

Project Houdbare Melk

Eindrapportage

April 2020



Houdbare melk

een eerlijke prijs voor duurzame zuivelproducten



Living Lab Fryslân
natuurinclusieve melkveehouderij



Inhoudsopgave

1	Inleiding	2
1.1	Verduurzaming in de zuivelketen	2
1.2	Doel van het project	4
2	Werkwijze	4
3	Resultaten	9
3.1	De potentie voor natuurinclusieve melk in Nederland	9
3.1.1	Retail organisaties in Nederland	11
3.1.2	Inventarisatie melkstromen bij retail in 2018 en 2019	11
3.1.3	Aparte melkstromen vanuit boereninitiatieven	16
3.1.4	Conclusie inventarisatie aparte melkstromen bij retail	18
3.2	Criteria voor natuurinclusieve melk	19
3.2.1	Aanzet tot een pakket eisen	19
3.2.2	Draagvlak voor de duurzaamheidscriteria	27
3.3	Draagvlak voor de verkorte keten onder ketenpartijen	29
3.4	Draagvlak voor Cost of Production Plus Profit-model	30
3.4.1	Beschrijving van het CoPPP model	30
3.4.2	Draagvlak retailers en melkveehouders voor het CoPPP-model	33
3.5	Een beeld van het CoPPP-model in Nederland	40
3.6	De meest kansrijke route voor blockchain	40
3.6.1	Blockchain, wat betekent het?	40
3.6.2	Een Blockchain benadering voor Nederland	42
4	Conclusies en aanbevelingen	44
4.1	55

Bijlagen

1 Inleiding

1.1 Verduurzaming in de zuivelketen

Verduurzaming in de zuivelketen is belangrijk om vraagstukken met betrekking tot klimaat, milieu, dierenwelzijn en biodiversiteit het hoofd te bieden en te zorgen voor een sector die op de lange termijn op verantwoorde wijze melk kan produceren. Verduurzaming betekent ook een eerlijk verdienmodel voor de boer, zodat hij kan investeren in duurzaamheid. Op dit moment is er een aantal factoren dat deze verduurzaming belemmert. Dat heeft te maken met onder meer de structuur van de zuivelketen van producent tot consument.

Sinds de afschaffing van het melkquotum in 2015 is de Nederlandse melkveehouder meer afhankelijk van de wereldmarktprijs. Bovendien is er sprake van bulkproductie: alle geproduceerde melk vormt nagenoeg één melkplas door de structuur in de keten (coöperaties) en de gerichtheid op export. De export van zuivel(producten) bedraagt 65 tot 70% van de totale Nederlandse melkproductie. De melkveehouderij is een zeer kapitaalintensieve bedrijfstak. De vaste kosten maken een steeds groter deel uit van de kostprijs. Het wordt dan aantrekkelijker om de productie op te voeren, omdat de vaste kosten per eenheid product dan omlaag gaan. De prijs op de wereldmarkt geldt als uitgangspunt. Wereldwijd stijgt de melkproductie en een dalende prijstrend is te verwachten. Als reactie gaan melkveehouders juist méér produceren. Melkveehouders hebben geen invloed op de wereldmarktprijs, en hebben dus geen rechtstreekse invloed op hun inkomen uit de melkproductie. Het enige middel is hun productie verhogen om op die manier de vaste kosten te drukken, wat ten koste gaat van milieu, dierenwelzijn en een eerlijk verdienmodel voor de boer. Een onhoudbare situatie met alleen maar verliezers.

In Nederland zijn met het verdwijnen van Edah (2004), Super de Boer en C1000 (2012) en de samenwerking die Dirk is aangegaan met de Superunie, nu nog vijf partijen (AH, Jumbo, Superunie, Lidl en Aldi) die samen bijna de hele retailmarkt bezetten. Deze toenemende concentratie is een Europees en internationaal fenomeen. De toenemende concentratie in de supermarktbranche kreeg Europees onder andere aandacht van het Europees Economisch en Sociaal Comité.¹ De retail heeft op deze manier een grote invloed op de prijs van de zuivelproducten.

Nieuwe duurzame initiatieven, zoals bijvoorbeeld Weide Weelde, blijven een niche, omdat ze moeten opboksen tegen de dominante positie van het eigenwinkelmerk. Het eigenwinkelmerk is namelijk een belangrijk instrument voor supermarkten om marge weg te halen bij fabrikanten en om het (onbewuste) prijsniveau van consumenten te bepalen. Dit geldt met name voor basiszuivelproducten. Het is daarom bijna onmogelijk om met een nieuw duurzaam initiatief markt te veroveren omdat het zich als normaal commercieel merk moet invechten. Met als gevolg dat de prijsstelling te hoog wordt ten opzichte van het huismerk (regulier én biologisch) en daarom alleen kansen in de niche heeft. Gezien de dominante positie van de retailer in Nederland en het belang van het eigenmerk, zal bij elk nieuw duurzaam initiatief een retailer onderdeel moeten uitmaken van het concept om überhaupt kans van slagen te hebben.

Een ander belangrijk knelpunt voor een snellere verduurzaming is de huidige structuur van de Nederlandse zuivelsector. Het overgrote deel van de boeren is georganiseerd in coöperaties (85%), waarvan 1 coöperatie, namelijk Friesland Campina 73% van de markt heeft. Deze organisatie levert aan vrijwel alle retailers in Nederland en richt zich daarnaast op export. Maar het belemmert nu grote stappen voorwaarts. In een coöperatie zijn alle boeren als leden en eigenaren van de coöperatie, gelijk.

Alle leden moeten in principe hetzelfde uitbetaald krijgen voor hun melk. Zij moeten zich daarbij uiteraard houden aan de leveringsvoorwaarden waar de laatste jaren enkele duurzaamheidseisen bij zijn gevoegd. Dat zijn hele kleine stapjes, die niet leiden tot structurele duurzaamheid.

Boeren die aan een coöperatie leveren en duurzamer willen boeren (en daarvoor beloond willen worden) lopen vast in het

1 <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/promoting-fairer-agro-food-supply-chain>

principe van een coöperatie dat iedereen hetzelfde uitbetaald moet krijgen. Dat stagneert duurzaamheidsinvesteringen. De coöperatie daarentegen kan niet aan alle leden verregaande duurzaamheidseisen opleggen. Zij kan dat financieel niet waarmaken, want de meerprijs voor de boer moet uit de markt komen. Het grootste deel van de melk(producten) is voor de export. Daar geldt de wereldmarktprijs en niet een extra uitbetaling voor duurzame melk. Tegelijkertijd zijn er nu initiatieven die een meer duurzame melkstream binnen een coöperatie mogelijk maken, met eveneens onderscheid in de prijs per kg melk.

Een andere structuur?

Stel dat een retailer duurzame melk belangrijk vindt om zich te onderscheiden. Stel dat deze retailer dat samen met een groep vaste melkveehouders opzet, zodat zij gezamenlijk tot samenwerking in een korte keten kunnen komen. Dan hoeft er geen rekening te worden gehouden met de principes van een coöperatie. Duurzaamheidsvoorwaarden en prijsstelling kunnen door retail en melkveehouders onderling worden afgesproken.

In het Verenigd Koninkrijk bestaan deze verkorte ketens: een direct contract tussen retail en primaire producent, met de zuivelverwerker als partij die voor het verwerken van melk wordt ingehuurd. In dit concept maken melkveehouders en supermarkten onderling afspraken over de levering, duurzaamheidsvoorwaarden, en melkprijs. De melkprijs wordt bepaald naar aanleiding van het *Cost of Production plus Profit (CoPPP)*-model. Vervolgens onderhandelt de supermarkt met een van de melkverwerkers om de melk te verwerken. De melkveehouders leveren hun rauwe melk aan deze fabriek, die na verwerking levert aan de supermarkt. De supermarkt betaalt de boer rechtstreeks. Het CoPPP-model garandeert melkveehouders een eerlijke melkprijs die gebaseerd is op de daadwerkelijke kosten die ze (gemiddeld als groep) maken en waarbij ook het onbetaalde werk van boer en/of gezin wordt doorberekend. Dit geeft melkveehouders zekerheid en zorgt ervoor dat ze beter kunnen investeren in duurzaamheid, dierenwelzijn en landschap. Voor duurzaamheidsstappen die worden verlangd en genomen, ontvangen melkveehouders een vaste vergoeding per stap. Dit model wordt succesvol gebruikt door Tesco, Sainsbury, M&S en Waitrose in Engeland.

Een verkorte keten kan ook heel transparant worden opgezet met behulp van de moderne *Blockchain* technologie. Welke productieprocessen en geldstromen spelen zich af op welke manier en op welk moment in de keten?

Informatie kan efficiënter uitgewisseld worden, want er is geen derde partij nodig om dit te controleren. Als alle partijen in de keten afspreken dat data openbaar mogen zijn, kunnen consumenten volledig inzicht krijgen. Maar openbare data zijn geen vanzelfsprekendheid.

1.2 Doel van het project

Het doel van het project Houdbare Melk is om te inventariseren of een verkorte keten in Nederland mogelijk zou zijn. En hoe ziet zo'n verkorte keten er dan uit? Voorop staat dat een verkorte keten tot duurzaamheid in het kwadraat moet leiden: een duurzame productie op de boerderij en een duurzame opbrengstprijzen voor de boer.

Dat is best een ambitieus doel, want de huidige situatie is dat Nederland gekenmerkt wordt door hoge melkproducties op zo min mogelijk hectares met een zo laag mogelijke kostprijs om voor de wereldmarkt te produceren; de Nederlandse zuivel richt zich sterk op export. Maar liefst 65% van alle melk(producten) gaat de grens over.

Voor de melkveehouders die anders willen, gaan wij onderzoeken of het anders kan.

2 Werkwijze

Het idee van een projectvoorstel Houdbare Melk is in het najaar van 2017 besproken op het ministerie van LNV. Aanleiding was de campagne *Eerlijke Melk* van Milieudefensie waar enkele boerenorganisaties, waaronder Netwerk Gronding, zich aan hadden gelieerd. De kern van de campagne was het belang van een duurzame zuivelproductie met daarbij een eerlijke opbrengstprijis voor de melkveehouder.² Op dat moment waren er in supermarkten hoofdzakelijk twee soorten melk te koop: regulier en biologisch. Natuurinclusieve melk zou in feite een melkstream naast de twee bestaande kunnen zijn. Er was in 2017 nog geen concept waarbij primaire producenten rechtstreeks zaken doen met een retailer of retail-inkooporganisatie. Een zuivelverwerker of zuivelcoöperatie maakt altijd deel uit van de relatie. Juist in het project Houdbare Melk staat daarom een belangrijke vraag centraal: is rechtstreeks leveren van melkveehouders aan een supermarkt mogelijk om op die manier een duurzame melkstream tegen meerwaarde (uitgedrukt in opbrengstprijis melkveehouder) op te zetten?

Het project Houdbare Melk is in april 2019 van start gegaan met de partners Milieudefensie, Netwerk GRONDig en Living Lab Fryslân. In een tijdsbestek van 2 jaar (tijd tussen het idee van een projectvoorstel, indienen, beoordelingstraject, beschikking en de uitvoering) kan er veel veranderen in het zuivellandschap, mede door campagnes, aandacht voor klimaat en duurzaamheid in de media en politiek. Het positioneren door de retail op deze ontwikkelingen is daarbij heel relevant voor dit project. Het in beeld brengen van zowel de zuivelproductie als de spelers in de retail-branche is van belang als uitgangspunt bij het uitvoeren en beantwoorden van diverse (deel)vragen in het project in de situatie 2019-2020.

Het vraagstuk valt uiteen in een aantal aspecten die achtereenvolgens belicht zullen worden. Deze worden hier kort beschreven, samen met de manier waarop deze vragen beantwoord zullen worden.

Deelvraag 1: Wat is de potentie voor natuurinclusieve melk in Nederland?

Is er potentie voor aan aparte melkstream van natuurinclusieve melkveehouders? Daarvoor is een verkenning van het “landschap” van zowel de zuivel als de retail zinvol. Dat is gebeurd aan de hand van literatuuronderzoek, in combinatie met interviews met experts.

Voor de retail en de zuivelondernemingen blijken bijzondere melkstromen belangrijk om aan de consumentenvraag en maatschappelijke tendens naar meer duurzaamheid en dierenwelzijn gehoor te geven en om daarmee onderscheidend te zijn. Vanuit het project is het belangrijk om inzichtelijk te maken welke verschillende stromen er sinds 2018 zijn en wat de voorwaarden en vergoedingen zijn.

Naast de inventarisatie van het zuivel –en retail landschap is ook, voor zover mogelijk, een vergelijking gemaakt van de verschillende melkstromen, zowel in prijs (toeslag) als voorwaarden (keurmerk). Er is overigens slechts een beperkt aantal melkstromen waarvan de gegevens openbaar zijn.

Deelvraag 2: Aan welke criteria moet natuurinclusieve melk voldoen?

Er zijn in het kader van dit project nog geen definitieve criteria opgesteld voor natuurinclusieve melk. Het ontwerpproces kost tijd en vergt overleg met alle betrokkenen, om te zorgen dat er draagvlak is en er uitvoerbare criteria worden opgesteld.

² <https://milieudefensie.nl/actueel/eerlijke-melk-terugblik-op-een-succesvolle-campagne>

Er is een aanzet gemaakt tot criteria voor natuurinclusieve melk, voortbouwend op het “Beter Leven Eén Ster” van de Dierenbescherming.³ De voorwaarden beslaan drie belangrijke thema's, te weten: dierenwelzijn en gezondheid; bedrijfsinputs en leefomgeving/biodiversiteit.

Tijdens diepte-interviews met 16 melkveehouders is gepeild hoe de melkveehouder tegenover deze voorwaarden staat. Zijn de criteria haalbaar en hebben de boeren idee hoe deze het beste te borgen? Ook is de vraag aan de orde geweest wat de meerprijs per liter zou moeten zijn, zodat de investeringen om aan de voorwaarden te kunnen voldoen, betaald kunnen worden. Middels een enquête onder 950 melkveehouders zijn de criteria ook voorgelegd en is getoetst in hoeverre er bereidheid is hieraan te voldoen.

Deelvraag 3: Wat is het draagvlak onder ketenpartijen voor de verkorte keten?

Tijdens de diepte-interviews met 16 melkveehouders is het verkorten van de keten, met als voorbeeld het CoPPP-model, aan de orde gesteld. De enquête onder melkveehouders bevatte ook vragen over het verkorten van de keten, in het bijzonder gekoppeld aan het CoPPP-model.

Om het draagvlak onder retailers voor de verkorte keten te onderzoeken zijn diverse pogingen gedaan om gesprekken te voeren met supermarkten. Uiteindelijk is het alleen bij Aldi gelukt om in gesprek te gaan. De overige informatie over retailers komt uit desktop research en een gesprek met FrieslandCampina.

Deelvraag 4: Wat is het draagvlak voor het CoPPP-model onder ketenpartijen?

Onder deze deelvraag is (in lijn met het projectvoorstel) eerst het CoPPP-model uit het Verenigd Koninkrijk (VK) in kaart gebracht. Om een aanzet voor een dergelijk model voor de Nederlandse zuivel te kunnen maken, is een beschrijving van het Engelse model van belang. De beschrijving in dit rapport is gebaseerd op een werkbezoek aan Engeland (zie volledige reisverslag in bijlage 1) en een rapport van het adviesbureau Promar International. De volgende onderdelen worden beschreven:

- Hoe is het opgezet?
- Wat zijn sterke en zwakke punten van het CoPPP-model in het VK?
- Tevredenheid ketenpartijen?
- Hoe is controle geregeld?
- Wat kan er beter? Wat kunnen we van het CoPPP-model in het VK leren?

Het draagvlak onder retailers en melkveehouders voor het CoPPP-model is onderzocht door het voeren van gesprekken, afnemen van diepte-interviews en uitzetten van een enquête onder een brede, representatieve groep melkveehouders.

Deelvraag 5: Hoe moet het CoPPP-model er in Nederland uitzien?

Er is onderzocht hoe het systeem eruit kan zien in Nederland. Het bureau Promar International heeft het Engelse CoPPP-model vertaald naar Nederlandse omstandigheden en gevuld met Nederlandse data. Hierover is het advies uitgebracht, getiteld 'Establishing a dedicated retailer-producer dairy supply chain in the Netherlands'. Hier heeft het projectteam zich

³ Zie: <https://beterleven.dierenbescherming.nl/>

verder over gebogen. Vragen t.a.v. het model zijn, zoals eerder vermeld, meegenomen in de gesprekken/interviews en de enquête onder melkveehouders.

Vraag 6: Wat is de meest kansrijke route om blockchain te gebruiken

Blockchaintechnologie maakt het mogelijk om real-time informatie te delen binnen de keten en met consumenten. Consumenten kunnen toegang tot deze informatie krijgen door de QR-code op de melkverpakking te scannen met een smartphone. In de blockchain verstrekken de ketenpartners specifieke informatie over bijvoorbeeld kwaliteit van het product, milieu-impact, arbeidsomstandigheden en dierengezondheid/welzijn. De mate waarin deze informatie zichtbaar is voor consumenten en ketenpartijen is afhankelijk van de afspraken die partijen in een keten maken. Zo kan meer en betrouwbaarder inzicht worden gekregen in elke stap in het productie- en distributieproces. Daarmee kunnen ook risico's op het gebied van mens, dier en milieu aan het licht komen en ketenpartners stappen zetten om die te voorkomen. Blockchain maakt het tevens mogelijk om zicht te krijgen op de kosten in de keten, en laat daarmee feitelijk de CoPPP in de praktijk zien. Deze nieuwe technologie kan transparantie in de hele keten bieden.

In het adviesrapport van Promar International is ook een onderdeel opgenomen over hoe blockchain kan werken in de context van het CoPPP-model.

Een voorbeeld van hoe blockchain in de zuivelketen in Frankrijk wordt gebruikt:



Blockchaintechnologie geeft consumenten volledige traceerbaarheid van producten. Zij kunnen met hun smartphones een QR-code op het etiket scannen en vervolgens een interface openen. Deze informeert hen over de route die het product heeft afgelegd – van de herkomst van het land of de stal tot en met de datum waarop het product in de winkel werd gezet.

Blockchain zuivel en retailers

De Franse supermarktketen Carrefour heeft sinds april 2019 'blockchainmelk' in haar schappen.⁴ Via een QR-code op het pak kan de consument informatie vinden over de oorsprong en verwerking van het product. De informatie die consumenten met hun smartphone kunnen oproepen is bijzonder gedetailleerd. Met naam en toenaam worden de boeren, verwerkers en distributeurs genoemd die met de betreffende fles melk te maken hebben gehad. Ook is te zien waar de koe werd gehouden en wat die te eten kreeg.

Niet alle melk in de schappen van Carrefour wordt nu gevolgd op het blockchainsysteem. Het gaat enkel om volle, gemicrofilterde melk van het hoogwaardige huismerk Carrefour Quality Line. Producenten van deze melk moeten aan strenge eisen voldoen. Zo worden de koeien gehouden op boerderijen van 'bescheiden' schaal. Ook wordt de melk niet

⁴ <https://www.foodnavigator.com/Article/2019/03/20/Carrefour-applies-blockchain-to-milk-supply-chain>

gepasteuriseerd maar op een zeer milde manier bewerkt door de melk te scheiden van de room, die vervolgens te filteren alvorens de apart bewerkte bestanddelen weer samen te voegen.

In Nederland is nog geen melkstroom transparant in de blockchaintechnologie. In die zin is de route kansrijk, omdat de vraag naar duurzame melkstromen enorm is gestegen onder retailers. Een volgende, logische stap is om de transparantie van producent tot de consument verder te optimaliseren dankzij blockchaintechnologie, naar het voorbeeld van de Franse retailer Carrefour.

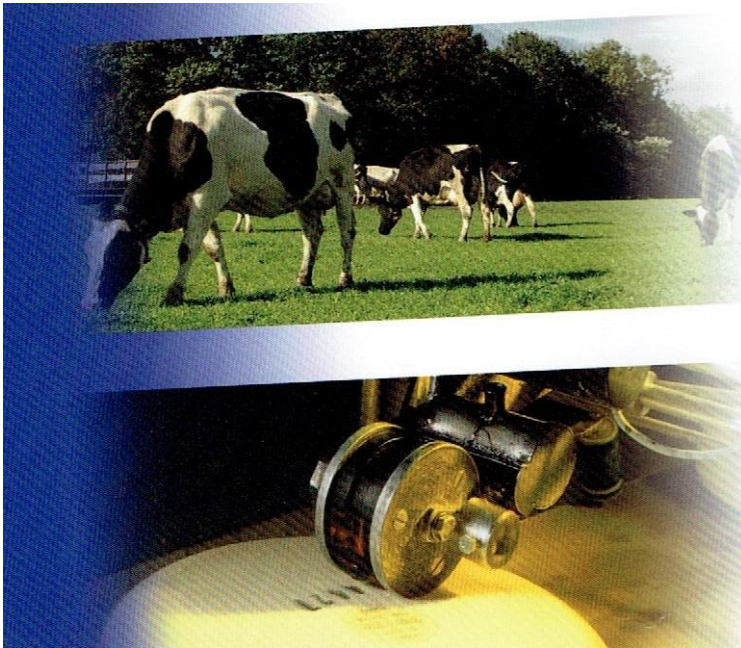
3 Resultaten

3.1 De potentie voor natuurinclusieve melk in Nederland

Sinds 2018 zijn verschillende melkstromen ontstaan in Nederland, ingegeven door duurzaamheid en een meerprijs voor de primaire producent: de melkveehouder.

Het Nederlandse zuivellandschap

Kengetallen Nederlandse zuivelsector 2018 ⁵



16.500 melkveebedrijven leveren 13,9 miljard kg melk aan de industrie

Nederland telt 1,6 miljoen melk –en kalfkoeien en ruim 1,1 miljoen hectare grasland en snijmais (28% oppervlakte NL)

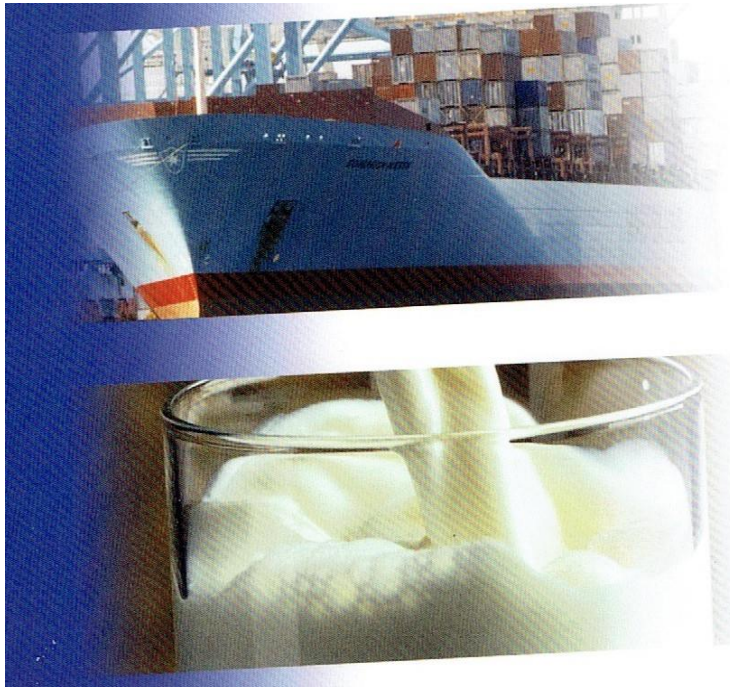
25 bedrijven met 53 fabrieken verwerken 98% van de in Nederland geproduceerde melk tot consumentenproducten en ingrediënten.

49.000 arbeidsplaatsen in melkveehouderij en industrie.

De productiewaarde van de zuivelindustrie bedraagt circa € 7,7 miljard.



5 Bron: Jaarverslag 2018 Zuivel NL



65% van de productie wordt in het buitenland afgezet, waarvan de EU de belangrijkste markt is.

De exportwaarde van zuivel bedraagt circa € 7,9 miljard en draagt voor 7% bij aan het Nederlands handelsoverschot.

35% van de productie wordt in Nederland geconsumeerd.

Gemiddeld eet een Nederlander ongeveer 20 kilo kaas per jaar. De consumptie van melk en drinkyoghurt bedroeg in 2018 ruim 57 liter per persoon.

