkveebedrijven (van der Meulen H. , 2019). Doordat geen kunstmest toegepast mag worden wordt er een lagere ruwvoeropbrengst per hectare gerealiseerd. Daarnaast voeren biologische melkveeouders minder krachtvoer, wat samen zorgt voor een lagere melkproductie per koe. (WUR, 2020)

De melkprijs die wordt ontvangen voor biologische melk ligt een stuk hoger dan gangbare melk. Biologische melk kent al enkele jaren een melkprijs die tussen de 49 en 52 cent ligt. De prijs ligt zo hoog doordat de prijs voor biologische zuivel zijn eigen marktwerking en prijsdynamiek kent, hij wordt bepaald op de markt in West-Europa en niet op de wereldzuivelmarkt, dit zorgt voor een stabielere melkprijs.

Doordat biologische bedrijven veelal een extensieve bedrijfsvoering kennen, hebben deze bedrijven een hogere kostprijs. Deze wordt onder andere veroorzaakt door een lagere melkproductie per koe, met een lagere jaarleverantie per bedrijf. De voerkosten kunnen hoger uitvallen, omdat biologisch krachtvoer en grotere hoeveelheden ruwvoer moeten worden aangekocht. Hier staat de hoge melkprijs tegenover. (Jager, 2005)



Figuur 1.0 Periode omschakelen gangbare runderen naar biologische runderen (Skal, 2020)

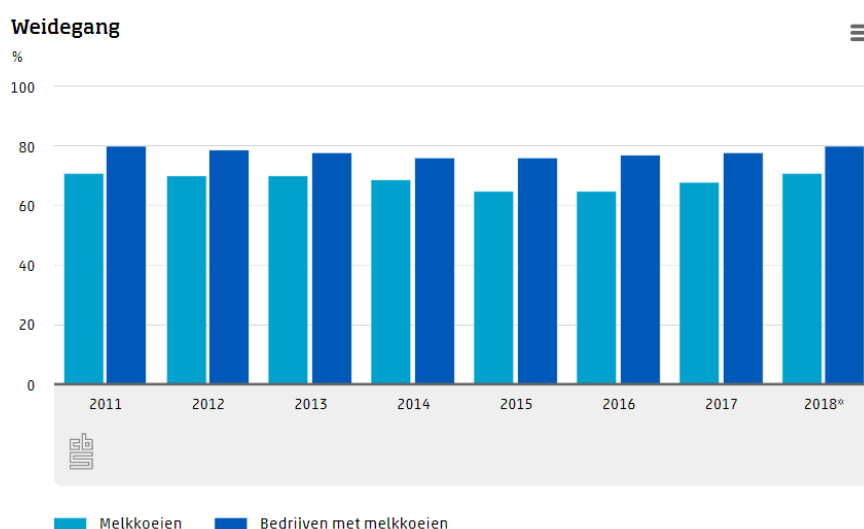
Wanneer omgeschakeld wordt naar biologisch, begint dit met het omschakelen van de percelen. Wanneer dit geregistreerd is gaat de omschakelperiode in. Vervolgens moet worden voldaan aan de biologische regelgeving zoals in het onderstaande overzicht vermeld. Vanaf dat moment wordt het vee omgeschakeld en na 6 maanden omschakelen mag de melk biologisch worden afgezet. Na een jaar mag het vlees ook biologisch worden afgezet, zo is te zien in bovenstaande figuur 1.0.

Tabel 5.0 Overzicht eisen biologische melk SKAL en Natuurweide (Hylkema, 2019), (Skal, 2020)

Huisvesting	• Geen aanbindstallen • Eén ligplaats per koe, geen overbezetting en minimaal 6m² per dier • Koeborstel vanaf 1 jaar
Weidegang	• Max. 6,5 koeien/ha huiskavel • April t/m oktober, 150 dagen minimaal 8 uur per dag • Jongvee weiden • Dieren kunnen altijd naar buiten: uitloop
Veevoer	• Alleen gebruik van GMO-vrij voeder • Biologisch voer (minimaal 60% van eigen bedrijf óf uit de regio) • Maximaal 40% krachtvoer
Diergezondheid	• Dubbele wachttijd met medicijnen • Dierdagdosering <0.75 • Geen andere vormen van KI toegestaan (embryotransplantatie/gesekst sperma) • Pijnbestrijding na onthoornen
Kalveren	• Aangekochte runderen moeten biologisch zijn
Mest/mineralen	• Geen gebruik van kunstmest • 100% plaatsing van fosfaatproductie op eigen grond
Natuur	• Blijvend grasland • Geen gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen • Natuur- en landschapsbeheer
Energie	• 100% groene stroom • Toekomst: zelfvoorzienend
Overig	• Een net, opgeruimd erf • Presentatie naar consument
Meerprijs	De melkprijs voor biologische melk wisselt, tussen de 47 en 52 cent

1.2.6 Weidemelk

Weidemelk is de eerste afwijkende, vernieuwende melkstroom geweest op de Nederlandse markt, waar gangbare bedrijven aan mee konden doen. Nadat de zuivelsector verbeterd was op kwaliteit, werd maatschappelijk draagvlak belangrijk. Het was van belang dat de consument meer inzicht kreeg in de productie van melk en het leven van de koe. Door de koeien te weiden werd het beeld van de consument verduidelijkt. Door een premie te krijgen van de zuivelonderneming voor het weiden van koeien deed een groot gedeelte van de melkveehouders de koeien naar buiten. De laatste jaren is dit aantal steeds gestegen. (CBS, 2019) Met weidemelk werd door de zuivelondernemingen een concurrentieslag gemaakt binnen de zuivelsector.



Figuur 2.0 Percentage koeien met weidegang (CBS, 2019)

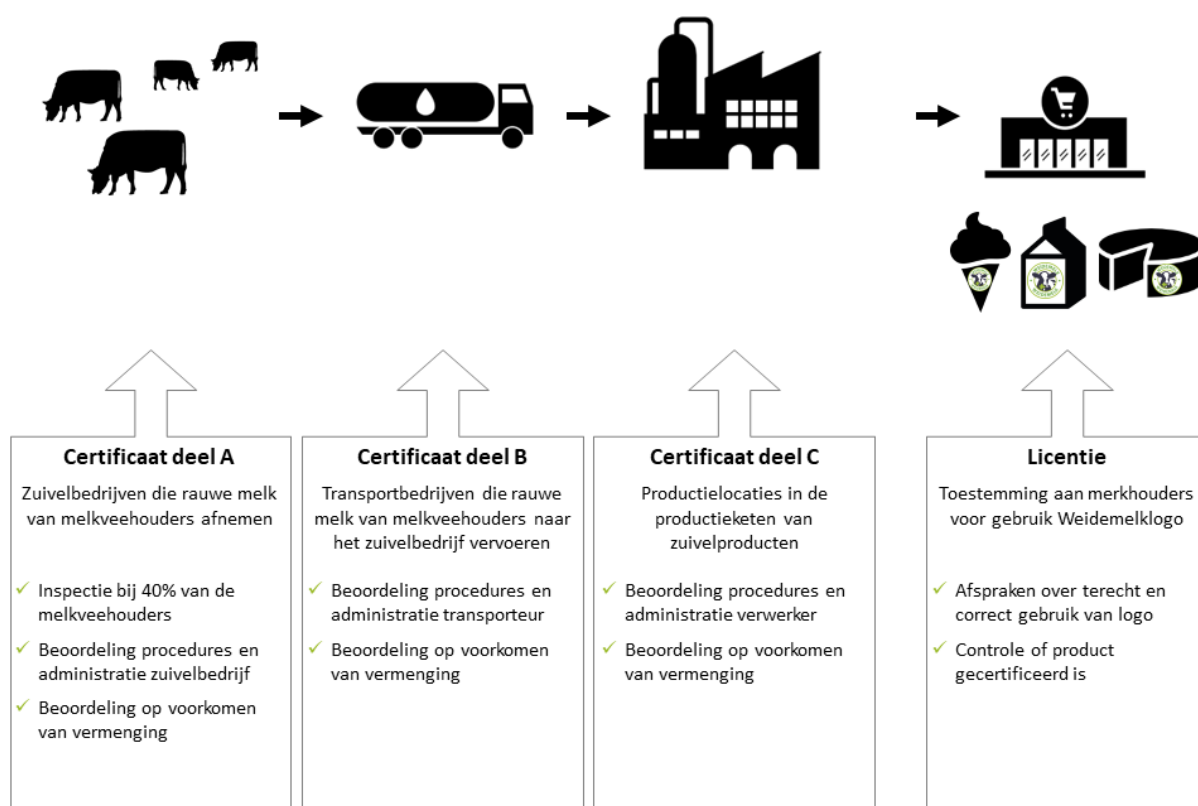
Weidemelk mag het keurmerk Weidemelk dragen wanneer het afkomstig is van boerderijen waar de koeien minimaal 120 dagen per jaar, minimaal 6 uur per dag in het weiland lopen, of wanneer de koeien minimaal 720 uur in het jaar in het weiland lopen. (van der Peet, et al., 2018) Het is voor de melkveehouder verplicht om de dagen, met bijbehorende start- en eindtijd waarop de koeien in de wei lopen te registreren. De registratie hiervan kan tot zeven dagen terug worden ingevoerd en aangepast. (Weidemelk, 2019)

Weidegang voor alle koeien is niet voor iedere melkveehouder mogelijk, deelweidegang kan een uitkomst bieden. Hiervoor wordt een kleinere premie op de melkprijs ontvangen. Bij deelweidegang moet minimaal 25% van het aanwezige rundvee worden geweid, maar wordt deze melk niet verwerkt als weidemelk. (StichtingWeidegang, 2019) De eisen waaraan de melkveehouder moet voldoen om weidemelk te leveren zijn weergegeven in het overzicht in tabel 6.0.

Weidemelk mag pas verkocht worden met het keurmerk wanneer iedere schakel in de keten voldoet aan de eisen en bezit over een geldig Weidegang Certificaat. Dit geldt voor de zuivelbedrijven die de rauwe melk afnemen, transportbedrijven die de rauwe melk vervoeren en de productielocaties. Uiteindelijk kan een merkhouders, een merk dat in de supermarkt te vinden is, een licentieovereenkomst afsluiten met Stichting Weidegang zodat hij het Weidemelklogo mag gebruiken. (Weidemelk, 2019)

De borging van de weidemelk wordt gedaan door een onafhankelijke Certificerende Instelling, zoals Qlip. In figuur 3.0 is te zien dat er ieder jaar bij 40% van de melkveehouders een veldcontrole plaatsvindt, dit wordt gedaan middels steekproeven. Bij alle zuivelverwerkers vindt er een controle plaats op het administratieve geheel. (Keurmerkenwijzer, 2019)

Nederlandse zuivelverwerkers zijn tevreden met de stijging van het aantal melkveehouders dat de koeien weidt. In 2018 liep 71% van de 1,6 miljoen Nederlandse melkkoeien buiten, zo is te zien in figuur 2.0 (CBS, 2019). De zuivelsector is tegen een algehele, wettelijke verplichting van weidegang. Een verplichte weidegang zorgt ervoor dat het verdienmodel achter de weidegang verdwijnt, terwijl weidegang een succesvol verdienmodel is waarbij consumenten betalen voor een verduurzaming van de voedselproductie. (NZO, 2020)



Figuur 3.0 Stappen naar licentie Weidemelk (Weidemelk, 2019)

Tabel 6.0 Overzicht eisen weidemelk (Weidemelk, 2019)

Weidegang	• 720 uur per jaar, minimaal 120 dagen
Meerprijs	+ 1.5 cent per kg (wisselt per zuivelverwerker)

1.3 Relevantie

Voor een melkveehouder is het belangrijk om inzicht te hebben in de verschillende verdienmodellen die er zijn binnen de zuivelondernemingen. Op basis hiervan kunnen zij hun bedrijfsvoering sturen en eventueel aanpassingen doen waardoor zij een beter financieel resultaat kunnen behalen. Het voordeel van een passend verdienmodel voor iedere boer is dat dit het ondernemerschap van de melkveehouder stimuleert. Sinds 2016 is het aantal te leveren melkstromen sterk gegroeid. (Koopman W. , 2018)

Doordat er de afgelopen jaren een stijging is geweest in het aantal melkstromen is het belangrijk dat er een duidelijk overzicht ontstaat waarmee een melkveehouder de afweging kan maken tussen verschillende melkstromen. Want, overstappen brengt extra kosten en nieuwe investeringen met zich mee. Het is essentieel om hier inzicht in te hebben, zodat een weldoordachte keuze gemaakt kan worden. Door helder te krijgen wat de terugverdientijd is van de investeringen wordt de melkveehouder bewust gemaakt van de keuzes waarvoor hij staat. Er is kans dat niets doen een onder gemiddelde melkprijs tot gevolg heeft. Echter blijft de kostprijs dan ook lager, omdat er geen investeringen gedaan hoeven te worden.

Daarnaast zijn er veel vragen rondom de introductie van verschillende melkstromen. Zo is er weinig bekend over wat er gebeurt als een nieuwe melkstroom bij de zuivelonderneming geen rendement oplevert. Komen de risico's voor rekening van de melkveehouder? Wat gebeurt er als een melkstroom ophoudt te bestaan? Welke afzetmogelijkheden zijn er dan? Welke garanties worden er gesteld vanuit de zuivelonderneming? Welke contractvoorwaarden worden er aan de melkveehouders geboden? Er zijn veel vragen waar tot op heden nog geen antwoord op is, zo stelde Wil Meulenbroeks, voorzitter van de vakgroep Melkveehouderij van LTO Nederland. (van Rossum, 2019)

1.4 Vraagstelling

Er is nog weinig bekend over de financiële gevolgen die de keuze voor een melkstroom met zich meebrengt.

Voor dit onderzoek is de volgende hoofdvraag opgesteld: 'Wat is de impact van verschillende melkstromen op de inkomenspositie van de melkveehouder?'

Om antwoord te kunnen geven op de gestelde hoofdvraag zijn er voor dit onderzoek de volgende deelvragen opgesteld:

- Wat zijn beweegredenen voor melkveehouders om te kiezen voor een specifieke melkstroom?
- Hoe verhouden de kosten en opbrengsten zich met elkaar, die de melkstromen met zich meebrengen?
- Wat zijn de risico's voor melkveehouders die een melkstroom met zich meebrengt en hoe gaan deze om met deze risico's?

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de verdienmodellen van de melkveehouders die achter de melkstromen zitten. Een belangrijke vraag hierbij, is of het extra melkgeld voldoet tegenover de investeringen die gedaan en de kosten die gemaakt moeten worden. Ook wordt er gekeken wat de risico's zijn van een melkstroom en wie deze risico's draagt, de melkveehouder, de zuivelonderneming of beide.

Door inzicht te verkrijgen in de melkstromen kan er bedrijfsspecifiek gekeken wat er mogelijk is op het bedrijf om de onderneming te optimaliseren. Dit zou ervoor kunnen zorgen dat de bedrijfsvoering wordt veranderd om zo meer rendement te behalen. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de beschikbare kennis binnen LTO Nederland en interviews met specialisten en zuivelondernemingen Farmel, FrieslandCampina, Royal A-Ware, Bel Leerdammer en CONO Kaasmakers. Daarnaast wordt melkveehouders die de onderzochte melkstromen leveren gevraagd naar hun bevindingen over de melkstroom middels een enquête en aanvullende interviews.

