

DBB Fact #3



Alle melk is wit



maart 2011

Alle melk is wit; Onderscheidende melkstromen, de stand van zaken

Door Frank Verhoeven en Wim Honkoop

Introductie

Er wordt in Nederland ongeveer 10 miljard kg melk geproduceerd en die melk is allemaal even wit! of toch niet?

Iedereen in Nederland is druk bezig om zich te onderscheiden. Dat is logisch, want in een vrije markt moet je op een bepaalde manier uniek zijn om geld te kunnen blijven verdienen. FrieslandCampina zet ook in op onderscheidende melkstromen, maar er zijn er meerdere. In deze DBB fact zetten we ze op een rijtje en geven we een korte toelichting op het ontstaan van deze melkstromen en hun potentie.

Ontstaan

Waarom zetten melkverwerkers in op onderscheidende melkstromen terwijl de kwaliteit van reguliere melk ook voldoende gewaarborgd is? Hiervoor zijn een aantal redenen aan te wijzen:

1. Onderscheidende melkstromen bieden de mogelijkheid om in te spelen op de wensen en behoeften van verschillende consumentengroepen. Consumenten willen duurzamer producten, maar kiezen daar in de praktijk alleen voor als het een positieve emotie heeft (daarom is b.v. de nieuwe reclame van Arla heel erg gericht op emotie en veel minder op het feit dat het biologisch en dus gegarandeerd duurzaam is).
2. Vanuit de maatschappij wordt o.a. door programma's als de Keuringsdienst van Waren, Kassa en de Consumentenbond kritisch gekeken naar gezondheidsclaims die aan producten worden gehangen. Zuivel wordt daarbij ook nog eens extra kritisch gevolgd omdat het een vers product is en het direct met de koeien te maken heeft (emotie). De kracht van consumenten programma's is niet te onderschatten en ze maken of kraken het product. Dat maakt het dat melkverwerkers niet zomaar claims op pakken zuivel zetten zonder deze goed te onderbouwen. Mocht zo'n claim onderuit gehaald worden in de media, dan lijdt dit tot sterke anti-reclame waarvan de schade moeilijk is te herstellen. Om dit te voorkomen wordt b.v. Campina Boerenland melk op dit moment afgevuld met biologische melk. FrieslandCampina beschikt niet over een onderscheidende

Het programma Duurzaam Boer Blijven werkt actief aan het economisch en ecologisch verduurzamen van de melkveehouderij. Daarbij kijken wij naar meerwaarde voor de ondernemer, zijn omgeving en de keten.

Deze factsheets bundelen feiten, ervaringskennis en kansen over hoe melk duurzaam geproduceerd kan worden.

Wij nodigen een ieder uit interessante onderwerpen voor factsheets aan te dragen bij onze redactie.

DUURZAAM BOER BLIJVEN
Postbus 64
3830 AB Leusden
033-4326000
info@duurzaamboerblijven.nl
www.duurzaamboerblijven.nl



melkstroom die de Boerenland claim kan onderbouwen.

3. Er een groeiende vraag naar producten uit de regio. Om deze reden verwerkt bijvoorbeeld FrieslandCampina melk uit Noord Holland apart, omdat het in de markt afgezet kan worden als een premium kaas met meerwaarde. Ook zijn er meerdere kleinschalige initiatieven die de melk lokaal afzetten.
4. Door internationalisering van de markt is het steeds gemakkelijker om goedkope melk buiten Nederland in te kopen. Prijs bepaalt dus de plaats van inkoop. Albert Heijn b.v. haalt een groot deel van zijn Zaanse Hoeve producten van buiten Nederland (met name België en Duitsland). Om zich in deze internationale markt te onderscheiden van goedkope bulk proberen melkverwerkers via onderscheidende melkstromen meerwaarde te creëren.

Samengevat is de verwachting dat de melkmarkt diverser zal worden en dat emotionele argumenten een toenemende rol zullen spelen in de marketing van zuivelproducten.