De Nederlandse Zuivel Organisatie⁶

De Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO) is de branchevereniging van de zuivelsector met 13 zuivelbedrijven als lid. Deze bedrijven zijn goed voor 98% van de zuivelproductie in Nederland. Aangesloten zuivelbedrijven zijn: Arla Foods B.V., Ausnutria, Royal A-ware, Royal Bel Leerdammer, CONO Kaasmakers, Coöperatie DOC Kaas, Koninklijke FrieslandCampina, Zuivelfabriek De Graafstroom, Kaasmakerij Henri Willig, Hochwald Foods Nederland, Rouveen Kaasspecialiteiten, Vreugdenhil Dairy Foods en Yakult. (Friesland Campina is met 12.000 aangesloten melkveehouders de grootste zuivelorganisatie.)

3.1.1 Retail organisaties in Nederland

De inkoop namens de supermarkten wordt gedomineerd door vijf grote inkooporganisaties. Albert Heijn, Jumbo, Lidl, Aldi en de Superunie. Superunie is een inkooporganisatie van de overige retailers. De grootste hierbinnen is Plus met 6,4% marktaandeel, daarnaast betrekken nog 13 supermarktketens hun producten via de Superunie te weten Boni, MCD, Coop, Deen, Dirk, Dekamarkt, Hoogvliet, Jan Linders, Nettorama, Poiesz, Sligro, Spar, en Vomar - in totaal goed voor 1.750 winkels

⁶ www.nzo.nl

De verdeling van de marktaandeelen van de supermarkten:

Formule	2017	2018	Marktaandeel 2018
Albert Heijn	953	971	34,7%
Jumbo	584	626	19,1%
Aldi	493	501	6,8%
Lidl	415	425	10,9%
Coop	257	294	3,2%
Plus	261	263	6,4%
Spar	234	370*	1,3%
Emté	132	overgenomen	Coop/Jumbo
Dirk/Deka	200	202	5,4%
Attent	81	78	n.b.

Bron: Distrifood/site Rabobank⁷

3.1.2 Inventarisatie melkstromen bij retail in 2018 en 2019

Tot 2018 waren er twee melkstromen in vrijwel alle supermarkten: ten eerste de reguliere melk (zowel onder merknaam vanuit betreffende zuivelorganisatie als onder huismerk) en ten tweede biologische zuivel. Uiteraard ook soja- en geitenmelk, maar dat valt buiten de reikwijdte van dit project. Na 2018 zijn nieuwe melkstromen opgekomen die zich onderscheiden van de reguliere en biologische zuivel.

Hoewel niet van alle zuivelondernemingen (voldoende) informatie beschikbaar is, is het duidelijk dat alle zuivelondernemingen op enigerlei wijze duurzaamheidsprogramma's toepassen, waarbij eisen gesteld worden aan de bedrijfsvoering op het melkveebedrijf, bijvoorbeeld op het gebied van melkkwaliteit, milieu, welzijn en diergezondheid. De premie kan een vast bedrag per kg melk zijn wanneer wordt voldaan aan de eisen of een bedrag afhankelijk van de score van de individuele melkveehouder op diverse duurzaamheidsaspecten.

Weidemelk

De eerste grote aparte melkstroom is de weidemelk.⁸ Die moet voldoen aan de eis van weidegang, minimaal 120 dagen en 6 uren per dag. Alle aangesloten zuivelbedrijven zamelen deze melk apart in. De melk van bedrijven die niet aan weidegang doen wordt als een aparte melkstroom verwerkt. Binnen de weidemelk zijn vervolgens nog een aantal stromen die verdergaande eisen stellen ten aanzien van een aantal duurzaamheidsaspecten. Deze volgen hierna.

Melkstroom van Albert Heijn met Royal A-ware en groep melkveehouders

Marktleider Albert Heijn ging als eerste voor 'betere melk'. Begin 2018 koos de supermarktketen uit Zaandam voor een geheel eigen concept in samenwerking met de private zuivelverwerker Royal A-ware.⁹ Albert Heijn besloot alles in één keer om te zetten en met 'eigen' boeren te gaan werken. Daarnaast koos Albert Heijn voor melk van individuele boeren, onder meer onder de naam 'Mijn melk'. Dit laatste concept is biologische melk. De 'eigen boeren' van AH staat niet voor niets tussen aanhalingstekens. De boeren leveren aan A-ware en worden ook betaald door de zuivelaar. A-ware heeft duurzaamheidscriteria opgesteld waar de boeren voor dit concept aan moeten voldoen.

⁷ <https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/food/supermarkten/>

⁸ www.weidemelk.nl/nl/

⁹ www.royal-aware.com/nl/

Melkveehouders Gerard en Renneke van der Broek uit het Groningse Luddeweer

Waarom hebt u ervoor gekozen om melk te leveren aan de A-ware melkstroom voor Albert Heijn? “We hadden de overstap naar biologisch al eens overwogen, maar vonden deze te groot. Het Albert Heijn concept is een mooie kans tussen gangbaar en biologisch in. We hoeven onze bedrijfsvoering maar beperkt aan te passen. Er is bijvoorbeeld al sprake van blijvend grasland met percelen van wel 30 jaar oud. Ook voldoen we al aan de eis van 2,5 GVE per hectare grasland.”

Komt er veel bij de overstap kijken? “Afgelopen maand zijn we gestart met het voeren van Vlog-gecertificeerd (gentechvrij) voer. Ook wordt een extra koeborstel in de stal geplaatst. Verder moet komend seizoen naast het melkvee ook het jongvee de weide in. Stap voor stap volgen meer aanpassingen zoals het inzaaien van kruidenrijk grasmengsel. De aanpassingen worden gecontroleerd door Qlip. Melkveehouders die overstappen naar het Albert Heijn concept hebben 3 jaar de tijd om aan alle eisen te voldoen.”¹⁰



A-WARE MELKSTROOM VOOR ALBERT HEIJN
MELKVEEHOUDEERS VAN DER BROEK
“JE MOET EEN STAP DURVEN ZETTEN EN
NIET TE BANG ZIJN VOOR VERANDERING”

Zowel A-ware als Albert Heijn laat niet weten hoeveel melkveehouders er meedoen aan deze aparte melkstroom (geïnfomeerd in januari 2020).

De prijs voor de extra inspanningen bedraagt circa €3,00 per 100 kg melk. Deze meerprijs is vastgesteld ten tijde van het ontwikkelen van het concept. Er ligt geen CoPPP-model aan ten grondslag. Destijds zijn de investeringen/kosten voor de melkveehouder van de duurzaamheidseisen per liter gecalculeerd door het CLM. Het is onbekend of de 3 cent per liter ook het bedrag was dat het CLM voor de eisen had gerekend. De keten is niet korter: de melkveehouders hebben een contract met de melkverwerker A-ware, die ook inkoper is. A-ware levert de aparte melkstroom aan Albert Heijn. Het is onbekend of de melkstroom een succes is: verkoopcijfers van dit zuivelproduct en reacties van consumenten zijn niet bekend.

Melkstroom PlanetProof van Royal Friesland Campina naar de SuperUnie

In april 2019 werd het een feit: alle 14 supermarkten die hun inkoop doen bij de Superunie verduurzaamden collectief hun zuivelschap met PlanetProof-producten. Zij verkopen sindsdien de vernieuwde Melkan-producten die het keurmerk ‘On the way to PlanetProof’ hebben.¹¹ Dit gaat om melk, karnemelk, vanilleyoghurt en vanillevla. De maanden erna is het assortiment uitgebreid tot de PlanetProof Goudse kaas, vruchtenyoghurt, vla en yoghurt drinks.

Superunie heeft de introductie van de zuivellijn met het PlanetProof-keurmerk aangegrepen om direct de verpakkingen te vernieuwen. Het nieuwe design laat zien waar Melkan voor wil staan: lekkere zuivel die met liefde en plezier is gemaakt. Ook is in één oogopslag zichtbaar dat de zuivel PlanetProof is.¹²

On the way to PlanetProof is een duurzaamheidskeurmerk van Stichting Milieukeur voor onder andere zuivel. Om het keurmerk te mogen voeren moeten de melkveehouders aan hogere eisen voldoen dan algemeen geldend zijn en te boek staan als Goede Landbouw Praktijk (GLP). Ze worden daarvoor beloond met een meerprijs voor de geleverde melk. De PlanetProof-melkveehouders zetten zich extra in voor de natuur, het klimaat en het dierenwelzijn. Voor de natuur betekent dit bijvoorbeeld minder bestrijdingsmiddelen en meer ruimte voor bloemen en insecten en voor het klimaat het gebruik van duurzame energie en minder CO₂-uitstoot. Ook zorgt de melkveehouder extra goed voor de koeien en de kalveren. Zo hebben de koeien

10 Zie: <https://www.abzdiervoeding.nl/rundvee/a-ware-melkstroom-voor-albert-heijn-melkveehouders-van-der-broek/>

11 www.planetproof.nl/

12 www.planetproof.nl/nieuws/14-supermarkten-verduurzamen-zuivel--en-kaasschap-verder-met-on-the-way-to-planetproof-zuivel-van-melkan/38

bijvoorbeeld massageborstels, eigen ligbedden en gaan ze de weide in. Een goede gezondheid van de koeien en kalveren is een belangrijke eis van PlanetProof. Elk kwartaal wordt dit gecontroleerd.¹³

De hoogte van de toeslag per individuele melkveehouder is afhankelijk van de mate waarin aan de diverse eisen wordt voldaan. Deze toeslagen worden gefinancierd uit een inhouding op alle melk en boetes. De hoogte van de toeslag is onbekend.

Jumbo Beter Leven 1 ster zuivellijn

Jumbo introduceerde in april 2019 als eerste supermarktketen (en tot op heden –januari 2020- als enige) dagverse melk en yoghurt met het 1 ster Beter Leven keurmerk.¹⁴ In samenwerking met de Dierenbescherming en een klein aantal melkveehouders. Jumbo heeft een breed assortiment aan duurzamere zuivel: ook Weide Weelde is er te koop en de gewone huiskermelzuivel.

De Beter Leven zuivellijn bestaat uit vijf nieuwe zuivelproducten met het 1 ster keurmerk: halfvolle melk (1 liter en 1,5 liter), volle melk, magere yoghurt en volle yoghurt.

Jumbo heeft de ambitie uitgesproken om in 2022 alleen nog maar duurzamere melkproducten in de schappen te hebben liggen. "In Nederland zijn we gek op zuivel, dat merken we bij Jumbo elke dag. We zien ook dat onze klanten steeds vaker een bewuste keuze maken en de impact op mens, dier en milieu meewegen in hun keuze. Met de introductie van 1 ster Beter Leven melk en yoghurt helpen we onze klanten om een duurzamere én diervriendelijkere keuze te maken".¹⁵

De voorwaarden zijn opgesteld in een samenwerkingsverband tussen Dierenbescherming, Vogelbescherming Nederland, de Stichting Natuur & Milieu en melkveehouders. De zuivelproducten onder 1 ster Beter Leven hebben aandacht voor alle dieren op en rondom het boerenerf en voor een rijkere natuur. Zo leven de koeien in een koe-vriendelijkere stal met ruimte voor hun natuurlijke gedrag: meerdere drink- en vreetplaatsen en voldoende plekken om te liggen en te lopen. Niet alleen de koeien gaan 120 dagen per jaar, 6 uur per dag de wei in, ook het jongvee gaat naar buiten. Ook is er meer zorg voor het kalf: ze krijgen permanent drinkwater en blijven langer op de boerderij. Rondom het boerenerf is het goed toeven voor bijen, vlinders en andere insecten, want er komen meer bloemrijke weiden. Bovendien is het boerenerf een veilige plek voor boerenlandvogels om te broeden en jongen te krijgen, met rust, ruimte en voldoende voedsel. Behoud van sloten, greppels en andere landschapselementen helpen hierbij. In de verbreding van het keurmerk is er ook aandacht voor milieu en klimaat. De koeien eten gras dat zoveel mogelijk van de eigen boerderij afkomt, mest wordt zoveel mogelijk op het eigen land gebruikt en alleen bestrijdingsmiddelen met een lage milieu impact worden gebruikt.

Er zijn 6 melkveehouders die de zuivellijn Beter Leven 1 ster van melk voorzien. Aangezien het project een samenwerking is met Farmel, heeft deze partij de 6 melkveehouders aangewezen. Zij krijgen daarvoor een toeslag van € 0,06 bovenop hun reguliere melkprijs. De Beter Leven-melk wordt opgehaald, verwerkt en verpakt voor Jumbo door Farmel. Kleine spelers als Farmel zien hun kans schoon, nu Nederlandse consumenten en retailers rijp zijn voor meer onderscheid in een productgroep waarvoor de grondstof - melk - behalve tussen biologisch en gangbaar tot op heden geen mogelijkheden tot onderscheid bood.¹⁶

13 www.planetproof.nl/

14 beterleven.dierenbescherming.nl/

15 nieuws.jumbo.com/persbericht/zuivel-met-nieuw-keurmerk-1-ster-beter-leven-als-eerste-bij-jumbo/385/

16 www.boerenbusiness.nl/melk/artikel/10882107/eisen-voor-zuivel-met-beter-leven-keurmerk-bekend

Suzanne Ruesink, melkveehouder in Aalten (Gld.), bij haar kalveren.

Een van de Beter Leven-eisen is dat jonge kalveren in groepshokken worden geplaatst en dat ze (op termijn) pas na 4 weken worden weggedaan.

Ruesink vindt het wel een omschakeling, maar ook een aanpassing die haar bevalt. *“Het concept ligt toch al dicht bij onze bedrijfsvoering. En eindelijk weet je waar je melk naartoe gaat, zit je met de hele keten aan tafel. Dat geeft ook trots.”*¹⁷



Januari 2020: hoe staat het met de afzet van Beter Leven 1 ster zuivel bij Jumbo?

De afzet van Beter Leven-zuivel bij supermarktketen Jumbo groeit kalm, maar gestaag, zo laat een woordvoerder van het bedrijf weten. “De introductie van een nieuw product heeft vaak wat tijd nodig en we merken dat steeds meer consumenten bekend worden met zuivel met dit keurmerk. De Beter Leven-promotie gaat daar naar verwachting ook weer aan bijdragen,” zo wordt gemeld.¹⁸

LIDL houdt het bij twee melkstromen van coöperaties

LIDL is sinds 2011 gefaseerd overgestapt op weidemelk. Lidl was als eerste supermarkt (samen met een externe partij) gestart met het opzetten van criteria en een auditsysteem voor weidegang. Weidemelk is afkomstig van boerderijen waar de koeien van het voorjaar tot in het najaar ten minste 120 dagen per jaar, minimaal 6 uur per dag in de wei lopen. Inmiddels is de weidemelk standaard in alle verse en houdbare zuivel in liter pakken én in andere producten zoals boter en pannenkoeken. LIDL verkoopt daarnaast ook biologische zuivel.

Naast de weidegangmelk staan in de schappen van verse zuivel ook twee andere keurmerken: het PlanetProof en de Duitse standaard ProWeideland. Bij het laatste keurmelk gelden ook voorwaarden voor meer biodiversiteit en meer gebruik van lokaal veevoer.¹⁹

Het is onbekend wat LIDL aan de zuivelaars (extra) moet betalen voor haar zuivel. Zij doen daar geen mededelingen over.

17 www.boerderij.nl/Rundveehouderij/Nieuws/2019/4/Beter-Leven-1-ster-verbreedt-lijn-van-Top-zuivelproducten-415961E/

18 www.boerderij.nl/Rundveehouderij/Nieuws/2019/10/Jumbo-Afzet-Beter-Leven-zuivel-groeit-gestaag-483107E/

19 corporate.lidl.nl/duurzaamheid/assortiment/duurzaam-inkoopbeleid/zuivel

Duurzaamheidstoelagen die los staan van specifieke retail-bedrijven

- Er wordt een speciale toeslag verleend voor het produceren van GMO-vrije melk. In het voer worden geen grondstoffen gebruikt die zijn geteeld op basis van genetisch gemodificeerd zaad. Er worden toeslagen betaald van € 1,00 per 100 kg
- Naast het spoor met AH, betaalt Royal A-Ware ook zelf nog een duurzaamheidstoelage, welke bestaat uit een duurzaamheidspremie van € 0,50 plus een berekende gemiddelde weidegangtoelage van € 0,81 (Ervan uitgaande, dat 65% van de Nederlandse melkkoeien weidegang krijgen is de berekende gemiddelde weidegangtoelage $0,65 \times 1,25 = € 0,81$ per 100 kg melk.) en een premie van € 0,50 voor het omschakelen naar nieuwe melkstromen. Deze laatste premie van € 0,50 is in de maanden oktober t/m december 2018 uitbetaald ofwel gemiddeld € 0,13 per jaar.
- Een landelijk toegepaste duurzaamheidstoelage is de zogeheten Weidegang toeslag: Melkveehouders, die hun koeien minimaal 120 dagen en tenminste 6 uren per dag weiden ontvangen een toeslag van € 1,50 per 100 kg melk. Deze premie wordt deels gefinancierd uit een inhouding voor alle veehouders van € 0,35 per 100 kg. Verdeeld over alle melk is in 2018 een gemiddelde weidegangtoelage uitgekeerd van € 0,63 per 100 kg.
- Arla melkveehouders ontvangen een hoeveelheidstoelage vanaf 1,6 mln. kg per jaar. Deze toeslag is dus niet gebaseerd op extra inspanningen m.b.t. duurzaamheid.

3.1.3 Aparte melkstromen vanuit boereninitiatieven

Er zijn twee melkstromen bekend die vanuit boerengroepen zijn ontstaan en zij leveren aan de supermarkt. Dit zijn de korte ketens bij uitstek. Kunnen zij op tegen de concurrentie van de andere zuivelpakken met keurmerken in de schappen van de retail?

WeideWeelde zuivel in Noord Nederland

Deze ambachtelijke boerenzuivel komt van de rijke weide van twaalf Noord-Nederlandse boeren (Groningen). Zij combineren weidegang met natuurbeheer en daarmee zorgen ze voor een prachtig Nederlands landschap. Dat maakt de boeren trots op hun landschap en trots op hun product. Twee cent van elk pak melk, yoghurt of karnemelk dat wordt verkocht gaat rechtstreeks naar een weidefonds. Daaruit worden boeren financieel ondersteund als zij het aandeel natuur in het bedrijf willen verhogen. Weide Weelde is te koop bij veel filialen van supermarktketens Poiesz, de Coop in Winsum en de Doarpwinkel in Oudega. De zuivelbedrijven die meedoen aan Weide Weelde hebben minimaal 10 procent van hun grond gereserveerd voor vernat kruidenrijk grasland. Dat aandeel wordt in 2020 verdubbeld. Er wordt pas gemaaid na 15 juni en vogelvriendelijke landschapselementen worden gekoesterd.²⁰



De afzet verloopt goed door afspraken met lokale retail. De toeslag is echter gering en gaat via een verdeelsleutel, dat per saldo ongeveer 1,5 cent per liter extra oplevert voor de melkveehouder.

²⁰ www.weideweelde.nl/

Boeren van Amstel te Amsterdam

Onder de rook van Amsterdam ligt een uniek gebied waar boeren en weidevogels samen gaan: Amstelland. Dankzij de inspanningen van veel boeren hoor je in Amstelland nog de grutto, Kievit en tureluur. Dat gaat niet vanzelf. De Boeren van Amstel maaien grote delen van het land pas na het broedseizoen en de waterstand is er hoog.

Met het oog op een duurzame toekomst voor het mooie Amstelland zijn de boeren op zoek gegaan naar een alternatief verdienmodel, en zo is Boeren van Amstel ontstaan. De Boeren van Amstel zorgen voor een korte keten tussen stad en land. De Natuurzuivel wordt in het Amstelland geproduceerd, op nog geen 10 km van de Dam.

Met de zuivel van de Boeren van Amstel doen we samen iets extra's voor de vogels en de natuur van Amstelland.
De melkstroom is gestart in 2019.



Januari 2020: de zuivel van de Boeren van Amstel is te koop bij lokale retailers (franchise's) te weten Albert Heijn, COOP, PLUS en JUMBO. De afzet verloopt moeizaam. De betrokken boeren hebben uit eigen middelen geïnvesteerd in productontwikkeling en marketing. Ook hebben zij een eigen verwerkingsinstallatie opgezet en verpakkingsmachine. Elke deelnemende boer zet een klein deel van zijn melk af in dit initiatief, de rest nog aan eerdere zuivelaar. Dit om risico te spreiden. Doel is wel om in toekomst alle melk als Boeren van Amstel zuivel weg te zetten. ²¹

²¹www.boerenvanamstel.nl/

3.1.4 Conclusie inventarisatie aparte melkstromen bij retail



De afgelopen twee jaar is het zuivellandschap in Nederland enorm veranderd. Waar tot 2018 hoofdzakelijk twee soorten zuivel in de schappen lagen: regulier (bulk) en biologisch, zijn vrijwel alle retailers overgestapt op meerdere melkstromen. Kern van de nieuwe melkstromen is: gegarandeerd duurzamer geproduceerd. Bij vrijwel al deze concepten krijgt de leverende melkveehouder vanaf 1,5 tot 6 cent per liter meer voor zijn melk.

De potentie voor natuurinclusieve melk is groot en beperkt tegelijk.

Groot omdat de verwachting is dat alle dagverse melk de komende jaren meer duurzaam geproduceerd zal moeten zijn met kenmerken van natuurinclusief (enige variatie van minder tot meer gradatie natuurinclusief). De retail is volgend, zowel wat de maatschappij verlangt als wat collega's doen. De trend naar duurzame zuivel is volop ingezet sinds 2018 en lijkt door te gaan totdat het volume voor binnenlandse consumptie verzadigd is. De binnenlandse markt voor duurzame melkstromen en concepten lijkt verzadigd te gaan worden, omdat alle retailers in meer of mindere mate aparte melkstromen hebben binnen hun zuivellandschap. Een volgende trend zou kunnen zijn dat de huidige concepten verzaamd gaan worden, omdat de lat van duurzaamheidsvoorwaarden in niet alle concepten hoog genoeg is. Juist bij zo'n nieuwe trend zou het goed zijn om het CoPPP-model erbij te betrekken, zodat de effecten van duurzaamheidsvoorwaarden op de kostprijs worden berekend.

Beperkt omdat 65% van de geproduceerde melk in Nederland bedoeld is voor export. De export is goed voor een melkplas van 8.450.000.000 liter per jaar (acht en half miljard liter). Dit is een bulkproduct, waarbij de verwachting is dat er geen intentie is om de bulk verder te verduurzamen dan strikt noodzakelijk op basis van (inter)nationale akkoorden, tenzij een buitenlandse afnemer daar concreet om vraagt. Dat betekent dat het voor de exportzuivel minder goed mogelijk is om een product met een meerwaarde en een meerprijs te maken.

De realiteit is dat een meerderheid van de 16.500 melkbedrijven voor de export/bulkproductie blijft produceren. Export geeft geen economische prikkel om over te gaan op de productie van natuurinclusieve melkstromen. Toenemende regelgeving op het gebied van duurzaamheid (klimaat akkoord etc) kan melkveehouders er wel toe verplichten te verduurzamen. Het is de vraag of deze bedrijven dat financieel kunnen bolwerken, omdat de kostprijsstijging niet verhaald kan worden bij de afzet van een bulkproduct.

Geen van de retailers werkt met het CoPPP-model. Deze taak ligt veel meer bij de zuivelbedrijven. De ALDI stelt in een gesprek dat de samenwerking met de zuivelcoöperatie goed bevalt en de logistiek en verwerking daarmee gegarandeerd oké is.