2.0 Materiaal en methode

In dit hoofdstuk wordt beschreven op welke manier het onderzoek is uitgevoerd. Er wordt per deelvraag aangegeven hoe deze onderzocht is zodat deze uiteindelijk samen de hoofdvraag kunnen beantwoorden.

2.1 Onderzoeksopzet

Voor het onderzoek is er bij vijf zuivelondernemingen een interview afgenomen, namelijk Farmel, CONO Kaasmakers, FrieslandCampina, Bel Leerdammer en A-ware. Er is voor deze vijf zuivelondernemingen gekozen, omdat deze allen minimaal een van de te onderzoeken melkstromen verwerken. Om verschillende visies en verhalen te horen is er gekozen om meerdere zuivelondernemingen te bevragen over hun visie en blik op de melkstroom en de toekomst van de Nederlandse zuivelmarkt.

Naast de interviews met de zuivelondernemingen werden er ook enkele interviews afgenomen met specialisten die een bijdrage kunnen leveren aan het onderwerp. Deze specialisten zijn werkzaam bij Hochwald, Rabobank, de Dierenbescherming, SMK, Stichting Natuurweide, Duurzame Zuivel Keten, ZuivelNL en Stichting Weidemelk.

Daarnaast werd er een enquête uitgezet onder de melkveehouders die een van de onderzochte melkstromen leveren. Deze enquête werd verstrekt om meer informatie te verkrijgen over de kosten en opbrengsten die een melkstroom met zich meebrengen, ook zorgt dit voor een betere kijk op de gedachtegang van de melkveehouder. Zo werd inzicht verkregen in de manier waarop de melkveehouder aankijkt tegen risico's die een melkstroom met zich mee brengt. Verder werd met het interview inzicht verkregen in de beweegredenen van melkveehouders om een bepaalde melkstroom te leveren.

2.2 Methode

Als eerste werden de interviews per zuivelonderneming en specialist voorbereid en gehouden. Hierbij was een deel van de vragen per zuivelonderneming gelijk, de overige vragen waren tijdens het gesprek specifiek gericht op de melkstroom die wordt onderzocht. De interviews werden telefonisch en via Skype afgenomen. Tijdens het interview werden de vragen gesteld. Tijdens het interview was er genoeg ruimte om uitleg te geven bij de vragen en om te zorgen dat er voldoende informatie werd verzameld. Aan het einde van ieder interview werd er aan de geïnterviewde gevraagd of hij nog aanvullingen op het interview had of nog personen te noemen had die van belang konden zijn voor dit onderzoek, zodat deze nog om aanvullende informatie kon worden gevraagd. Alle interviews zijn opgenomen door middel van geluidsapparatuur. Nu alle interviews zijn afgenomen wordt de informatie verwerkt in het onderzoek.

De enquête is verspreid door gebruik te maken van verschillende kanalen. Een van deze kanalen was de Nieuwe Oogst. Dit vakblad voor de agrarische sector wordt gelezen door melkveehouders in heel Nederland. Nieuwe Oogst heeft een artikel geschreven om te zorgen voor een hogere respons, hierbij is gebruik gemaakt van de nieuwsbrief van Nieuwe Oost, de website en de papieren krant die wekelijks bij leden van LTO wordt bezorgd. Ook werden de sociale mediakanalen van LTO Nederland ingezet om de enquête bij de melkveehouders te krijgen, het heeft op de Facebookpagina gestaan. Daarnaast is de enquête in de besloten Facebook groepen 'Koeien' en 'Boerinnengroep' gezet om de melkveehouders de enquête in te laten vullen. Verder is de enquête verspreid in besloten LTO groeps gesprekken op WhatsApp. Met deze afzetkanalen is een gedeelte van de Nederlandse melkveehouders bereikt.

In deze enquête werden eerst enkele vragen gesteld over het melkveebedrijf, zodat eerst een globale bedrijfsbeschrijving gemaakt kon worden. Vervolgens gingen de vragen in op de melkstroom zodat meer informatie verkregen werd over de beweegredenen, kosten en opbrengsten en de risico's van een melkstroom. De verwachting was een respons van 50 tot 70 melkveehouders, waarmee een betrouwbare respons gehaald zou worden. Er is een respons behaald van 67 melkveehouders, van deze melkveehouders leverden 21 melkveehouders een reguliere melkstroom, waardoor de informatie van 56 melkveehouders gebruikt kon worden. Dit is een betrouwbare respons, omdat er met dit aantal ingevulde enquêtes vanuit alle provincies en van alle melkstroom melkveehouders mee hebben gedaan, wat een globaal beeld heeft gegeven van de melkveehouders in Nederland.

In de enquête werd gevraagd of er aanvullende informatie mocht worden gevraagd aan de melkveehouder, deze kon dan zijn e-mailadres/telefoonnummer achterlaten. Op deze manier zijn er nog minimaal twee melkveehouders per melkstroom geïnterviewd over hun bevindingen van de melkstroom en op deze manier zijn er meer details verkregen. Details zijn van grote waarde voor het onderzoek.

De resultaten uit de enquête zijn verwerkt in een Excel sheet, waardoor overzicht is ontstaan in de ontvangen informatie. Hierdoor kon gemakkelijk gefilterd worden en is er een helder, duidelijk overzicht van de informatie ontstaan, waardoor de informatie geanalyseerd kon worden en de benodigde informatie gemakkelijk te verwerken was. De enquêtevragen die bij de specifieke deelvraag pasten, zijn bij elkaar gezocht. Vervolgens zijn de resultaten op de vragen gecombineerd en werd hierdoor het resultaat beschreven. Dit resultaat werd aangevuld door informatie die is verkregen door de interviews met melkveehouders en zuivelverwerkers.

2.3 Methode per deelvraag

Deelvraag 1

'Wat zijn beweegredenen voor melkveehouders om te kiezen voor een specifieke melkstroom?'

Deze vraag is beantwoord met behulp van de enquêtes die de melkveehouders in hebben gevuld. Hierin is grotendeels onderscheid gemaakt tussen intrinsieke motivatie en extrinsieke motivatie, waarbij intrinsieke motivatie voortkomt uit de persoon zelf, waarbij de persoon iets uit eigen overwegingen graag wil doen. Extrinsieke motivatie komt voort uit een externe prikkel, zoals in dit geval de plus op de melkprijs. (Kaldewey, 2016) De interviews met de zuivelondernemingen hebben hier extra informatie over verschaft, zuivelondernemingen zien dit vanaf de andere kant en hebben hierbij inzicht in hun leveranciersbestand.

Deelvraag 2

‘Hoe verhouden de kosten en opbrengsten zich met elkaar, die de melkstromen met zich meebrengen?’

Voor het beantwoorden van deze vraag is gebruik gemaakt van de informatie van de melkveehouders die verkregen werd via de enquête. De kosten die gemaakt worden om aan de eisen van een melkstroom te voldoen, zijn opgesplitst in investeringen en vaste kosten. Bij de investeringen werd de afweging gemaakt tussen eenmalige lange termijn investeringen en vervangingsinvesteringen die binnen een bepaalde, kortere termijn weer moeten worden gedaan.

Deelvraag 3

‘Wat zijn de risico’s voor melkveehouders die een melkstroom met zich meebrengt en hoe gaan deze om met deze risico’s?’

Deze vraag werd beantwoord door middel van de interviews met de zuivelverwerkers en de enquête met de melkveehouders. De melkveehouders konden andere risico’s dan de zuivelverwerkers, waardoor het interessant was om te onderzoeken hoe beide partijen tegen de risico’s aankijken. Voor melkveehouders lag het risico vooral bij het extra melkgeld, eventuele nieuwe, aanvullende eisen voor de melkstroom en de termijn die zij de melkstroom mogen leveren. Om ook te onderzoeken hoe financieringsinstellingen tegen nieuwe melkstromen en hun risico’s aankijken, is Rabobank geïnterviewd, dit interviews was van belang om deze deelvraag te kunnen beantwoorden.

3.0 Resultaten

In dit hoofdstuk komen de resultaten van het onderzoek aan bod, die gezamenlijk een antwoord geven op de hoofdvraag van het onderzoek: 'Wat is de impact van verschillende melkstromen op de inkomenspositie van de melkveehouder?' In dit hoofdstuk worden enkel resultaten weergegeven. De discussie, conclusies en aanbevelingen over de uitkomsten van het onderzoek worden in hoofdstuk 4 en hoofdstuk 5 besproken.

De enquête is door 67 melkveehouders ingevuld, hiervan leverden elf deelnemers een reguliere melkstroom, waardoor het aantal bruikbare enquêtes uitkomt op 56. De melkveehouders kwamen uit alle provincies van Nederland en leverden aan 10 verschillende zuivelverwerkers. De verdeling is in onderstaande tabel 7.0 weergegeven.

Tabel 7.0 Respons per melkstroom

Melkstroom	Aantal respondenten	Verschillende zuivelverwerkers
VLOG	12	5
Beter Leven	1	1
Koe, Natuur, Boer	4	1
Planet Proof	14	1
Biologisch	4	2
Weidemelk	21	5
Regulier	11	x

3.1 Wat is de impact van verschillende melkstromen op de inkomenspositie van de melkveehouder?

In deze paragraaf worden de resultaten weergegeven die betrekking hebben op het onderzoek naar verschillende melkstromen en wat hiervan de financiële gevolgen zijn voor de melkveehouder. In sub paragraaf 3.1.1. wordt antwoord gegeven op de deelvraag die betrekking heeft op de beweegredenen van melkveehouders om te kiezen voor een bepaalde melkstroom. De informatie om deze deelvraag te kunnen beantwoorden, komt uit de resultaten van de enquête die is gehouden onder de melkveehouders. In sub paragraaf 3.1.2. worden de kosten en opbrengsten van een melkstroom tegenover elkaar gehouden en wordt zo gekeken of een specifieke melkstroom financiële meerwaarde op kan leveren voor de melkveehouder. In sub paragraaf 3.1.3. worden op basis van de interviews met zuivelverwerkers en specialisten en de enquêtes de risico's genoemd die aan een specifieke melkstroom zitten en van toepassing zijn op de melkveehouder.

3.1.1. Beweegredenen van melkveehouders

In deze sub paragraaf worden de beweegredenen van melkveehouders uitgediept om zo te kunnen constateren wat voor hen de motivatie is om een bepaalde melkstroom te leveren.

VLOG

Twaalf melkveehouders die VLOG melk leveren hebben de enquête ingevuld. Er zijn verschillende beweegredenen uit de enquête gekomen. 75% van de deelnemers stelt dat zij het extra melkgeld, veelal een plus van 1 à 2 cent per kg melk, als reden zagen om VLOG melk te gaan leveren aan hun zuivelverwerker.

Daarbij hebben enkele zuivelverwerkers, Bel Leerdammer en CONO Kaasmakers, het voeren van GMO vrij voer verplicht gesteld aan al hun melkveehouders. 25% van de deelnemers stelt daarom als reden voor het leveren van VLOG melk dat het een eis was van hun zuivelverwerker en dat zij daarom VLOG melk zijn gaan leveren. Geen van de deelnemers aan de enquête stelde dat zij uit eigen overweging of doeleinden zijn overgestapt naar het leveren van VLOG melk.

Uit de interviews met melkveehouders blijkt dat zij het leveren van VLOG melk zien als een vergoedingsmodel en niet als een verdienmodel. Ook zuivelverwerker Bel Leerdammer is geïnterviewd over VLOG melk. Zij stelden dat de vergoeding die verkregen wordt voor het leveren van VLOG melk inderdaad meer de vorm van een vergoedingsmodel kent dan een verdienmodel. Het is een vergoeding voor voer dat eventueel duurder is dan gangbaar voeder, aldus Theodoor Bos, manager Milk Supply bij Bell Leerdammer (persoonlijke communicatie, 20 maart 2020).

De plus op de melkprijs voor VLOG elk is op dit moment 1 cent per kg melk.

Beter Leven

De deelnemers aan de enquête zijn gaan leveren aan de Beter Leven melkstroom vanuit eigen perspectief en hun visie op hun bedrijf. Zij stellen dat het concept van Beter Leven en de manier van werken die hierbij hoort past bij hun levensstijl en bedrijfsvoering. De melkveehouders voldeden al aan een deel van de eisen en gaven aan daar nu voor beloond te worden middels de Beter Leven melkstroom.

Daarnaast blijkt uit het interview met Germ Bruinsma van Farmel (persoonlijke communicatie, 26 maart 2020) dat de melkveehouders die geselecteerd werden voor de melkstroom geen kennis hadden van de plus op de melkprijs die zij hiervoor zouden gaan ontvangen. Op deze manier werden enkele melkveehouders geselecteerd die echt voor het concept wilden gaan en wilden werken aan een duurzaam concept. Dit draagt bij aan het idee dat de melkveehouders deze melkstroom uit eigen overtuiging leveren.

Alle melkveehouders zijn tevreden over het leveren van deze melkstroom. Ze vertellen maatschappelijke waardering te ontvangen van de consument voor de wijze waarop ze hun dieren houden en omgaan met het verbeteren en in stand houden van klimaat en natuur.

Koe, Natuur, Boer

75% van de melkveehouders die de enquête hebben ingevuld stellen dat zij de melkstroom zijn gaan leveren vanuit een financieel aantrekkelijk oogpunt. De plus op de melkprijs is momenteel 4.5 cent per kg melk en stijgt per 1 augustus naar 6.25 cent per kg melk. Een kwart van de melkveehouders stelde dat zij deze melkstroom zijn gaan leveren vanuit eigen motivatie. Zij stelden dat het hebben van een bedrijfsvoering die meer aandacht heeft voor de natuur en de koe een drijfveer voor hen is geweest om deze melkstroom te gaan leveren.

Alle melkveehouders zijn tevreden over het leveren van deze melkstroom. Ze stellen dat de financiële waardering hen ruimte geeft om hun bedrijfsvoering te verbeteren en op een prettige manier te kunnen werken.

Een kwart van de melkveehouders stelt dat zij naast de financiële waardering ook nog waardering ontvangen vanuit de consument, de andere melkveehouders geven dit niet aan.

Planet Proof

Melkveehouders die PlanetProof melk leveren verschillen in hun beweegredenen om deze stroom te leveren. 60 procent levert PlanetProof melk omdat zij hier een meerprijs voor ontvangen. 40 procent geeft als reden dat zij de melkstroom leveren omdat zij zonder aanpassingen al voldeden aan de eisen en op deze manier al in de systematiek van PlanetProof pasten. 30% van de deelnemers die al aan de eisen voldeed, stelt geen PlanetProof te zijn gaan leveren als zij veel aanpassingen door hadden moeten voeren op hun bedrijf. Dit houdt in dat er geen melkveehouders zijn die PlanetProof melk leveren vanuit de intrinsieke motivatie, melkveehouders die PlanetProof melk leveren doen dit vanuit het financiële aspect: de plus op de melkprijs van 2 cent per kg melk.

De overige 10% van de deelnemers die geen aanpassingen door hoefden te voeren op hun bedrijf, stelt dat zij wel waardering van de consument en zuivelverwerker krijgen door deze melkstroom te leveren, maar dat dit geen reden is geweest om deze melkstroom te gaan leveren.

