



‘DE RESULTATEN VAN DE DUURZAAMHEIDSPOLL’ (P.3)



MTS. DEN HARTOG: ‘DE VRIJEKEUZEOE BESLIST ZELF OF ZE NAAR BINNEN OF BUITEN WIL’ (P.4/5)



‘ZIJNE MAJESTEIT DE KONING OPENT ZUIVELFABRIEKEN’ (P.6)

PARTNER IN SAMENWERKING

Het lijkt zo simpel en we doen het alle dagen: samenwerken. Op het bedrijf, in een relatie, met het gezin, in de omgeving en natuurlijk in het zakelijke verkeer. Zonder samenwerking kom je tot minder, en juist samen sta je sterker. Samenwerking is bijdragen aan een gezamenlijk resultaat door optimale onderlinge afstemming. Daar zit ook de kern van het woord samenwerking: onderlinge afstemming en een gezamenlijk

doel. Uit de praktijk weten we allemaal hoe moeilijk samenwerken is, zowel privé als zakelijk. Communicatie hierin is cruciaal en samenwerking is vooral een kwestie van hard werken en positieve inzet. Een oude wijsheid daarbij is: samenwerken in goede tijden is een stuk makkelijker en vanzelfsprekender dan in tijden waarin prijzen en mogelijkheden in de sector onder druk staan. Daarom is het belangrijk

om in de huidige tijd elkaar vast te houden met een gezamenlijk doel voor ogen. Het kennen van onze samenwerkingspartners en weten wat er speelt opent wegen die anders misschien gesloten zouden blijven. Juist nu is het belangrijk om gezamenlijk sterk te blijven als partners in samenwerking.

Alma den Hertog





De Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO) is de branchevereniging van de Nederlandse zuivelindustrie. Zij behartigt de belangen van dertien zuivelondernemingen. Deze bedrijven verwerken samen 98% van alle melk in Nederland tot een breed pakket zuivelproducten: van zuivelranken, baby- & kindervoeding, kaas en desserts tot ingrediënten voor de voedingsmiddelenindustrie en de farmaceutische sector. De NZO wil de positie van haar leden versterken bij de productie en de afzet van die producten. Om dat te bereiken manifesteert zij zich in Den Haag en Brussel en mengt zij zich in het maatschappelijk debat.

De NZO houdt zich bezig met alle zaken die de zuivel aangaan. Dit betreft duurzaamheid van de zuivel, voeding en kwaliteit, markt en kwaliteit van de zuivel. De NZO is actief in communicatie en promotie van de Nederlandse zuivel. De opdracht van de brancheorganisatie is de positie van de Nederlandse zuivelindustrie te versterken in het maatschappelijke en economische veld. Daarbij hebben de leden van de vereniging, de zuivelondernemingen, aangegeven welke onderwerpen van gemeenschappelijk belang zijn. Van de NZO mag dan ook een sterk coördinerende en initiërende rol worden verwacht bij het verwezenlijken van die gezamenlijke doelstellingen.

Leden van de NZO (per 1 januari 2014) zijn bijvoorbeeld Royal A-ware, FrieslandCampina, Vreugdenhil Dairy Foods, Yakult, etc. Niet verwerkende zuivelcoöperaties, zoals NoorderlandMelk kunnen niet rechtstreeks lid zijn van de NZO. Daardoor zouden dergelijke organisaties buiten de structuur van belangenbehartiging, kennisdeling en kwaliteit in de keten vallen. Dit is niet wenselijk, mede omdat in geval van calamiteiten deze organisaties een directe lijn hebben met de NZO en qua informatievoorziening het risico lopen niet actueel te zijn. Daarom is er voor gekozen om NoorderlandMelk



indirect lid te laten zijn van de NZO, via Royal A-ware. Hierdoor kan NoorderlandMelk samen met Royal A-ware actief deelnemen binnen de NZO.

De NZO en de LTO hebben gezamenlijk ZuivelNL opgericht. Dit is de ketenorganisatie voor de zuivel. Met ZuivelNL willen de vakgroep Melkveehouderij van LTO Nederland en de NZO de zuivelketen in Nederland versterken. LTO en NZO willen hun initiatief delen met andere partijen die aan de zuivelsector gelieerd zijn.