3.2 Criteria voor natuurinclusieve melk

3.2.1 Aanzet tot een pakket eisen

Als een afnemer verdergaande criteria wil stellen voor melk die aan speciale eisen voldoet, is het belangrijk om rekening te houden met een aantal voorwaarden:

- Het gaat over eisen die relevant zijn voor het verantwoord en duurzaam produceren op bedrijfsniveau: het gaat dan om dierenwelzijn, verantwoorde inputs, functionele agrobiodiversiteit en regiospecifieke biodiversiteit. Deze hebben uiteraard deels hun effect op de omgeving (verminderde milieudruk), maar zijn gestoeld op algemene eisen ten aanzien van de productie van melk en vlees en kunnen worden opgenomen in individuele overeenkomsten tussen leveranciers en afnemers van melk (en vlees). Het gaat in dit kader niet om de gebiedsgerichte doelen, aangezien daarvoor andere partijen aan bod zijn, zowel wat betreft het formuleren van de wensen/eisen als wat betreft de (coördinatie van de) uitvoering.
- Een aantal maatregelen heeft betrekking op milieudruk. Momenteel zijn deze vaak ingevuld vanuit de wetgeving en vooral gebaseerd op de gebruiksnormen voor stikstof en fosfaat. Dat zijn wettelijke normen waaraan een veehouder moet voldoen. Een aantal maatregelen op het gebied van dierenwelzijn zijn ook te vatten onder de Goede Landbouw Praktijk (GLP). Die dingen doe je gewoon of hoor je te doen als ondernemer. Het gaat niet om de vraag of de huidige betaling voor de melk voldoende is, maar om het principe dat iedereen zich aan de wet moet houden en dat daarvoor geen extra betaling gedaan wordt. In het Europese landbouwbeleid wordt dat gevat onder de term “cross compliance”. Het gaat dus bij het nemen van duurzaamheidsmaatregelen activiteiten die verder gaan dan wat nu onder wet en Goede Landbouw Praktijk valt (zg. bovenwettelijke maatregelen), of om maatregelen die duidelijk anders zijn dan hetgeen wettelijk is verplicht.
- In vervolg op het voorgaande, er is een goede onderbouwing nodig voor de verdergaande maatregelen. Het moet helder zijn wat er beter of anders wordt, waarom een waarde is gekozen voor een criterium en hoe het aansluit bij de wensen van een consument die daar ook meer voor wil betalen.
- Tenslotte moet de maatregel te controleren zijn, het moet onderdeel zijn van een systematische monitoring. Dat betekent eenduidige definities, heldere grenswaarden en registratie die eenvoudig, transparant en controleerbaar is.

Op basis van de vier criteria op bedrijfsniveau (inclusief dier en perceel), bovenwettelijk en goede onderbouwing voor een doelwaarde, is een aanzet gemaakt voor een set van maatregelen.

Zoals ook in 3.1.2. aan de orde is geweest, zijn er verschillende keurmerken in de markt, zoals “On the Way to PlanetProof” en “Beter Leven één Ster”. Deze keurmerken hebben een aantal overeenkomsten, maar ook nog wel verschillen. Deze keurmerken besteden allen aandacht aan milieu en biodiversiteit en in verschillende mate aan dierenwelzijn en klimaat. Een overzicht van de maatregelen en hun onderlinge vergelijking staat in bijlage 2.

De set aan criteria die in dit project zijn ontwikkeld hebben geen enkele formele status, omdat ze niet zijn gekoppeld aan afspraken tussen leveranciers en afnemers van melk. Ze zijn te beschouwen als een aanzet voor discussie en dienen vooral om te onderzoeken of een “Cost of Production” (COP) benadering kan werken.

Een aanzet tot een pakket aan eisen voor melkveebedrijven

De maatregelen worden onderverdeeld in drie categorieën zoals deze in het CoPPP-model worden gehanteerd

Dierenwelzijn

criterium	Beschrijving	Houdbare melk criteria
Boxen	Beschikbaarheid	Elke koe een ligbox
Boxen	Grootte en comfort	Ruim genoeg om makkelijk te liggen, geen stoten aan randen
Boxen	Vloer en comfort	Srooisel of koe matras
Borstel	gelegenheid	één borstel per 60 koeien
Kalveren	Verblijf bij koe	Korte tijd bij de koe (max 6 uur)
Kalveren	Biestverstrekking	Biestverstrekking zo snel en zoveel mogelijk na kalven. Essentieel voor overdracht van ziekteresistentie
Kalveren	Huisvesting	Individuele huisvesting, zichtbaar voor andere kalveren. Groepshuisvesting vanaf twee weken, bij goede gezondheid.
Kalveren	Uitvalspercentage	Sterfte rond en na kalven maximaal 3 %, bij hogere percentages inzet kalvercoach
Onthoornen	Verwijderen	Pijnbestrijding tijdens en na onthoornen.
Drinken	Toegang tot water	Vanaf 20 koeien minimaal 2 drinkbakken, bij meer dieren één drinkbak per 20 koeien. Bij grote drinkbakken (> 2 meter lengte) één drinkbak per 25 koeien.
Drinken	Kalveren toegang tot water	Altijd beschikbaar, vanaf een leeftijd van drie dagen.
Eten	Plek voor vreten is nodig	Per koe één vreetplek
Vloer	hardheid	dichte vloer, gescheiden inzamelen mest en gier. Toe te passen bij nieuwbouw of renovatie
Vloer	ruimte	6 m ²
Weiden	Melkvee	Minimaal 180 dagen * 8 uur per dag
Weiden	Jongvee	Kalveren afhankelijk leeftijd, overig jongvee als draagkracht land het toelaat
Transport	leeftijd voor afvoer kalveren	2 weken en goed gezond, anders aanhouden tot het kalf gezond is.
Transport	tijd en afstand	4 uur of maximaal 250 km

Verdergaande eisen in Houdbare Melk kunnen betrekking hebben op:

- Het langer houden van kalveren bij de koe. BL1 hanteert de eis dat de koe tijd moet hebben om het kalf schoon te likken en komt uit op een tijd van 24 uur. Voor HM wordt een grens aangehouden van maximaal 6 uur: schoonlikken van het kalf. Langer aanhouden geeft later problemen bij scheiding. De biestvoorziening in de eerste 12 uren na kalven is cruciaal voor de gezondheid van het kalf. Daarom is het drinkgedrag van het kalf een punt van aandacht. Als het kalf niet genoeg drinkt of kan drinken, moet worden ingegrepen en het kalf met biest worden gevoed. Dat is lastig te controleren.
- De huisvesting van kalveren. In de jaren 70 en 80 van de voorgaande eeuw is het systeem van kalverhutten ontwikkeld: frisse lucht en niet meer in de stallen waar besmettingen makkelijk worden opgelopen. Daardoor is de kalversterfte fors teruggedrongen. Deze individuele huisvesting blijft gehandhaafd. Dieren moeten elkaar kunnen zien. Groepshuisvesting wordt pas toegepast vanaf twee weken, indien de dieren goed gezond zijn.

- Als de kalveren voor eigen opfok groot genoeg zijn, moeten ze elders in groepen worden gehuisvest op vaste vloeren met stro,
- Kalveren worden nu vaak verkocht aan kalvermesterijen. Er wordt op verschillende plaatsen nagedacht over een andere wijze van opfokken en afmesten, zodat deze dieren kunnen weiden voordat ze uiteindelijk worden geslacht. Dat vereist wel een nieuwe productielijn, die niet op korte termijn is te realiseren. Zodra deze nieuwe lijn is/wordt ontwikkeld, kan deelname daaraan een eis worden.
- De eisen voor het moment van de afvoer van kalveren zijn een leeftijd van twee weken bij goede gezondheid. .
- Levensduur melkvee. De gemiddelde productieve levensduur (jaren na eerste kalfdatum) is iets meer dan 3 jaar. Voor melk met een meerwaarde wordt als minimum eis gesteld dat de koeien minstens 4 productieve jaren mee moeten gaan op een bedrijf.
- Voor de vervanging van het melkvee wordt uitsluitend eigen jongvee gebruikt om insleep van ziekten te voorkomen.
- Als onderdeel van een lange levensduur en voorkomen van de noodzaak overmatig jongvee aan te houden, mag de maximale uitval van jongvee na de eerste maand slechts 3 % bedragen. Bij een hogere sterfte wordt een kalvercoach ingeschakeld en een plan van aanpak opgesteld om de sterfte te verlagen. Resultaten worden na een jaar geëvalueerd.
- De weidegang: de eis van 120 dagen en minimaal 6 uur per dag is echt een ondergrens. Je moet je dan serieus afvragen of de voeropname in de weide nog een serieuze fractie van het gehele rantsoen in de weideperiode. Als je weidegang serieus wilt nemen als systeem om vers gras op te nemen kom je toch al snel op het 180 dagen en 8 uur per dag als ondergrens: het gehele groeiseizoen lopen de koeien in elk geval steeds een halve dag buiten. Voor de weidegang van kalveren zijn indertijd (zeventiger jaren vorige eeuw) al heldere eisen opgesteld, rekening houdend met de weerbaarheid van de dieren. Kalveren moeten minstens drie maanden oud zijn voor ze naar buiten gaan en mogen alleen op zg. etgroen weiden, percelen die voorafgaand zijn gemaaid. Kalveren moeten in de loop van september weer naar binnen, als nachten kouder worden. Dat betekent bij een gespreid kalvende veestapel dat een deel van de kalveren niet wordt geweid in het eerste weideseizoen dat ze levend meemaken. Kalveren die na 1 juli worden geboren hoeven niet meer te worden geweid in datzelfde jaar. In het twee weideseizoen dat de dieren meemaken, moeten oudere kalveren (dieren < 1 jaar) en pinken (dieren (1 – 2 jaar) prima vanaf het begin tot het einde van het weideseizoen weiden..
- Boxen en vloeren. Voor boxen zijn de eisen gelijk aan hetgeen bij BL1 wordt gehanteerd: voor iedere koe moet een box beschikbaar zijn, de boxen moeten ruim genoeg zijn om in te liggen en de boxbedekking moet bestaan uit een koematras of stro of vergelijkbaar materiaal. Ook grasachtige biomassa uit natuurterreinen is toegestaan. Wat betreft de vloeren, er is een ontwikkeling gaande naar stallen waar mest en gier gescheiden wordt verzameld. Deze stallen hebben dichte vloeren. De overschakeling naar vaste mest en gier komt om verschillende redenen op gang. Veel veehouders die meer natuurinclusief willen werken willen overschakelen naar de gescheiden opvang van mest en gier en het weer gebruiken van stromest. Er zijn verschillende voordelen aan deze stalvorm, waaronder een sterke vermindering van de ammoniakvorming. Ook in het kader van de vermindering van de broeikasgasemissies wordt de ontwikkeling van een gescheiden opvang van mest en gier nagestreefd. Het gescheiden hebben van mest en gier biedt ook kansen voor andere bemesting, met mogelijk een betere beschikbaarheid van voedsel voor onder meer weidevogels. Daarmee is de nieuwe stal een uiting van de wens tot een andere, meer natuurinclusieve bedrijfsvoering. Deze stallen zijn wel duurder dan de gewone stallen die op basis van drijfmest werken. Aangezien stallen voor langere tijd staan en een forse investering vergen, kun je als eis formuleren dat bij verbouw of nieuwbouw wordt overgegaan tot gescheiden verzameling van mest en gier. Voor de huisvesting van kalveren is weinig ruimte nodig. Deze moeten in groepen worden gehuisvest op dichte vloeren met stro.

Geen van de bovenstaande eisen is formeel bovenwettelijk, althans er zijn geen wettelijke eisen gesteld aan het houden van dieren e.d., behalve dat er algemene regels gelden met betrekking tot het houden van dieren. Voor huisvesting is omschreven dat de stallen moeten passen binnen de Regeling Ammoniak en Veehouderij (RAV). De hierboven omschreven stallen komen binnenkort in de RAV, maar zijn wel verdergaand dan vele andere stallen in die regeling. In die zin kunnen ze wel een reden zijn om extra betaling voor te geven, aangezien er niets exact is omschreven.

Eisen inputs van bedrijven

criterium	Beschrijving	Houdbare melk criteria
Krachtvoer	Aandeel in rantsoen	< 20 % van de totale voeropname
Krachtvoer	Herkomst grondstoffen	100 % Europees, alleen restproducten van voedingsmiddelen- en dranken industrie: producten die niet geschikt zijn voor humane consumptie. Bij eigen teelt geen restricties.
krachtvoer	soja of palm producten	buiten Europa, dus niet relevant
Krachtvoer	GMO of niet	100% non GMO
Gewasbescherming	keuze middelen	Geen glyfosaat of andere gevaarlijke stoffen. Geen chemische bestrijding in grasland.
Energie	Elektriciteit	Streven naar max 50 kWh per 1000 kg melk. Inzet energiebesparende technieken.
Energie	Elektriciteit	100 % groene energie
Energie	Gas	geen gasaansluiting bij nieuwbouw
Grondgebondenheid	Verhouding land en vee	Alle mest moet op eigen land kunnen worden aangewend. Geen mestafvoer nodig. Onderbouwing op basis van KringloopWijzer.
Landgebruik	Landruil voor bollen	Niet toegestaan
Mineralen	Input-output balans	KringloopWijzer bijhouden of mineralenbalans overleggen.
Mineralen	Fosfaat meststoffen	P balans neutraal, aanvoer mag, indien nodig
Mineralen	Stikstof kunstmest	max 75 kg N/ha.
Mineralen	mestvergisten	niet relevant
Ruwvoer	aankoop	<50 km
Emissies	broeikasgassen	Flexibel, afhankelijk bedrijfsomstandigheden
Blijvend grasland	Oppervlakte	100 %, min 85% van bedrijfsareaal, vergelijkbaar met voorwaarden bovengronds uitrijden. Geen uitwisseling blijvend grasland met bouwland. Graslandverbetering alleen via doorzaai. Herzinaai met grondbewerking verstoort bodembiodiversiteit en daarom zeer beperkt toegestaan.
Vruchtwisseling of samenwerking akkerbouw	Aandeel van bedrijfsareaal	Tijdelijk grasland in vruchtwisseling maximaal drie jaar oud. Inzet gras-rode klaver als tijdelijk grasland. Inzet bouwland niet voor bloembollen. Voorkeur voor teelt van vlinderbloemige krachtvoervangers. Deze leveren eiwit, vergen geen kunstmest N en leveren een bloeiend gewas. Dit draagt bij aan biodiversiteit.

Aanvullende eisen zijn te formuleren voor:

- Het rantsoen van de koeien. Er zijn relaties tussen het rantsoen en de melkkwaliteit. Rantsoenen met vers gras in de zomer zorgen voor een andere verhouding tussen Omega-3 en -6 vetzuren in de melk. Die verhouding is belangrijk voor de gezondheid. Ook het gebruik van mais in het rantsoen (zowel zomer als winter) heeft gevolgen voor de melkkwaliteit. Een kaasproducent als de Fryske stelt als eis dat er geen snijmais wordt gevoerd aan het vee. In dit pakket de eis opnemen dat het rantsoen geheel uit gras (vers en geconserveerd als hooi of kuil) moet bestaan.
- Het gebruik van krachtvoer verder beperken. Maximaal 20 % van het rantsoen mag bestaan uit extern aangekocht mengvoer. De oorsprong van de grondstoffen is bij voorkeur Nederland en bestaan uit bijproducten, zoals bietenpulp, bierbostel, graanbijproducten e.d.
- Externe inputs: fosfaat: evenwichtsbemesting met fosfaat, als je zelf niet genoeg dierlijke mest hebt, dan mest van anderen of andere organische aanvulling. Als de veebezetting zo laag is dat geen derogatie nodig is, kan de aanvulling ook uit kunstmest-P bestaan. Door een lagere veebezetting bestaat de kans dat de afvoer van P via melk en vlees groter is dan de aanvoer via extern gekocht voer.
- Externe inputs: stikstof. N bemesting: er gaat relatief veel N verloren in de gehele productiecyclus op veehouderijbedrijven. N is nu eenmaal een erg vluchtig en oplosbaar element (als NH₃, N₂, N₂O, NO₃). Om de productie op peil te kunnen houden is een aanvulling met N noodzakelijk. Dat kan een lager niveau zijn dan het huidige. Voor het grondwater is de huidige N bemesting op klei- en veengronden geen enkel probleem. Het niet gebruiken van N kunstmest is nu nog een stap te ver. Dan kom je bijna uit bij biologische landbouw. Daarom wordt een maximaal niveau aangehouden van 75 kg N per hectare per jaar.
- Landgebruik: het landgebruik bepaalt de hoeveelheid organische stof. Graslandverbetering leidt altijd tot een kleine daling, afwisseling van grasland met één of twee jaren bouwland leidt tot sterke dalingen en omzetten van blijvend grasland in tijdelijk grasland in wisselbouw of permanente akkerbouw leidt tot zeer sterke afname van organische stof. Blijvend grasland is belangrijk voor (bodem)biodiversiteit en wormenpopulaties. Graslandverbetering zonder gebruik van bestrijdingsmiddelen. Een punt van aandacht is de samenwerking met akkerbouwers. Dat is erg populair, deels vanwege de mogelijkheid meer aardappelen te kunnen verbouwen (wat al onder BL1 niet is toegestaan). Maar een ruimer bouwplan in de akkerbouw heeft zijn voordelen. De afweging is nog niet klaar, de discussie loopt nog volop. De eisen ten aanzien van landgebruik worden momenteel ontwikkeld. Binnen afzienbare termijn komt er een rapport beschikbaar dat een aantal van deze eisen op een rij zet, evenals de wijze waarop dit gemonitord kan worden.²²
- De teelt van een aantal akkerbouwgewassen op het melkveebedrijf kan daar leiden tot meer bestrijdingsmiddelen. Dat zorgt meestal wel voor een lager gebruik elders. Het totale middelengebruik moet dalen, NU nog geen eisen ten aanzien van de locatie waar de middelen worden gebruikt.
- Broeikasgassen: Planet Proof stelt duidelijke eisen aan de emissie van broeikasgassen per kg melk. Het blijkt echter dat er een relatie tussen intensiteit van de bedrijfsvoering in kg melk per ha, gebruik van snijmais en de afwezigheid van extensief graslandgebruik. De eisen in Planet Proof hebben nu soms het effect dat veehouders willen ophouden met weidevogelbeheer of andere extensiveringsmaatregelen. Er is dus sprake van spanning tussen broeikasgassen en biodiversiteit. Er moeten nog passende emissieniveaus worden vastgesteld. Wel

22 Lesschen, J.P., Vellinga, T., van der Linden, A., Schils, R.L.M., 2020. Mogelijkheden voor monitoring van CO₂ vastlegging en afbraak van organische stof in de bodem op melkveebedrijven. Wageningen, Wageningen Environmental Research, Rapport 2993. 64 blz.; 19 fig.; 12 tab.; 33 ref.

worden de volgende eisen gesteld (zijn apart geformuleerd): blijvend grasland 100 %, geen herinzaai toestaan, alle elektriciteit is duurzaam, bij verbouw/nieuwbouw van stal scheiding van mest en gier toepassen.

- Blijvend grasland: als het ruwvoer alleen uit gras bestaat, kan in feite alle land op het melkveebedrijf bestaan uit blijvend grasland. Dat is positief voor de hoeveelheid organische stof en daarmee voor de vastlegging van koolstof. De definitie van blijvend grasland is dat op geen enkel moment het grasland gescheurd mag worden voor tijdelijk gebruik als bouwland en dat herinzaai van grasland bij hoge uitzondering is toegestaan. Het vijfjarig gemiddelde mag maximaal 2 % bedragen. Doorzaai van grasland met gras, kruiden en/of klaver is toegestaan.
- Minimaal 10 % van het blijvend grasland is als kruidenrijk aan te merken (minimaal 10 soorten aanwezig).
- Akkerbouw in wisselbouw. Maximaal 15 % van het areaal kan bestaan uit de teelt van voedergewassen of andere producten. Tijdelijk grasland in wisselteelt valt binnen deze 15 %. Blijvend grasland kan niet worden ingezet in wisselbouw. De verbouw van eigen krachtvoervangers is een goede mogelijkheid en valt niet onder de restrictie van ongeschiktheid voor humane consumptie.

De eisen met betrekking tot de hoeveelheid bijproducten en mengvoer in het rantsoen en de volledig Europese oorsprong zijn in feite als bovenwettelijk te beschouwen, evenals de eis dat er non-GMO producten . Er is geen Nederlandse regelgeving op dit gebied. Datzelfde geldt voor de verplichting van een volledig grasrantsoen en het maximeren van de kunstmest N-gift tot 75 kg per ha. Ook de eisen t.a.v. glyfosaat en landruil voor aardappelen, bollen of lelies zijn als bovenwettelijk te beschouwen.

Eisen voor bevordering van biodiversiteit

criterium	Beschrijving	Houdbare melk criteria
broedgelegenheid vogels boerenerf	toegang tot gebouwen e.d.	Beoordeling door ecooloog. Bij onvoldoende broedgelegenheid een eenvoudige beschrijving van maatregelen opstellen en uitvoeren direct in het jaar erna. Rekening houden met regels mbt voedselveiligheid.
broedgelegenheid weidevogels		Bedrijfsplan opstellen in samenspraak met omgeving. Deelname aan ANV of beheers collectief is verplicht. Als geen beheersovereenkomsten gesloten kunnen worden, moeten andere maatregelen worden getroffen. Vast te stellen in samenspraak met ANV of collectief. In ieder geval nestbescherming.
Huisdieren	Katten	Katten zoveel mogelijk binnenhouden en voeren in broedseizoen. Anders vormen ze een bedreiging voor jonge vogels in het veld en mogelijk op het erf.
Erfbeplanting	bomen, struiken, randen	Moet aanwezig zijn. Beoordeling door ecooloog of ANV. Als toestand matig is, dan plan opstellen en uitvoeren. Controleren een jaar later.
kruidenrijk grasland	aandeel van de oppervlakte	10 % van de oppervlakte, met beperkingen in gebruik, zoals beperkte bemesting, bv vaste mest
kruidenrijk grasland	verhoging grondwaterstand tot plasdras	Te regelen via beheersovereenkomsten.
Perceelsranden	Beheer	Extensief beheer van perceelsranden. Bij bouwland inzaai van bloemen/kruiden mengsels, bij grasland niet bemesten en later maaien. Bij beweiding kunnen perceelsranden gewoon meedoen.
landschapselementen	heggen, sloten, greppels, rietkragen	5 % als het landschap dat toelaat, regio specifiek. Actief beheer van singels, houtwallen en rietkragen.
landschapselementen	Sloten, bomen en houtwallen om het erf	Aanwezig, flexibiliteit om te verplaatsen bij uitbreiding. Herplanting in jaar aansluitend op erfuitbreiding. Niet kappen en snoeien in broedseizoen

Aanvullende eisen zijn te formuleren voor:

- Het vermoeden bestaat dat verstoring van de bodem door herinzaai gevolgen heeft voor het bodemleven, met name de populatie aan regenwormen.²³ Dat zou betekenen dat je eisen moet stellen aan de wijze van graslandverbetering. Ook als wordt omgeschakeld naar kruidenrijk grasland. Doorzaaien is dan in feite de enige mogelijkheid.
- Kruidenrijk grasland: blijft in feite ongewijzigd. Het weidevogelbeheer is onderdeel van andere afspraken en zou buiten de criteria van BL2 moeten blijven, evenals de plas-dras maatregelen.

23 Onrust, J., 2017, [Groningen]: Earth, worms and birds, PhD thesis Rijksuniversiteit Groningen, 146 p.

- Het aanleggen van perceelsranden, zowel in grasland als bouwland. Dat betreft land, maar ook slootkanten en mogelijk slootbeheer, voor zover de sloten niet schouwplichtig zijn. Ook het anders beheren van overhoeken en andere incurante stukken kan een aanvullende eis worden. Hieraan een minimum waarde voor de perceelsoppervlakte opgeven. Tegelijk moet dit allemaal wel op verantwoorde wijze gebeuren. Je moet dan eisen stellen aan planvorming, uitvoering en beheer.

Alle eisen zijn als bovenwettelijk te beschouwen.

Spanningen tussen wensen

- De spanning met klimaat: lage methaanemissie vereist veel jong gras, veel snijmais, daarnaast mogelijkheden tot gebruik van additieven en fokkerij. Voor de lange termijn belangrijk om positie te kiezen m.b.t. additieven om methaanvorming in de pens te reduceren.
- De lagere ruwvoerkwaliteit als gevolg van ander graslandbeheer en minder inputs (niet sterk, maar wel een beetje) en het minder gebruik van krachtvoer zal leiden tot lagere melkproducties per koe. Daarmee zal de broeikasgasemissie per kg melk stijgen. Dat staat haaks op wensen vanuit de zuivelsector. In Planet Proof is niet voor niets hier een scherpe eis neergezet voor de emissie per kg melk. Het kan een bewuste keuze zijn om een iets hogere emissie per kg melk te hebben in ruil voor een hogere kwaliteit van de omgeving. Dat moet wel goed worden uitgelegd.
- Datzelfde geldt voor de P excretie, die zal per kg melk toenemen, omdat de koe minder melk zal produceren. Het betekent misschien dat de totale hoeveelheid melk op een bedrijf kan afnemen, omdat de P excretie op het bedrijf niet mag toenemen. Ook hier geldt dat het geen probleem hoeft te zijn, maar je moet wel deze effecten verdisconteren in de extra prijs voor de melk.

3.2.2 Draagvlak voor de duurzaamheidscriteria

Het draagvlak voor de voorgestelde criteria is verkend in interviews met 16 veehouders en in de enquête onder melkveeouders.