Biologisch

Biologische melkveehouders gaven in de enquête allen aan dat zij de biologische manier van produceren verkozen boven de gangbare manier. Daarbij zien zij een betere toekomst voor het bedrijf, wanneer er op biologische wijze wordt geproduceerd. Het zien van een betere toekomst voor het bedrijf wordt hierbij zowel op financieel vlak als op emotioneel vlak bedoeld.

De eerste generatie biologische melkveehouders produceerden op biologische wijze omdat dit hun overtuiging was. Zij stonden hier achter en wilden op biologische wijze produceren en hierbij beter zijn voor dier, milieu, klimaat en consument, aldus Maurits Steverink (persoonlijke communicatie, 2 maart 2020). Hij stelt dat de daarop volgende 'nieuwe' generatie biologische boeren dit ideaal minder met zich mee draagt en meer gericht is op een hogere melkprijs. De biologische boeren die de enquête ingevuld hebben zijn respectievelijk sinds 1999, 2006, 2010 en 2016 biologisch melkveehouder. De melkveehouder die sinds 2016 op de biologische wijze produceert, geeft hiervoor als reden dat zij meer plezier aan het vak beleven door met de natuur mee te produceren.

Uit de enquête blijkt dat 100% van de melkveehouders biologische melk produceert vanuit hun eigen overtuiging. Ook blijkt dat 100% van de melkveehouders tevreden is over het leveren van biologische melk.

Weidemelk

Weidemelk is de eerste 'afwijkende' melkstroom geweest in de supermarkt die gangbare, als in niet-biologische, boeren ook konden leveren. Middels de enquête is gebleken dat een groot gedeelte van de melkveehouders hun koeien al langer weidden, maar hier niet altijd een beloning voor werd verkregen, omdat hun zuivelverwerker deze weidemelk nog niet kon vermarkten. Momenteel geven alle zuivelverwerkers in Nederland een premie wanneer melkveehouders hun koeien weiden.

Uit de enquête blijkt dat 30% van de melkveehouders hun koeien weiden omdat zij daar een plus op de melkprijs voor ontvangen. 55% van de melkveehouders weidt hun koeien vanuit traditie, zij hebben dit altijd al gedaan omdat dit bij hun bedrijfsvoering paste. De overige 15% van de melkveehouders weidt de koeien vanuit het aspect arbeidsvreugde en werkplezier.

Naar aanleiding van het interview met Maurits Steverink (persoonlijke communicatie, 2 maart 2020) blijkt dat zuivelverwerkers merken dat er een aantoonbaar verschil zit tussen melkveehouders die hun koeien weiden voor de weidepremie en boeren die (altijd al) de koeien buiten hebben omdat dit bij hun bedrijfsvoering en manier van werken past. Melkveehouders die hun koeien naar buiten doen voor de weidepremie blijken lastiger aan het aantal minimum uren weidegang te komen. Daarbij is het merkbaar dat boeren die nu voor het eerst, of voor het eerst sinds lange tijd weiden, dit vaker vanuit financieel oogpunt gaan doen.

Daarnaast blijkt uit de enquête dat enkele zuivelverwerkers hun melkveehouders eigenlijk verplichten om de koeien te weiden, omdat zij anders niet kunnen leveren bij hun zuivelverwerker. Er is ook een groep melkveehouders die hun koeien liever jaarrond op stal heeft staan, om zo beter te kunnen sturen met hun koeien zodat deze geen hittestress ervaren en het voer jaarrond gereguleerd kan worden.

De 30% van de melkveehouders die de koeien weiden vanuit het financiële aspect, zijn dit gaan doen vanaf respectievelijk 2005, 2019, 2019, 2015 en 2015, relatief recent. De overige 70% van de melkveehouders doet dit al vanaf het jaar 2000 of eerder. Hierbij zit een uitschieter, deze melkveehouder levert weidemelk sinds 2020, waar hij eerder 10 jaar lang gestopt was met het leveren van weidemelk. Deze melkveehouder gaf als reden op dat er vanaf heden meer arbeid aanwezig was op het bedrijf en zij de arbeidsvreugde en het werkplezier hiermee wilden verbeteren.

55% van de melkveehouders is tevreden over het leveren van weidemelk. De melkveehouders geven aan dat het bij hen past en werkplezier geeft. Daarbij gaven ze ook aan dat ze maatschappelijke waardering voelen wanneer zij hun koeien weiden. 45% van de melkveehouder is minder tevreden over het leveren van weidemelk. De reden hiervoor is dat zij stellen dat weidemelk beter beloond mag worden door een hogere weidepremie.

3.1.2. Kosten en opbrengsten

In deze sub paragraaf wordt ingegaan op de kosten en opbrengsten waar melkveehouders mee te maken hebben bij de melkstroom.

VLOG

VLOG melk kent in de basis enkel eisen die gericht zijn op het veevoeder. Namelijk, het voer dat gevoerd wordt moet GMO-vrij zijn. Dit zijn vaak de enige meerkosten die bij het leveren van VLOG melk horen.

GMO vrij voeder is hoger geprijsd dan gangbaar voeder, vooral de eiwit component valt duurder uit. Zuivelfabrieken zoals Bel Leerdammer stellen dat het haalbaar moet zijn om met de plus op de melkprijs uit te komen wat betreft GMO-vrij voeder. In de praktijk blijkt dit niet jaarrond haalbaar. Wanneer de koeien in de zomer geweid worden en er veel eiwit van eigen land gehaald wordt, blijft er van de plus op de melkprijs een deel over voor de melkveehouder. In de winter wanneer de koeien in de stal staan blijkt het lastiger om uit te komen met de extra voerkosten, deze blijken niet altijd hoog genoeg om de meerkosten te dekken. (Koopman W. , 2018)

De reacties van melkveehouders verschillen over de vergoeding die tegenover VLOG melk staat. Het verschilt per bedrijfsvoering of dit rendabel is of niet, zo is te zien in figuur 5.0. 58% van de melkveehouders stelt dat de plus op de melkprijs voor VLOG melk kostendekkend is. 33% stelt dat de plus op de melkprijs voor VLOG melk niet kostendekkend is. 9% van de melkveehouders weet niet of dit kostendekkend is.



Figuur 5.0 Is de plus op de melkprijs voor VLOG melk kostendekkend?

Enkele zuivelverwerkers stellen weidegang verplicht in combinatie met VLOG melk. Voor deze melkveehouders zitten er (in enkele gevallen) meer kosten aan dan voor melkveehouders die aangesloten zijn bij een zuivelverwerker die dit niet verplicht stelt. Een andere vaker voorkomende reactie van melkveehouders die VLOG melk leveren is dat het voeren van VLOG voeder extra werk en administratie met zich meebrengt, wat niet wordt beloond. Leveranciers van VLOG melk ervaren geen opbrengsten in de vorm van maatschappelijke waardering.

De vergoeding die tegenover deze melkstroom staat is 1 cent per kg melk.

Beter Leven

Alle melkveehouders die leveren aan de Beter Leven melkstroom hebben kosten moeten maken om aan de eisen te voldoen.

Enkele aanpassingen die zijn gedaan op de bedrijven;

- Kruidenrijk grasland
- Minder koeien houden

Daarnaast zijn er ook enkele aanpassingen gedaan waardoor vooral de lopende kosten zijn gestegen;

- Vaker uitvoeren drachtcontrole in verband met het verbod op het afvoeren van drachtige koeien
- Hogere voerkosten

Uit het interview blijkt dat er grote verschillen zitten tussen de kosten die melkveehouders hebben moeten maken om te voldoen aan de eisen. In de groep van 6 melkveehouders die de melkstroom leveren zitten een aantal melkveehouders die slechts enkele aanpassingen hoefden te doen, dit zijn extensievere veehouders die uit eigen overtuiging al bezig waren met het verduurzamen van hun bedrijf. Anderen waren nog vrij intensief en moesten meer aanpassingen doorvoeren in hun bedrijf, waardoor zij ook meer kosten hebben gemaakt.

Op dit moment wordt nog niet alle melk die geproduceerd wordt voor de Beter Leven melkstroom afgezet als Beter Leven melk, waardoor niet het gehele bedrag, 6 cent per kg melk, wordt ontvangen door de melkveehouders. Uit concurrentieoverwegingen kan niet vermeld worden hoeveel cent per kg melk zij op dit moment krijgen van dit bedrag. Voor het deel van de melk dat niet als Beter Leven melk afgezet kan worden ontvangen de melkveehouders 1.5 cent per kg weidepremie en een duurzaamheidstoeslag.

De plus op de melkprijs is dus voor een deel van de melkveehouders op dit moment al kostendekkend en voor een deel van de melkveehouders nog niet. Het deel van de melkveehouders dat de plus op de melkprijs als kostendekkend ervaart stelt dat zij hier nog een deel van overhouden. Uit het interview met Farmel blijkt dat de verkopen van de zuivelproducten stijgen en dat de verwachting is dat op termijn de volledige plus op de melkprijs uitbetaald zal worden (persoonlijke communicatie, 2 maart 2020) .

Koe, Natuur, Boer

Melkveehouders die leveren aan de Koe, Natuur, Boer melkstroom hebben allen aanpassingen moeten doen in de bedrijfsvoering, waarbij de investeringen en aanpassingen verschillen tussen de melkveehouders.

De meest genoemde aanpassingen zijn;

- (Extra) koeborstels ophangen
- Koeien weer weiden
- Klaver inzaaien
- VLOG voer voeren
- Geen maïs (meer) telen
- Natuurland kopen/huren of creëren

Tabel 8.0 Kosten van aanpassingen, stijging lopende kosten, toegevoegde waarde per jaar en dekt het de kosten?

Kosten van aanpassingen	Stijging lopende kosten	Toegevoegde waarde	Dekt het de kosten?
'+- 2200 euro, wel lastig te berekenen omdat het klaver inzaaien ook voer en dus meerwaarde oplevert naast de eis'	'Het VLOG krachtvoer is een stukje duurder'	'4.5 cent per kg melk'	'Ja, voldeden al aan veel eisen'
€ 5 400	'0.5 cent per kg melk'	'€ 63 000 per jaar'	'Jawel'
€ 5 000	'Alleen een stijging in de voerkosten'	'€ 45 000 per jaar'	'Ja'
'€ 4 500, maar vanaf augustus komen er eisen bij, waardoor ik moet investeren in natuurland, dit zal wel aardig wat geld gaan kosten'	'De voerkosten zijn vrij sterk gestegen'	'€ 37 500 per jaar'	'Ja, zeker weten'

Uit bovenstaande tabel 8.0 blijkt dat vooral de voerkosten zorgen voor een stijging van de lopende kosten. Dit komt doordat het voer dat gevoerd wordt VLOG gecertificeerd moet zijn wat over het algemeen duurder voer is dan gangbaar voer. De kosten van de aanpassingen liggen relatief dicht bij elkaar.

100% van de melkveehouder stelt dat de extra opbrengsten hoger zijn dan de extra kosten die de melkstroom met zich meebrengt en dat zij hierbij een gedeelte van de plus op de melkprijs overhouden.

Op dit moment is de plus op de melkprijs voor Koe, Natuur, Boer melk 4.5 cent per kg melk. Per 1 augustus 2020 wordt dit 6.25 cent per kg melk.

Planet Proof

Om aan de eisen van PlanetProof te voldoen moeten de meeste bedrijven kosten maken. Om hier een beeld van te krijgen is de volgende vraag gesteld in de enquête: 'Heeft u aanpassingen moeten doen om uw bedrijf te laten voldoen aan de eisen van deze melkstroom? Zo ja, welke eisen?' De gegeven antwoorden op deze vraag lopen sterk uiteen. Waar de ene melkveehouder geen aanpassingen hoefde te doen om te voldoen aan de eisen van PlanetProof, moest de andere melkveehouder juist veel aanpassingen doen.

Na het analyseren van de gegevens blijkt dat de meest uitgevoerde aanpassingen op het bedrijf te zijn:

- Minder kunstmest strooien
- Minder krachtvoer voeren
- Koeborstels ophangen
- Grond aanschaffen om natuur te creëren
- Zorgen voor een beperkte CO2 uitstoot
- Koeien weiden

Een van de reacties van melkveehouders in het interview was dat hun melkproductie is gedaald door het leveren van PlanetProof melk, echter zijn de lopende kosten bij deze melkveehouder wel gedaald en levert het leveren van PlanetProof melk deze melkveehouder een jaarlijkse toegevoegde waarde op van 10 000 euro, waardoor hij het leveren van deze melkstroom toch als zeer interessant ervaart (persoonlijke communicatie, 17 april 2020).

Een andere melkveehouder stelde dat het lastig uit te drukken is in geld omdat de meeste kosten in extra arbeid en tijd zitten. Hierdoor stelt hij dat ook vooral de lopende kosten, indirecte kosten, voor arbeid en topmanagement gestegen zijn. Wel vindt ook deze melkveehouder het leveren van deze melkstroom erg interessant, door de plus van 2 cent op de melkprijs (persoonlijke communicatie, 22 april 2020).

In onderstaande tabel 9.0 is een selectie gemaakt van de reacties van enkele melkveehouders. De gemaakte kosten om aan de eisen te voldoen lopen uiteen van 1 000 euro tot 10 000 euro. Hierbij zit nog een uitschieter, deze heeft 90 000 euro betaald voor grond om hier natuurland van te maken.

Tabel 9.0 Kosten van aanpassingen, stijging lopende kosten, toegevoegde waarde per jaar en terugverdientijd

Kosten van de aanpassingen	Stijging lopende kosten	Toegevoegde waarde per jaar	Terugverdientijd
Gedaalde melkproductie	Geen, eerder een afname	€ 10 000	+/- € 10 000 per jaar extra omzet, afhankelijk van de gedaalde melkproductie
€ 1500	Geen stijging	€ 19 000	Aanpassingen in een maand terugverdiend, € 19 000 per jaar extra omzet
Eerst € 1000, nu € 90 000 om te investeren in natuurland	Geen stijging lopende kosten	€ 16 000	Aanpassingen binnen 6 jaar terugverdiend, € 16 000 per jaar extra omzet
Niet veel extra, ik voldeed al aan ongeveer alle eisen	€ 200 euro per maand	€ 13 100	€ 10 700 extra omzet per jaar
€ 3000	€ 400 euro per maand	€ 8 300	Aanpassingen terugverdiend in een jaar, € 3 500 extra omzet per jaar
€ 10 000	€ 5 000 euro per jaar	€ 20 000	Aanpassingen in een half jaar terugverdiend, totaal € 15 000 per jaar extra omzet
€ 1500	Geen stijging	€ 10 000	Aanpassingen in 2 maanden terugverdiend, totaal €10 000 per jaar extra omzet

92% van de melkveehouders stelt dat de plus op de melkprijs voor PlanetProof melk kostendekkend is en dat zij van dit geld een gedeelte overhouden. De reacties op deze vraag waren dus veelal zeer positief. 8% van de melkveehouders stelt dat de plus op de melkprijs ervoor zorgt dat zij uit de kosten komen, maar hier verder niets aan overhouden.

De extra opbrengsten voor PlanetProof melk zijn 2 cent per kg melk.

Biologisch

100% van de melkveehouders heeft extra kosten gemaakt om biologische melk te kunnen leveren.