Onderscheidende Melkstromen van Friesland-Campina

- Noord Hollandse melk (633 veehouders, geen extra toeslag, geen extra eisen); Deze melk wordt verwerkt tot Noord-Hollandse kaas. Dit is een beschermde naam, waarop een relatief goede marge gemaakt kan worden.
- Waddenmelk (70 Veehouders, geen toeslag, geen verplichte aanpassingen); Het is de bedoeling een sterk onderscheidende melkstroom te creëren waarin de emotie van de waddenregio centraal staat. Ondanks dat er geen verplichtingen zijn, worden veehouders wel gestimuleerd om met de kringlooppaanpak aan de slag te gaan en met diergezondheid. De melk wordt gedeeltelijk verwerkt tot Deichgold kaas die in Duitsland en in de eigen regio wordt afgezet.
- Biologische melk (111 veehouders, 8.54 cent toeslag per kilo melk, biologische productiewijze; geen chemicaliën en kunstmest en een omschakelings-periode). Biologische melk wordt onder verschillende merken afgezet aan supermarkten, natuurvoedingswinkels en zoals eerder genoemd; als boerenland melk. Biologisch lijkt ook steeds vaker de nieuwe norm te worden.
- Biologisch dynamische melk; (12 veehouders, 12,62 cent toeslag per kilo, naast de eisen die ook voor Biologische veehouders gelden moeten zij voldoen aan extra eisen zoals o.a geen ingrepen aan het dier; dus niet onthoornen, extra



eisen rondom de vruchtwisseling, etc.) Deze melk wordt met het Dementer keurmerk afgezet in de natuurvoedingswinkels aan een kleine groep trouwe consumenten.

- Campina MerkMelk; (ruim 300 veehouders, toeslag van 1 a 2 cent per kilo melk in de winter, in de zomer minder. Om aan de eisen te voldoen, moet duurder speciaal voer gebruikt worden. De toeslag is afhankelijk van het percentage onverzadigd vet in de melk. De MerkMelk wordt met een gezondheidsclaim (meer onverzadigde verzuren en omega 3) afgezet in de dagverse zuivel onder het merk Campina.
- Weidemelk; (ruim 14.000 melkveehouders, extra toeslag van 5 cent per 100 KG melk, verplicht 120 dagen per jaar minimaal 6 uur per dag weidegang). Deze melk wordt voor een klein



deel afgezet als weidemelk. De rest van de melk komt in het reguliere kanaal terecht. Wel draagt het uiteraard bij om het positieve imago van de melkveehouderij in Nederland te behouden.

Naast deze onderscheiden melkstromen in Nederland heeft FrieslandCampina ook een aantal van deze stromen in het buitenland. Eén daarvan is Landliebe en interessant om hier te noemen. Met Landliebe speelt FrieslandCampina in op de over het algemeen bewustere en minder emotionele consument in Duitsland. Landliebe melkveehouders voeren hun koeien uitsluitend met Europees ruw- en krachtvoer (dus geen soya uit Brazilië!). Dit ruw- en krachtvoer is gegarandeerd vrij van gentechnologie. Met name dit laatste spreekt de Duitse consument erg aan. Op het moment doen bijna 1000 Duitse melkveehouders mee met dit concept. Veehouders ontvangen een toeslag van 1 cent per kilo melk om de meerkosten te vergoeden.

Overige bijzonder onderscheidende melkstromen In dit overzicht hebben we bewust geen kleine melkverwerkers meegenomen, maar gekeken naar melkverwerkers die melk van meer dan 1 bedrijf verwerken. Daarnaast hebben we alleen melkstromen opgenomen die zich op een bepaalde manier onderscheiden van de reguliere markt;

- **CONO Kaasmakers** onderscheidt zich op het gebied van duurzaamheid met het Caring Dairy Programma. Dit geldt voor hun gehele melkstroom. De melk wordt afgezet als Beemsterkaas en wordt gebruikt in het ijs van Ben en Jeries.