De bedrijven van de 16 ondervraagde melkveeouders

Er zijn in 7 verschillende provincies 16 boeren geïnterviewd om zo diversiteit in cultuur en gebiedsomstandigheden na te streven: Noord Holland, Utrecht, Zuid Holland, Brabant, Friesland, Gelderland en Overijssel. De bedrijfsgrootte kent een variatie van een bedrijf met 34 melkkoeien tot een bedrijf met 200 melkkoeien. Een derde melkt met robots. Allen zijn grondgebonden en hebben de melkveehouderij als hoofdtak/hoofdinkomen.

De melkveeouders

De leeftijd van de boeren varieert van 32 tot 58 jaar. Twee derde is jonger dan 45 en hebben dus nog een aanzienlijk werkzaam leven voor zich. Van de 16 ondervraagde boeren is 1 vrouw. Van de 15 mannen, zijn 2 zonder partner. Ze vinden zich op de eerste plaats allemaal boer en minder een onderhandelaar over de prijs met een afnemer. Op 2 na weet niemand van deze 16 exact de kostprijs op hun eigen bedrijf van een liter melk. Ook bij doorvragen is de reactie 'dat het altijd wel goed komt door stabiele inkomsten en uitgaven'. Het beleid van de overheid baart de boeren meer zorgen dan de melkprijs, Bijna alle 16 zijn op zich tevreden met de melkprijs, vooral de leveranciers aan Friesland Campina (13 van hen).

Opvatting boeren voorwaarden in project Houdbare melk

Op zich zijn zij allen enthousiast voor een aparte melkstroom grondgebonden melkveeouders. De stemming overheerst dat deze groep een meerprijs verdient omdat zij in balans met de omgeving en het milieu werken en geen mestoverschot veroorzaken. Over de concept voorwaarden zijn zij overwegend minder enthousiast, enkele voorbeelden:

- biodiversiteit staat te vaag omschreven, laat staan dat dit dan uitgevoerd en geborgd kan worden. Twee boeren hadden het over de Biodiversiteitsmeetlat door CLM ontwikkeld jaren terug.
- kalf langer bij de koe zijn de boeren het op 1 na mee oneens. Ook het in de groep doen van pasgeboren kalf zien zij niet zitten. Minimaal eerste week apart.

- kunstmest vindt de meerderheid te strak/te zwaar. Willen flexibiliteit behouden en pleiten voor maximaal 75 kg ipv 50 kg kunstmest p/h.
- weidegang: opvatting varieert van 'aan boer overlaten, want verplichting is te strak. Bij slechte natte zomer gaan koeien liever naar binnen' tot aan: 'ook voor jongvee vanaf 6 maanden weidegang invoeren bij dit concept'
- antibiotica vinden de meeste een overbodige voorwaarde. Er wordt al minimaal gebruikt en bij zieke koe moet het beschikbaar blijven.
- de 10% kruidenrijk grasland is voor de meeste veel, want dat is concreet een tiende van het bedrijf. Vraag van hen is wel: geldt dat op bedrijfsniveau of per hectare tien procent inzaaien als kruidenrijk? Een enkele noemt dat uitgesteld maaien ook beter is voor biodiversiteit en vogels.
- over het algemeen vinden de boeren dat er ook criteria voor dierenwelzijn bij moeten staan. Concrete tips: voldoende lig en vreetplaatsen.
- verder nog een tip voor aanvullend criteria: stroomverbruik meenemen of juist de inzet voor schone energie op het bedrijf en CO2 opslag meenemen. Juist bij grondgebonden bedrijven is veel blijvend grasland waarvan bekend is dat het CO2 bindt.

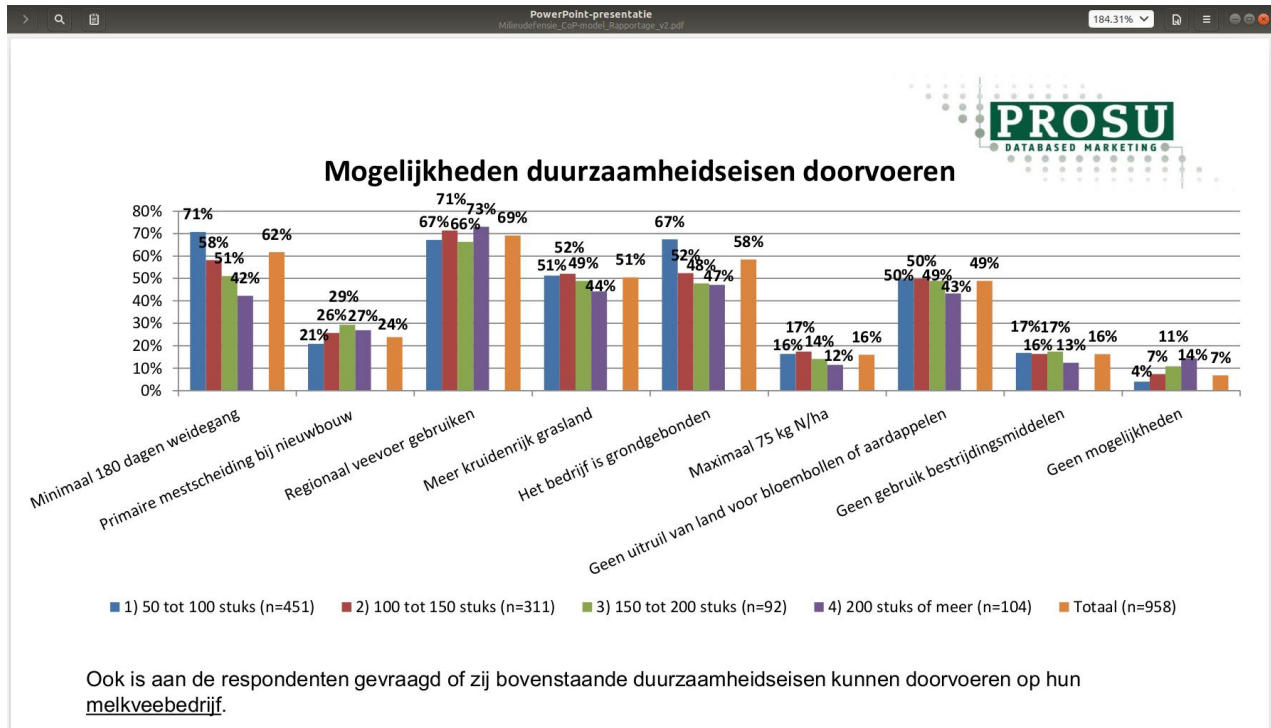
Naar aanleiding van de interviews zijn een aantal criteria aangepast in de voorgaande paragraaf.

Borging voorwaarden

Alle 16 melkveehouders zien de KringloopWijzer (KLW) als borging voor de mineralen niet zitten. De KLW houdt alle mineralenstromen bij en berekent overschotten op bedrijf- en hectare niveau en berekent ook de carbon footprint van de melk. Zij verkiezen een mineralenbalans. Zij vinden de KLW onvoldoende geschikt voor grondgebonden bedrijven en een soort van minas is eenvoudiger. Weidegang wordt volgens de boeren voldoende geborgd door het aantonen van de grootte van de huiskavel; huidige controle systematiek door de stichting Weidegang en een fysieke controle op de elementen van energie tot en met landschap.

Resultaat enquête melkveehouders

De aantallen bij de verschillende gekleurde blokjes, zoals aangegeven onder de afbeelding, betreffen het aantal koeien dat aanwezig is op de boerderij. Het cijfer tussen haakjes gaat over het aantal respondenten. De volledige enquête is meegestuurd als aparte bijlage en binnenkort te vinden op de website van Netwerk Grondig: netwerkgrondig.nl



Grote bedrijven zien minder mogelijkheden voor duurzaamheidseisen dan kleinere bedrijven. Dat is vooral sterk bij weidegang en grondgebondenheid waar de verschillen tussen de bedrijven van minder dan 100 koeien ten opzichte van de bedrijven met meer dan 200 koeien respectievelijk 30 en 20 procentpunten bedragen. Verder wordt het gebruiken van regionaal veevoer (ruwvoer uit de buurt, krachtvoer en bijproducten alleen uit Europa) door de meeste bedrijven als haalbaar gezien. Gemiddeld verwachten de respondenten te kunnen voldoen aan 3,4 van de hierboven genoemde duurzaamheidseisen.

3.3 Draagvlak voor de verkorte keten onder ketenpartijen

Opvatting boeren over direct leveren aan retail

Alle 16 boeren die meededen aan een diepte-interview hebben geen negatief beeld van supermarkten. Wel zijn alle 16 huiverig om de huidige afnemer los te laten wegens afnameplicht zuivelaar en een redelijk goede en stabiele melkprijs. Eigenlijk staan de boeren niet te springen om weg te gaan bij de huidige zuivelaar, mits: er een contract van minimaal 5 jaar komt voor gegarandeerde afname en gegarandeerde meerprijs. Vrijwel alle 16 boeren zijn trouw aan de huidige afnemers, in de meeste gevallen is dit FrieslandCampina (FC). De vaders van de boeren leverden ook al aan hun huidige zuivelaar. Bovendien is er een ledenstop bij de meeste zuivelaars, zeker bij FC. Boeren zeggen dat als het project Houdbare melk niet loopt in de supermarkt, zij vrezin niet meer terug te kunnen naar FC.

Uit de enquête onder melkveehouders blijkt dat 12% een kortere keten aangeeft als reden voor hun interesse in het CoPPP-model. Vooral kleinere bedrijven zien voordeel in de kortere keten die ontstaat. Veel respondenten geven een langdurig contract aan als belangrijkste voorwaarde waaraan een supermarkt moet voldoen om het interessant te maken om mee te doen aan een verkort/CoPPP-model. Langdurige contracten geven een stuk zekerheid en bieden de mogelijkheid om de duurzaamheidsinvesteringen die ze moeten doen, terug te verdienen. Zie p. 23 van de enquête, binnenkort te vinden op de website van Netwerk Grondig: netwerkgrondig.nl.

Draagvlak bij de retail

Uit ons onderzoek blijkt dat er geen behoefte is onder retailers aan een directe, korte keten met melkveehouders. De relatief lage volumes, gecompliceerde logistiek (melkveehouders zitten verspreid door het land) en het ontbreken van verwerkingscapaciteit zorgen voor dusdanige meerkosten en onmogelijkheden die niet te verantwoorden is. De prijs van melk in de winkel zou daardoor te hoog worden t.o.v. andere merken. Bovendien zijn de retailers tevreden met hun huidige variatie in het schap van melkstromen. Ook wordt opgemerkt dat melk een van de vele producten is in de schappen en de behoefte aan een korte keten er niet is. Er wordt door verschillende retailers geen noodzaak gevoeld om een korte keten op te zetten. Zij herkennen ook geen behoefte bij consumenten. De vragen en opmerkingen van consumenten over zuivel gaan hoofdzakelijk over de verpakking: of dat duurzamer kan.

Er is dus onvoldoende tot geen draagvlak voor de korte keten onder melkveehouders, retailers en zuivelondernemingen. Dit gaat verder dan 'het niet zien zitten'. Zuivelondernemingen zijn volledig toegerust op melkverwerking: van logistiek tot en met de installaties in de fabriek. Bij een directe samenwerking tussen retailer en een melkveehoudergroep zal de zuivelonderneming ingehuurd moeten worden voor het ophalen en verwerken van de melk. Dus feitelijk wordt de keten niet korter. Qua verdienmodel kan wel naar de kosten en opbrengsten in de schakels van de ketenpartners worden gekeken, daarover onder 3.6 meer: blockchain. Er is een veronderstelling dat het verkorten van de keten een onderdeel is van een beter verdienmodel, omdat minder schakels leidt tot minder kosten en dus meer financiële opbrengst. Zo zou er in theorie meer geld overblijven voor ketenpartners.

3.4 Draagvlak voor Cost of Production Plus Profit-model

3.4.1 Beschrijving van het CoPPP-model

Het CoPPP-model is in Engeland ontstaan. De korte keten tussen retailer Tesco en hun eigen melkveehoudergroep is als voorbeeld genomen om het model te beschrijven. Deze beschrijving is gedaan aan de hand van interviews met Tesco en een betrokken melkveehouder.

Vervolgens is het CoPPP-model besproken met boerenorganisaties, retailers en accountants. Promar International heeft in het adviesrapport ook een uitleg opgenomen over het CoPPP-model.

Het Tesco programma bestaat uit twee pijlers: COP; Cost of Production en QVIS; Quality-Value-Innovation-Service. De kostprijs wordt elke drie maanden opnieuw besproken en berekend door een afvaardiging binnen de groep van deelnemende melkveehouders. Twee keer per jaar wordt de prijs aangepast door Tesco. Factoren die van invloed zijn op een prijswijziging zijn bijvoorbeeld de temperatuur en regenval of droogte, kosten voor bemesting maar ook de fluctuerende melkpreisen in de supermarkten. De gemiddelde melkprijs stimuleert de melkveehouders met een hoge kostprijs efficiënter te ondernemen. Melkveehouders met een lagere kostprijs worden gestimuleerd te investeren. In de berekening van Tesco is ook een percentage voor "unpaid family" opgenomen. Dit is een financiële bijdrage voor familieleden werkzaam op de melkveehouderij. De Tesco melkprijs is ondanks jaarlijkse aanpassingen een stabiele prijs. Voor wat betreft de kwaliteit van de melk en de kwaliteit van de melkveehouderij wordt gewerkt met een puntensysteem met de volgende onderdelen: kwaliteit, waarde, innovatie en service. Deze onderdelen zijn onderverdeeld in subonderdelen zoals algehele verbetering van de melkveehouderij, kwaliteit van de melk, voedselveiligheid, hygiëne, dierenwelzijn, het voldoen aan de wettelijke eisen inclusief de wettelijke eisen ten aanzien van biodiversiteit maar ook toekomstbestendigheid, opleiding en ontwikkeling van personeel, de positieve bijdrage aan de publieke opinie, rondleidingen of workshops op het bedrijf, zitting in de afvaardiging van de Tesco kerngroep, excellent partnerschap. Het puntensysteem geeft een helder inzicht. Een melkveehouder die

onvoldoende scoort komt op een aparte lijst en krijgt adviezen vanuit de groep om zijn zaken weer op orde te krijgen. Deze melkveehouder moet het volgende kwartaal weer voldoende scoren en als dat niet het geval is, kan geen melk meer geleverd worden aan Tesco. De melkveehouders hebben een langlopend contract van telkens twee jaar met Tesco en de opzegtermijn voor beide partijen is een half jaar. Door CoP en QVIS beschikken de melkveehouder en Tesco over enorm veel data over de bedrijfsvoering..

Vergelijk COP-model en True Cost, true pricing

Het doel van de True Cost, true pricing is een andere dan dat van het CoP-model. Met de definitie van 'de echte prijs' worden de interne plus externe kosten van een product bedoeld. Daar wordt de sociale component in de gehele productieketen in betrokken, dus ook salarissen van werknemers en de veehouder.²⁴ True Cost, true pricing kan daarmee invloed hebben op de prijs die de consument gaat betalen en heeft niet direct invloed op het verdienmodel van de boer. Dat laatste is juist wel de insteek van CoPPP.

Sterke en zwakke punten van het COP- model in het VK

Het sterke punt van het CoPPP-model in de VK is dat de directe samenwerking tussen de primaire producent en retail een feit is: een korte keten. Deze is van belang voor zowel de retail als de veehouder, zij kunnen samen tot afspraken komen, zonder tussenkomst van een derde partij. Een ander punt is dat het concept duurzaam lijkt, want werken volgens dit model bestaat nu 12 jaar aaneengesloten. Daarnaast is de melkprijs vrij stabiel en bestaat concreet uit de kostprijs en een meerprijs voor de extra voorwaarden. De stabiele prijs is een resultaat van een onafhankelijke berekening van de gemiddelde kostprijs en de onkosten die de voorwaarden met zich meebrengen. Een vierde thema wat er uit springt is dat het model de boeren motiveert om goed te boeren en onderwerpen zoals dierenwelzijn en milieu veel meer aandacht geven.

Een zwakker punt is dat een aantal voorwaarden vrij laagdrempelig is. Dit is veroorzaakt door de plotse totstandkoming van de samenwerking destijds, waarbij ingezet is op te lage voorwaarden achteraf gezien. Gevolg is dat de bedrijven gewoon toch overgaan op schaalvergroting en een misser is achteraf dat ze weidegang niet verplicht hebben gesteld. Als een systeem er eenmaal is, is het veel moeilijker voorwaarden alsnog aan te scherpen.

De inspraak van boeren bij de samenwerking heeft voor- en nadelen. Als de meerderheid van de deelnemende boeren tegen weidegang is, kunnen ze dat tegenhouden als extra voorwaarde. Een ander zwak punt is dat er geen volledige transparantie is over hoe de meerprijs is opgebouwd. Ook is de meerprijs niet bijzonder hoog en daarmee interessant te noemen.

Tevredenheid ketenpartijen

Supermarkten waren niet beschikbaar voor een gesprek. Het feit dat zij zich al 12 jaar lang aaneengesloten aan dit concept hebben verbonden, zou kunnen betekenen dat ze tevreden zijn.

De boeren waren ronduit positief. Vooral omdat dit concept (de directe levering aan retail) een deel van de melkveehouderij destijds uit de crisis heeft gehaald. Ook worden 'zachte' argumenten genoemd zoals: waardering krijgen als boer; product wordt gewaardeerd; gezicht in de samenleving; draagvlak en het feit dat ze inspraak hebben op de voorwaarden geeft een (aan de retail) gelijkwaardig gevoel.

24 www.trueprice.org

Financieel gezien zijn de boeren tevreden: gemiddeld genomen ontvangen zij meer per liter dan een collega die aan een zuivelorganisatie levert. Een stabiele melkprijs heeft een positieve invloed op arbeidsvreugde en de continuïteit van het bedrijf.

Wat kunnen we van het CoPPP-model in het VK leren?

Wij moeten goed beseffen dat de positie retail-melkveehouder in het VK geheel anders is dan in NL. Waarom? De retail in het VK moest de relatie met de boer verbeteren 12 jaar geleden: consumenten klaagden over uitbuiting van boeren door de lage melkprijs die zij kregen en er kwam steeds meer roep om dierenwelzijn. Supermarkten trokken zich dat aan. Zij hadden nog een belang: wilden ook garantie dat ze genoeg melk in de schappen konden blijven houden. Het VK is net zelfvoorzienend in zuivel. Ten tijde van MKZ en BSE zou zo een risico kunnen ontstaan dat een supermarktketen geen melk in zijn schappen heeft. Melk is een van de belangrijkste producten. Nederland exporteert enorm veel zuivel(producten): circa 70% van de totale melkproductie.

De Nederlandse retail hoeft zich dus geen zorgen te maken of er wel melk genoeg zal zijn volgende maand. De Nederlandse burger laat zich niet echt horen over koeienwelzijn of over uitbuiting boeren. Dat laatste is ook niet aan de orde in Nederland. De melkveehouders hier hebben de beste melkprijs van Europa, ondanks een hogere kostprijs. Tegelijkertijd is de marge op veel bedrijven te smal om verder te verduurzamen.

Een leermoment is dat we de supermarkt in Nederland dus met andere argumenten moeten benaderen: Zeker omdat zo nu en dan dierenwelzijn ter discussie staat en zeker het klimaat. Een ander argument is dat een supermarkt zich kan onderscheiden met een eigen, gegarandeerde melkstream en een betere prijs voor de boer. Het CoPPP-model kan daarmee een marketingtool worden voor een Nederlandse retailer omdat het hier als zodanig nog niet bestaat. Dat past in de tijdgeest waarin steeds vaker geluiden opgaan over True Pricing of Product, een afgeleide van het CoPPP-model.

Een volgend leerpunt is dat wanneer een retailer met een groep melkveehouders wil beginnen er echt bovenwettelijke voorwaarden moeten zijn. Het VK stelt achteraf dat daar verschillende voorwaarden te zwak zijn gesteld bij aanvang en het is erg moeilijk om de lat later in het proces hoger te leggen.

Een derde leerpunt is dat de groepen boeren per supermarkt kennis en ervaring met elkaar uitwisselen. De boeren voelen zich verbonden met elkaar en er is een gezonde concurrentie om bij de top van de boeren te horen. Daar speelt het puntensysteem een rol bij. Melkveehouders worden getriggerd goed hun best te doen, zeker omdat collega's over de schouder meekijken. Dit zou je als een positief neveneffect kunnen beschouwen. En zou goed zijn om dit ook mee te nemen in NL.

Het CoPPP-model kan een uitgangspunt worden bij de discussie die actueel is als het gaat om een beter verdienmodel van de primaire producent: de boer. Ook in de toekomstvisie van het ministerie van LNV, namelijk kringlooplandbouw, wordt juist aan een goed verdienmodel een hoofdstuk gewijd. Een goede opbrengstprijs, dus het verdienmodel voor de boer bestaat minimaal uit het vergoed krijgen van zijn kostprijs per eenheid product. Voor 'bijzondere' producten komt daar de toeslag bij voor investeringen in bijvoorbeeld duurzaamheid, klimaat, dierenwelzijn en milieu. Het CoPPP-model omvat de kostprijs en extra investeringen = richting voor 'eerlijke of reële' prijs voor de boer. Het model kan ook bij de varkenshouderij, pluimveesector of andere primaire sectoren worden gebruikt. Zeker bij concepten waarbij duurzaamheid onderdeel is of wordt van een beter verdienmodel.

3.4.2 Draagvlak retailers en melkveehouders voor het CoPPP-model

Het CoPPP-model is nog niet echt bekend bij boeren, retailers en zuivelondernemingen.

Kennis bij de boeren van het CoPPP-model

Op 2 na wisten de boeren die meededen aan de diepte-interviews niet wat het CoPPP-model inhield en ook niet dat er dergelijke initiatieven draaien in buitenland. Daarentegen zijn van deze 16 boeren er 3 zelf al bezig of van plan een zuivellijn op te zetten om meerwaarde te scheppen in waardering en opbrengst. Zij willen dan een deel zelf verwaarden en met de huidige afnemer te regelen dat een deel van de melk naar de zuivelaar blijft gedaan. Ze ervaren dit toch als soort zekerheid. Ze hadden wel concrete vragen over CoPPP, bijvoorbeeld: kostprijs verschilt per boer, de een heeft veel meer investeringslasten dan een ander, doordat hij nieuw of groot heeft gebouwd. Telt dat ook mee in het CoPPP model? Want dan zou je groeiers belonen. Een andere opmerking: wordt dat ieder jaar opnieuw vastgesteld? Dat maakt boeren onzeker, want dan fluctueert de opbrengstprijs wellicht. Wordt de kostprijs per individuele boer vastgesteld of per groep die gaat leveren?

Kostprijs versus opbrengstprijs

Een goede opbrengstprijs, dus het verdienmodel voor de boer, bestaat minimaal uit het vergoed krijgen van zijn kostprijs per eenheid product. Voor 'bijzondere' producten komt daar de toeslag bij voor investeringen in bijvoorbeeld duurzaamheid, klimaat, dierenwelzijn en milieu per eenheid product. Het CoPPP-model omvat de module om de kostprijs en extra investeringen = richting voor 'eerlijke of reële' prijs voor de boer te modelleren. Het model kan ook bij de varkenshouderij, pluimveesector of andere primaire sectoren worden gebruikt. Zeker bij concepten waarbij duurzaamheid onderdeel is of wordt van de afzet.

De gemiddelde (geschatte) kostprijs bij de 16 boeren varieert van 28 tot 33 cent per liter. De opbrengstprijs is gemiddeld 33 of 34 cent per liter. Als hierop wordt doorgevraagd, lijken de boeren aanvankelijk tevreden over hun huidige opbrengstprijs, maar toch blijkt dat sommige investeringen moeilijk zijn bij huidige prijsstelling. Zeker nu met de dure fosfaatrechten. Vrijwel alle boeren vinden een meerprijs van minimaal 5 of 6 cent per liter netto voor hun grondgebonden bedrijven met extra criteria billijk.