Enkele aanpassingen die op de bedrijven gemaakt zijn;

- Geen gebruik van kunstmest en bestrijdingsmiddelen
- Meer sturen op bodem en bodemkwaliteit
- Ruimere stallen
- Meer grond pachten/kopen
- Minder dieren houden

De aanpassingen verschillen per melkveehouder. Wel laten alle melkveehouders blijken dat de biologische bedrijfsvoering duurder is dan de gangbare manier, waarbij vooral krachtvoer een stuk duurder is. Dit is een van de redenen dat biologische melkveehouders relatief veel ruwvoer voeren. (van Schooten & Smolders, 2010) De ruwvoerproductie is in de eerste jaren van de biologische manier van werken laag, hierdoor hebben melkveehouders in deze jaren ruwvoer aan moeten kopen wat de kosten ook omhoog heeft gebracht.

Tabel 10.0 Is de plus op de melkprijs voor biologische melk kostendekkend?

Melkveehouder	Is de huidige plus op de melkprijs kostendekkend?
Melkveehouder 1	'Redelijk'
Melkveehouder 2	'Vorig jaar was gangbaar beter dan bio, maar meestal is het andersom'
Melkveehouder 3	'Ja, we draaien beter als gemiddeld'
Melkveehouder 4	'Denk het wel, kunnen voldoende rondkomen'

Uit de enquête blijkt dat de plus op de melkprijs voor biologische melk veelal kostendekkend is, zo is ook weergegeven in tabel 10.0.

Naast de financiële waardering die de melkveehouders ontvangen, stellen zij ook dat zij maatschappelijke waardering ontvangen van de consument voor de manier waarop zij hun bedrijfsvoering inrichten, zo kwam naar voren in een van de interviews (persoonlijke communicatie, 6 mei 2020)

Weidemelk

50% van de melkveehouders heeft geen kosten hoeven maken om weidemelk te kunnen leveren. De overige 50% heeft wel aanpassingen moeten doen om hun bedrijfsvoering aan te passen aan weidegang.

Enkele aanpassingen op die op de bedrijven gemaakt zijn;

- Het maken van omheiningen/afrasteringen
- Het leggen van een nieuw betonpad
- Weipalen in het land plaatsen
- Drinkvoorzieningen plaatsen in het weiland
- Aanpassingen doen in de stal om het weiden mogelijk te maken

Bovenstaande aanpassingen lopen sterk uiteen, waardoor de ene melkveehouder veel aanpassingen moet doen om te kunnen weiden, waarbij de andere melkveehouder geen aanpassingen hoeft te doen in zijn bedrijfsvoering.

Enkele melkveehouders gaven ook aan dat zij een lagere melkproductie per koe moesten accepteren wanneer zij de koeien weidden. Daarnaast blijkt het registreren van weidedagen voor een aantal melkveehouders een punt van kritiek, zij vinden dat dit systeem te streng is en dat er te streng gecontroleerd wordt.

Tabel 11.0 Overzicht kosten aanpassingen, stijging lopende kosten en de vraag of de weidepremie kostendekkend is

Kosten van de aanpassingen	Stijging lopende kosten	Dekt het de kosten?
€ 1 000	'Steeds meer regels'	'Ik hoop het'
€ 25 000	'Geen'	'Nee, de melkprijs daalt'
€ 15 000	'Ik zie eerder een daling'	'Ja, alhoewel het onzeker is of de melkgift in stand gehouden kan worden, denk ik dat de investering in 2 tot 3 jaar terug te verdienen is'
1.5 cent per kg melk	'1.5 cent per kg melk'	'Nauwelijks'

€ 7 500	‘Melkproductiedaling, dus stijging van de vaste kosten’	‘Nee, te veel productiedaling’
Geen	‘Geen, de kosten dalen bij weidegang’	‘Ja, van de weidepremie kan genoeg materiaal gekocht worden om te blijven weiden en ook de extra arbeid wordt royaal vergoed’
Geen	‘Geen’	‘Ja, maar ook zonder weidepremie zouden mijn koeien de wei in gaan’
€ 6 000	‘Minder voer opbrengsten’	‘Kostendekkend als de arbeid niet wordt meegenomen’
‘Lagere melkopbrengst, met name een lager vetpercentage’	‘Deze is gelijk aan de meeropbrengsten’	‘Nee, de extra kosten zijn hoger’
Geen	‘1 cent per kg melk’	‘Niet, extra werk en administratie maar geen meeropbrengst’

44% van de melkveehouders stelt dat de plus op de melkprijs voor weidemelk niet kostendekkend is, tegenover de extra kosten die gemaakt moeten worden en de eventuele productiedaling van hun koeien, zo blijkt uit tabel 11.0.

Melkveehouders ervaren maatschappelijke waardering voor het weiden van hun koeien. Melkveehouders geven aan dat zij dit ook als een vorm van opbrengsten ervaren, omdat zij hierdoor de sector een positieve impuls geven.

3.1.3. Risico's

In deze sub paragraaf wordt ingegaan op de eventuele risico's die melkveehouders en zuivelverwerkers ervaren bij de melkstroom.

VLOG

42% van de melkveehouders ziet geen risico's in het leveren van VLOG melk. 42% van de melkveehouders ziet wel risico's in het leveren van VLOG melk. Deze risico's uiten zich op meerdere vlakken.

- De kostprijs is te hoog

Vooraf een te hoge kostprijs wordt in de enquête als risico beschouwd. Vooral bedrijven met een lagere opbrengst van eigen eiwit hebben te maken met een te hoge prijs voor aangekocht voer, om het eiwit op niveau te brengen. De kostprijs voor het voer heeft dus te maken met de benodigde hoeveelheid krachtvoer en welke grondstoffen een melkveehouder kiest als vervanging van eventuele genetisch gemodificeerde grondstoffen, zo stelde ook Theodoor Bos van Bell Leerdammer (persoonlijke communicatie, 20 maart 2020).

- Opzegging contract VLOG melk

VLOG melk heeft in Nederland nog geen draagvlak persoonlijke communicatie, 20 maart 2020. In Duitsland, Frankrijk en Oost-Europa is er wel vraag naar melk die is geproduceerd zonder genetisch gemodificeerde voedingsstoffen. Omdat Nederlandse zuivelverwerkers nog geen afzet hebben voor VLOG melk in Nederland en het onbekend is hoe de vraag in het buitenland blijft verlopen, bestaat er bij de melkveehouders het risico om uit de melkstroom gezet te worden. Uit de enquête blijkt dat zij bang zijn dat het contract opgezegd kan worden wanneer de vraag daalt, of wanneer een andere speler op de markt interessanter is. Een opzegging van het contract kan vrij plotseling plaatsvinden als de zuivelverwerker geen interesse meer heeft in de melk, dit kan per maand gebeuren. Gemaakte kosten voor het voer van de melkveehouder zijn ook stop te zetten, indien deze geen voercontract heeft. Uit de reacties van de enquête blijkt dat als melk VLOG geproduceerd is, maar hier geen afzet voor is, de gemiddelde uitbetaalde melkprijs per kg/melk daalt.

- Niet voldoen aan de voorwaarden

Een ander risico voor melkveehouders is wanneer zij tijdens een controle/steekproef niet voldoen aan de voorwaarden voor VLOG melk. Dit aspect werd vooral door de zuivelverwerker aangeduid als risico. Wanneer een melkveehouder bijvoorbeeld verkeerd voer aan zijn koeien voert, of wanneer de administratie niet in orde is, krijgt de melkveehouder eerst een waarschuwing. Omdat de rantsoenen in een online systeem geplaatst moeten worden, bestaat hierbij een extra mogelijkheid tot fouten maken. Wanneer de administratie verkeerd wordt verwerkt in dit programma, bestaat de kans op een waarschuwing/boete/uit de melkstroom.

Beter Leven

Niet alle melkveehouders kennen risico's bij het leveren van de Beter Leven melkstroom. De geïnterviewde melkveehouder kende geen risico's, maar kon wel een aantal risico's noemen waar de andere Beter Leven melkveehouders rekening mee houden.

De risico's die deze melkveehouders zien in het leveren van deze melkstroom kunnen als volgt worden omschreven;

- Geen garantie om te kunnen blijven leveren

De melkstroom is geïntroduceerd in 2019 en dus vrij nieuw op de markt. Dit zorgt ervoor dat de consument de producten nog moet ontdekken. De melkveehouders krijgen op dit moment nog niet de gehele plus op de melkprijs uitbetaald, echter ontvangen zij wekelijks verkoopcijfers van hun producten. Deze blijven over het algemeen stijgen, de afzet groeit. Toch blijft er onder een aantal melkveehouders het risico bestaan dat zij op den duur niet meer kunnen leveren aan de melkstroom en op deze manier hun investeringen niet terug kunnen verdienen.

- Steeds hogere eisen die niet uitbetaald zullen worden

Een ander risico dat leeft onder een deel van de melkveehouders is dat de eisen die worden gesteld aan de melkstroom steeds hoger zullen worden en dat de plus op de melkprijs hier niet in mee zal groeien. Hierbij zouden melkveehouders deze kosten dus geheel van eigen geld moeten betalen (persoonlijke communicatie, Suzanne Ruesink, 22 mei 2020).

Koe, Natuur, Boer

50% van de melkveehouders ziet risico's in het leveren van de Koe, Natuur, Boer melkstroom, 50% van de melkveehouders ziet geen risico's in het leveren van deze melkstroom.

De risico's die melkveehouders zien in het leveren van deze melkstroom kunnen als volgt worden omschreven;

- Geen garantie om te kunnen blijven leveren

A-ware heeft een leverantiecontract met de melkveehouder voor drie jaar, zo vertelde Sophie Snaas van A-ware in het interview (persoonlijke communicatie, 9 april 2020). Mocht de melkstroom binnen die periode minder goed verkopen, waardoor niet het gehele volume afgezet kan worden als Koe, Natuur, Boer melk, ontvangen de melkveehouders gedurende deze periode wel de plus op de melkprijs voor deze melkstroom.

A-ware heeft samen met afnemer Albert Heijn afspraken over het volume dat geleverd wordt. Op dit moment wordt alle melk die wordt geproduceerd in de Koe, Natuur, Boer melkstroom ook afgezet als zuivelproduct van deze melkstroom in de supermarkt. Er is ook een wachtlijst, mochten er meer melkveehouders nodig zijn kunnen deze bij de melkstroom betrokken worden.

Voor melkveehouders is het volgens hen afwachten of zij na dit contract verder kunnen met de melkstroom. Wel worden zij hier tijdig over geïnformeerd.

- Te veel aanbod waar de consument geen kennis van heeft

Zowel uit de interviews met de melkveehouders als uit de enquêtes blijkt dat melkveehouders niet geheel positief staan tegenover alle verschillende melkstromen die op dit moment geproduceerd worden. Dit heeft deels te maken met alle eisen waaraan zij moeten voldoen, maar hun onderbouwing is ook deels gerelateerd aan de Nederlandse consument. De Nederlandse consument heeft volgens hen te weinig kennis van alle keurmerken en labels die momenteel op hun zuivelproducten te vinden zijn. De consument weet niet aan wat voor eisen melkveehouders moeten voldoen en weten te weinig over de wijze waarop hun voedsel wordt geproduceerd. (van Haaster-de Winter & Hoogendam, 2012)

PlanetProof

33% van de melkveehouders zegt geen risico's te zien in het leveren van de PlanetProof melkstroom. De overige 67% ziet wel risico's in deze melkstroom.

De risico's die melkveehouders zien in het leveren van de PlanetProof melkstroom kunnen als volgt worden omschreven;

- Geen garantie om te kunnen blijven leveren

58% van de melkveehouders vindt het een risico dat zij geen garantie hebben om PlanetProof melk te kunnen blijven leveren. Zij lichten hierbij toe dat niet alle eisen haalbaar zijn en dat niet op alle eisen zomaar te sturen is.

Uit interviews met verschillende melkveehouders blijkt dat voor verschillende eisen pas aan het einde van het jaar zichtbaar is of er voldaan wordt aan deze eisen. Dit brengt onzekerheid met zich mee. Een voorbeeld hiervan is het kalversterftecijfer in de KalfOK score, bij kleine bedrijven met weinig afkalvingen kan één sterftegeval al het einde betekenen van het leveren van de PlanetProof melk.

Door calamiteiten of onverwachte tegenslagen kunnen de eisen dus tegen de verwachting van de melkveehouder niet behaald worden. Wanneer dit gebeurt geldt er eerst een hersteltermijn die gehanteerd wordt door de zuivelverwerker. Wanneer er binnen de hersteltermijn geen maatregelen genomen worden om de situatie aan te passen wordt de melkveehouder uit de melkstroom gezet.

- Onduidelijke criteria voor melkveehouder en consument

Een ander vaak voorkomend risico is dat de eisen die gesteld worden aan PlanetProof melk onduidelijk zijn voor de melkveehouder, maar ook voor de consument.

Melkveehouders stellen dat de criteria onduidelijk zijn. De eisen voor PlanetProof zijn opgesteld door SMK, echter stellen melkveehouders dat deze criteria nergens op gebaseerd zijn. Zij zouden zelf meer betrokken willen zijn bij het opstellen van de eisen.

Daarnaast geven melkveehouders aan dat de consument geen kennis heeft van alle eisen waaraan de melkveehouder moet voldoen.

- Hogere eisen in de toekomst

Een groot deel van de melkveehouder die risico's ziet in het leveren van PlanetProof melk stelt dat zij wantrouwig zijn dat er in de toekomst strengere, hogere eisen worden gesteld aan PlanetProof melk, waaraan lastig te voldoen is en waardoor er een beperktere groep melkveehouders geschikt is om deze melkstroom te kunnen leveren. Hierbij geven melkveehouders aan dat zij denken dat er in de toekomst nog meer verplichtingen aan hen zullen worden gesteld, waarvoor geen financiële tegemoetkoming zal worden gegeven door de zuivelverwerkers.

Het gevolg hiervan is dat gemaakte investeringen niet terugkomen wanneer een melkveehouder in het slechtste geval moet stoppen met het leveren van deze melkstroom.

- Te veel aanbod waar de consument geen kennis van heeft

Ook bij deze melkstroom werd zowel in de interviews als in de enquête aangegeven dat melkveehouders het als een risico zien dat de consument te weinig kennis heeft van het grote aanbod melkstromen dat nu geproduceerd wordt.

Biologisch

Slechts 25% van de melkveehouders stelt risico's te zien in het leveren van biologische melk. 75% ziet geen risico's in het hebben van een biologisch melkveebedrijf. Een van deze melkveehouders gaf ook aan dat zij geen risico's zien, maar uitdagingen.

Een risico dat melkveehouders zeggen te kennen;

- Kleine afzetmarkt

Melkveehouders stellen dat er een (te) kleine afzet is voor biologische zuivel, omdat het aantal biologische melkveebedrijven licht groeit. (van der Meulen H. , 2019) Daarbij denken de melkveehouders dat de afzetmarkt te klein is voor biologische zuivel. De consumptie van dagverse biologische zuivelproducten groeit met ongeveer 4 tot 5 procent per jaar, deze groei blijft doorzetten. (Klein Swormink, 2019) De biologische melk die wordt opgehaald door de zuivelverwerkers kan niet allemaal worden afgezet als biologische melk, waardoor een deel van de melk wordt verwerkt als weidemelk of gangbare melk.

Weidemelk

45% van de melkveehouders ziet geen risico's in het leveren van weidemelk. De overige melkveehouders geven aan verschillende risico's te kennen.