ZuivelNL biedt daarom een platform voor overleg met partij- en als de veevoederindustrie, dierenartsen, zuivelhandel en de retail. Vertegenwoordigers van deze branches kunnen participeren in de verschillende themagroepen die ZuivelNL zal opzetten voor uiteenlopende onderwerpen, zoals voedselveiligheid, diergezondheid, kennis, innovatie en verduurzaming. Daarnaast gaat ZuivelNL een aantal andere taken uitvoeren, zoals het inwinnen van marktinformatie en het inrichten en faciliteren van een veterinaire exportpunt. Doel ervan is om (potentiële) handelsbelemmeringen te voorkomen en indien nodig deze zo snel mogelijk uit de weg te ruimen. ZuivelNL en NZO zijn vanaf 1 januari 2015 samen te vinden in het Zuivelhuis in Den Haag.

In overleg nemen Royal A-ware en NoorderlandMelk deel in werkgroepen en delen we informatie en/of actualiteiten met elkaar. We werken samen in de versterking van de zuivelketen en vinden elkaar in duurzaamheid, kwaliteit, kennis en kunde. We werken er hard aan om dit inhoudelijk verder vorm te geven. In de volgende nieuwsbrief interviewen wij de directeur van de NZO, Tjeerd de Groot. Hij zal dieper ingaan op de samenwerking in de zuivelketen, de positie en de rol van NoorderlandMelk daarin.

SECUREFEED BORGT VOERKwaliteit

De individuele zuivelondernemingen hebben het voornemen dat per 1 januari 2016 melkveehouders uitsluitend voeders mogen afnemen van bedrijven die zijn aangesloten bij SecureFeed. Deze vorig jaar opgerichte organisatie borgt de voedselveiligheid van diervoeders.

Deelnemers leveren voedermiddelen, mengvoeders en toevoegingsmiddelen rechtstreeks aan melkveehouders. Het gaat onder meer om fourages, vochtrijke bijproducten, enkelvoudige voedermiddelen, mengvoeders en mineralenvoeders. Met SecureFeed is de borging van de veiligheid van alle diervoeders en grondstoffen die

worden aangekocht op het melkveebedrijf in handen van één organisatie. Dat moet zorgen voor meer regie, daadkracht en transparantie in de veevoederketen. SecureFeed is tevens het centrale aanspreekpunt voor de zuivelketen. NZO voert regelmatig overleg met SecureFeed over de borging van veiligheid van diervoeders.

RESULTATEN 'NOORDERLANDMELK DUURZAAMHEIDSPOLL'

Een duurzaamheidsplan maken is een proces waarin we onze leden willen meenemen. Daarom heeft u onlangs een uitnodiging gekregen om de 'NoorderlandMelk DuurzaamheidsPlan Poll' in te vullen. Deze poll is naar 134 leden verzonden. In totaal hebben 81 personen de poll ingevuld; een response van 60%. Wij danken de respondenten hartelijk voor het invullen! Het aantal reacties heeft onze verwachtingen overstegen. De input uit deze poll nemen wij mee bij het opstellen van het nieuwe 'NoorderlandMelk DuurzaamheidsPlan'. Onze denkrichtingen willen we graag aan u voorleggen en laten toetsen tijdens drie huiskamerbijeenkomsten op 24, 25 en 31 augustus 2015. Onlangs heeft u hiervoor een uitnodiging ontvangen. U kunt zich aanmelden voor deze bijeenkomsten via onze website. Maar eerst, zoals toegezegd, de resultaten van de 'NoorderlandMelk DuurzaamheidsPlan Poll'.



Namens het bestuur, Alma den Hertog & Adrian Langereis

Resultaten:

Vraag 1: ik vind een DuurzaamheidsPlan belangrijk voor NoorderlandMelk.

80 respondenten hebben deze vraag beantwoord. 56 van hen gaven aan een DuurzaamheidsPlan belangrijk te vinden voor NoorderlandMelk.

Vraag 2: het NGP heeft meerwaarde voor mij als ondernemer.

Deze vraag is door 80 respondenten beantwoord. 51 respondenten gaven aan dat het huidige NGP geen meerwaarde heeft voor hen als ondernemer. 36% van de respondenten gaf aan dat het NGP wel een meerwaarde heeft.

Vraag 3: de kwaliteit stimuleringsregelingen die NoorderlandMelk nu hanteert hebben meerwaarde.