Overig

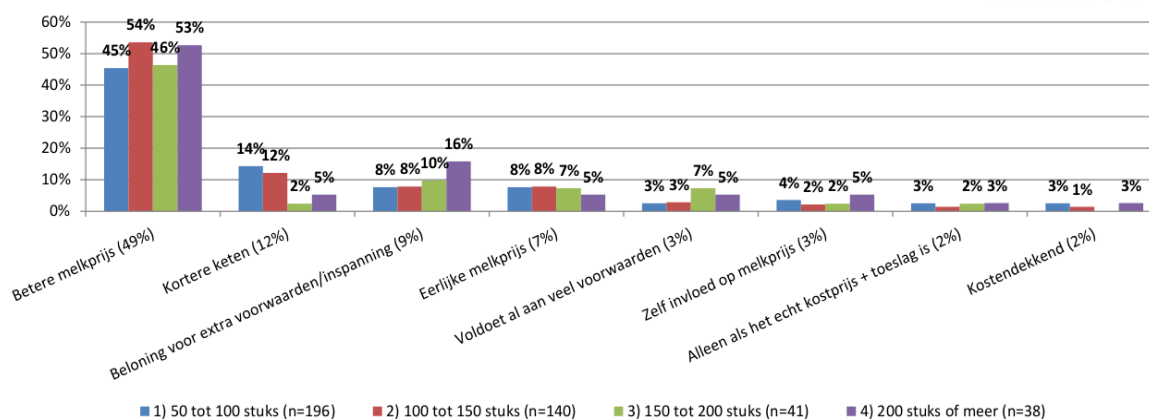
Eén van de boeren merkte nog op, dat er dan wel een tweedeling lijkt te ontstaan met een aparte melkstroom voor grondgebonden. Dat kan spanningen geven omdat de zuivelaars ook concepten ontwikkelen onder de noemer 'duurzaam'. Als voorbeeld werd Planet Proof genoemd. Daar zijn de boeren niet enthousiast over, omdat hieraan ook bedrijven meedoen die intensief zijn of geen weidegang toepassen. Erkenning van grondgebondenheid is voor alle van de 16 boeren heel belangrijk bij een aparte melkstroom. Zij vinden de andere concepten 'niet echt' duurzaam.

Uitkomst van de enquête

Uit de enquête onder de 950 melkveehouders blijkt dat ruim 40% van de respondenten geïnteresseerd is in het CoPPP-model. Bijna de helft (49%) van de respondenten, die aan hebben gegeven mee te willen doen aan het model, verwacht hiermee een betere melkprijs te krijgen. Verder zien vooral kleinere bedrijven voordeel in het model. Grotere bedrijven verwachten met het CoPPP-model beloond te worden voor de extra voorwaarden waar zij aan voldoen. Bijna de helft (47%) van de respondenten hebben wel koudwatervrees: meedoen aan een nieuw concept met het CoPPP-model als uitgangspunt voor de opbrengstprijs maakt onzeker. Onbekend maakt onbemind.

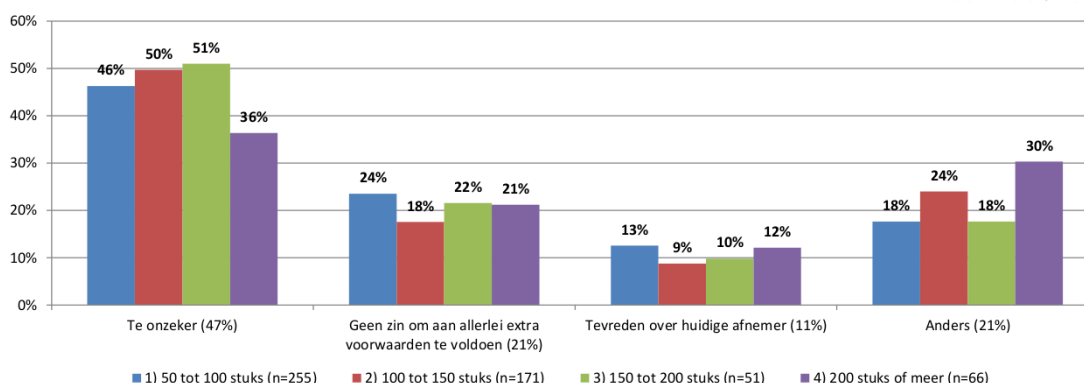
De aantallen bij de verschillende gekleurde blokjes, zoals aangegeven onder de afbeelding hieronder, betreffen het aantal koeien dat aanwezig is op de boerderij. Het cijfer tussen haakjes gaat over het aantal respondenten.

Reden interesse CoP model



De respondenten die aan hebben gegeven interesse te hebben in het CoP model is gevraagd wat hier de reden van is.

Reden geen interesse CoP model



Kenni s bij retaile rs en zuivel onder nemin gen van het CoPP P-

De respondenten die aan hebben gegeven geen interesse te hebben om doen aan het CoP model is gevraagd wat hier de reden van is.

Bijna de helft (47%) van de respondenten die aan hebben gegeven niet mee te willen doen aan het CoP model vindt het nog te onzeker om de stap te zetten. Mogelijk komt dit doordat veel details van dit model nog onbekend zijn.

model

Bij de retailers lijkt het CoPPP-model min of meer bekend, maar wordt aangegeven dat dit model alleen relevant is tussen boeren en zuivelaar. De supermarkt wil zich niet mengen in de uitbetaalsystematiek tussen zuivelfabriek en melkveehouder. Een retailer merkt op: de meeste zuivelaars zijn een coöperatie. Als melkveehouders niet tevreden zijn, kunnen zij als lid, als mede-eigenaar via de bekende wegen in de coöperatie dit op tafel leggen.

Uitzondering is Royal Aware en Albert Heijn. Aan hun meeropbrengst voor de melkveehouder van de duurzame melkstroom ligt wel een kostprijs berekening ten grondslag. Zie ook paragraaf 3.1.2.

Bij de zuivelondernemingen die als coöperatie werken (ruime meerderheid in zuivelland) kan het CoPPP-model niet toegepast worden, omdat een deel van de leveranciers die aan een bepaalde melkstroom meedoen, niet meer mogen verdienen dan hun collega-leden binnen de coöperatie, die de reguliere melkplasmafzet volmelken.

Toch heeft de melkstroom Planet Proof de intentie van een afgeleide van het CoPPP-model. Opvallend hierbij is dat retailers

aan FrieslandCampina (leverancier van Planet Proof zuivel) bedongen dat de boeren meer per liter moesten krijgen voor deze melkstroom.

Het is onbekend hoeveel de retailers meer per liter aan FrieslandCampina moeten betalen. Wel staat vast dat de leverende melkveehouders aan de melkstroom Planet Proof een minimale toeslag krijgen. De rest van de meeropbrengst vanuit de retail gaat naar alle leden van de coöperatie. De coöperatie als organisatiestructuur is wat het thema CoPPP betreft ongunstig voor de leden-melkveehouders die als verdienmodel aan een duurzame melkstroom willen leveren. Zij zullen genoegen moeten nemen met een fractie van de meeropbrengst.

Diepte interview met FrieslandCampina over CoPPP-model

FrieslandCampina (FC) heeft sinds 2019 de melkstroom Planet Proof in de Nederlandse supermarkten geïntroduceerd. De inkooporganisatie Superunie is een belangrijke afnemer waardoor er in vijf grote supermarkten is overgestapt op Planet Proof.

Van de 11.000 melkveehouders van FrieslandCampina leveren er ongeveer 900 van hen voor deze melkstroom. De melkveehouders moeten aan extra eisen voldoen en ontvangen tussenn de 1- 2 cent per 100 liter extra. Deze toeslag is niet gebaseerd op het COPPP model, omdat dit gevoelig ligt in een cooperatie. De vraag naar een duurzame melkstroom kwam vanuit de retail en daar heeft FC op ingezet. Dit betekent dat de gehele cooperatie er wel bij vaart dat een aanzienlijk volume dankzij de Planet Proof stroom behouden bleef voor de zuivelaar. De retail had de duurzame melk anders elders betrokken. In die zin profiteren alle leden (melkveehouders) van de Planet Proof melkstroom en er is begrip dat de 900 leverende boeren extra toeslag krijgen.

De retail heeft bij de onderhandelingen over Planet Proof gesteld dat de melkveehouder meer moest ontvangen per liter voor de duurzame melk. De kosten van de investeringen voor duurzaamheid bij het concept Planet Proof liggen echter niet aan de basis van de meerprijs van 1-2 cent per liter. Toch is er veel animo onder boeren om eraan mee te doen. FC heeft vooral ook logistiek gekeken wie mee mag doen (naast het voldoen aan de voorwaarden uiteraard).

Het brengt veel meerkosten met zich mee een aparte stroom melk erkent FC: apart ophalen en verwerken verhoogt de kosten.

Er is afgesproken dat de retailer meer betaalt voor de Planet Proof melk .

De meeropbrengst per liter wordt als volgt verdeeld door FC:

- leverende Planet Proof boeren krijgen 1-2 cent per liter extra uitbetaald
- de meerkosten logistiek en aparte verwerking draagt FC
- tegenslag bij meer melk dan afname (dal-dagen) worden opgevangen
- restant opbrengst gaat in een 'pot' waarvan duurzaamheidsinspanningen voor alle leden melkveehouders van wordt gefinancierd

Verder vindt FC: 'Met het bestaan van inmiddels verschillende melkstromen komt de diversiteit in de sector goed tot uitdrukking'.

En:

'Korte keten tussen retail en melkveehouders is niet te doen. Veel kosten op relatief weinig volume is economisch niet duurzaam'.

3.5 Een beeld van het CoPPP-model in Nederland

Het CoPPP-model wordt beschreven in Bijlage 1 van dit rapport en in het advies van Promar International 'Establishing a dedicated retailer-producer dairy supply chain in the Netherlands' (zie in het bijzonder 2.4 en 3.5). Hieronder kort de essentiële stappen. Voor verdere verdieping verwijzen we graag naar genoemde documenten.

1. Een kostprijsberekening van de melk moet worden uitgevoerd door een onafhankelijke en goed bekend staande derde partij. Het moet zijn gebaseerd op de verzameling van actuele technische en financiële data. Op basis van een verkenning van het Nederlandse boekhoud net werk, zijn deze data beschikbaar.
2. Gebruik een gestratificeerde steekproef van melkveebedrijven. Dit houdt de kosten van de berekening beheersbaar en de bedrijven die goede data tijdig kunnen aanleveren, kunnen worden geselecteerd.
3. Zorg voor een protocol om de melkprijs twee tot maximaal vier keer per jaar te berekenen. Bij vier maal per jaar, kunnen twee van de vier kwartalen volstaan met een eenvoudige herberekening op basis van alleen voerkosten.
4. De kostprijsberekening omvat altijd de kosten die voortkomen uit het leveren van melk volgens specifieke fabrieksstandaarden.
5. De kosten voor de bedrijven die deelnemen aan de kostprijsberekening moeten separaat aan hen worden uitgekeerd.
6. Bovenop de kostprijs komt een vergoeding voor duurzaamheidscriteria. De criteria bestaan uit drie thema's: dierenwelzijn, biodiversiteit en leefomgeving. Per deelthema kan een bedrijf punten scoren en dat is de basis voor de meerprijs (bovenop de kostprijs). Zie voor meer informatie hierover het Promar International rapport p.75 e.v.

3.6 De meest kansrijke route voor blockchain

3.6.1 Blockchain, wat betekent het?

'Over vijf jaar heeft [iedere melkveehouder direct of indirect te maken met blockchaintechnologie](#),' voorspelde Wilbert Hilkens in mei 2018. Hij is oprichter van Foodinsights, een ICT-bedrijf dat zich richt op de ontwikkeling van blockchains voor de agrarische en levensmiddelensector. En stelde hij: *'Een blockchain is een keten van partijen die met elkaar samenwerken en daarvoor informatie met elkaar uitwisselen. Dit kunnen partijen zijn in de voedselketen, maar bijvoorbeeld ook financiële instellingen. Centraal in de samenwerking binnen de blockchain staat het delen van data over het productieproces en de transacties die plaatsvinden binnen de keten. Doordat de computersystemen van alle deelnemende partijen aan elkaar zijn gekoppeld en steeds worden gesynchroniseerd, is het digitale archief voor iedereen tegelijkertijd beschikbaar en altijd actueel.'*

Het zorgen voor betrouwbare en betaalbare informatievoorziening bij bijvoorbeeld aparte melkstromen vereist meer innovatieve vormen van controle en audit in de keten. Hier kan technologische innovatie, zoals blockchain een rol spelen. Transparante ketens lijken de toekomst te hebben. Als gevolg van vergaande specialisatie is het aantal schakels in de voedselketen sterk toegenomen en staat de samenhang en het onderlinge vertrouwen regelmatig onder druk. Blockchaintechnologie kan de samenhang weer herstellen. Samenwerking en open communicatie helpen om consumentenvertrouwen te houden. De techniek achter blockchain is ingewikkeld. Maar de gedachte erachter is eenvoudig. Laat alle samenwerkende partijen in een keten hun computersystemen aan elkaar koppelen en afspraken maken over het delen van informatie. Dan dalen de kosten en stijgt het vertrouwen in de keten. Dat principe past uitstekend bij een duurzame melkstroom van producent tot consument.

Blockchain als openbaar en digitaal archief heeft een open karakter. Een open database maakt dat alle betrokken partijen gezamenlijk controle kunnen uitoefenen. Hiermee garanderen ze zelf de betrouwbaarheid van alle processen in de keten. De rol van een toezichthouder verandert hierdoor fundamenteel. Openheid wekt of herstelt consumentenvertrouwen. Concrete en betrouwbare informatie over duurzaamheidsaspecten zoals dierenwelzijn of de CO2-footprint wordt inzichtelijk. Waarom het ene product een hogere prijs heeft dan het andere wordt duidelijker dan ooit. Toepassing van blockchain is alleen zinvol als het toegevoegde waarde oplevert. Dat begint met alle schakels in de keten die moeten bereid zijn om data met elkaar en met consumenten te delen.

FrieslandCampina ontwikkelde vorig jaar met technologiepartner Kezzler de TrackEasy-service om [met behulp van een QR-code de herkomst van Friso kindervoeding te achterhalen](#). Deze herkomstinformatie gaat het zuivelbedrijf nu standaardiseren met de GS1 Digital Link.



Consument en blockchain

Slechts een beperkt percentage van de consumenten zal daadwerkelijk de moeite nemen om consequent codes te scannen', aldus Wilbert Hilkens. 'Maar het feit dat je bereid bent om inzicht te geven in het productieproces werkt al sterk bevorderend voor het vertrouwen dat klanten hebben in jouw product', weet hij uit ervaring. 'Hierdoor zijn ze ook eerder bereid om extra te betalen voor duurzaamheidsclaims. Ook als inzichtelijk is of de marges eerlijker verdeeld in de keten.'

3.6.2 Een Blockchain benadering voor Nederland

Door Promar International is een raamwerk ontwikkeld dat wordt toegepast in Engeland en wat ook op Nederland van toepassing kan zijn.

Een blockchain bestaat uit drie hoofdelementen:

- Informatie van primaire bedrijven
- Volgen van de melkstroom en data van ketenpartijen
- CoPPP en markt gegevens

Per hoofdelement is een blockchain platform nodig met de volgende functies:

- De duurzaamheidsstandaarden worden hier bewaard
- Een interface voor de veehouder om inzage te krijgen in data en data door te geven
- Ontvangst van alle input van geautomatiseerde systemen
- Auditen en verifiëren van data mogelijkheid tot uploaden van data van externe stakeholders (bv. Toeleveranciers)
- Plaats voor foto's en video's. Zij zijn belangrijk voor het verhaal van de productieketen.

Informatie van primaire bedrijven

Voor de informatie van primaire bedrijven kan gebruik worden gemaakt van de Centrale Database KringloopWijzer en de KringloopWijzer zelf. In de KringloopWijzer worden bijna alle inputs en bedrijfsgegevens automatisch ingevoerd in de database. Het beperkte deel dat handmatig moet worden ingevoerd is onderworpen aan controles om de juistheid van data te waarborgen. Tevens zijn er procedures ontworpen die de effecten van foutieve invoer afvangen. Momenteel is deze informatie niet zichtbaar voor retail en consumenten. De data zijn steeds eigendom van de veehouder zelf. Per bedrijf en per geval of periode zal uitdrukkelijk afgesproken moeten worden of en welke data toegankelijk zijn voor retail en voor consumenten. Het is denkbaar dat er een onderscheid wordt gemaakt in openbaarheid voor deze beide groepen.

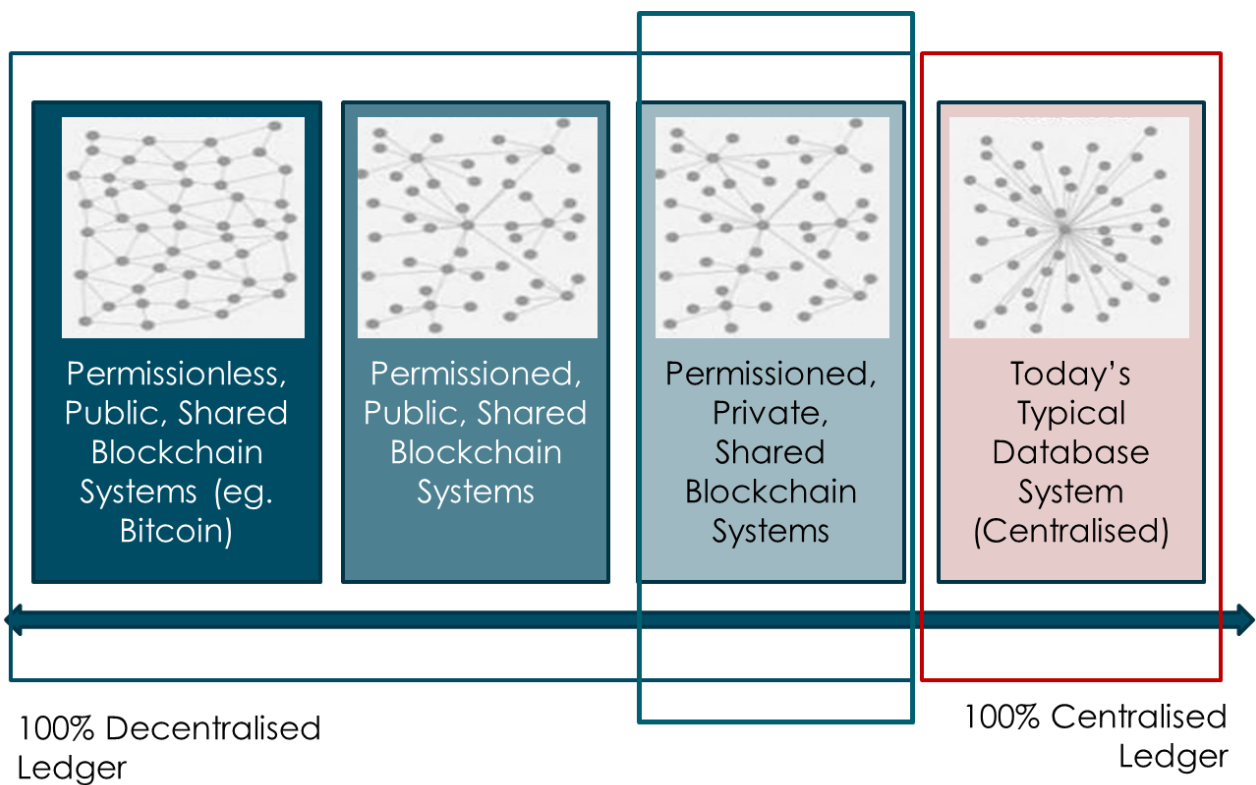
Informatie over de melkstroo

De melk wordt afgehaald door het transportbedrijf dat onderdeel is van een verwerker of daardoor wordt ingehuurd. Transportgegevens worden opgeslagen. Gegevens van het kwaliteitsonderzoek, de verwerking van de melk en de uiteindelijke producten komen allemaal beschikbaar voor het platform. Promar adviseert om te streven naar zoveel mogelijk combineren van datastromen de efficiëntie en nauwkeurigheid te verhogen. Een groot deel van deze informatie is al geautomatiseerd beschikbaar, zij het alleen binnen de zuivelverwerker.

Informatie over CoPPP, markten en prijzen

Dit onderdeel betreft vooral de gegevens over kosten op primaire bedrijven. Veel van deze kosten worden geregistreerd door boekhoudkantoren. Zij verzorgen in opdracht van de boeren de bedrijfseconomische en fiscale boekhouding en hebben daardoor inzicht in alle data. Voor de berekening van de kostprijs moet een onafhankelijke derde worden ingeschakeld, met gebruikmaking van een steekproef van bedrijven. Omdat veel bedrijven bij boekhoudkantoren zijn aangesloten, kunnen mogelijk ook de gezamenlijke boekhoudkantoren deze berekening uitvoeren. De berekeningen moeten worden gecontroleerd en de eventuele aannames erin worden geaccordeerd door alle stakeholders.

Afspraken over openbaarheid van data



Er zijn verschillende mogelijkheden wat betreft de toegankelijkheid van data. De meest vergaande vorm is het linker blok, waarbij alle data publiekelijk toegankelijk zijn, zonder dat daar enige permissie voor nodig is. Opschuivend naar rechts verschuift de toegankelijkheid van een publiek systeem - waar toestemming voor nodig is om data in te zien - naar een beperkt toegankelijk systeem alleen voor stakeholders. De rechter variant is de klassieke centrale database. Deze is vergelijkbaar met de Centrale Database KringloopWijzer (CDK). In de derde kolom is er in principe geen toegang voor consumenten, omdat deze niet tot de groep stakeholders wordt gerekend.

Omdat juist inzicht voor de consument belangrijk is, zal een deel van de blockchain zich in de tweede kolom afspelen. Een volledig open systeem heeft weinig meerwaarde. Veel van de data is nuttig voor partijen in de keten, maar zeggen weinig over het uiteindelijke product. Bovendien speelt de privacy bescherming een rol.

4 Conclusies en aanbevelingen

Weer even teruggaan naar het doel van de studie

Het doel van het project Houdbare Melk is om te inventariseren of een verkorte keten voor een natuurinclusieve melkstroom in Nederland mogelijk zou zijn. En hoe ziet zo'n verkorte keten er dan uit? Voorop staat dat een verkorte keten tot duurzaamheid in het kwadraat moet leiden: een duurzame productie op de boerderij en een duurzame opbrengstprijs voor de boer.

Geen draagvlak voor een verkorte keten

Voor het verkorten van de keten (waarbij in dit project werd uitgegaan van een directe samenwerking tussen retailer en boer) lijkt in de Nederlandse situatie onvoldoende draagvlak en markt te zijn. Concentratie van retailers bij enkele inkooporganisaties maakt dat zij gezamenlijk zuivel inkopen met enige differentiatie in melkstromen. Sinds twee jaar is de zuivel versneld duurzamer geworden en is de grote zuivelaar FrieslandCampina in de markt gesprongen met de Planet Proof melkstroom. Retailers vinden dit natuurinclusief genoeg. Bovendien is hun volume te laag om met een eigen groep boeren samen te werken. Dit zou de kosten onverantwoord hoog brengen gelet op logistieke complicaties en het toch apart moeten inhuren van een zuivelverwerker. Kosten en baten staan niet in verhouding.

Een duurzame prijs

Duurzaamheid gaat verder dan inspanningen op het gebied van leefomgeving, klimaat en dierenwelzijn. Het verdienmodel van de primaire producent moet eveneens duurzaam zijn. Het CoPPP-model kan een goed uitgangspunt zijn bij de discussie die actueel is als het gaat om een beter verdienmodel voor de primaire producent: de boer. Ook in de toekomstvisie van het ministerie van LNV, namelijk kringlooplandbouw, wordt juist aan een goed verdienmodel een paragraaf gewijd.

Maar wat is een eerlijke prijs voor duurzame zuivel?

Een goede opbrengstprijs, dus het verdienmodel voor de boer, bestaat minimaal uit het vergoed krijgen van zijn kostprijs per eenheid product. Er is echter sprake van een variatie in de kostprijs tussen producenten. Dat heeft te maken met bedrijfstype, investeringen en inzet van eigen en vreemd vermogen. Een gemiddelde kostprijs zal dus voor een aantal boeren te laag zijn. In die zin lost het CoPPP-model weinig op ten opzichte van de huidige situatie.

Evenwel, voor 'bijzondere' producten gerelateerd aan investeringen in duurzaamheid, klimaat, dierenwelzijn en milieu bevat het CoPPP-model de module om de kostprijs en extra investeringen voor de veehouder te modelleren. Daarmee kunnen wel op systematische wijze de meerkosten van extra prestaties in beeld worden gebracht. In het verleden zijn deze meerkosten, zoals bijvoorbeeld vergoedingen voor agrarisch natuurbeheer gebaseerd op normatieve kosten. Met het CoPPP-model kunnen actuele situaties op reëel bestaande bedrijven worden gebruikt. Het berekenen van een reële kostprijs kan ook onderdeel zijn van betalingen voor publiek betaalde diensten, zodat het probleem van de staatssteun kan worden voorkomen.

Het CoPPP-model is daarmee een prima instrument in onderhandelingen met markt- en publieke partijen om de meerkosten van bovenwettelijke inspanningen te berekenen. Ook bij andere primaire bedrijven kan het CoPPP-model worden gebruikt.