- Lagere melkproductie per koe

Een lagere melkproductie per koe is het gevolg van het voeren van relatief goedkoop vers gras aan de koe. Vers gras blijkt 9,5 eurocent goedkoper per kg droge stof dan kuilgras. De totale voerkosten dalen dus wanneer er meer geweid wordt. Wel zorgt weiden in sommige gevallen voor een tekort aan ruwvoer wanneer de koeien op stal staan, waardoor de kosten voor (aangekocht) ruwvoer stijgen (van den Pol, Philipsen, & de Haan, 2013). Echter daalt ook de melkopbrengst. Uit onderzoek van Veeteelt blijkt dat het lastig is om veel te weiden en een hoge productie te behalen. (Booij, 2015)

Echter hoeft dit niet zo te zijn, de geïnterviewde melkveehouders lieten weten dat zij juist een hogere melkproductie behaalden met hun koeien, zeker in het begin van het weideseizoen.

- Weidegang wordt steeds meer de standaard, wordt het straks een verplichting?

Op dit moment is verplichte weidegang vanuit de overheid niet verplicht. In enkele Europese landen, Zweden en Noorwegen, is weidegang wel al verplicht. (Blokland, van den Pol, Rougoor, van der Schans, & Sebek, 2017) Echter, weidegang wordt wel bij steeds meer zuivelverwerkers verplicht gesteld. Dit geldt voor nieuwe toetreders, wanneer melkveehouders willen overstappen van zuivelverwerker wordt bij het aannemen van de melkveehouder vrijwel altijd weidegang als eis gesteld om te mogen komen leveren.

- Als gevolg van eventuele verplichting: het verdwijnen van de 1.5 cent/kg melk aan weidepremie

Wanneer weidegang eventueel verplicht wordt in de toekomst, wordt de reguliere melkprijs dus aangepast naar een reguliere melkprijs waarbij weidepremie vervalt. Er blijft dan geen beloning meer over om de koeien te weiden en om de eventuele kosten hiervan te dekken.

- Fraude

Een van de risico's die genoemd werd in de enquête was het plegen van fraude bij weidegang. Iedere melkveehouder moet in een kloppende administratie zijn weidedagen- en uren bijhouden. Wanneer dit niet nauwkeurig bijgehouden wordt is de kans op fraude bij de melkveehouder aanwezig.

Echter heeft dit twee kanten. Omdat de weide-uren zo nauwkeurig bijgehouden moet worden is dit soms niet haalbaar voor de melkveehouder. Wanneer er dan een controle voor weidegang plaatsvindt, blijkt dat de melkveehouder zijn koeien binnen heeft op een bijvoorbeeld regenachtige dag. Hier kan gelijk een boete of waarschuwing op staan, omdat de weide-administratie niet correct is. (van der Gaag & Migchels, 2015)

4.0 Discussie

In dit hoofdstuk worden de resultaten en de betreffende onderzoeksmethoden gediscussieerd.

4.1 Doelstelling

Het doel van dit afstudeerwerkstuk was om inzicht te krijgen in de verdienmodellen van de melkveehouders die achter de melkstromen zitten. Hierbij werden verschillende aspecten van een verdienmodel uitgediept. Onder andere de vraag of het extra melkgeld voldoet tegenover de investeringen die zijn gedaan en de eventuele stijging van de vaste kosten. Ook werd er onderzocht wat de beweegredenen zijn geweest van melkveehouders om een bepaalde melkstroom te gaan leveren. Als laatste zijn ook de risico's van de melkstromen onderzocht.

4.2 Onderzoeksmethoden

In dit onderzoek zijn verschillende onderzoeksmethoden met elkaar gecombineerd. Deze zijn te verdelen in interviews met specialisten en interviews met zuivelverwerkers, de enquête die is verspreid onder de melkveehouders en aanvullende interviews zijn gedaan met melkveehouders. Hierbij is in het gehele onderzoek gebruik gemaakt van aanvullend literatuuronderzoek.

De interviews met specialisten en zuivelverwerkers zijn allen telefonisch afgenomen. Het zou beter zijn geweest als deze persoonlijk waren afgenomen, in plaats van telefonisch. Een nadeel van deze manier van interviewen is dat men minder goed contact heeft en de mogelijkheid tot het interpreteren van de lichaamstaal van de geïnterviewde ontbreekt. Bovendien konden de interviews niet opgenomen worden via de telefoon, waardoor deze niet gecontroleerd konden worden door een andere onderzoeker. Dit beïnvloedt de betrouwbaarheid van de resultaten. De interviews zijn wel direct uitgewerkt na het contact.

De enquête was een praktische methode om veel duidelijke informatie te verkrijgen, omdat er op een snelle manier veel aspecten van het onderwerp behandeld konden worden. Hierdoor werd veel informatie verzameld. Vooraf aan het onderzoek werd gesteld dat tussen de 50 en 70 melkveehouders die een van de onderzochte melkstromen gewenst waren om een betrouwbaar onderzoek te kunnen doen. De enquête is ingevuld door 67 melkveehouders, waarvan 11 melkveehouders een reguliere melkstroom leverden. Het aantal bruikbare respondenten komt hiermee op 56, waardoor een betrouwbaar onderzoek heeft kunnen plaatsvinden omdat de respondenten alle provincies vertegenwoordigen. Op deze manier kon een globaal beeld geschetst kon worden van de Nederlandse melkveehouderij.

In de enquête is iedere melkstroom minimaal 4 keer ingevuld, behalve bij de Beter Leven melkstroom. Dit was ook verwacht, omdat er op dit moment slechts 6 melkveehouders zijn die aan deze melkstroom leveren. De enquête voor Beter Leven is 1 keer ingevuld. Doordat in het interview veel informatie is verkregen leverde dit geen belemmeringen op voor het onderzoek. Wel zou er bij een dergelijk onderzoek in de toekomst overwogen moeten worden of de ervaringen van één deelnemer voldoende zijn voor een betrouwbaar onderzoek.

De enquête was een goede methode om inzicht te verkrijgen in de verschillende melkstromen. De enquêtes zijn grotendeels zorgvuldig en uitgebreid ingevuld, waardoor veel informatie is verkregen. De vragen zijn begrepen door de deelnemers: er zijn geen vreemde uitkomsten uitgekomen of opmerkingen waardoor het lijkt alsof deze niet zijn begrepen, dit zorgt voor een betrouwbaar resultaat.

Naar aanleiding van de enquêtes zijn er 2 melkveehouders per melkstroom geïnterviewd middels een telefonisch interview, waardoor er in totaal 12 aanvullende interviews zijn gehouden om extra informatie te verkrijgen over de melkstroom. Deze interviews waren semi-gestructureerd.

Vooraf aan het interview werd er een vragenlijst opgesteld, zodat de interviewer er zeker van was dat alle benodigde onderwerpen aan bod kwamen. Bij de interviews was er voldoende ruimte voor de melkveehouder om met eigen inbreng en onderwerpen te komen.

Het literatuuronderzoek verliep lastiger dan vooraf verwacht. Omdat de meeste melkstromen relatief nieuw zijn bleek het lastig om literatuur te vinden die aansloot bij de melkstromen. Er zijn tot op heden geen onderzoeken gedaan naar de verdienmodellen achter melkstromen in Nederland. Dit zorgde er ook voor dat de resultaten niet vergeleken kunnen worden met de literatuur.

4.3 Resultaten

In deze paragraaf zullen de resultaten van het onderzoek per deelvraag beschreven en bediscussieerd worden.

4.3.1 Beweegredenen van melkveehouders

De resultaten over deelvraag 1: 'Wat zijn beweegredenen voor melkveehouders om te kiezen voor een specifieke melkstroom?' zijn weergegeven in hoofdstuk 3.1.1. In deze paragraaf worden de resultaten op deze deelvraag gediscussieerd. De melkstromen zijn in deze paragraaf gecategoriseerd op basis van de motivatie.

Extrinsieke motivatie: VLOG

Melkveehouders gaven aan dat zij de plus op de melkprijs zien als motivatie om over te stappen naar een VLOG bedrijfsvoering. Een kleiner deel van de melkveehouder stelt dat zij VLOG melk leveren omdat dit een eis was van hun zuivelverwerker. Geen van de melkveehouders levert VLOG melk door hun eigen intrinsieke motivatie. Een mogelijke verklaring voor dit resultaat is dat de Nederlandse consument geen beeld heeft bij VLOG melk, omdat de zogenoemde 'gentechvrije' discussie (nog) niet van toepassing is in Nederland. Nederlandse consumenten weten niet wat VLOG inhoudt en wat dit voor hun producten betekent. Daarnaast staat de Duitse wetgeving het toe om op etiketten van producten aan te geven of een product genetisch gemodificeerde producten bevat, hier geven veel producenten gehoor aan, omdat de Duitse consument transparantie eist. Daarom wordt VLOG melk op dit moment door Nederlandse boeren alleen geproduceerd voor de Duitse markt waar dit wel een belangrijke certificatie is. De Nederlandse melkveehouder speelt hier op in omdat hun zuivelverwerker dit eist, of omdat zij open staan voor een plus op de reguliere melkprijs.

Deels extrinsieke, deels intrinsieke motivatie: Koe, Natuur, Boer en PlanetProof

75% van de melkveehouders die Koe, Natuur, Boer melk leveren, doen dit vanuit extrinsieke motivatie. De plus op de melkprijs is voor hen de reden geweest om over te schakelen naar het produceren en leveren van deze melkstroom. PlanetProof melk wordt door 90% van de melkveehouders veelal geleverd vanuit het financiële aspect. Slechts 10% stelt dat zij PlanetProof melk leveren omdat zij hier maatschappelijke waardering voor ontvangen. Uit de interviews met de zuivelverwerkers blijkt dat zij sinds 2015 zijn gaan kijken naar de ontwikkeling van nieuwe melkstromen om de sector te verduurzamen en meer onderscheidend te zijn op de markt. Dit lag in overeenstemming met de verwachting dat de melkstromen geïntroduceerd werden om de sector te verduurzamen, onderscheidend vermogen te creëren en meer transparantie te bieden aan de consument. Er werd ook verwacht dat de introductie van melkstromen samenhang met de wijziging van de Meststoffenwet, dit blijkt niet zo te zijn.

Intrinsieke motivatie: Biologisch, Beter Leven en Weidemelk

Alle melkveehouders uit de enquête die biologische melk en Beter Leven melk stellen deze melkstromen te leveren vanuit hun overtuiging, waarbij de nadruk dus ligt op intrinsieke motivatie en zij leveren omdat dit past bij hun manier van denken en hun bedrijfsvoering. Het grootste gedeelte van de melkveehouders die weidemelk leveren stellen dat zij weidemelk leveren omdat dit hun traditie is en past bij hun bedrijfsvoering. Zij ervaren arbeidsplezier door hun koeien te weiden. Slechts 30% van de melkveehouders stelt hun koeien te weiden voor de financiële waardering.

Een mogelijke verklaring voor dit resultaat is dat melkveehouders zelf al jaren bezig zijn met verduurzaming van de zuivelketen, zo blijkt ook uit het onderzoek van het LEI in 2014 (de Lauwere, et al., 2014). Hieruit blijkt dat er een groep melkveehouders is die geen extrinsieke motivatie nodig heeft om veranderingen door te voeren, omdat zij dit al doen uit eigen intrinsieke motivatie.

Reflectie

Een punt van discussie bij deze deelvraag is dat beweegredenen niet alleen te maken hebben met extrinsieke motivatie, maar ook met intrinsieke motivatie. Het is aannemelijk dat er veelal gedacht wordt vanuit de extrinsieke motivatie, de plus op de melkprijs, maar dat er ook een vorm is van onderliggende intrinsieke motivatie vanuit de melkveehouder zelf waar hij zelf in eerste instantie weinig aandacht aan besteed. In dit onderzoek is ervoor gekozen om slechts één beweegreden te vragen, degene die het eerst in de melkveehouder opkomt.

4.3.2 Kosten en opbrengsten

De resultaten over deelvraag 2: 'Hoe verhouden de kosten en opbrengsten zich met elkaar, die de melkstromen met zich meebrengen?' zijn weergegeven in hoofdstuk 3.1.2. In deze paragraaf worden de resultaten op deze deelvraag gediscussieerd. De melkstromen zijn in deze paragraaf gecategoriseerd op basis van de mate waarin de plus op de melkstroom kostendekkend is.

Het dekt de kosten van de melkveehouder/melkveehouder maakt er verlies op

58% van de melkveehouders stelt dat de vergoeding tegenover VLOG melk kostendekkend is (de rest: niet kostendekkend of onbekend). Om VLOG melk te leveren hoeven weinig aanpassingen gedaan te worden volgens de melkveehouders, het voer moet GMO-gecertificeerd zijn. Een verklaring voor dit resultaat is dat dit voer is over het algemeen duurder dan voer dat niet GMO-gecertificeerd is. Verder wordt VLOG melk gekenmerkt door extra administratie volgens de melkveehouders.

Melkveehouders verdienen er soms aan

Melkveehouders van de Beter Leven melkstroom komen deels wel en deels niet uit de kosten met de huidige plus op de melkprijs. Alle melkveehouders hebben kosten moeten maken om aan de eisen te kunnen voldoen, wel verschillen de gemaakte kosten om aan de eisen te voldoen. Een verklaring hiervoor is dat een deel van de melkveehouders werkte al op de manier van de Beter Leven melkstroom, waardoor de gemaakte kosten tussen bedrijven verschillen. Niet alle bedrijven kunnen op dit moment uit de kosten komen met de huidige plus op de melkprijs. Dit wordt verklaard doordat op dit moment nog niet de volledige plus op de melkprijs uitbetaald wordt.

50% van de melkveehouders heeft geen kosten hoeven maken om weidemelk te kunnen leveren. De overige 50% heeft wel aanpassingen moeten doen om hun bedrijfsvoering aan te passen aan weidegang. 44% van de melkveehouders stelt dat de weidepremie niet hoog genoeg is om uit de kosten te komen. De extra administratie en extra arbeid zorgen er volgens melkveehouders voor dat

het voor deze melkveehouders niet kostendekkend is wanneer de koeien geweid worden. Een mogelijke verklaring voor dit resultaat is het onderzoek van WUR op de Dairy Campus. (Evers, Holshof, de Haan, & Galama, 2015) Hieruit blijkt dat de bruto-grasopbrengst en de grasbenutting daalt door beweidingsverliezen, waardoor extra voer aangekocht moet worden. Ook is het voor enkele bedrijfstypen (kleine huiskavel, bedrijven met melkrobots) soms lastig om te weiden, waardoor meer kosten worden gemaakt.

De biologische melk heeft een melkprijs die voor alle melkveehouders hoog genoeg is om uit de kosten te komen en om een deel van de melkprijs over te houden, wel gaven zij aan dat het ene jaar beter is dan het andere jaar. Een verklaring hiervoor kan het inkomensverschil met de gangbare melkveehouderij zijn. Het inkomen is op de biologische bedrijven meer gedaald dan op gangbare bedrijven. Dit komt door toenemende kosten op het biologische bedrijf door hogere voerprijzen, lagere omzet van dieren, stijgende kosten voor gebouwen en machines en een lagere omzet van de melk. Daarnaast stijgen de zuivelopbrengsten op het biologische bedrijf minder hard. (van der Meulen H. , 2019)

100% van de melkveehouders die PlanetProof leveren komen uit de kosten, hierbij houdt 92% van de melkveehouders een deel van het geld over. Een verklaring voor dit resultaat is dat 58% van de melkveehouders die deelnamen aan de enquête stelden dat zij binnen het concept van PlanetProof pasten zonder dat zij hier aanpassingen voor hoefden te doen in hun bedrijf, wat ervoor zorgt dat dit merendeel van de melkveehouders zonder extra inspanningen de plus op de melkprijs ontvangt.