Deze vraag is door 80 respondenten beantwoord. 85% gaf aan dat de huidige kwaliteitsstimuleringsregelingen inderdaad een meerwaarde hebben.

Vraag 4: ik wil toe naar een verlenging van de gemiddelde levensduur per koe.

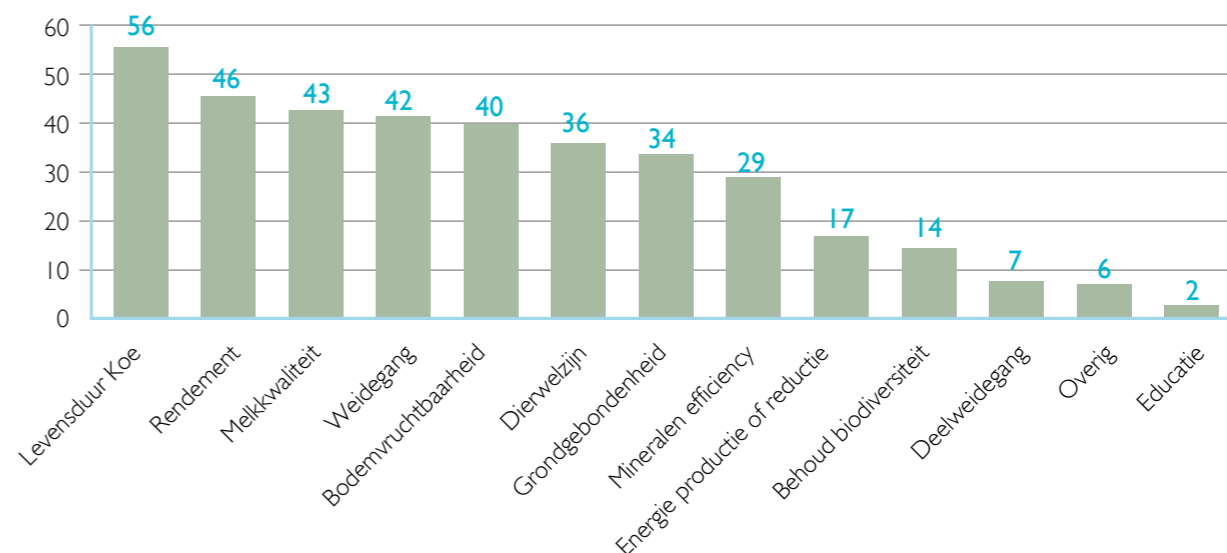
Deze vraag is door 81 respondenten beantwoord. 93% (75 respondenten) was het eens met stelling.

Vraag 5: noem 5 indicatoren van duurzaamheid welke u belangrijk vindt.

Alle 81 respondenten hebben minimaal 1 en maximaal 5 indicatoren benoemd. De respondenten hoefden geen rangschikking op volgorde van belangrijkheid toe te kennen. De volgende top 5 is hieruit naar voren gekomen:

1. Levensduur Koe
2. Rendement
3. Melkkwaliteit
4. Weidegang
5. Bodemvruchtbaarheid

Noem 5 indicatoren van duurzaamheid welke u belangrijk vindt



Tour de Boer'

PIET EN ALMA DEN HERTOOG



Alma en Piet den Hertog

Voor de rubriek 'Tour de Boer' zijn Ad en Annette van Velde op bezoek bij Piet (58) en Alma (55) den Hertog uit Luddeweer. Een echtpaar dat zich op verschillende manieren actief inzet voor de agrarische sector. Alma natuurlijk in haar functie als voorzitter van Noorderland-Melk, maar ook als voorzitter van LTO-Noord, provincie Groningen. Piet als voorzitter van de plaatselijke landbouwwerenging Overschild 'de Meedenlanden'. Maar ook een echtpaar dat jarenlang op klassieke danses heeft gezeten en voor dansen zoals de Chachacha en de Slow Foxtrot hun hand niet omdraaien. Piet en Alma hebben vijf kinderen, zijn trotste opa en oma van 3 kleinkinderen en kijken uit naar hun vierde kleinkind. Kortom, genoeg onderwerpen voor een veelzijdig vraaggesprek tussen deze leden.

Welke historie gaat vooraf aan jullie huidige melkveebedrijf?