Een verdienmodel in de markt?

Het CoPPP-model is een prima middel om objectief de kostprijs voor de producent vast te stellen bij de extra inspanningen. Het is evenwel de vraag welke inspanningen door de markt moeten worden betaald en welke door publieke organen. Extra eisen ten aanzien van dierenwelzijn en rantsoen (geen GMO producten e.d.) spelen zich af op bedrijfsniveau en kunnen uitstekend worden geregeld in privaot-private overeenkomsten tussen zuivelbedrijf en veehouder. Zodra het echter om extra inspanningen gaat die betrekking hebben op gebiedsgerichte vraagstukken zoals biodiversiteit (weide- en akkervogels, droge en natte dooradering, waterberging e.d.) zijn het gebiedspartijen die aan de lat staan om de overeenkomsten aan te gaan met de veehouders. Het gaat dan om publiek-private overeenkomsten. Dergelijke overeenkomsten kan een private partij als een zuivelbedrijf niet op zich nemen, omdat ze geen gebiedsverantwoordelijkheid hebben, maar ook omdat ze geen mandaat hebben om besluiten te nemen over inspanningen op gebiedsniveau. Maar ook in die situatie kan het CoPPP model een goed instrument zijn om de kostprijs van de producten en/of diensten op gebiedsniveau te berekenen.

De mogelijkheden van blockchain

Het CoPPP-model is goed in te passen in de blockchaintechnologie. Van alle primaire producenten die meedoen is bekend welke bovenwettelijke inspanningen ze leveren en welke vergoeding ze daarvoor ontvangen. In die zin zorgt de blockchain voor transparantie in de keten van producent tot consument. Naast de productiekosten op het primaire bedrijf, worden ook

de kosten die de andere schakels in de keten maken openbaar. Toenemende belangstelling onder consumenten waar voedsel vandaan komt, welke weg het product heeft afgelegd, hoe het tot stand komt en of er eerlijk voor is betaald, wint terrein.

De verbinding met de landbouwvisie "Waardevol en verbonden"

In de landbouwvisie 'Waardevol en verbonden'²⁵ van minister Schouten is een paragraaf gewijd aan eerlijke prijzen voor de primaire producenten, de boeren.

Citaat uit de visie:

'De omslag naar kringlooplandbouw kan alleen slagen als de boer ook een eerlijke prijs voor zijn product krijgt. De boer wil – en terecht - beloond worden voor duurzame, veilige en hoogwaardige producten. Alleen dan krijgt hij de gelegenheid te investeren. Daarom slaat deze visie ook op de banken, op de voedingsindustrie, op de supermarkten en op de consument.

De eerste stap is dat overheid en maatschappelijke partijen vanaf nu aan de slag gaan om afspraken te maken over de resultaten die de komende jaren bereikt moeten worden, hoe deze gemeten gaan worden en welke inzet dat van eenieder vraagt'.

Betekenis voor de binnenlandse markt (circa 35% van de melk)

De binnenlandse markt voor duurzame zuivel is nagenoeg verzadigd. Er is nog ruimte voor enkele niche zuivelproducten van een zeer kleine, selecte groep melkveehouders. Deze niche producten zijn over het algemeen streekproducten. Het CoPPP-model kan onafhankelijk de werkelijke reële (eerlijke) prijs voor de boer weergeven van duurzaam geproduceerde zuivel (kringloop proof). Daarmee kan het boeren versterken in hun onderhandelingen met afnemers. De zuivelbedrijven kunnen wellicht het uitgangspunt van 'iedereen krijgt evenveel' kunnen herzien, zodat er een differentiatie komt in uitbetalingen voor melkstromen die zijn gebaseerd op bovenwettelijke en onderscheidende inspanningen.

De betekenis voor de exportmarkt (65% van de melk)

Het verdienmodel voor melkveehouders die voor de buitenlandse consument produceren ligt ingewikkeld. De melkveehouder heeft als individu geen invloed op de prijsvorming van de bulkmelkstroom voor export. De referentie daarvoor is de wereldmarktprijs.

Toch kan ook hier het CoPPP-model onafhankelijk de werkelijke reële (eerlijke) prijs voor de boer weergeven, mits de zuivel extra duurzaam is. Daarmee kan het product ook onderscheidend werken voor export: opzetten van verschillende melkstromen voor buitenlandse afnemers. Ook hier geldt dat de organisatie uitgangspunten van een coöperatie (iedereen verdient hetzelfde) moet worden herzien. De prikkel om boeren te bewegen duurzaam (kringloop) te produceren is de opbrengstprijs, ook voor export. Het is aan de zuivelaar om dit concept met hoger prijskaartje te vermarkten.

25 <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-landbouw-natuur-en-voedselkwaliteit/visie-lnv>

AANBEVELINGEN

Er zijn mogelijkheden en barrières om het CoPPP-model voor 'Houdbare Melk' daadwerkelijk om te zetten in een marktintroductie in Nederland. Deze zijn vertaald naar onderstaande aanbevelingen.

- **De supermarkten en duurzame(re) keurmerken**

De afgelopen jaren is de zuivelmarkt in Nederland flink in beweging gekomen dankzij maatschappelijke druk van NGO's, wetenschappelijk inzichten en de nieuwe koers van het ministerie van LNV onder leiding van Carola Schouten. Dit heeft geleid tot de introductie van nieuwe, duurzamere zuivellijnen in de markt, zoals: On the Way to Planetproof en Beterleven voor zuivel. De supermarkten hebben de afgelopen jaren stappen gezet op weg naar daadwerkelijk duurzame zuivel voor een eerlijke prijs, maar er is nog een lange weg te gaan. Supermarkten zien On the way to Planetproof van Milieukeur als de partij die de verduurzaming van de zuivel gaat regelen. Zij zien voor zichzelf geen rol en verantwoordelijkheid. Het is daarom aan te raden om een stakeholderdialoog te organiseren met in ieder geval de Nederlandse supermarkten, maar ook partijen zoals de Dierenbescherming, FrieslandCampina en Milieukeur. Met als thema: hoe kunnen we het CoPPP-model in Nederland inzetten om verduurzaming in het zuivellandschap verder te versnellen en een eerlijke prijs voor de boer te garanderen. Tevens is het aan te raden om dan ook duidelijk te maken dat de verduurzaming van de zuivel een ketenverantwoordelijkheid is die verder gaat dan On the way to Planetproof. Afhankelijk van de uitkomsten zijn vervolgbijeenkomsten niet uit te sluiten.

- **NGO's**

NGO's, zoals De Dierenbescherming, Greenpeace en Milieudefensie, hebben een belangrijke rol gespeeld in de verduurzaming van de Nederlandse zuivelmarkt de afgelopen jaren. Ook heeft een aantal NGO's zich hard gemaakt voor een eerlijke prijs voor de boeren in het algemeen en melkveehouders specifiek. Op dit moment is de druk vanuit deze organisaties op de zuivelmarkt minder groot, wat een reden kan zijn voor het feit dat supermarkten de verdere verduurzaming niet hoog op hun prioriteitenlijst hebben staan (zie het kopje Supermarkten en duurzame(re) keurmerken). Een overleg met Ngo's die in het verleden aan dit thema gewerkt hebben, is aan te raden. De bijeenkomst kan dan ook meteen gebruikt worden om het CoPPP-model toe te lichten en hiervoor draagvlak te creëren.

- **Duurzame zuivel van Albert Heijn en Royal A-Ware**

Er is in Nederland een samenwerking tussen boeren, een melkverwerker en een supermarktketen, die het dichtste komt bij het CoPPP-model. De duurzame zuivel die Albert Heijn samen met Royal A-Ware vermarkt, wordt verkocht als huismerk van de Albert Heijn. De melkveehouders die leveren aan Royal A-Ware ontvangen een extra premie boven op de melkprijs in ruil voor een set van dierenwelzijn en milieumaatregelen. Wat hierboven staat plus het feit dat de deal tussen Albert Heijn en Royal A-Ware loopt tot 2021 is voldoende aanleiding om het gesprek met beiden partijen aan te gaan om te kijken of het CoPPP-model aan de basis kan staan voor een nieuwe deal tussen Albert Heijn, Royal A-Ware en de betrokken melkveehouders.

- **FrieslandCampina**

FrieslandCampina heeft 78% van de Nederlands zuivelmarkt in handen en heeft daarmee een monopoliepositie. FrieslandCampina is een coöperatie van melkveehouders en verschuilt zich achter twee belangrijke argumenten waarom ze

geen meerprijs kunnen betalen voor duurzame(re) zuivel. Ten eerste, omdat ze slechts minimale verschillen in melkprijzen aan hun leden willen betalen volgens de afspraken binnen de coöperatie en ten tweede, omdat bijna 70% van de melk voor de export geproduceerd wordt. FrieslandCampina verkoopt echter ook van leden die biologische melk produceren en zij krijgen wel degelijk een veel hogere prijs voor hun melk. Het kan dus wel. Een overleg met FrieslandCampina kan een belangrijk startpunt zijn, waarbij een belangrijke vraag moet zijn: Wat heeft FrieslandCampina nodig om wel verschillende melkprijzen aan haar leden te kunnen betalen. De bijeenkomst kan meteen gebruikt worden om het CoPPP-model uit te leggen.

Tevens lijkt het erop dat FrieslandCampina zich verschuilt achter On the way to Planetproof om daarmee business as usual voor het grootste deel van haar boeren te kunnen handhaven. Het is daarom belangrijk dat On the way to Planetproof onder leiding van Milieukeur een duidelijke stip op de horizon gaat plaatsen, die overeenkomen met de duurzaamheidsambities van het ministerie van LNV en het Deltaplan Biodiversiteit. FrieslandCampina wordt gestuurd naar een volledig duurzame melkproductie van al haar leden.

- **CoPPP-model onder boeren bekendheid geven**

Uit het onderzoek blijkt dat het CoPPP-model een hele lage bekendheid heeft onder boeren. Zoals al eerder is opgemerkt in het rapport: onbekend maakt onbemind. In Engeland is te zien dat de boeren die werken met het CoPPP-model daar enthousiast over zijn. Om de Nederlandse melkveehouders te kunnen besmetten met enthousiasme van hun Britse collega's kunnen enkele CoPPP-ambassadeurs worden aangesteld onder dEngelse Melkveehouders. Dit, omdat het verhaal veel geloofwaardiger is wanneer een boer het verhaal vertelt dan een buitenlander. De Engels ambassadeurs gaan toeren door Nederland en zo op allerlei bijeenkomsten waar Nederlandse melkveehouders samen komen hun verhaal doen. Te denken valt daarbij bijvoorbeeld aan studiekringen, bijeenkomsten van de verschillende melkveehouders organisaties, maar ook aan landbouwbeurzen.

Wanneer het CoPPP-model bekender wordt, zal dit leiden tot een groter bewustzijn van de kostprijs van de melk onder boeren, omdat dit model de kosten volledig inzichtelijk maakt. Met deze onderbouwde informatie in handen kunnen melkveehouders veel beter onderhandelen met hun afnemers en krijgen ze een sterker positie in de keten.

Accountants, een partij die vertrouwd worden en veel ingeschakeld worden door melkveehouders hebben in alle financiële cijfers van de melkveehouders en zijn bekend met het werken in modellen. In feite hebben ze daarmee al een CoPPP model in handen. De financiële kennis van de accountants is dus al een bron van informatie die gebruikt kan worden.

- **Deltaplan Biodiversiteit**

In Deltaplan Biodiversiteitsherstel staat: We buigen het aanhoudende biodiversiteitsverlies om naar herstel in 2030.²⁶ Partijen die onder andere het plan ondersteunen zijn: het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (als kwartiermaker), Duurzame Zuivelketen en LTO Nederland. Dit lijkt haaks te staan op de berichten die we zowel van de supermarkten als FrieslandCampina hebben ontvangen gedurende het onderzoek. Een overleg met het Deltaplan Biodiversiteit over deze tegenstelling in signalen is een startpunt. Bovendien is er binnen het Deltaplan een werkgroep opgesteld met als thema

26 <https://www.nern.nl/sites/default/files/Deltaplan%20Biodiversiteitsherstel%20a.pdf>

verdienmodellen onder leiding van de Rabobank (Jeen Nijnboer) die hun eerste rapport hebben opgeleverd.²⁷ En er is ook geld beschikbaar voor living labs in het Deltplan.²⁸ Nog twee extra redenen om op korte termijn in overleg te gaan.

- **CoPPP-model als startpunt voor trueprice in de melkveehouderij/landbouw**

De roep voor het eerlijk(er) beprijzen van producten wordt steeds luider in de maatschappij, omdat schadelijke effecten op mens en milieu vaak niet in de prijs zitten. Hierdoor ontstaat er onder andere een oneerlijke concurrentie voor producten waarbij dat wel (meer) het geval is. Zo zijn biologische of fair trade producten bijvoorbeeld duurder dan gewone producten, terwijl gewone producten meestal meer sociale – of milieuschade veroorzaken. Trueprice wordt gezien als een mogelijke oplossing voor dit probleem.²⁹ Het CoPPP-model kan dienst doen als een hybride overgangsvorm naar een daadwerkelijke trueprice economie. Ook kan het een pilot zijn voor het Ministerie van LNV om te kijken hoe zij kunnen sturen op een circulaire landbouw, omdat het CoPPP-model ook heel goed toe te passen is op andere vormen van landbouw. Zeker ook omdat het ministerie in haar visie spreekt over een eerlijk en duurzaam verdienmodel voor boeren. We zien andere partijen in de maatschappij, zoals de TAPP (True Animal Protein Price) Coalitie ook in de richting van trueprice bewegen.³⁰

In het CoPPP-model zouden ook andere partijen die een belang hebben bij reduceren van externe kosten kunnen participeren. Te denken valt aan overheden op lokaal of nationaal niveau, maar ook waterschappen en zorgverzekeringen. Zij betalen dan bijvoorbeeld voor groene diensten, hygiëne of schone lucht. Dit heeft echter ook een nadeel omdat het model hierdoor een complexere vorm zal krijgen.

- **Export**

De export van melk is een probleem waar tegelijkertijd ook kansen liggen. De problemen met biodiversiteit zijn niet uniek voor Nederland, net als klimaatsverandering en het ontbreken van een eerlijke prijs voor boeren. De nieuwe afspraken die gemaakt worden over de Europese landbouwsubsidies bieden een uitgelezen kans om het CoPPP-model in heel Europa als norm in te voeren in de landbouw. Mocht dit op korte termijn niet haalbaar zijn dan zijn bilaterale afspraken met de landen waarnaar wij de meeste melk exporteren, zoals Duitsland, Engeland en België ook nog opties die de moeite van het verkennen waard zijn.

Hoe verder?

Bij aanvang van dit project was de hoop dat supermarkten interesse zouden hebben in een korte ketenmodel met duurzamere melk. Dat blijkt niet het geval te zijn. Tegelijk blijkt wel dat het CoPPP-model een goed instrument kan zijn voor het berekenen van een eerlijke prijs voor melkveehouders. Het onderzoek en de aanbevelingen tonen aan dat er nog behoorlijk wat werk verzet moet worden voordat er producten in de supermarkt te koop zijn gebaseerd op het CoPPP-model. Voor de uitvoering van de aanbevelingen is aanvullende financiering vanuit de overheid gewenst en van belang.

27 <https://edepot.wur.nl/501680>

28 <https://www.nwo.nl/financiering/onze-financieringsinstrumenten/enw/living-labs-voor-het-herstel-van-biodiversiteit-in-het-landelijk-gebied/living-labs-voor-het-herstel-van-biodiversiteit-in-het-landelijk-gebied.html>

29 <https://trueprice.org/>

30 <https://tappcoalitie.nl/>

BIJLAGE 1

Rapportage werkreis Engeland van 8 t/m 12 juli 2019

INLEIDING

Sinds de afschaffing van het melkquotum in 2015 is de Nederlandse melkveehouder afhankelijk van de wereldmarktprijs. Bovendien is er sprake van bulkproductie: vrijwel alle geproduceerde melk vormt één melkplas, door de structuur in de keten (coöperaties) en de gerichtheid op export. De melkveehouderij is een zeer kapitaalintensieve bedrijfstak. De vaste kosten maken een steeds groter deel uit van de kostprijs. De prijs op de wereldmarkt geldt als uitgangspunt. Wereldwijd stijgt de melkproductie en een dalende prijstrend is te verwachten. Melkveehouders hebben geen invloed op de wereldmarktprijs en hebben dus geen rechtstreekse invloed op hun inkomen uit de melkproductie. Het enige middel is hun productie verhogen om op die manier de vaste kosten te drukken. Een negatieve spiraal, die te weinig financiële ruimte overlaat om te investeren in duurzame aspecten op gebied van bijvoorbeeld milieu, leefomgeving en dierenwelzijn.

Melkveehouders leveren aan (grote) zuivel coöperaties, die vervolgens de melk bewerken en hun afnemers zijn de retail en de industrie. Iedere schakel maakt kosten en een marge. Het verkorten van de keten door de melkveehouder direct te laten leveren aan de retail zou een manier kunnen zijn om de opbrengst voor de boer te verhogen.

Gezien de dominante positie van de retailer in Nederland en het belang van het eigenmerk, zal bij elk groter initiatief een retailer onderdeel moeten uitmaken van het concept om überhaupt kans van slagen te hebben. Bij een succesvolle verkorte keten hoort ook een betere (machts)verhouding en verdeling van opbrengst tussen retail en melkveehouders. Een eerlijkere verdeling maakt het voor melkveehouders ook aantrekkelijker om over te stappen. Melkveehouders en supermarkten maken onderling afspraken over de levering, duurzaamheidsvoorwaarden, en melkprijs. De melkprijs wordt bepaald naar aanleiding van Cost of Production (COP) model. Vervolgens onderhandelt de supermarkt met een van de melkverwerkers in Nederland een contract voor de verwerking van de melk. De melkveehouders leveren vervolgens hun rauwe melk aan de fabriek, deze verwerkt deze en levert aan de supermarkt. De supermarkt betaalt de boer rechtstreeks.

DOELSTELLING

Onderzoeken of het Cost of Production plus Profit model, dat melkveehouders een eerlijke melkprijs garandeert, geschikt is voor de Nederlandse situatie. Dit model wordt gebruikt door supermarkten als Tesco, Sainsbury's, M&S en Waitrose in Engeland in samenwerking met groepen melkveehouders

VRAAGSTELLING

COP model bestuderen in Engeland

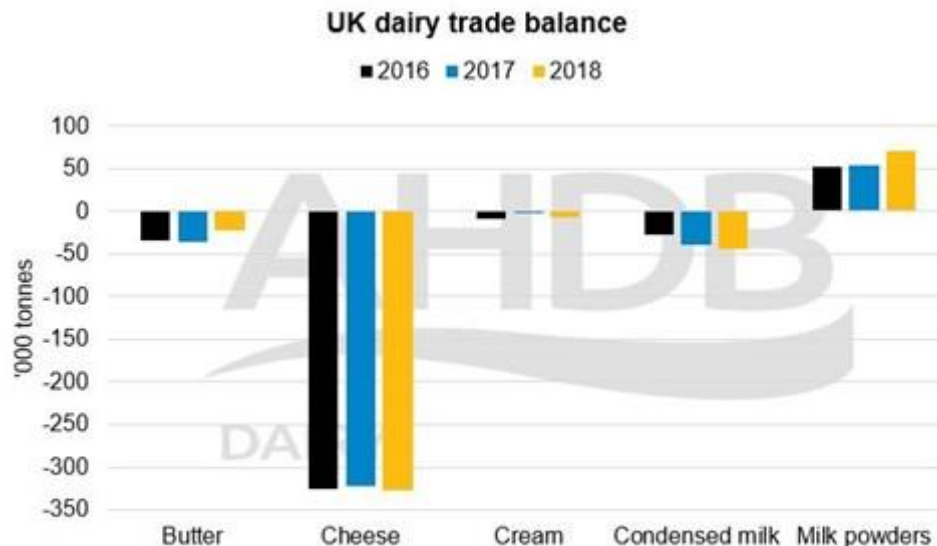
- Wat zijn sterke en zwakke punten COP model Verenigd Koninkrijk
- Tevredenheid ketenpartijen?
- Hoe is het opgezet?
- Hoe is controle geregeld?
- Wat kan er beter? Wat kunnen we van COP model in het VK leren?

Melkveesector en retail in het Verenigd Koninkrijk

Engeland, Schotland, Noord-Ierland en Wales tellen circa 9000 melkveehouders met een gemiddelde bedrijfsgrootte van 200 tot 250 koeien. Nagenoeg alle



melkveehouders zijn grondgebonden. Tezamen wordt circa 13,5 miljard liter melk per jaar geproduceerd. De melkgift per koe bedraagt 7000 tot 11000 liter. Van de totale melkproductie in het VK is 5% afkomstig van biologische melkveehouderijen en deze productie wordt voornamelijk lokaal afgezet. In het VK hebben circa 1500 melkveehouders een rechtstreeks contract met een supermarkt voor de levering van melk met een eerlijke prijs. De zuivelverwerker wordt hierbij ingehuurd door de retailer. De overige melkproductie in het VK wordt coöperatief verwerkt. De melkproductie bleef in 2018 op een relatief hoog niveau en ondersteunde de groei van de export. De export van rauwe melk, boter, kaas en melkpoeders steeg, terwijl de export van room en gecondenseerde melk daalde. Kaas had de grootste exportgroei van meer dan 18.000 ton, terwijl de export van room en gecondenseerde melk in 2018 beide met 3.000 ton afnam in vergelijking met voorgaande jaren.



Source: IHS Maritime & Trade, Global Trade Atlas®, HMRC

Bron: AHDB Dairy, UK

De melkveehouders in het VK leverden tot omstreeks 1994 aan een producentenorganisatie die de melkprijs bepaalde en de melk verkocht aan de industrie. Dit monopolie is door de Europese Commissie ontbonden waarna de melkveehouders zich coöperatief hebben verenigd. Circa 15 jaar geleden is hier een opsplitsing binnen de totale melkveehouderij ontstaan. Vanwege het tekort aan melk in het VK, de lage melkprijzen, de uitbuiting van de boeren door de supermarkten, druk van de consumenten en het gebrek aan controle op het totale proces zijn melkveehouders rechtstreekse contracten aangegaan met retailers zoals Tesco, Sainsbury's, The Co-Operative, Waitrose en Marks & Spencer. Het initiatief lag bij de retailers om de melkveehouderijen en de verse melkproductie veilig te stellen en te behouden in het VK. Door zich te committeren aan speciaal opgestelde voorwaarden ontvangen deze melkveehouders een melkprijs die hoger ligt dan de gemiddelde productiekosten. De overige melkveehouders zijn aangesloten bij één van de zuivelcoöperaties en voldoen aan de wettelijke eisen en de eisen van de melkfabrieken, de zogenaamde Red Tractor Checkers. Müller en Arla zijn de grootste zuivelverwerkers.

DAG 1 Riverford Organic Dairy Farm, Hole Farm, Totnes, Devon

In Totnes bezochten we het biologisch melkveebedrijf "Riverford Hole Farm" en spraken met Fiona Gibson (managing director) en Paul Gerry (technical & operational manager). Riverford was een traditioneel melkveebedrijf en heeft inmiddels vijf boerenbedrijven waar 100% biologische voeding wordt geproduceerd. De productie wordt lokaal afgezet bij onder andere restaurants, "groene scholen" en wekelijks worden circa 50.000 vegetarische voedselboxen gevuld. Daarnaast koopt de

consument de producten in de speciale "Ben's Farm Shops" in Devon. Riverford Hole Farm heeft gemiddeld 200 koeien en produceert circa 30.000 liter melk per week, 1,5 miljoen liter per jaar. De koeien lopen het gehele jaar door buiten, de stallen zijn open van structuur. Restanten voedsel van de voedselboxen en vanuit de winkels wordt aan de koeien gevoerd. De melk wordt binnen de bedrijven verwerkt tot diverse melkproducten, romen en kazen en gedeeltelijk afgezet bij OMSCo; de grootste biologische zuivelcoöperatie in het VK. Unique Selling Point van Riverford is de verkoop van niet-gepasteuriseerde melk waar een flinke markt voor is in Devon. De consumenten in deze streek zijn goed opgeleid, bewust van dierenwelzijn en kiezen vaak voor de streekproducten. Doordat de consument in Devon kapitaalkrchtig is, heeft het bedrijf een goede afzetmarkt. De levering van biologische producten voor de voedselboxen vindt al sinds 1987 plaats. Fiona Gibson legt uit dat Riverford niet met een "aligned contract" met een supermarkt wil werken. Er is wantrouwen richting de supermarkten over onder andere de melkprijs maar ook ethische aspecten spelen daarbij een belangrijke rol. Riverford blijft trouw aan de eigen biologische standaarden ten aanzien van dierenwelzijn zoals het gehele jaar door buiten, het milieu en de passie van de leiding en de medewerkers voor het boerenleven. Het bedrijf voldoet vanzelfsprekend aan de eisen die de Britse regering stelt aan melkveebedrijven. Lokaal wordt educatie op scholen verzorgd en het totale bedrijf biedt veel werkgelegenheid in deze streek. Riverford Hole Farm blijft onafhankelijk, wenst niet door een supermarkt of zuivelfabriek restricties opgelegd te krijgen. De melkprijs van Riverford is gegarandeerd het gehele jaar 40 pence per liter. Paul Gerry geeft aan dat dit onder de kostprijs is. Het bedrijf heeft geen ambitie om de markt vanuit Devon in het VK te vergroten.