Melkveehouders verdienen er aan

Alle melkveehouders die Koe, Natuur, Boer melk leveren hebben kosten gemaakt om te kunnen voldoen aan de eisen die de melkstroom stelt. 100% van de melkveehouders komt uit de kosten en houdt nog een deel van de plus op de melkprijs over. Uit de interviews met de melkveehouders blijkt dat de meeste melkveehouders geen grote investeringen hebben hoeven doen, waardoor zij een deel van de plus op de melkprijs overhouden en zij verdienen aan de melkstroom. Dit kan een verklaring zijn voor dit resultaat.

Reflectie

Een punt van discussie bij deze deelvraag is of de deelnemers aan de enquête bij de volgende vragen een volledig, compleet antwoord hebben gegeven.

- Heeft u aanpassingen moeten doen om uw bedrijf te laten voldoen aan de eisen van deze melkstroom? Zo ja, welke aanpassingen?
- Wat waren globaal de kosten van deze aanpassingen?
- Wat is de stijging van de lopende kosten?

Deze vragen waren bedoeld om een inschatting te maken van de investeringen die gedaan moeten worden, de aanpassingen die gedaan moeten worden in de bedrijfsvoering en de kosten die hierbij gemaakt worden. Er kon niet gecontroleerd worden of alle deelnemers een volledig antwoord hebben gegeven of dat zij enkele aanpassingen/investeringen achterwege hebben gelaten.

4.3.3 Risico's

De resultaten over deelvraag 3: 'Wat zijn de risico's voor melkveehouders die een melkstroom met zich meebrengt en hoe gaan deze om met deze risico's?' zijn weergegeven in hoofdstuk 3.1.3. In deze paragraaf worden de resultaten op deze deelvraag gediscussieerd. De melkstromen zijn in deze paragraaf gecategoriseerd per risico.

Leveringsgarantie in de toekomst

Melkveehouders zien een risico in de leveringsgarantie in de toekomst. Zij stellen dat ze als risico zien dat er onduidelijkheid is over wat er gebeurt als hun leveringscontract voor een bepaalde tijd afloopt. Dit risico is genoemd bij de melkstromen Beter Leven, Koe, Natuur Boer, PlanetProof en VLOG. Dit resultaat is te wijten aan een veranderende afzetmarkt. Zuivelverwerkers produceren vraag-gestuurd. De vraag van de consument blijft veranderen, waardoor ook de zuivelproducten en de manier waarop zij wensen dat deze geproduceerd worden zullen blijven veranderen. (Wolf, 2004) Melkveehouders die biologische melk en weidemelk leveren ervaren dit risico niet, een verklaring hiervoor kan zijn dat deze producten een dermate grote bekendheid hebben bij de consument, dat deze een vaste plek in het assortiment en het koopgedrag hebben en zullen behouden.

Een ander risico dat te maken heeft met de leveringsgarantie is wat er gebeurt als zij door omstandigheden niet aan alle eisen (meer) kunnen voldoen. Dit resultaat is komt terug bij PlanetProof. Een verklaring hiervoor is dat enkele belangrijke cijfers en kengetallen hierbij niet jaarrond beschikbaar zijn. Ook bij Beter Leven melk komt dit risico terug, volgens de melkveehouders omdat dit een momenteel nog een kleine melkstroom is die zijn marktaandeel nog moet verwerven. Bij de overige melkstromen komt dit risico niet terug bij de melkveehouders. Een verklaring hiervoor is dat de melkveehouders stellen dat er bij eventuele incidenten een goede communicatie mogelijk is en er sprake is van een hersteltermijn waarin zij incidenten kunnen verbeteren of terugdraaien, zo blijkt uit de interviews met de melkveehouders die leveren aan de Koe, Natuur, Boer melkstroom en de VLOG stroom.

Veranderende eisen

Melkveehouders zien een risico in de veranderende eisen van de melkstromen, dit risico speelt bij Beter Leven melk en PlanetProof. Melkveehouders stellen dat zij het aantal eisen in de toekomst zal toenemen en dat deze steeds strenger worden. Het risico hierbij is dat de plus op de melkprijs niet toeneemt en dat deze eisen dan van eigen geld betaald moeten worden. Dit ligt niet in de verwachting met hoe de zuivelverwerkers hiermee zullen omgaan. Op dit moment heeft A-ware nieuwe eisen bekend gemaakt die per 1 augustus 2020 in zullen gaan, hiervoor krijgen de melkveehouders een hogere plus op de melkprijs. A-ware stelt dat goed zijn voor koe, natuur en boer wel gepaard moet gaan met een beloning die tegenover alle inspanningen en kosten staat (Sophie Snaas, persoonlijke communicatie, 9 april 2020). Zuivelverwerkers erkennen dat tegenover meer inspanningen ook een hogere beloning moet staan.

Consumentenkennis

Een ander risico is dat de consument te weinig kennis heeft van alle eisen waaraan een melkveehouder moet voldoen, terwijl de consument er wel een meerprijs voor betaald. Dit zorgt bij melkveehouder voor onrust. Een derde van de consumenten stelt dat een product meerwaarde heeft wanneer er een keurmerk op staat. Hierbij heeft een keurmerk twee taken. Als eerste is het keurmerk een informatiedrager, als tweede is een keurmerk een marketingtool, waarmee consumenten verleid worden om het product te kopen. (de Hek, et al., 2012) Echter blijkt uit de reacties van de melkveehouders dat keurmerken vooral een marketingtool zijn, waarbij consumenten geen kennis hebben over waar het keurmerk precies voor staat en wat het inhoudt.

Dit risico komt terug bij alle onderzochte melkstromen, met uitzondering van VLOG melk. Een verklaring hiervoor is dat er nog geen VLOG-zuivelproducten in de Nederlandse supermarkten verkocht worden.

Omvang afzetmarkt

Een te kleine afzetmarkt is een risico dat alleen genoemd werd door biologische melkveehouders. Een mogelijke verklaring voor dit resultaat is dat het aantal biologische melkveehouders langzaam groeit, maar het aantal consumenten dat biologische zuivel consumeert niet zo snel meegroeit. Op dit moment wordt nog niet alle biologische melk verwerkt tot biologische zuivelproducten. Dit zorgt ervoor dat een goede afstemming van vraag en aanbod benodigd is. (Chartier, 2019)

Overige risico's

Een risico voor VLOG melk is dat de kostprijs te hoog kan worden. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de extra voerkosten voor VLOG voer zullen stijgen wanneer meer melkveehouders VLOG voer gaan voeren. Daardoor zijn melkveehouders extra afhankelijk van een goede ruwvoeropbrengst.

Een deel van de melkveehouders die weidemelk leveren ziet risico in verplichte weidegang met als gevolg het verliezen van weidepremie in de toekomst. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de zuivelverwerkers dit veelal verplichten wanneer melkveehouders overstappen naar een andere zuivelverwerker. Melkveehouders zijn bang dat dit een voorbode zou kunnen zijn van een wettelijke verplichting, waardoor de weidepremie verloren zal gaan omdat dit dan de standaard zou worden.

Reflectie

Een punt van discussie bij deze deelvraag is dat er tussen melkveehouders een verschil zit in de mate waarin zij bepaalde aspecten, vragen of onduidelijkheden als een risico ervaren. Waar de ene melkveehouder in het kleinste aspect een risico ziet, ziet de andere melkveehouder nooit ergens een risico in. Dit zorgt ervoor dat de spreiding wat betreft risico's in het onderzoek bij melkveehouders groter of kleiner zou kunnen dan deze in werkelijkheid is.

5.0 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk wordt er een concluderend antwoord gegeven op de deelvragen die gesteld zijn in dit onderzoek, waardoor uiteindelijk de hoofdvraag beantwoord zal worden. Ook zal de relevantie van dit onderzoek besproken worden. Tot slot worden er aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoeken die in de toekomst gedaan kunnen worden.

Het onderzoek heeft als doel om uit te vinden wat de invloed van verschillende melkstromen is op de inkomenspositie van de Nederlandse melkveehouder. Door verschillende factoren te onderzoeken die verband houden met dit onderwerp kunnen melkveehouders een gerichtere keuze maken bij het kiezen van of overstappen naar een andere melkstroom. De factoren die onderzocht zijn, zijn beweegredenen van melkveehouders, kosten en opbrengsten en risico's. Uit de resultaten en discussie kunnen verschillende conclusies getrokken worden.

5.1 Beweegredenen

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de eerste deelvraag: 'Wat zijn beweegredenen voor melkveehouders om te kiezen voor een specifieke melkstroom?'

Uit de resultaten blijkt dat er tussen de melkstromen relevante verschillen zijn tussen de beweegredenen van melkveehouders om een bepaalde melkstroom te leveren.

Bij de melkstromen die al langer bestaan, in dit onderzoek weidemelk en biologische melk, hebben de melkveehouders veelal een intrinsieke motivatie om deze melkstroom te leveren. Bij de Beter Leven melkstroom is de motivatie ook intrinsiek. Bij de melkstromen PlanetProof, Koe, Natuur, Boer en VLOG is de reden om deze melkstroom te leveren extrinsiek: de reden om te leveren komt voort uit de plus op de melkprijs. Alle melkstromen, met uitzondering van VLOG melk, leveren de melkveehouder ook maatschappelijke waardering op, wat voor een deel van hen ook een motivatie is om die specifieke stroom te leveren.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de 'nieuwe' melkstromen die vanaf 2016 op de markt zijn gekomen, met uitzondering van de Beter Leven melkstroom, veelal melkveehouders trekken die op zoek zijn naar een verdienmodel om meer geld te krijgen voor hun melk. De oudere melkstromen worden vooral geleverd door melkveehouders die dit doen vanuit eigen overtuiging en omdat zij de manier van werken als prettig ervaren.

5.2 Kosten en opbrengsten

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de tweede deelvraag: 'Hoe verhouden de kosten en opbrengsten zich met elkaar, die melkstromen met zich meebrengen?'

Om een verdienmodel te creëren moet de plus op de melkprijs naast het dekken van de kosten ook nog een plus opleveren. Dit is het geval bij melkveehouders die leveren aan de Koe, Natuur, Boer stroom: 100% van hen houdt een deel van de plus op de melkprijs over. 92% van de melkveehouders die PlanetProof melk leveren houden een deel van de plus op de melkprijs over. Bij VLOG melk houden melkveehouders veelal niets over, bij biologische melk houden melkveehouders weinig over. Melkveehouders die Beter Leven melk leveren houden ook (nog) niets over van de plus op de melkprijs. Melkveehouders die weidemelk leveren houden over het algemeen een klein deel van de weidepremie over. In tabel 13.0 wordt dit schematisch weergegeven.

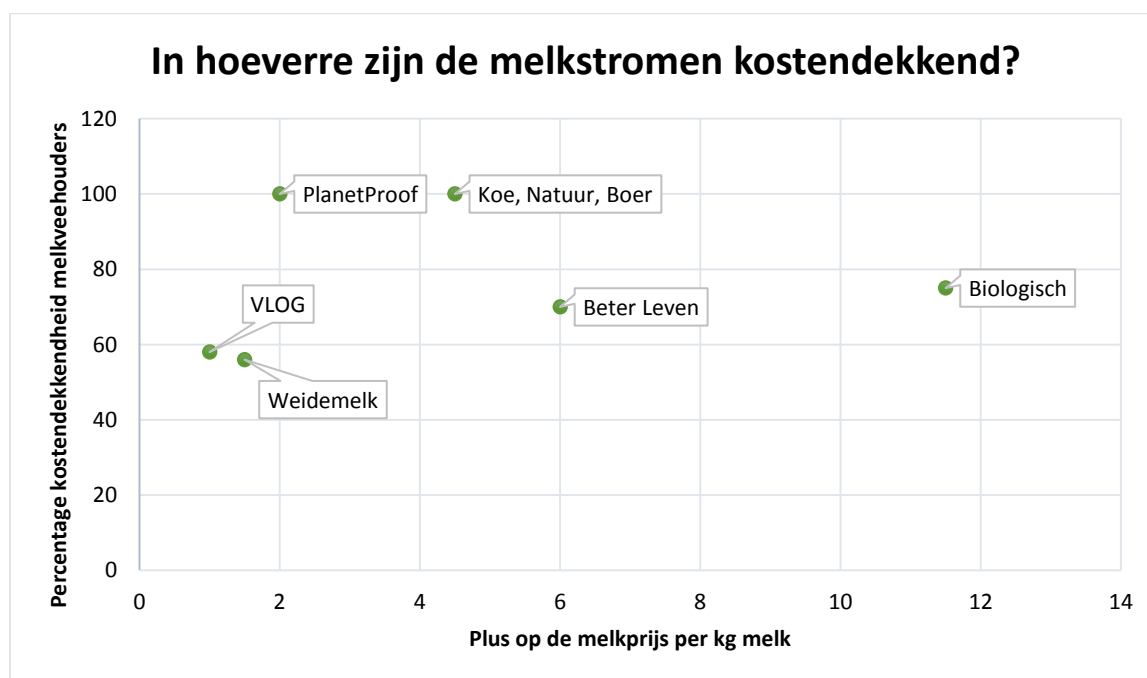
Tabel 12.0 Heeft de melkstroom een verdienmodel?

Melkstroom	Kostendekkend?	Blijft er een deel van de plus op de melkprijs over?
VLOG	Soms	Nee, slechts in enkele gevallen
Beter Leven	Soms	Nee, nog niet
Koe, Natuur, Boer	Ja	Ja
PlanetProof	Ja	Ja, bij 92% van de melkveehouders
Biologisch	Soms	Ja, al verschilt dit per jaar
Weidemelk	Soms	Erg weinig

Hieruit kan de conclusie getrokken worden dat op dit moment enkel de Koe, Natuur, Boer stroom en de PlanetProof stroom een verdienmodel genereren waarbij omzet gegenereerd wordt. De rest van de melkstromen lijken een vergoedingsmodel te hebben, waarbij de extra kosten vergoed worden maar er verder niets of weinig van de plus op de melkprijs overblijft. Dit wordt toegelicht in tabel 12.0.

Naast de gemaakte kosten op het bedrijf stelden de melkveehouders die VLOG melk, weidemelk en PlanetProof melk leveren in de enquête dat zij bij deze melkstromen ook veel extra tijd kwijt zijn aan arbeid en administratie. Bovenop de absolute kosten die gemaakt werden, rekenden zij dit nog mee als extra kosten die niet betaald hoefden te worden. Deze zouden wel meegerekend moeten worden in de kosten om een totaalbeeld te verkrijgen van hun kosten.

Tabel 13.0 In hoeverre zijn de melkstromen kostendekkend?



Bij melkstromen met een relatief lage plus is de kans dus groter dat de plus op de melkprijs niet hoog genoeg is om de kosten te dekken, zelfs als er minder inspanningen tegenover staan. In dit onderzoek zijn dit weidemelk en de VLOG melk.

5.3 Risico's

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de derde deelvraag: 'Wat zijn de risico's voor melkveehouders die een melkstroom met zich meebrengt?'