Piet: "Van huis uit waren we een zelfkazend bedrijf en boerden in Woubrugge, een dorpje bij Alphen aan de Rijn. Door stadsuitbreiding moesten we weg en zijn we in 1972 verkast naar Overschild, in Groningen. Ook in Overschild maakten we zelf kaas. Dit paste echter niet goed bij het lidmaatschap en de leveringsplicht van DOMO. Andere DOMO-leden gingen hier vragen over stellen. Wij hebben ons toen aangesloten bij de Kievit en Hoogwegt. Door een splitsing van de maatschap hebben wij in 2000 het akkerbouwbedrijf van Alma haar ouders gekocht en daar een nieuw melkveebedrijf gesticht." "Een gedenksteen herinnert aan de bouw van ons melkveebedrijf 'Wester Meer'" vertelt Alma. "De eerste steen is gelegd in 2000 door de wederzijdse ouders. Dat beide ouders dit nog konden doen was erg bijzonder voor ons. We hebben op dat moment de bouw stilgelegd en samen met familie, vrienden en bouwvakkers er een feestelijk moment van gemaakt."

Wat is de grootste uitdaging voor jullie bedrijf?

"Ons melkveebedrijf telt ruim 160 koeien en 100 hectare land, waarvan 86 in eigendom. Dit vergt wel e.e.a. aan administratie en regelgeving waar we aan moeten voldoen en dat is wel eens een uitdaging voor me," zegt Piet lachend. Alma: "Daarnaast is bedrijfsgroei en optimalisatie een uitdaging voor ons bedrijf. Groei is een middel om je bedrijf te bestendi-

gen voor de toekomst. Je moet daarvoor op een ander manier naar het bedrijf kijken. Het hoort erbij, zeker in de huidige tijd. Stilstaan is geen optie. We zijn nu bezig met het ontwikkelen van een toekomstvisie."

Hebben jullie opvolging voor het bedrijf? "Op dit moment hebben we nog geen opvolging klaar staan" vertelt Alma. "Communicatie over de toekomst van het gezinsbedrijf is iets wat ons hele gezin aangaat. Daarom gaan we, zonder dat potentiële opvolging zich heeft aangediend, met al onze kinderen in gesprek om gezamenlijk een bedrijfsvisie te ontwikkelen. Daarnaast kiezen wij bewust voor het werken met 'vreemde arbeid'. Op dit moment hebben we één medewerker in dienst. Mocht er geen bedrijfsopvolging komen vanuit onze kinderen, dan zouden we bijvoorbeeld kunnen samenwerken met een poule vaste medewerk(st)ers. Hierdoor ben je als bedrijfseigenaar flexibeler en komt er minder op de eigen schouders terecht."

Waarom hebben jullie destijds voor NoorderlandMelk gekozen?

"De oprichting van NoorderlandMelk zagen we als een groot avontuur. Indertijd hebben we de vraag gesteld: willen we meegaan in het avontuur? Allebei zeiden we hier 'JA' op. Daarnaast waren vooral de marktkansen en de platte bedrijfsstructuur van de coöperatie directe reden om aansluiting te zoeken bij NoorderlandMelk" aldus Alma.



Als jullie kijken naar het huidige zuivelland en NoorderlandMelk. Wat hebben jullie hier dan over te zeggen?

"Allereerst natuurlijk dat de zuivelmarkt onder druk staat. Dit vertaalt zich in een dalende melkprijs. De bodem is nog niet in zicht. De kracht van de Nederlandse boer ligt in haar diversiteit. Ondernemen zoals de boer zelf voor ogen heeft. Kleinere bedrijven kunnen op dit moment de lagere melkprijs beter bolwerken, terwijl grotere bedrijven juist de gevolgen van het produceren onder kostprijs zwaarder voelen. De andere kant van de medaille is, dat bij een stijgende melkprijs de grotere bedrijven hier meer van profiteren dan de kleinere bedrijven. En dat is precies wat ik bedoel met de diversiteit: Nederland kent alle soorten agrarische bedrijven, je mag hierin een ondernemerskeus maken. De gevolgen en verantwoordelijkheden van deze keuze liggen bij de ondernemer; zowel in een stijgende als dalende melkmarkt. Dat is het spel en het risico dat bij ondernemerschap hoort" zegt Alma. Piet: "Als ik kijk naar NoorderlandMelk dan vind ik dat zij echt onderscheidend is als het op samenwerken met de leden aankomt. De ledenopkomst bij een vergadering kan natuurlijk altijd beter, maar wat de leden zeggen, daar wordt mee gewerkt. Over ledenopkomst gesproken, valt me één ding op: het bezoekend lid van een vergadering is