DAG 2 Gibbins Agriculture, Twyne Hayes Farm, Cullompton

Ray en Emma Gibbins leiden ons rond over hun melkveebedrijf. Gibbins is al twaalf jaar een top tien "Tesco farmer" en voldoet aan de voorwaarden van Tesco. Het bedrijf is ruim opgezet met open en schone stallen en veel stro. We lopen langs een ruime strostal waar hoog drachtige koeien circa drie weken voor de bevalling gehuisvest worden om zodoende goed in de gaten te worden gehouden. De kalveren worden na hun geboorte eerst in duo's gehuisvest en groeien daarna op in een groep. De kalveren hebben een effectief voedingsprogramma en krijgen hun melk via de kalverdrinkautomaat. Via de ICSI techniek worden voornamelijk vaarskalveren geboren en er is een strikt verbod op export van kalveren. De zorg van de kalveren ligt bij Emma Gibbins en zij vertelt over deze voorwaarden van Tesco.



De koeien van Gibbins hebben een dagelijkse weidegang van zes uur. Weidegang is essentieel volgens Gibbins maar nog geen voorwaarde van Tesco. Het is een punt van discussie mede omdat de druk van de consument hierop toeneemt. Het ligt in de lijn der verwachting dat weidegang binnen afzienbare tijd wordt opgenomen als voorwaarde in het concept van Tesco.

Dierenwelzijn hoofdrol

Dierenwelzijn is een belangrijk aspect binnen het gehele concept en de gezondheid van iedere koe wordt ieder kwartaal nauwlettend gemonitord. Op dit moment vindt de gezondheidscheck door de melkveehouder of de eigen veearts plaats, er gaan binnen de Tesco-groep steeds meer stemmen op om deze periodieke keuring aan te scherpen en te laten uitvoeren door een onafhankelijk veterinaire. Verder is het toedienen van antibiotica aan strenge eisen gesteld. Uiteindelijk wil de consument steeds meer garanties ten aanzien van het dierenwelzijn.

Bij Gibbins is de melkgift per koe circa 10.000 liter. 75% van de geproduceerde melk wordt aan Tesco geleverd. De overige 25% aan zuivelverwerker Müller. Deze constructie is gekozen vanwege de limiet die destijds door Tesco met Gibbins is afgestemd. In de tussentijd is het melkveebedrijf van Gibbins gegroeid en wordt de meer-productie bij Müller afgeleverd. De prijs die Gibbins voor zijn melk krijgt, is negen van de twaalf maanden ruim 4 pence per liter hoger dan de prijs die melkveehouders ontvangen die hun melk afzetten via de zuivelcoöperaties. De melkprijs van Müller fluctueert en is bij uitzondering hoger dan de melkprijs bij Tesco.

Biodiversiteit

Naast dierenwelzijn is biodiversiteit een onderdeel van het Tesco concept. Gibbins heeft een aantal hoeken van zijn velden hiervoor ingericht conform de Europese eisen. De aandacht voor "environment management" is vooral nog een ondergeschoven kindje en de aanscherping zal de komende jaren plaatsvinden, zo geeft Gibbins aan. Het Tesco programma bestaat uit twee peilers: COP; Cost of Production en QVIS; Quality-Value-Innovation-Service. De kostprijs wordt elke drie maanden opnieuw besproken en berekend door een afvaardiging binnen de groep van deelnemende melkveehouders. Twee keer per jaar wordt de prijs aangepast door Tesco. Factoren die van invloed zijn op een prijswijziging zijn bijvoorbeeld de temperatuur en regenval of droogte, kosten voor bemesting maar ook de fluctuerende melkprijzen in de supermarkten. De gemiddelde melkprijs stimuleert de melkveehouders met een hoge kostprijs efficiënter te ondernemen. Melkveehouders met een lagere kostprijs worden gestimuleerd te investeren. Zo heeft Gibbins bijvoorbeeld onlangs geïnvesteerd in een betonnen en afgesloten ruimte alwaar een kadaver wordt bewaard tot het destructiebedrijf langskomt. In de berekening van Tesco is ook een percentage voor "unpaid family" opgenomen. Dit is een financiële bijdrage voor familieleden werkzaam op de melkveehouderij. De Tesco melkprijs is ondanks jaarlijkse aanpassingen een stabiele prijs, zo merkt Gibbins op. Voor wat betreft de kwaliteit van de melk en de kwaliteit van de melkveehouderij wordt gewerkt met een puntensysteem met de volgende onderdelen: kwaliteit, waarde, innovatie en service. Deze onderdelen zijn onderverdeeld in subonderdelen zoals algehele verbetering van de melkveehouderij, kwaliteit van de melk, voedselveiligheid, hygiëne, dierenwelzijn, het voldoen aan de wettelijke eisen inclusief de wettelijke eisen ten aanzien van biodiversiteit maar ook toekomstbestendigheid, opleiding en ontwikkeling van personeel, de positieve bijdrage aan de publieke opinie, rondleidingen of workshops op het bedrijf, zitting in de afvaardiging van de Tesco kerngroep, excellent partnerschap. Het puntensysteem geeft een helder inzicht. Een melkveehouder die onvoldoende scoort komt op een aparte lijst en krijgt adviezen vanuit de groep om zijn zaken weer op orde te krijgen. Deze melkveehouder moet het volgende kwartaal weer voldoende scoren en als dat niet het geval is, kan geen melk meer geleverd worden aan Tesco. De melkveehouders hebben een langlopend contract van telkens twee jaar met Tesco en de opzegtermijn voor beide partijen is een half jaar. Door COP en QVIS

beschikken de melkveehouder en Tesco over enorm veel data over de bedrijfsvoering. Ray en Emma Gibbens krijgen gemiddeld 32 PPL (Pence per liter) voor hun melk en zijn tevreden over hun contract met Tesco.

De verse melk is 100% Brits en komt van één van de 700 aangesloten melkveehouderijen van de Tesco Sustainable Dairy Group (TSDG).

Tesco melkveehouders krijgen een eerlijke prijs gebaseerd op productiekosten.

Op elk pak melk staat een foto van een Tesco melkveehouder met daarbij de belangrijke informatie over de eerlijke prijs en het welzijn van de koeien.



DAG 3 Peter Hunt, Blackmarsh Farm, Sherborne

Peter Hunt ontvangt ons eerst in de keuken van zijn boerderij. Aan tafel zit ook zijn zoon, Charlie, die studeert en daarnaast meewerkt in het bedrijf. In 1991 heeft Hunt het bedrijf van zijn vader overgenomen in de toekomst zal zijn zoon het melkveebedrijf hopelijk voortzetten. Er zijn 250 koeien die zijn ondergebracht in de gerenoveerde oude gebouwen. Door het klimaat in Zuid Engeland zijn ook hier de stallen open van constructie. De koeien staan het gehele jaar binnen. Hunt behoort tot de top 25 in productie en efficiency van de "Sainsbury's farmers". De melkgift van zijn koeien is 11000 liter. De jaarlijkse productie is 2,2 miljoen liter melk. Naast 250 melkkoeien zijn er nog circa 150 stuks jongvee op het bedrijf. Hunt heeft ongeveer 200 hectares grond waar hij onder andere mais, tarwe en graan verbouwt. Tot circa 15 jaar geleden werd de melk aan de zuivelcoöperatie verkocht. Door een samenloop van omstandigheden en puur geluk, zo zegt Hunt nu, heeft hij in 2007 het contract met Sainsbury's kunnen sluiten. Het Sainsbury's contract bestaat uit een gecontroleerde prijs gebaseerd op de gemiddelde productiekosten van de groep in het gehele proces (COP).

Voorwaarden

De condities waaraan de melkveehouder dient te voldoen zijn streng en worden steeds strenger maar de melkprijs is, ten opzichte van de prijs van de zuivelcoöperaties, goed. Zodra een melkveehouder winst maakt, kan er geïnvesteerd worden in een belangrijk aspect van het concept namelijk duurzaamheid. Het break-evenpoint is de gemiddelde kostprijs van de groep Sainsbury's farmers. Hunt legt uit dat wanneer je als melkveehouder beter presteert dan gemiddeld dit doorwerkt in alles: in je investeringen maar ook in je visie en innovaties. De standaard condities van Sainsbury's zijn globaal op te delen in de **melkwaliteit, de infrastructuur en het dierenwelzijn** waarbij het geen voorwaarde is dat de koeien naar buiten gaan. Het punt staat bij Sainsbury's wel ter discussie en de voorwaarde wordt hoogstwaarschijnlijk aangescherpt waarbij men naar

verwachting uit zal komen op een weidegang van 100 dagen per jaar. Sainsbury's werkt vanuit de Sainsbury's Dairy Development Group (SDDG) met een stuurgroep van acht geselecteerde melkveehouders, waaronder Peter Hunt, die behulpzaam zijn bij het faciliteren van een goede communicatie binnen de groep. Deze melkveehouders spelen een sleutelrol bij de ontwikkelingen op het gebied van de bedrijfsgezondheid, verbetering van de diergezondheid en het dierenwelzijn, de efficiëntie van het bedrijf, de milieu initiatieven en de betalingsmodellen waarmee SDDG werkt.

Documenteren bedrijfsgegevens

Het vastleggen van alle bedrijfsgegevens is een belangrijk aspect voor het verbeteren van de kwaliteit. De informatie is toegankelijk voor de leden van de groep. Hunt geeft aan dat hij op deze manier exact weet hoe zijn bedrijf er cijfermatig voor staat. Er is een tweede dierenarts die zijn dieren periodiek inspecteert en de groep maakt gebruik van elkaars kennis. Deze absolute data zijn heel belangrijk, zo benadrukt Hunt nogmaals. Regelmatig worden collega melkveehouders bezocht ("kijken in elkaars keuken") en de bedrijfsresultaten worden met elkaar besproken. Sainsbury's stimuleert dit en stelt de data beschikbaar. De melkveehouders hebben met de informatie die zij aan Sainsbury's leveren invloed op de melkprijs. De contracten zijn langlopend en de opzegtermijn van Sainsbury's is zes maanden en van een melkveehouder twee maanden. Naast het COP-model waarbij de melkprijs elk kwartaal wordt bepaald, heeft Sainsbury's in 2009 de Key Welfare Indicators (KWI's) geïntroduceerd. Deze indicatoren worden gebruikt om de gezondheid en het welzijn van de dieren op een objectieve manier te meten en de bijdragen van de melkveehouders aan de verbetering van de leefomgeving te meten. Binnen de groep worden de gegevens over de gezondheid van de kuddes met elkaar gedeeld. Hunt geeft aan dat een eerlijk en open systeem onontbeerlijk is om jonge boeren verder te kunnen helpen. De aanscherping van de criteria is voor de oudere melkveehouders soms moeilijker te voldoen. De druk van de consument is groot ook op het gebied van een duurzame leefomgeving en het minimale gebruik van kunstmest. Bij Sainsbury's worden de melkveehouders die onder de maat presteren bezocht door collega's waarbij de interne problemen worden besproken en de informatie voor een periode strenger wordt gemonitord. Er is openheid en transparantie. Ingeval een melkveehouder punten blijft verliezen, is aflevering van de melk aan Sainsbury's niet langer mogelijk. Peter Hunt is zelf ook open over zijn bedrijfsresultaten en laat de cijfers aan ons zien. Hunt ontvangt 30,9 PPL (Pence per liter melk). Naast melkveehouder is Hunt een ondernemer in hart en ziel. Hij vindt het belangrijk de bezoekers van zijn boerderij iets extra's te bieden en werkt mee aan een nieuw concept in het VK "Flowers from the farm". Daarnaast runt Hunt een bedrijf dat speelgoedtoestellen levert aan scholen en gemeenten. Op zijn melkveebedrijf is een showroom, een speelgoedwinkel en er is een doolhof voor kinderen in een maisveld.

- *De verse melk is 100% Brits en komt van één van de 350 aangesloten melkveehouderijen van de Sustainable Dairy Development Group (SDDG).*
- *Sainsbury's melkveehouders krijgen een eerlijke prijs die hoger is dan de gemiddelde productiekosten.*
- *Sainsbury's wil zelfvoorzienend zijn en alle producten: melk, vlees, groeten etc leveren vanuit eigen land.*
- *Sainsbury's heeft de agrarische sector nodig.*



DAG 4 National Farmers Union(NFU), Agriculture House, Warwickshire

Op het kantoor van NFU zijn we ontvangen door Verity Richards, Dairy Adviser en Ruth Edge, Chief Food Chain Adviser. NFU is de meest succesvolle vertegenwoordiging in het VK in de land- en tuinbouw. Het doel van NFU is om de sector te overtuigen campagne te voeren voor een stabiele en duurzame toekomst voor alle Britse boeren en de best mogelijke deal voor de leden te waarborgen. Van de circa 9000 melkveehouders in het VK zijn 7850 melkveehouders lid van NFU. Volgens de informatie van NFU is de bemoeienis van de retailer in 2007 niet ontstaan door een melktekort maar door de manier waarop de melkveehouders omgingen met de crisis. Het behoud van de melkveehouderij in het VK was de drijfveer voor de supermarkten vanwege de levering van verse melkproducten onder eigen label. Zuivel is namelijk een basisbehoefte voor de consument en hiervoor komt deze naar de supermarkt. Door het aanbieden van contracten door grote supermarktketens is een tweedeling ontstaan tussen de melkveehouderijen. Het marktaandeel van Tesco is 28%, van Sainsbury's 26,2%, van The Co-Operative 6,1%, van Waitrose 5,3% en Marks & Spencer 4%. De melk van deze ketens is gegarandeerd 100% van de aangesloten melkveehouderijen die voldoen aan speciaal opgestelde criteria. Dit geldt niet voor de melk die via een zuivelverwerker wordt aangeboden. Onder andere Aldi en de Lidl hebben geen contractuele binding met melkveehouderijen, de aangeboden melk in de supermarkt komt van verschillende leveranciers en de prijs wordt volledig bepaald door de retailer. Niet alle melkveehouders zijn echter in staat om via een contract en dus het COP-model te werken. Ten aanzien van controle van het prijsmechanisme c.q. blockchain lijkt vooralsnog alleen Sainsbury's openheid te geven over het percentage dat zij verdienen aan verse melk. Er is verder geen enkele retailer die openheid van zaken geeft omtrent de opbouw van de melkprijskosten. NFU zet haar vraagtekens bij de meerwaarde van blockchain. Het brengt slechts voor een deel duidelijkheid en inzichtelijkheid, zo geeft Edge aan. Op dit moment is de NFU van mening dat zolang de melkveehouders tevreden zijn met de melkprijs die zij contractueel ontvangen van de retailer, het lastig zal zijn om blockchain te implementeren in het gehele proces waarin de melkprijs tot stand komt. De reputatie van de retailers is van groot belang dus er bestaat geen argwaan bij de NFU, dat de supermarkten onaangename bedoelingen hebben of nadelige besluiten zullen nemen. De melkveehouders hebben via hun contract invloed op de melkprijs en daarmee is deze groep vooralsnog heel tevreden. In de melkmarkt is het concept van Tesco de voorloper. Deze retailer verzorgt de logistiek en de verwerking van de melk zelf. De consument in het VK is zich bewust van het milieu en het dierenwelzijn en is bereid een meerprijs te betalen voor "sustainable milk". Steeds meer melkveehouderijen wensen een contract met een retailer. Op dit moment zijn er per retailer wachtlijsten van circa 100 melkveebedrijven. Tenslotte geeft Richards enkele tips voor de introductie van het systeem bij de grote supermarktketens in Nederland.

DAG 5 Promar International, Alpha Building, Cheshire

In Stapeley hebben we een afspraak met Matt Sheehan, Principal Consultant bij Promar International de grootste onafhankelijke adviesorganisatie voor landbouw, milieu en agri-food van het VK. Het bedrijf is gespecialiseerd in onderzoek en advies in de agrarische en agri-food sectoren, zowel in het VK als wereldwijd. Sheehan legt uit dat Promar voor Tesco werkt en beiden trots zijn op het productiekostenmodel model dat zij ontwikkeld hebben voor de zuivelsector. Promar werkt vanuit drie gekoppelde domeinen: melkveehouderijen, duurzaamheid en datamanagement & inzicht. Rekening wordt gehouden met diverse marktfactoren zoals de verwachtingen van de overheid, de toenemende en veeleisende verwachtingen van de consumenten (veganisten, plastic-vrije verpakkingen), de concurrentie onder de retailers en discounters wat leidt tot druk op de marges, de onzekerheid in verband met Brexit en internationale concurrentie.

Melkveehouderij

Op het niveau van de melkveehouderijen zijn twee factoren van belang: de afname van het aantal melkveehouderijen maar tegelijkertijd de toename van het aantal stuks melkvee per bedrijf met de toename van de melkproductie, de melkveebedrijven die excellent presteren op vier belangrijke criteria: dierengezondheid en -welzijn, opleiding en ontwikkeling van personeel plus relaties met klanten en leveranciers, gebruik van technologie, genetica, robots om de efficiency te vergroten en tenslotte het bewustzijn en de acties ten aanzien van de duurzaamheidsagenda, het milieu.

Op dit moment bestaat de Tesco-groep uit ongeveer 630 melkveehouderijen van gemiddeld 230 koeien per bedrijf met een melkgift van circa 9000 liter. Het aantal "Tesco farmers" neemt jaarlijks iets af, deels doordat bedrijven niet overgenomen worden bij een pensioen en deels doordat melkveebedrijven niet kunnen voldoen aan de hoge voorwaarden van Tesco. Bij aanvang van het concept in 2007 in de crisistijd heeft Tesco, vanuit slechte omstandigheden in de sector zoals een melkprijs die onder de productieprijs lag waardoor de supermarkten de melkveehouders buiten bedrijf stelden, er als eerste voor gekozen verantwoording te nemen en is een samenwerking met de melkveehouders aangegaan. De selectie was in het begin op praktische, logistieke basis. De belangrijkste grondslag van het concept is bescherming van de melkveehouderij en daardoor de verse melk in het VK door een melkprijs plus aanvulling te garanderen die hoger ligt dan de productieprijs. Een tweede belangrijke grondslag was en is bescherming van het eigen merk.

Melkprijs

De prijs wordt strikt bepaald op basis van alle input van de Tesco melkveehouderijen. Alle bedrijfsgegevens worden verzameld via het Farm Business Account van Promar waarna een fictieve gemiddelde boerderij wordt gecreëerd. Vervolgens wordt een budget toegepast op basis van de gemiddelde kosten. Het budget vormt de basis voor de prijs die de melkveehouders de komende twaalf maanden zullen ontvangen. Er is een volledige herziening van de prijs na zes maanden en elk kwartaal zijn er aanpassingen ten aanzien van de invloeden van temperatuur, regenval, bemesting, brandstofprijzen etc. Het prijsmechanisme blik vooruit en evalueert. De aanvulling op de productieprijs ontstaat doordat de melkveehouder zich committeert aan de hoge normen van Tesco en daarvoor wordt beloond. Belangrijke dynamiek die hieruit is ontstaan, is de stimulans om de efficiency te verbeteren en de COP zal hierdoor afnemen. Sinds enkele jaren is naast het prijsmechanisme een ander mechanisme ingevoerd om de prestaties op andere aspecten te meten en de betrokkenheid te vergroten, het zogenaamde QVIS systeem (Quality Value Innovation Service). De melkveehouderijen worden op basis van de score gerangschikt. Bij melkveehouderijen die aanhoudend laag scoren (ondanks een vangnetconstructie) wordt het contract door Tesco ingetrokken. Al deze zaken moeten voor een duurzame toekomst voor zowel Tesco als de melkveehouderijen zorgen.

Conclusies

Na bestudering in de praktijk van het Cost of Production model dat melkveehouders en retail met elkaar hebben geregeld in het VK komen wij op in grote lijn tot de volgende conclusies.

Sterke en zwakke punten van het COP-model in het VK

Het sterke punt van het COP-model in de VK is dat er directe samenwerking tussen primaire producent en retail een feit is: korte keten. Een ander punt is dat het concept duurzaam lijkt, want werken volgens dit model bestaat nu 12 jaar aaneengesloten. Daarnaast is de melkprijs vrij stabiel en bestaat concreet uit de kostprijs en een meerprijs voor de extra voorwaarden. De stabiele prijs is een resultaat van een onafhankelijke berekening van de gemiddelde kostprijs en de onkosten die de voorwaarden met zich meebrengen. Een vierde thema wat er uit springt is dat de boeren zich veel gemotiveerder voelen om goed te boeren en onderwerpen zoals dierenwelzijn en milieu veel meer aandacht geven. Een zwakker punt zijn een aantal voorwaarden die vrij laagdrempelig zijn. Dit is veroorzaakt door de plotse totstandkoming van de samenwerking destijds, waarbij ingezet is op te lage voorwaarden achteraf gezien. Gevolg is dat de bedrijven gewoon toch overgaan op schaalvergroting en een misser is achteraf dat ze weidegang niet verplicht hebben gesteld. Als een systeem er eenmaal is, is het veel moeilijker voorwaarden alsnog aan te scherpen.

De inspraak van boeren bij de samenwerking heeft voor- en nadelen. Als de meerderheid van de deelnemende boeren tegen weidegang is, kunnen ze dat dus tegenhouden als extra voorwaarde. Een ander zwak punt is dat er geen volledige transparantie is hoe de meerprijs is opgebouwd.

Tevredenheid ketenpartijen

Supermarkten waren niet beschikbaar voor een gesprek. Het feit dat zij zich al 12 jaar lang aaneengesloten aan dit concept

hebben verbonden, zou kunnen betekenen dat ze tevreden zijn. De boeren waren ronduit positief. Vooral omdat dit concept (de directe levering aan retail) een deel van de melkveehouderij destijds uit de crisis heeft gehaald. Ook worden 'zachte' argumenten genoemd zoals: waardering krijgen als boer; product wordt gewaardeerd; gezicht in de samenleving –draagvlak en het feit dat ze inspraak hebben op de voorwaarden geeft een gelijkwaardig- aan –de- retail- gevoel. Financieel gezien zijn de boeren tevreden: gemiddeld genomen ontvangen zij meer per liter dan een collega die aan een zuivelorganisatie levert. Een stabiele melkprijs heeft een positieve invloed op arbeidsvreugde en de continuïteit van het bedrijf.

Wat kunnen we van het COP-model in het VK leren?

Wij moeten goed beseffen dat de positie retail-melkveehouder geheel anders in het VK is dan in NL. Waarom? De retail in het VK had de boer nodig 12 jaar geleden: consumenten klaagden over uitbuiting van boeren door de lage melkprijs die zij kregen en er kwam steeds meer roep om dierenwelzijn. Supermarkten trokken zich dat aan. Zij hadden nog een belang: wilden ook garantie dat ze genoeg melk in de schappen konden blijven houden. Het VK is net zelfvoorzienend in zuivel. Ten tijde van MKZ en BSE zou zo een risico kunnen ontstaan dat een supermarktketen geen melk in zijn schappen heeft. Melk is een van de belangrijkste producten. Nederland exporteert enorm veel zuivel(producten): circa 70% van de totale melkproductie. De Nederlandse retail hoeft zich dus geen zorgen te maken of er wel melk genoeg zal zijn volgende maand. De Nederlandse burger laat zich niet echt horen over koeienwelzijn of over uitbuiting boeren. Dat laatste is ook niet aan de orde in NL. De melkveehouders hier hebben de beste melkprijs van Europa, ondanks hogere kostprijs. Een leermoment is dat we de supermarkt in NL dus met andere argumenten moeten benaderen: Zeker omdat zo nu en dan dierenwelzijn ter discussie staat en zeker het klimaat. Een ander argument is dat een supermarkt zich kan onderscheiden met eigen, gegarandeerde melkstroom en een betere prijs voor de boer. Het COP-model kan daarmee een marketingtool worden voor een Nederlandse retailer. Omdat het in NL nog niet is. Dat past in de tijdgeest waar steeds vaker geluiden opgaan over True cost of Product, een afgeleide van COP-model.