Het blijkt dat de melkveehouders een aantal risico's zien in de melkstroom die zij leveren.

Een veelgenoemd risico's dat de melkveehouders noemden is het risico dat zij geen duidelijkheid hebben over de termijn die ze de melkstroom mogen leveren, waarbij het risico deels voortkomt uit de zuivelverwerker en deels vanuit de eisen waaraan de melkveehouder moet voldoen, waarbij de melkveehouder niet weet of deze gehaald worden en of deze weer veranderd of verhoogd gaan worden.

Een ander risico dat bij meerdere melkstromen genoemd werd, is het feit dat de consument volgens hen te weinig kennis heeft over de verschillende melkstromen die in de supermarkt te vinden zijn. Dit zorgt bij melkveehouders voor een gemengd gevoel, omdat zij aan veel extra eisen moeten voldoen waar de consument geen of weinig kennis van heeft.

De belangrijkste risico's voor de melkveehouder zitten dus in de leveringscontinuïteit, de aanscherping van de gestelde eisen en hier niet meer aan kunnen voldoen of hier niet voor betaald worden en het gebrek van vertrouwen en kennis bij de consument.

5.4 Conclusie

In deze paragraaf wordt door middel van de conclusies op de deelvragen de hoofdvraag beantwoord.

'Wat is de impact van verschillende melkstromen op de inkomenspositie van de melkveehouder?'

De resultaten van dit onderzoek tonen aan dat de keuze tussen verschillende melkstromen impact heeft op de inkomenspositie van de melkveehouder, waarbij de inkomenspositie van de melkveehouder deels verbeterd is door de introductie van verschillende melkstromen. Hij kan een passend verdienmodel kiezen wat past bij zijn bedrijfsvoering of kan zijn bedrijfsvoering aanpassen om zo een betere inkomenspositie voor zichzelf te creëren als de ruimte bij de zuivelverwerkers dit toelaat. Echter, de mogelijkheid hiertoe is sterk afhankelijk van de melkverwerker en de regio waar het bedrijf gevestigd is, omdat veel melkstromen gebonden zijn aan specifieke melkverwerkers en regio's.

Verschiedende melkstromen zorgen dus voor verschillende verdienmodellen en vergoedingsmodellen bij de Nederlandse melkveehouder. Deze melkstromen zorgen daarbij voor verschillende melkprijzen, niet alle melkstromen zorgen voor een kostendekkende bedrijfsvoering. Wanneer de eisen van een melkstroom aansluiten bij het bestaande management van het bedrijf is de kans groter dat er een verdienmodel ontstaat.

De inspanningen die tegenover de plus op de melkprijs staan zijn per melkstroom verschillend, echter zorgt iedere melkstroom voor de nodige aanpassingen in de bedrijfsvoering. Melkveehouders maken hiervoor aanpassingen in hun rantsoen, in dierenwelzijn en in de stal. Ook weidegang is een veelgemaakte aanpassing in de bedrijfsvoering. Iedere melkstroom kenmerkt zich door enkele risico's, waarbij de keuze aan de melkveehouder is om te kijken of hij akkoord gaat met deze risico's of kiest voor een melkstroom waar minder risico's aan vast hangen. Hij kan dan kiezen voor een melkstroom waar hij meer leveringszekerheid heeft of aan minder strenge eisen moet voldoen.

Melkstromen zijn volgens melkveehouders niet enkel positief. Uit de interviews en de enquête onder melkveehouders blijkt dat het belangrijk is om te zorgen dat de consument meer kennis krijgt over de melkveehouderij en de verschillende melkstromen die in de supermarkt te vinden zijn. Het assortiment aan melkstromen is volgens hen te groot en de consument heeft geen kennis van de eisen waaraan de melkveehouder moet voldoen.

5.5 Relevantie

Tijdens het onderzoek bleek dat er in de literatuur weinig bekend is over de verdienmodellen van de Nederlandse melkveehouder. Vooral over de nieuwere verdienmodellen is geen informatie te vinden. Dit geeft aan dat er op dit gebied nog veel informatie te verzamelen is waardoor de Nederlandse melkveehouder meer inzicht kan krijgen in melkstromen en de verdienmodellen die daarbij horen. Dit onderzoek kan hierbij dienen als een basis voor vervolgonderzoeken naar dit onderwerp.

De resultaten van dit onderzoek tonen aan dat de keuze tussen verschillende melkstromen impact heeft op de inkomenspositie van de melkveehouder. Door de melkveehouder na te laten denken over de verschillende melkstromen en de aspecten die hierbij horen, de kosten en opbrengsten, de risico's en de reden waarom zij produceren op de manier dat zij dat doen, kunnen ze een gerichte keuze maken wanneer zij de kans krijgen om te wisselen van melkstroom. Bij voorkeur is dit een melkstroom die al dicht bij de huidige bedrijfsvoering zit, op deze manier is de verbetering van het resultaat het grootst.

Daarbij is dit onderzoek relevant voor een groot gedeelte van de Nederlandse melkveehouders, omdat zij door dit onderzoek gaan nadenken over het verdienmodel dat zij hanteren op hun bedrijf. Door actief en kritisch na te denken over de bedrijfsvoering en de manier waarop het geld verdiend wordt staat het bedrijf altijd op scherp en bestaat de mogelijkheid dat zij hierdoor aanpassingen doorvoeren.

5.6 Aanbevelingen

Er zijn verschillende aanbevelingen voor vervolgonderzoeken over dit onderwerp.

Op korte termijn

Om op korte termijn veel waarde toe te voegen aan dit onderzoek is het interessant om een andere doelgroep te onderzoeken. In dit onderzoek is er slechts rekening gehouden met melkveehouders die op dit moment al een afwijkende melkstroom leveren, waarbij er dus geen beeld geschetst wordt van reguliere melkveehouders in Nederland. Het is interessant om te onderzoeken waarom deze melkveehouders ervoor kiezen om een reguliere melkstroom te leveren omdat dit nog altijd de grootste groep melkveehouders in Nederland is.

Daarnaast zou er meer aandacht moeten komen voor de consument. De consument heeft volgens een grote groep melkveehouders te weinig kennis over waar hun producten vandaan komen. Ze trekken over het algemeen te snel conclusies op basis van te geringe kennis. Door hen meer informatie te geven over de productie van het voedsel wat zij consumeren krijgen ze een beter beeld van de agrarische sector, waardoor hun waardering groter kan en zal worden. Door meer aandacht te geven aan deze bewustwording van de consument zal de positie van de boer sterker worden. Door de krachten tussen allerlei schakels in de keten te bundelen kan er hier een goed resultaat behaald worden.

Op langere termijn

Vanuit de huidige grote hoeveelheid melkstromen in Nederland kan het veelbelovend zijn om onderzoek te doen naar melkstromen in de toekomst en hoe deze dan vorm krijgen. Door onderzoek op lange termijn te doen kan er veel informatie verzameld worden over hoe de zuivelverwerkers hier over denken, wat dit betekent voor de melkveehouder en hoe de consument hier tegenover staat. Daarnaast kan onderzocht worden of de motieven van melkveehouders om een specifieke melkstroom te leveren veranderen in de toekomst en waardoor dit eventueel komt. Het is interessant om te kijken of de trend in het aantal melkstromen doorzet, of dat het aantal melkstromen zal dalen.

Ook is het veelbelovend om te kijken hoe melkstromen in het buitenland eruit zien. Door te kijken of melkstromen daar net zo in opkomst zijn als in Nederland, kunnen ze vergeleken worden met elkaar. Daarbij kunnen ook de redenen van de opkomst van melkstromen met elkaar vergeleken worden.

Bibliografie

ABN-AMRO. (2015). *Vers in 2020*. ABN-AMRO.

A-ware. (2018, 6 29). *Albert Heijn en Royal A-ware verduurzamen kaas en zuivelschap*. Opgehaald van royal-aware.com: <https://www.royal-aware.com/nl/over-royal-a-ware/nieuws/albert-heijn--royal-a-ware-verduurzamen-kaas--en-zuivelschap/114>

Baan. (2019, 7 29). Opgehaald van BoerenBusiness: <https://www.boerenbusiness.nl/melk/artikel/10883165/komst-melkstromen-stelt-melkveehouder-voor-keuze>

Baan, W. (2019, 6 24). *FrieslandCampina telt 600 PlanetProof boeren*. Opgehaald van boerenbusiness.nl: <https://www.boerenbusiness.nl/melk/artikel/10882988/frieslandcampina-telt-600-planetproof-boeren>

BelGroup. (2018, 7 10). *Royal Bel Leerdammer investeert fors in Nederland en zet zwaar in op VLOG melk*. Opgehaald van BelGroup.nl: https://belgroup.nl/nieuws/royal-bel-leerdammer-investeert-fors-in-nederland-en-zet-zwaar-in-op-vlog-melk?items_id=561

Besseling. (2018, 7 2). *Royal A-ware levert eerste duurzame zuivel aan Albert Heijn*. Opgehaald van zuivelzicht.nl: <https://www.zuivelzicht.nl/markt/royal-a-ware-levert-eerste-duurzame-zuivel-aan-albert-heijn/>

BeterLeven. (2019). *Criteria Beter Leven zuivel melkvee*. Opgehaald van beterleven.dierenbescherming.nl: https://beterleven.dierenbescherming.nl/fileupload/zakelijk/CONCEPT_Criteria_Melkrundvee_1_ster_versie_1.0_dd._17.04.2019.pdf

BeterLeven. (2019). *Factsheet melkvee*. Opgehaald van Beter Leven: https://beterleven.dierenbescherming.nl/fileupload/2019/20190415_factsheet_Blk_voor_melkvee_DEF.pdf

Blokland, W., van den Pol, A., Rougoor, C., van der Schans, F., & Sebek, L. (2017). *Maatregelen om weidegang te bevorderen*. Wageningen: WUR.

Booij, A. (2015). Weiden mag melk kosten. *Veeteelt*, 32-35.

Bruinsma, G. (2020, 4 2). Hoe denkt u over de Beter Leven melkstroom? (Verbeij, Interviewer)

CBS. (2019, 11 26). *Opnieuw meer melkkoeien in de wei*. Opgehaald van cbs.nl: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/48/opnieuw-meer-melkkoeien-in-de-wei>

Chartier, K. (2019). *Gewoon biologisch, minder groei, meer dynamiek*. Rabobank.

de Hek, P., Immink, V., Tacken, G., Ruissen, A., Haaster-de Winter, M., & Meeusen, M. (2012). *Kracht van keurmerken: een systematisch inzicht in keurmerken en de beleving door de consument*. Wageningen: WUR.

de Lauwere, C., Hoes, A. C., Beldman, A., Reijs, J., Doornewaard, G., & Philipsen, B. (2014). *Melkveehouders over verduurzaming in de zuivelketen*. WUR.

- Dierenbescherming. (2018, 11 27). *Grootste omzetgroei Beter Leven keurmerk*. Opgehaald van dierenbescherming.nl: <https://beterleven.dierenbescherming.nl/grootste-omzetgroei-beter-leven-keurmerk/>
- Dierenbescherming. (2019, 4 15). *Nieuw Beter Leven keurmerk nu ook voor zuivelproducten*. Opgehaald van Dierenbescherming: <https://beterleven.dierenbescherming.nl/nieuws/beter-leven-keurmerk-nu-ook-voor-zuivelproducten>
- EFMI. (2013). *Eens studie naar samenwerking en verwaarding van versketens*.
- Evers, A. (2019, 7 31). *Koeien en Kansen bedrijven benaderen PlanetProof criteria*. Opgehaald van Verantwoordeveehouderij.nl: <https://www.verantwoordeveehouderij.nl/nl/koeien-kansen-1/show/Koeien-Kansen-bedrijven-benaderen-Planet-Proof-criteria.htm>
- Evers, A., Holshof, G., de Haan, M., & Galama, P. (2015). Hoog weiderendement nodig, ook bij kleine huiskavel en melkrobot. *V-focus*, 32-35.
- Haaster-de Winter, M., & Hoogendam, K. (2012). *Herkomst in de supermarkt, consumenten over de rol van herkomst bij hun voedselaankopen*. WUR.
- Hofstee. (2019, 9 26). *De markt betaalt wel voor duurzame melkstroom*. Opgehaald van elite.nl: <https://www.vakbladelite.nl/2019/09/26/de-markt-betaalt-wel-voor-duurzame-melkstroom/>
- Hoogeveen, M., Daatselaar, C., & Prins, H. (2019). *Afname derogatie: verkenning omvang en beweegredenen ondernemers*. WUR.
- Hylkema. (2019, 1 24). *Aanvullende normen voor biologische melkveehouder*. Opgehaald van Nieuweoogst.nl: <https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2019/01/24/aanvullende-normen-voor-biologische-melkveehouder>
- Jacobsen. (2017, 12 11). *Samenwerking A-ware en AH: 3 cent extra voor de boer*. Opgehaald van Melkvee.nl: <https://www.melkvee.nl/artikel/68540-samenwerking-a-ware-en-ah-3-cent-extra-voor-de-boer/>
- Jager, J. (2005). *Hogere kostprijs voor biologische melkveehouders*. LEI.
- Kaldeway. (2016, 10 6). Motivatie. *Tijdschrift voor lerarenopleiders*.
- Kandelaar, v. d. (2020, 3 20). Hoe denkt u over de nieuwe melkstromen op de markt? (Verbeij, Interviewer)
- Keurmerkenwijzer. (2019). *Weidemelk keurmerk*. Opgehaald van keurmerkenwijzer.nl: <https://keurmerkenwijzer.nl/keurmerken/weidemelk/>
- Klein Swormink, B. (2019, 11 19). *Biologische melk heeft wind in de zeilen*. Opgehaald van nieuweoogst.nl: <https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2019/11/16/biologische-melk-heeft-wind-in-de-zeilen>
- Koopman. (2018, 4 15). Dure soja maakt van VLOG-melk geen vetpot. *Veeteelt*, 32-35. Opgehaald van Veeteelt: <https://edepot.wur.nl/447447>
- Koopman, W. (2017, 6 15). Zuivelketen speelt in op Duitse vraag naar gentechvrije melk. *Veeteelt*, 36-39. Opgehaald van Veeteelt: <https://edepot.wur.nl/418210>
- Koopman, W. (2018, 4 15). Dure soja maakt van VLOG-melk geen vetpot. *Veeteelt*, 32-35. Opgehaald van Veeteelt: <https://edepot.wur.nl/447447>