- **De Natuurhoeve** is een kleine zuivelfabriek in het groene hart, die toetjes produceert. Met duurzaamheid, weidegang en regionale productie wil de Natuurhoeve zich onderscheiden. Veehouders nemen deel aan het Caring Dairy duurzaamheidsprogramma en moeten gevestigd zijn in een straal van 30 km rondom de fabriek. Naar de consument toe promoot de Natuurhoeve op het moment vooral de ambachtelijkheid van haar producten. Het is de bedoeling dat duurzaamheid in de toekomst een grotere rol gaat spelen in de marketing. Veehouders ontvangen een toeslag van 0,0275 euro bovenop de melkprijs van RFC.
- **Weerribben zuivel**; dit is het initiatief van een grote biologische melkveehouder uit de Weerribben die zelf zijn melk verwerkt en vermarkt. Daarnaast verwerkt hij ook melk van andere biologische veehouders en zet dit af. Weerribben onderscheidt zich van gewoon biologisch door de directe verbinding met het bedrijf en de locatie van de productie (de Weerribben).
- Er is nog een hele groep van kleine melkverwerkers die zichzelf onderscheiden met ambachtelijk boeren producten. Aan de productie worden behalve de reguliere eisen voor biologisch of gangbaar geen extra eisen gesteld. Voorbeelden zijn; Den Eelder en de Zuivelhoeve.
- Er bestaan ook nog een aantal samenwerkingsverbanden van boeren die gezamenlijk hun melk vermarkten. Dit zijn Noordermelk en EkoHolland. Met name EkoHolland probeert ook individuele boeren naar voren te halen.
- Westland Kaas (Maaslander en Old Amsterdam) zijn een duurzaamheidsprogramma aan het verkennen.

Toekomst:

Zoals gezegd zullen naar verwachting in de toekomst meer onderscheidende melkstromen ontstaan. FrieslandCampina heeft b.v. al aangegeven geïnteresseerd te zijn in melk met een laag celgetal. Daarnaast is het denkbaar dat er een toenemende aandacht zal komen voor regionalere producten. In Engeland heeft Tesco al een lijn regionale zuivel producten die ook echt per regio ingekocht worden. Of Nederlandse supers deze trend zullen volgen hangt met name af van de vraag vanuit de consument. En welke indeling in regio's is logisch?

De grootste uitdaging voor boeren en melkverwerkers is om op een effectieve manier in te spelen om de emoties van de consument, maar

tegelijkertijd er alles aan te doen om de claims, die in de marketing van dergelijke “emotionele” producten gebruikt worden, ook zorgvuldig te onderbouwen en te borgen.

Links:

Marketing van de toetjes van de Natuurhoeve:
www.geniet-desserts.nl

Link naar de site van Cono Beemsterkaas waar ze caring dairy en het triple B systeem presenteren.
www.beemsterkaas.nl/nl-NL/caring-dairy/

Presentatie van FrieslandCampina die de achtergronden, investeringen en marketing van de MerkMelk samenvat.
www.agroconnect.nl

Artikel van Goede Waar & Co waarin de MerkMelk van FrieslandCampina en bijbehorende claims kritisch onder de loep worden genomen – Interessant!
www.lawandroar.nl

Artikel in de Nieuwe Oogst over toekomstige onderscheidende melkstromen bij FrieslandCampina.
www.ugcn.nl

Dossier Weidemelk, waarin o.a. het belang van de emotie van weidegang wordt benadrukt. In dossier weidegang stelt FrieslandCampina overigens dat weidemelk gedifferentieerde melkstroom is naar vraag uit de markt.
www.zuivelzicht.nl

Coöperatie van gangbare boeren die hun melk gezamenlijk vermarkten.
www.noorderlandmelk.nl

Coöperatie van Biologische boeren die gezamenlijk hun melk vermarkten aan melkverwerkers.
www.eko-holland.nl

Kleine verwerkers en producenten van dagverse zuivel die zichzelf proberen te onderscheiden in de markt:

www.hansgriet.nl
www.vanderpoeldesserts.nl
www.vermelfoortzuivel.nl
www.sofra.nl
www.deneelder.nl
www.vecozuivel.nl
www.zuivelhoeve.nl
www.boermarke.nl
www.rouveen-kaasspecialiteiten.nl