Een volgend leerpunt is dat wanneer een retailer met een groep melkveehouders wil beginnen er echt bovenwettelijke voorwaarden moeten zijn. Het VK stelt achteraf dat daar verschillende voorwaarden te zwak zijn gesteld bij aanvang en het is erg moeilijk om de lat later in het proces hoger te leggen.

Een derde leerpunt is dat de groepen boeren per supermarkt kennis en ervaring met elkaar uitwisselen. De boeren voelen zich verbonden met elkaar en er is een gezonde concurrentie om bij de top van de boeren te horen. Daar speelt het puntensysteem een rol bij. Melkveehouders worden getriggerd goed hun best te doen, zeker omdat collega's over de schouder meekijken. Dit zou je als een positief neveneffect kunnen beschouwen. En zou goed zijn om dit ook mee te nemen in NL.

Louise van der Linden
Diana Saaman
juli 2019

BIJLAGE 2

Overzicht na 16 diepte-interviews met melkveehouders

Hoe reageren de melkveehouders op de concept criteria van Houdbare melk?

Deelnemer *	Leeftijd	Provincie	Aantal koeien	Aantal hectares
1	31	Noord Holland	117	70
2	53	Zuid Holland	180	105
3	59	Zuid Holland	29	18
4	34	Friesland	100	68
5	54	Noord Brabant	100	66
6	56	Overijssel	120 jongvee	55
7	59	Friesland	70	60
8	52	Noord Holland	45	35
9	56	Utrecht	36	39
10	33	Overijssel	60	55
11	60/37	Overijssel	88	75
12	44	Overijssel	75	50
13	38	Noord Holland	66	60
14	60	Utrecht	110	70
15	48	Gelderland	52	35
16	32	Gelderland	180	220

* naam is bij projectteam bekend

SET 1 Dierenwelzijn

Thema	Voorwaarde Houdbare melk	Percentage (6 % per deelnemer)	Toelichting
Boxen	Elke koe een ligbox	EENS 100%	
Boxen	Ruim voldoende om makkelijk te liggen	EENS 100%	
Boxen	Strooisel of koematras	EENS 100%	
Borstel	1 borstel per 60 koeien	EENS 100%	
Kalveren	Minimaal 24 uur na afkalven bij koe	EENS 12 % ONEENS 88%	<ul style="list-style-type: none"> - Veel onrust bij koe/Koppel - Lastig. Als je kalf en koe wil scheiden dan is onze ervaring dat binnen een paar uur dit zonder stress gaat. Langer geeft veel meer stress. - Bij Paratbc weghalen voor gezondheid. Wel aflikken, maar dan weg bij de koe - Minimaal tot 6 uur na afkalven bij moederkoe - Niet elke koe geeft moederzorg aan kalf en/of laat kalf op tijd drinken. Het blijft maatwerk - Het is beter voor de koe als het kalf direct na de geboorte gescheiden wordt Dan heeft het kalf de hoogste overlevingskans. Koe kan niet per ongeluk op het kalf gaan liggen en je hebt betere controle of het kalf voldoende biest

			binnen krijgt. Ook bouwen de koe en het kalf geen band op want dan kan er bij het scheiden van het kalf van de koe enorm veel onrust ontstaan.
Kalveren	Geen individuele huisvesting vanaf geboorte	ONEENS 100%	<ul style="list-style-type: none"> - Verhoogd risico diarree - betere controle bij individuele huisvesting eerste week - 10-14 dagen in eenlinghok zorgt voor goede opstart en weerstand. Zolang het goed gaat en er problemen zijn, is bij elkaar vast geen probleem. Wel wordt het een probleem als er 1 ziek wordt. Dan worden ze allemaal besmet. En jonge kalveren kunnen niet veel hebben. Zijn er onderzoeken die ander beeld geven? - Te weinig controle of ze drinken - Wel individuele huisvesting vanaf geboorte tot maximaal 14 dagen - Eerste 14 dagen is individuele huisvesting nodig ivm zorg voor het kalf, Kalf te vroeg in groepshok geeft probleem met navelzuigen. - Het kalf moet eerst zelfstandig kunnen staan en drinken. Als je deze meteen in een groepshok gooit met oudere soortgenoten krijgt het kalf niet de gelegenheid om in alle rust te leren drinken en kun je als veehouder dit niet rustig begeleiden omdat je dan continue door de andere kalveren belaagd wordt.
Onthoornen	Pijnbestrijding tijdens en na onthoornen	EENS 94 % ONEENS 6%	<ul style="list-style-type: none"> - Dit is al verplicht bij onthoornen. Zie: https://www.rvo.nl/onderwerpen/agrarisch-ondernemen/dieren/dierenwelzijn/welzijnseisen-voor-dieren/kalveren - Koeien met hoorns in een loopstal kunnen elkaar ernstig verwonden Zeker als de rest wel hoornloos is. Onthoornen waarbij het kalf in narcose gebracht wordt is een Relatief kleine eenmalige ingreep. Vergelijkbaar met het trekken van een verstandskies bij een mens. Een paar dagen gevoelig en daarna ben je het gauw vergeten. - Oneens, want Pijnbestrijding is de nieuwe melkkoe van de chemie, verschillende opties hoorns niet verwijderen ,of hoornloosheid fokken, homeopathie gebruiken ,werkt bij ons zelfs beter als pijnbestrijding door
Drinken	Vanaf 20 koeien minimaal 2 drinkbakken, bij meer dieren één drinkbak per 20 koeien	EENS 76 % ONEENS 24 %	<ul style="list-style-type: none"> - goede strategische plaatsing en voldoende water zijn belangrijker - Hangt van formaat af. Er zijn ook hele grote waterbakken van bv 2-3 meter. - Elke 25 koeien 1 drinkbak. - Ik heb 2 grote drinkbakken waar wel 5 koeien tegelijk kunnen Drinken als ze willen (grote vlotterbak) dan kun je best 40 koeien op 1 drinkbak houden.
Drinken	Kalveren hebben altijd beschikking tot vers drinkwater	EENS 88 % ONEENS 12 %	<ul style="list-style-type: none"> - onbepaald drinken van water pas na biestperiode, dus na leeftijd van 3 dagen!!! Biest is het GOUD voor het kalf. - Nuka's alleen melk laten drinken hebben geen behoefte aan water , oudere kalveren uiteraard wel
Vreetplaats	Per koe een vreetplek	EENS 60 %	<ul style="list-style-type: none"> - Bij voldoende mooi voer voor het voerhek is dit niet nodig - Bij voldoende voorraad aan het voerhek is dit niet nodig. Wel

		ONEENS 30 %	gewenst. Bij veel stallen nu niet mogelijk.
Vloer	Dichte vloer, gescheiden inzamelen mest en gier	EENS 12 % ONEENS 88 %	<ul style="list-style-type: none"> - Te hoge investering in bestaande inrichting, deze voorwaarde stellen bij nieuwbouw - Vind ik lastig. Als je dit doet ivm milieudruk voor ammoniakuitstoot dan werkt de klepjesvloer op papier ook goed. Los van of we het veilig vinden.. Betreft de meststoffen die over blijven heb ik persoonlijk te weinig verstand van de bemesting. - Alleen bij nieuwbouw. Primaire mestscheiding is echt goed. Drijfmest is het probleem: ammoniak - Mest en gier scheiden is ivm ammoniak een wens voor elke veehouder, Financieel echter niet haalbaar, Weideseizoen duurt steeds langer, onverantwoorde investering, voor 4 tot 5 mnd per jaar. Stalsystemen zijn nog verre van perfect, vaak ongewenste neveneffecten - Traditionele roostervloer in combinatie met weidegang is goed. - Het voerplan is veel belangrijker dan de stal, zie de laatste metingen van emissie armvloeren, drama! <p>Een roostervloer is het beste</p>
Stal-ruimte	Minimaal 6 m2 per koe	EENS 82 % ONEENS 18 %	<p>Rassen verschillen in grootte, dus norm is moeilijk vast te stellen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Een koe eet of ligt te herkauwen dus een ruime comfortabele Ligbox is belangrijker dan de hoeveelheid loopruimte zeker als ze dag en nacht weidegang hebben.
Weiden	180 dagen x 8 uur per dag	EENS 94 % ONEENS 6 %	Mag van mij wel minimaal 12 uur per dag zijn
Weiden jongvee	Kalveren afhankelijk leeftijd, overig jongvee als draagkracht land het toelaat	EENS 100%	<ul style="list-style-type: none"> - kalveren vanaf 3 maanden weiden - Rekening houden dat het gebruik van ontwormingmiddelen wordt voorkomen
Transport kalveren	Vanaf leeftijd 4 weken of bij gewicht van min. 45 kg	EENS 18 % ONEENS 76 % GEEN MENING 6%	<ul style="list-style-type: none"> - Gewoon op 2 weken zoals in wet - een goed en gezond kalf van 14 dagen kan ook echt wel weg - kruisingen wegen met 14 dagen al 45 kg - Als een kalf met 4 weken nog geen 45 kilo weegt moet ze wel ziek zijn. Ze wegen bij mij bij de geboorte meestal al 50 kilo. En mesters willen kalveren tussen de 2 en 3 weken oud liefst niet ouder dus 4 weken komt eigenlijk nooit voor.
Transport	4 uur of max 250 km	EENS 76 % ONEENS 18 % GEEN MENING 6%	<ul style="list-style-type: none"> - Bij export vaarzen dan? - Dit geldt dan ook voor de Buitenlandse kalveren!!!! - Heb je als veehouder geen invloed op. - Het is beter om alleen Nederland als regio te houden. Is ook makkelijker te controleren

Thema	Voorwaarde Houdbare melk	Percentage (9,09 % per deelnemer)	Toelichting
Kracht-voer	< 20 % van de totale voeropname	EENS 88 % ONEENS 12 %	- 25%! - Moeilijk te controleren. En niet alle krachtvoer is even "schadelijk"
Kracht-voer	100% Europees	EENS 100 %	
Kracht-voer	Soja alleen vanuit Europa	EENS 94 % ONEENS 0 % GEEN MENING 6 %	- Melkveesector is al verplicht gecertificeerde soja aan te kopen.
Kracht-voer	100% non gmo	EENS 100 %	
Gewas-bescherming	Geen Glyfosaat of andere discutabele middelen	EENS 76 % ONEENS 24 %	- Graslandvernieuwing in het veenweidegebied kun je niet ploegen, hier heb je het dus nodig. - Glyfosaat is soms echt nodig en breekt helemaal af
Energie	Max 50 kwh per 1000 kg melk	EENS 76 % ONEENS 18 % GEEN MENING 6 %	- Bij bedrijf met meerdere stallen moeilijk te achterhalen -- Ik weet niet of een melkveehouder met bijvoorbeeld 5000 kg melk per koe dit kan realiseren - Liefst energie neutraal ieder boer kan op zijn staldak zonnepanelen leggen. - gewoon alleen groene stroom
Energie	100% hernieuwbaar	EENS 94 % ONEENS 6 %	
Energie	Energie neutraal	EENS 45 % ONEENS 55 %	Om dat rendabel te krijgen moet je kunnen terugleveren tegen een goede vergoeding. Dit is niet mogelijk omdat het net het niet aan kan. - Mogelijkheid, geen verplichting voor volledig. - Het ene jaar is het andere niet wat betreft de opwekking van stroom met eigen zonnepanelen en/of windmolen. Als het dan verplicht wordt dan gaan er veel uit voorzorg meer stroom opwekken dan nodig en moet er veel terug geleverd worden voor een veel te lage prijs. En wat gaat er gebeuren als je er net niet aan voldoet?

Energie	Geen gasaansluiting bij nieuwbouw	EENS 94 % ONEENS 6%	
Grond-gebondenheid	Alle mest moet op eigen land kunnen worden aangewend	EENS 100 %	
Landgebruik	Niet toegestaan is verhuur voor bijvoorbeeld bloembollen	EENS 82 % ONEENS 18 %	- zolang je grondgebonden blijft - Je moet het niet willen, maar je moet wel vrijheid hebben op dat gebied
Mineralen	KLW bijhouden voor in- en output mineralen	EENS 12 % ONEENS 88 %	- Gewoon mineralenbehouding - KLW is een niet controleerbaar en onbetrouwbaar gedrocht!! - Voorwaarde dat life cycle assessment (LCA) is veel beter - Op boerderijniveau niet op perceelsniveau - De kringloopwijzer zoals die nu is is veel te omslachtig, kan veel soberder voor extensive bedrijven (oude minas).
Mineralen	P balans neutraal, aanvoer mag indien nodig	EENS 94 % ONEENS 6 %	- Streven wel, maar is niet vol te houden
Mineralen	Max 75 N p/ha	EENS 64 % ONEENS 36 %	Max 100 kg/ha! 0% N uit kunstmest!
Ruwvoer	Aankoop < 50 km	EENS 88 % ONEENS 12 %	- Binnen 20 KM!! - bij calamiteiten moet ook > 50 km mogelijk zijn
Emissie	Afhankelijk bedrijfsomstandigheden	EENS 100 %	
Blijvend grasland	100%, beperkte herinzaai toegestaan	EENS 55 % ONEENS 45 %	- Juist wisselteelt is belangrijk (voederbieten, mais) en opnieuw gras inzaaien - Bij melkveehouders met een overschot aan grond is het aantrekkelijk voor zowel mens, dier, milieu, omgeving om eigen krachtvoer te verbouwen. Rotatieteelt is dan beter dan alleen gras of bouwland - Herinzaai moet mogelijk blijven maar alleen als de Kwaliteit van het perceel te slecht is. Dus niet om de 3 of 4 jaar weer opnieuw

			inzaaien om zo een nog hogere grasoprengst te halen. - Beter zelf krachtvoer verbouwen indien mogelijk - Ik wil hierin vrijheid hebben
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Set 3

Leefomgeving

Thema	Voorwaarde Houdbare melk	Percentage (9,09 % per deelnemer)	Toelichting
Broed gelegenheid vogels boeren erf	Plan van aanpak moet aanwezig zijn	EENS 82 % ONEENS 12 % GEEN MENING 6 %	- niet teveel administratie! - Vind ik los staan van agrarische sector. In melkput, melktank mag het weer niet! Hier bv geen plan van aanpak aanwezig maar het stikt van de zwaluwen en de uil heeft broedplek. Meer administratie?
Broed gelegenheid weide vogels	Bedrijfsplan opstellen in samen-spraak met omgeving. Deelname aan ANV of beheers collectief	EENS 94 % ONEENS 6 %	
Erfbe planting	Moet aanwezig zijn. Als toestand matig is, dan plan opstellen en uitvoeren	EENS 88 % ONEENS 6 % GEEN MENING 6 %	- Wat zien wij als erf? Inclusief het privéterrein?
Kruiden rijk grasland	10 % van de oppervlakte, met beperkingen in gebruik, zoals beperkte bemesting, bvk vaste mest	EENS 94 % ONEENS 6 %	
Land schaps elementen	5%	EENS 88 % ONEENS 12 %	
Land schaps elementen	Indien aanwezig sloten behouden	EENS 82 % ONEENS 18 %	alleen als het mogelijk is om de sloot te verleggen als het nodig is voor de ontwikkeling van het bedrijf. - bij uitbreiding bouwblok moet dit niet als een belemmering gelden.

BIJLAGE 3

Samenvatting correspondentie en gesprekken retailers en het CBL

De campagne 'Eerlijke melk' van Milieudefensie in 2017 heeft er mede voor gezorgd dat duurzame melk op de kaart is gezet. Enkele retailers zijn het gesprek aangegaan met zuivelorganisaties en/of melkveehouders om de vraag naar een duurzame melkstroom aan te geven. Op boerderijen vonden gesprekken plaats met boeren, inkopers (directeursniveau) en zuivelonderneming. De gesprekken met de boeren waren in 1e helft 2018. Onderdeel van het gesprek was ook de opbrengstprijis voor de boer.

Begin april 2019 kwam Planet Proof op de markt. Een nieuwe melkstroom die tegemoet komt aan klimaat en milieu, opgezet door FrieslandCampina (FC). Verschillende supermarkten verkopen sindsdien de Planet Proof zuivel. Daarvoor betalen ze FC extra (en FC betaalt de boeren extra, dat was onderdeel van de afspraak). Iedere retailer maakt daarbij zijn eigen afweging in hoeverre zij zich als marktpartij willen onderscheiden. Daarbij speelt de bedrijfsfilosofie, het MVO-beleid en de positionering in de markt een rol in. ALDI houdt het aanbod voor de klant graag overzichtelijk. JUMBO vindt variatie in haar zuivelschap van belang om verschillende klantgroepen te bedienen. De Superunie koopt Melkan-zuivel in voor haar leden (11 retailers). Aangesloten retailers kiezen voor deze collectieve melkstroom de eigen verpakking en prijsstelling in het schap. Melkan is gewone zuivel zonder duurzaamheidskenmerken. Bij de Superunie groeit het aandeel duurzamere zuivel van Planet Proof, het streven is om alle melk (en daarmee 11 retailers) op dit merk ipv Melkan over te zetten.

Hebben retailers een verantwoordelijkheid bij het verduurzamen van zuivel?

Het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) behartigt de belangen van de supermarktbranche en foodservicebedrijven in Nederland.

CBL: 'Nederlandse supermarkten zijn onderdeel van de voedselketen en spelen een belangrijke rol. Die rol moet niet overschat worden, want van de zuivelketen komt slechts 30% van de totale productstroom van zuivelproducten in Nederlandse supermarkten terecht. Die rol moet dus in het juiste perspectief worden geplaatst. Het geeft aan wat onze positie is om maatschappelijk gewenste veranderingen in de gehele zuivelsector af te kunnen dwingen.'

De supermarkten waarmee is gesproken zien directe samenwerking met een groep melkveehouders niet zitten. Door het lage volume heeft dat organisatorisch teveel voeten in de aarde en brengt het extra kosten met zich mee. Daarbij werken zij stuk voor stuk goed samen met de betrokken zuivelorganisatie of inkooporganisatie.

Het argument om de keten te verkorten en heet CoP-model als verdienmogelijkheid voor de boer, zien zij niet echt als meerwaarde voor de melkveehouders. De keten kan niet korter want de zuivelfabriek blijft nodig om melk te verwerken. Een sterkere onderhandelingspositie voor boeren is een aanname in het COP+ model, maar dat zal in de praktijk tegenvallen: de machtsverhouding tussen een groepje boeren en inkopers van supermarkten is (ook) niet per sé gelijkwaardig. Wat betreft de kostprijs voor de boer, die minimaal betaald zou moeten worden: 'Die is voor iedere boer anders, zij zitten allemaal in een andere positie. Planet Proof boeren krijgen meer uitbetaald, dat was part of the deal, waar de retail zich sterk voor heeft gemaakt. Melkprijs moeten boeren bespreken met hun coöperatie, tenslotte zijn boeren daar mede-eigenaar van.'

Tot slot: 'Planet Proof zit nog niet in de hoofden van de consument. Dat is op zich normaal, dat heeft tijd nodig.'

BIJLAGE 4

Samenvatting enquête melkveehouders

Er is een online enquête gehouden onder melkveehouders om te onderzoeken hoe groot de belangstelling is onder boeren in Nederland voor het COP plus profit model. Ruim 950 boeren verdeeld over verschillende grootteklassen hebben hieraan meegedaan. De uitkomsten kunnen worden beschouwd als representatief voor de melkveesector in Nederland.

Samenvattend heeft de enquête tot de volgende inzichten geleid:

Ruim de helft van de respondenten is tevreden tot zeer tevreden over de huidige zuivelverwerker. Een vergelijkbaar percentage heeft nooit overwogen te veranderen van afnemer/zuivelorganisaties. Het overgrote deel van de respondenten dat niet overweegt over te stappen is van mening dat het bij de andere zuivelverwerkers niet beter is, of is dus al tevreden met de huidige zuivelverwerker.

Van de respondenten die hebben aangegeven wel eens te overwegen over te stappen geeft 83% als reden de (lage) melkprijs of leveringsvoorwaarden van hun huidige zuivelverwerker. Grotere bedrijven lijken vaker een overstap te overwegen dan kleinere bedrijven.

Ruim de helft van de respondenten doet mee aan een aparte melkstroom. Opvallend is dat grotere bedrijven minder vaak meedoen aan aparte melkstromen dan kleine bedrijven. De verdeling over de verschillende melkstromen is als volgt:

Weidemelk (45%) - VLOG (27%) - PlanetProof (13%) - Albert Heijn melkstroom (4%) - Biologisch (4%) - Boerderijmelk (3%) - Noord-Hollandse weidemelk (2%)

Grote bedrijven doen minder vaak mee aan de PlanetProof melkstroom, maar juist vaker aan de Albert Heijn en Boerderijmelk (stalmelk) melkstroom. Vermoedelijk wordt dit veroorzaakt doordat grote bedrijven in vergelijking met kleinere bedrijven vaker Royal A-ware in plaats van Royal FrieslandCampina hebben als zuivelorganisatie.

Ruim 40% van de respondenten is geïnteresseerd in het COP model. Daarnaast geeft een groot deel aan niet te weten of er interesse bestaat. Waarschijnlijk komt dit doordat er nog weinig details bekend zijn over hoe zo'n model er daadwerkelijk uit gaat zien.

Bijna de helft (49%) van de respondenten die aan hebben gegeven mee te willen doen aan het CoP model verwacht hiermee een betere melkprijs te krijgen. Het zelf invloed hebben op de melkprijs scoort gemiddeld slechts 3%. Verder zien vooral kleinere bedrijven voordeel in de kortere keten die ontstaat onder het CoP model. Grotere bedrijven verwachten met het CoP model beloond te worden voor de extra voorwaarden waar zij aan voldoen.

Bijna de helft (47%) van de respondenten die aan hebben gegeven niet mee te willen doen aan het CoP model vindt het nog te onzeker om de stap te zetten.

Op de vraag wat een eerlijke prijs inhoudt geven de meeste respondenten (71%) aan de kostprijs + een marge als een eerlijke prijs te beschouwen. Opvallend is dat grote bedrijven relatief vaker "de prijs die de producent wil hebben" als antwoord geven.

De helft van respondenten is het (gedeeltelijk) eens met de constructie binnen het CoP model dat de gemiddelde kostprijs van de groep deelnemende boeren het uitgangspunt is. De kostprijs wordt elk half jaar geactualiseerd. Slechts 18% is het (gedeeltelijk) oneens met deze constructie.

Twee derde van respondenten (66%) is het (gedeeltelijk) eens en slechts 11% is het (gedeeltelijk) oneens met de volgende constructie: “Binnen het CoP-model staan de duurzaamheidsvoorwaarden vast voor een aantal jaren en kunnen niet eenzijdig door de supermarkt verzwaaard of verlicht worden. De eurocenten per liter zijn daarmee een stabiele toeslag.”

De respondenten noemen 5 en 8 cent relatief vaak als antwoord op de vraag wat een aantrekkelijke toeslag zou zijn bovenop de kostprijs. Er valt hier echter verder geen duidelijke lijn in terug te zien.

Er is aan respondenten gevraagd of ze volgende duurzaamheidseisen kunnen doorvoeren op hun melkveebedrijf: minimaal 180 dagen weidegang, bij nieuwbouw investeren in primaire mestscheiding, regionaal veevoer gebruiken, meer kruidenrijk grasland, het bedrijf is grondgebonden, maximaal 75 kg N/ha, geen uitruil van land voor bloembollen of aardappelen en/of geen gebruik bestrijdingsmiddelen

Gemiddeld verwachten de respondenten te kunnen voldoen aan 3, 4 van de hierboven genoemde duurzaamheidseisen. Het gebruiken van regionaal veevoer (ruwvoer uit de buurt, krachtvoer en bijproducten alleen uit Europa) wordt door de meeste bedrijven als haalbaar gezien. Grote bedrijven zien vaker geen mogelijkheden dan kleinere bedrijven.

Tot slot is er gevraagd aan welke voorwaarden supermarkten zouden moeten voldoen om het voor de respondenten interessant te maken om mee te doen in een CoPPP-model. Belangrijkste voorwaarde voor veel respondenten blijkt een langdurig contract, om zo een stuk zekerheid te hebben, en ook kans te hebben om de duurzaamheidsinvesteringen die ze moeten doen terug te verdienen.

De gehele enquête is als aparte bijlage meegestuurd en binnenkort te lezen op de website van Netwerk Grondig: www.netwerkgrondig.nl/