- Koopman, W. (2018). Supermarkten drijvende kracht achter diversiteit melkstromen. *Veeteelt*, 6-9. Opgehaald van <https://edepot.wur.nl/442647>
- Koops, W. (2020, 3 18).
- Logatcheva, K. (2018). *Monitor Duurzaam Voedsel 2018*. Wageningen: WUR.
- Lotz, B., & van de Wiel, C. (2018). *De oprukkende maïsstengelboorder: is gentech een oplossing?* WUR.
- Luijten, T., & Reijnders, W. (2014). A-merken blijven op de sterke groei van winkelmerken het antwoord schuldig. *Maandblad voor Accountancy en Bedrijfseconomie*, 190-196.
- Meijsen. (2019, 1 24). *Marktaandelen: Lidl wint, AH verliest*. Opgehaald van Distrifood.nl: <https://www.distrifood.nl/ondernemen/nieuws/2019/01/marktaandelen-lidl-wint-ah-verliest-101121483>
- Meulenbroeks. (2020, 3 10). Wat is jou idee op de verschillende melkstromen? (Verbeij, Interviewer)
- NZO. (2020). *Duurzame weidegang*. Opgehaald van nzo.nl: <https://www.nzo.nl/duurzaam/weidegang/>
- NZO. (2020). *Marktontwikkelingen in de zuivel*. NZO.
- Peet. (2018). *Feiten en cijfers over de Nederlandse veehouderijsectoren 2018*. Opgehaald van <https://edepot.wur.nl/464128>
- PlanetProof. (2019). Opgehaald van planetproof.eu: <https://www.planetproof.eu/778/thema-s/per-sector/zuivel.html>
- Pors-Schot. (2019, 10 22). *Alle Nederlandse bio melk zal per 1 januari aan aanvullende normen voldoen*. Opgehaald van Biojournaal.nl: <https://www.biojournaal.nl/article/9155742/alle-nederlandse-bio-melk-zal-per-1-januari-aan-aanvullende-normen-voldoen/>
- Qlip. (2020). *Qlip vraag en antwoord: VLOG*. Opgehaald van Qlip.nl: https://www.qlip.nl/images/PDFalgemeen/Vraag_en_antwoord_VLOG_versie_2020-1.pdf
- Qlip. (2020). *Vraag en antwoord: VLOG*. Opgehaald van Qlip.nl: https://www.qlip.nl/images/PDFalgemeen/Vraag_en_antwoord_VLOG_versie_2020-1.pdf
- Rabobank. (2019). Opgehaald van Rabobank: <https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/veehouderij/melken-in-de-nieuwe-realiteit/nederlandse-zuivellandschap-in-2030/>
- Rabobank. (2019). *Cijfers en Trends veehouderij*. Opgehaald van Rabobank: <https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/veehouderij/melken-in-de-nieuwe-realiteit/nederlandse-zuivellandschap-in-2030/>
- Roetman. (2019, 4 16). *Eisen voor zuivel met Beter Leven keurmerk bekend*. Opgehaald van BoerenBusiness: <https://www.boerenbusiness.nl/melk/artikel/10882107/eisen-voor-zuivel-met-beter-leven-keurmerk-bekend>
- Silvis, H., & Voskuilen, M. (2019). *Grondgebondenheid in perspectief*. WUR.
- Skal. (2020). *Administratie certificeren rundvee*. Opgehaald van skal.nl: <https://www.skal.nl/certificeren/veehouderij/rundvee-en-paarden/administratie>

- SMK. (2020). Opgehaald van Planet Proof: <https://www.planetproof.eu/778/thema-s/per-sector/zuivel.html>
- SMK. (2020). *Thema's per sector (zuivel)*. Opgehaald van Planet Proof.eu: <https://www.planetproof.eu/778/thema-s/per-sector/zuivel.html>
- Steverink. (2020, 3 30). (Verbeij, Interviewer)
- StichtingWeidegang. (2019). *Kansen benutten met deelweidegang*. Opgehaald van duurzamezuivelketen.nl: <https://www.duurzamezuivelketen.nl/nieuwsberichten/kansen-benutten-met-deelweidegang/>
- Uiterwaal, J. (2020, 3 29). Wat is uw visie op de melkstromen in Nederland? (D. Verbeij, Interviewer)
- van den Pol, A., Philipsen, A., & de Haan, M. (2013). *Economisch weiden*. Wageningen: WUR.
- van der Gaag, M., & Migchels, G. (2015). *Borging uren weidegang van melkvee*. Wageningen: WUR.
- van der Horst, K. (2020, 2 6). *RFC leden leveren 760 miljoen kilo PlanetProof melk*. Opgehaald van boerderij.nl: <https://www.boerderij.nl/Rundveehouderij/Nieuws/2020/2/RFC-leden-leveren-760-miljoen-kilo-Planet-Proof-melk-537810E/>
- van der Meulen, H. (2019, 10 5). *agrimatie.nl*. Opgehaald van Biologische bedrijven hebben afwijkende bedrijfsopzet en stabielere melkprijs: <https://www.agrimatie.nl/ThemaResultaat.aspx?subpubID=2232&themaID=2267&indicatorID=2106>
- van der Meulen, H. (2019, 10 5). *Biologische bedrijven hebben afwijkende bedrijfsopzet en stabielere melkprijs*. Opgehaald van agrimatie.nl: <https://www.agrimatie.nl/ThemaResultaat.aspx?subpubID=2232&themaID=2267&indicatorID=2106>
- van der Meulen, H. (2019, 2 10). *Biologische bedrijven hebben een afwijkende bedrijfsopzet en stabielere melkprijs*. Opgehaald van agrimatie.nl: <https://www.agrimatie.nl/ThemaResultaat.aspx?subpubID=2232&themaID=2267&indicatorID=2106>
- van der Peet, G. (2018). *Feiten en cijfers over de Nederlandse veehouderijsectoren 2018*. WUR. Opgehaald van <https://edepot.wur.nl/464128>
- van der Peet, G., Leenstra, F., Vermeij, I., Bondt, N., Puister, L., & van Os, J. (2018). *Feiten en cijfers over de Nederlandse veehouderijsectoren 2018*. WUR.
- van der Sijll, L. (2020, 4 2). Wat is de situatie op de Duitse zuivelmarkt? (D. Verbeij, Interviewer)
- van Haaster-de Winter, M., & Hoogendam, K. (2012). *Herkomst in de supermarkt*. Den Haag: LEI.
- van Rossum, M. (2019, 6 20). *LTO maakt melkstromen inzichtelijk*. Opgehaald van nieuweoogst.nl: <https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2019/06/20/lto-maakt-melkstromen-inzichtelijk>
- van Schooten, H., & Smolders, G. (2010). *Biokennis bericht, beter ruwvoer, minder krachtvoer*. Wageningen: WUR.
- Veeteelt. (2018, 7 11). *CONO Kaasmakers schakelt volledig over op vlog melk*. Opgehaald van Veeteelt.nl: <https://veeteelt.nl/nieuws/cono-kaasmakers-schakelt-volledig-over-op-vlog-melk>

- Weidemelk. (2019). *Voorwaarden weidemelk*. Opgehaald van Weidemelk.nl:
<https://www.weidemelk.nl/nl/voorwaarden.html>
- Wolf, C. (2004). *Nederland en de wereldmarkt voor zuivelproducten*. Den Haag: LEI.
- WUR. (2020). *Agrimatie*. Opgehaald van Agrimatie.nl:
<https://www.agrimatie.nl/bininternet.aspx?ID=15&bedrijfstype=3>
- Zuivelzicht. (2018, 7 2). *Royal A-ware levert eerste duurzame zuivel aan Albert Heijn*. Opgehaald van
zuivelzicht.nl: <https://www.zuivelzicht.nl/markt/royal-a-ware-levert-eerste-duurzame-zuivel-aan-albert-heijn/>

Bijlage 1: Interviewstructuur zuivelverwerkers

De interviewvragen voor de verschillende zuivelondernemingen en specialisten zijn deels hetzelfde en deels verschillend per onderneming/specialist. Er is in overleg besloten om alle interviewvragen te bundelen in één bijlage. Deze interviewvragen zijn tijdens de interviews met de zuivelondernemingen/specialisten specifiek gemaakt voor dat interview.

1. In 2019 is de Beter Leven melkstroom op de markt gekomen, hoelang heeft het geduurd om met dit concept als eindresultaat te komen?
2. Hoe kwamen jullie op het idee om naast eieren en vlees nu ook zuivel in het beter leven concept te draaien?
3. Ziet u de Nederlandse consument met zijn koopgedrag veranderen?
4. De eisen die aan de melk gesteld worden zijn in samenwerking met een aantal partijen opgesteld, waaronder de melkveehouders zelf. Hoe is dit in zijn werk gegaan?
5. Hoeveel leveranciers zijn er nu? Bij de start waren dit er 6, is dit aantal al gegroeid?

6. Is er nog een wachtlijst voor boeren die deze stroom willen gaan leveren?
7. Hoe zijn de leveranciers geselecteerd?
8. Hoe kwam het dat zij juist mee wilden werken, is dit een bepaald type ondernemer?
9. Wat zijn de beweegredenen van melkveehouders om deze melkstroom te leveren?
10. Waren dit ondernemers die nog veel moesten veranderen in de bedrijfsvoering?
11. Wat zijn de grootste (extra) kostenposten voor melkveehouders die deze melkstroom leveren?
12. Jullie betalen een plus op de melkprijs van 6 cent, hoe zijn jullie tot juist deze plus gekomen?
13. Hoe is het geregeld met de afzet? Mocht de melkstroom niet goed genoeg verkopen? Voor wie is dan het risico? Met betrekking tot de investeringen die zijn gedaan?
14. Ligt alle Beter Leven melk onder dit 'label' in de schappen, of kan nog niet alle melk onder dit keurmerk verkocht worden?
15. Hoe zijn contracten en dergelijke geregeld? Is er een leveringsgarantie van een jaar? Of langer? Of is dit variabel?
16. Wat zijn de gevolgen mocht er door omstandigheden (tijdelijk) niet meer aan de gestelde eisen voldaan worden?
17. Afzet en compensatie voor de gemaakte kosten zijn cruciaal, stelde de directeur van de Dierenbescherming. Hoe wordt dit geborgd? De ene maakt meer kosten dan de ander.
18. Wie borgt de eisen van de Beter Leven melk? Een instantie zoals Qlip?
19. Hoe denken jullie over de bovenwettelijke eisen die jullie stellen aan de melk? Blijft dit extra of zal dit de standaard worden?
20. Wat doen jullie met de eisen? Voor hoelang staan deze vast? Kunnen er zomaar wijzigingen gedaan worden in de eisen? Staan deze dingen ook in het contract?
21. Mochten er nieuwe eisen worden gesteld, hoelang krijgen melkveehouders dan om deze eisen door te voeren in hun bedrijfsvoering?
22. In welke mate denken jullie dat concepten zoals Beter Leven bijdragen aan een algehele verduurzaming van de sector?
23. Zien jullie deze melkstroom als een verdienmodel of als een vergoedingsmodel?
24. Hoe zijn de bevindingen van de leveranciers van de melk?
25. Zijn er dingen/aspecten die jullie achteraf anders gedaan wilden hebben?
26. Hoe ziet u de toekomst van alle melkstromen? Zullen dit er steeds meer worden, of houdt het een keer open worden het er minder, die door meerdere fabrieken geleverd worden?

Bijlage 2: Interviewstructuur melkveehouders

De interviewvragen voor de verschillende melkveehouders met daarbij behorende melkstroom zijn deels hetzelfde en deels verschillend per melkstroom. Er is in overleg besloten om alle interviewvragen te bundelen in één bijlage. Deze interviewvragen zijn voor de interviews met de melkveehouders specifiek gemaakt voor de melkstroom.

1. Hoe zijn jullie er toe gekomen om PlanetProof melk te gaan leveren?
2. Kwam dit vanuit de melkfabriek of was dit eigen initiatief?
3. Wat is jullie beweegreden om deze melkstroom te gaan leveren? Is dit puur omzet-gericht of zit hier een deel natuur/diergezondheid etc. achter?
4. Wat zijn specifiek de aanpassingen die jullie hebben moeten doen op het bedrijf om geschikt te zijn?
5. Met welke aanpassingen hadden jullie de meeste moeite/tegenzin?
6. Welke aanpassingen gaven geen problemen?

7. Wat waren de kosten van alle aanpassingen bij elkaar?
8. Zitten hier nog kosten bij die op kortere termijn herhaald moeten worden?
9. Qua lopende kosten, hoeveel zijn deze gestegen/gedaald en waar zit dit hem in? (ander voer etc)
10. Wat is de extra opbrengst van deze melkstroom?
11. Staat deze tegenover de extra kosten? Is het leveren van deze melk rendabel?
12. Hoe bevalt het leveren van deze melkstroom?
13. Kun je beschrijven wat je als risico ziet van deze melkstroom?
14. Hoe sta je tegenover aanvullende, extra eisen van deze melkstroom? Hoe is dit dan ook geregeld in contracten?
15. Hoelang mag je deze melkstroom leveren? Contractduur?
16. Mocht je bij controle/steekproef niet aan de eisen voldoen, wat zijn dan de gevolgen? Worden jullie hierover ingelicht?
17. Hoe zie je de toekomst van de PlanetProof melkstroom?
18. Denk je dat de consument snapt wat PlanetProof melk inhoudt?
19. Hoe zie je de toekomst van melkstromen in het algemeen? Worden dit er meer/minder?

Bijlage 3: Enquête melkveehouders

Deze enquête is bedoeld om informatie te verzamelen voor mijn afstudeeronderzoek. Dit afstudeeronderzoek is gericht op verdienmodellen die achter verschillende melkstromen zitten, en hoe deze invloed hebben op de inkomenspositie van de melkveehouder. Hiervoor gebruik ik onder andere de gegevens die in de enquête verzameld worden. De ingevulde gegevens zullen na afronding van het onderzoek worden verwijderd.

1. Hoeveel stuks melkvee heeft uw bedrijf?
2. Hoeveel stuks jongvee heeft uw bedrijf?
3. Hoeveel hectare gras telt uw bedrijf?
4. Hoeveel hectare maïs telt uw bedrijf?
5. Hoeveel hectare overige teelten telt uw bedrijf? Welke teelten?
6. In welke provincie is uw bedrijf gevestigd? (meerkeuzevraag)
7. Wat is de jaarleverantie aan uw melkfabriek?
8. Heeft u op uw bedrijf een bezoekersfunctie of neventak gericht op de consument? (meerkeuzevraag)

9. Aan welke melkfabriek levert u? (meerkeuzevraag)

10. Welke melkstroom levert u? (meerkeuzevraag)

- a. Beter Leven
- b. Koe, Natuur, Boer
- c. PlanetProof
- d. VLOG
- e. Biologisch
- f. Weidemelk
- g. (gedeeltelijke) eigen afzet
- h. Regulier
- i. Overig, namelijk

H? Wat is de reden dat u een reguliere melkstroom levert en geen speciale melkstroom?

Bedankt voor uw deelname.

11. Sinds wanneer levert u deze melkstroom?

12. Wat is de reden dat u deze melkstroom bent gaan leveren?

13. Heeft u aanpassingen moeten doen om uw bedrijf te laten voldoen aan de eisen van de melkstroom? Zo ja, welke aanpassingen

14. Wat waren globaal de kosten van deze aanpassingen?

15. Wat is de stijging van de lopende kosten?

16. Wat is, uitgedrukt in Euro's, de toegevoegde waarde van deze melkstroom ten opzichte van een reguliere melkstroom?

17. Is de huidige plus op de melkstroom kostendekkend voor de lopende kosten en gedane investeringen? Waarom wel/niet?

18. Ziet u risico's in het leveren van deze melkstroom? Zo ja, welke?

19. Bent u tevreden over het leveren van deze melkstroom? Waarom wel/niet?

20. Mag ik u benaderen om telefonisch nog wat aanvullende vragen te stellen over dit onderwerp? Laat dan hier uw naam + telefoonnummer en/of e-mailadres achter.

21. Wilt u de resultaten van dit onderzoek ontvangen? Laat dan uw e-mailadres achter.

Hartelijk bedankt voor uw deelname.