'ouder'. Wellicht is dit een landelijke tendens, maar waar is onze jeugd eigenlijk? De jongerendag van verleden jaar vond ik een geweldig initiatief. De lijnen in de coöperatie zijn kort en het bestuur is snel bereikbaar. Het is belangrijk dat het bestuur haar leden blijft triggeren om de vergaderingen te bezoeken. Want dat is het moment waar de toekomst van onze coöperatie wordt vastgesteld" besluit Piet.

Alma, hoe zie jij de samenwerking met Royal A-ware?

"De samenwerking is een goede, langdurige samenwerking waar wederzijds respect en vertrouwen voorop staat. Hier zetten beide partijen zich continu voor in. De samenwerking biedt de coöperatie veel stabiliteit, mede doordat we de krachten bundelen. Daarom is het belangrijk dat NoorderlandMelk zich blijft inzetten voor een versterking van haar positionering

binnen de samenwerking met Royal A-ware. Kwaliteitscijfers die hoger liggen dan het landelijk gemiddelde, een bovengemiddeld aantal bedrijven met weidegang etc. zijn allemaal voorbeelden van parameters waarmee wij ons als coöperatie kunnen versterken binnen de samenwerking."

Is het ook mogelijk dat NoorderlandMelk op een verpakking komt te staan?

"Dat zou natuurlijk helemaal geweldig zijn, daar kijken we als bestuur ook naar. Maar feit is dat je dan wel een goed vermarktbaar product moet hebben. Een productontwikkelaar ontwikkelt ook tig producten voordat hij er één naar buiten brengt. Voor NoorderlandMelk is dit niet anders."

Als het kan, wat voor innovatief idee zouden jullie dan implementeren om die partner met toegevoegde waarde te zijn voor Royal A-ware?

Piet: "Wat ik opmaak uit de gesprekken

met Alma is, dat het erg lastig is om een individualistische boer te conformeren naar een coöperatief belang. Alle boeren zijn individueel ondernemer en ieder bedrijf is anders met verschillende mogelijkheden. Dan krijg je het bijna niet voor elkaar om de hele coöperatie onderscheidend te maken. Alma: Het probleem met onderscheidend zijn is, dat iets wat eerst heel bijzonder was, op langere termijn de standaard wordt. Weidegang is daar een goed voorbeeld van. Het is helaas niet meer onderscheidend maar een must om te leveren voor het verschap. En de retail betaalt er niet meer voor. Het gevolg is dat de weidegangpremie vervalt tenzij er melkgeld wordt herverdeeld." Iets waar niet alle veehouders vanuit hun individualistische kijk blij mee zijn. "Ja", zegt Alma, "dat klopt maar voor het coöperatiebelang vertaalt het zich wel in een goede melkprijs. Dit is typisch de spagaat waar het bestuur dagelijks mee te maken heeft." Hoe laat je het coöperatief belang samengaan met het belang van het lid? "Een alternatief? De vrijekeuzekoe die zelf beslist of ze binnen of buiten wil zijn. De koe buiten is goed voor het imago van de sector. Een uitspraak van Wakker Dier over 'stalmelk' is zo ongenueanceerd", zegt Piet, "daar erger ik me aan. Het is zo gemakkelijk om een oordeel te vellen zonder inhoud en dit in de media te slingeren. Maar voor je het weet heb je een tweedeling tussen stalmelk en weidemelk, daar moeten we op geen enkele manier in meegaan. Zelfs het woord niet gebruiken. We hebben maar één soort melk en dat is koemelk."

Wat willen jullie de lezer van de nieuwsbrief meegeven?

Het is heel even stil na het stellen van deze laatste vraag, maar dan komt er een duidelijk antwoord. Piet: "Ik wil alle leden die structureel niet aanwezig zijn op een ledenvergadering oproepen om de vergadering te bezoeken, zodat het coöperatieve gevoel gehandhaafd blijft. Je mening mag genuanceerd zijn en hoeft niet overeen te komen met het bestuur, maar de dingen die het bestuur aandraagt moeten wij als leden serieus nemen. Wij moeten onze mening daarover geven, dus kom en praat mee over de coöperatie. Daarnaast moeten we aan onze kwaliteitswaarden blijven werken en deze doen standhouden." Alma: "We moeten elkaar aanvullen en sterk maken. De toekomst moeten we samen invullen, die wordt mede bepaald op de ledenvergaderingen. Ik sluit me volledig aan bij de oproep van Piet."



EXCURSIE NIEUWE ZUIVELFABRIEK ROYAL A-WARE



Excursie Royal A-ware

Op donderdag 11 juni jl. waren ruim 200 leden op bezoek bij de kaasmakerij van Royal A-ware in Heerenveen, al voor de officiële opening. De grote opkomst van de NoorderlandMelk-leden maakt duidelijk dat de belangstelling en betrokkenheid met onze partner Royal A-ware groot is. Bij binnenkomst werd iedereen persoonlijk welkom geheten door directieleden Jan Anker en Klaas de Jong. Na het nuttigen van de koffie met oranjeboek opende Klaas de Jong met een presentatie over Royal A-ware.

Presentatie

Royal A-ware is een Nederlands familiebedrijf gespecialiseerd in het produceren, rijpen, verpakken en transporteren van het oerhollandse product kaas. Naast kaas produceert Royal A-ware ook andere food-producten, waaronder dagverse zuivel, (slag)roomproducten en tapas. Uitgroeien tot één van de meest gewaardeerde ketenpartners in de food en agri-business in zowel Europa als daarbuiten is de ambitie van Royal A-ware. De kaasmakerij in Heerenveen sluit logisch aan op de strategie van Royal A-ware om de keten van consument tot koe af te stemmen op de wensen van de klant. "Het is een goede keus geweest om de kaasmakerij in Heerenveen te bouwen" benadrukt Klaas de Jong. Het imago van de 'zuivelprovincie' Fryslân, de samenwerking met provincie en gemeente, de beschikbaarheid van medewerkers met vak kennis en de gunstige infrastructuur en ligging zijn uitstekend gebleken. De capaciteit van de kaasmakerij in Heerenveen is 80.000 tot 100.000 ton kaas per

jaar. De melk wordt aangeleverd door o.a. NoorderlandMelk-leden en Royal A-ware-melkleveranciers. De wei die vrijkomt tijdens het kaasproces wordt optimaal tot waarde gebracht in de naastgelegen ingrediëntenfabriek van Fonterra. De kaasmakerij is ingericht om zo'n 80 verschillende recepturen te bereiden. Er zijn 2 productielijnen en 9 behandel-/verpakkingslijnen. Hierdoor kan optimaal worden ingespeeld op de vraag in de markt. Daarna kwam Koen Veldman (Manger Veehouderijzaken Royal A-ware) aan het woord. Koen is contactpersoon tussen de kaasmakerij en haar melkleveranciers. Koen informeerde de leden over het lidmaatschap en de strategie van de NZO (Nederlandse Zuivel Organisatie). De NZO is de branchevereniging van de Nederlandse zuivelindustrie. Zij behartigt de belangen van dertien zuivelondernemingen die samen 98 procent van alle melk in Nederland verwerken tot een breed pakket zuivelproducten. NoorderlandMelk is via Royal A-ware aangesloten bij de NZO.

Lieuwe Rozema (Projectleider Dairy Academy Oenkerk) vertelde vervolgens over de plannen om in de voormalige praktijkschool in Oenkerk een kenniscentrum voor zuivel te ontwikkelen. De Dairy Academy Oenkerk moet een kenniscentrum worden waar melkveehouders terecht kunnen met alle vragen op het gebied van melkveehouderij. Lieuwe sprak de ambitie uit dat dit initiatief melkveeouders kennis moet aandragen om de kostprijs van de melk te verlagen met 3-4 eurocent t.o.v. het gemiddelde.

Tjalling Osinga (Vestigingsmanager Royal A-ware Heerenveen) sloot de presentatie af met een korte terugblik op de bouw van de kaasmakerij in Heerenveen. Bijzonder is dat de bouw exact binnen de gestelde planning is gerealiseerd. Daarnaast nam Tjalling ons mee in de geschiedenis van het kaasmaken tot aan het kaasmaken anno 2015. Ondanks alle high-techprocessen in Heerenveen, staat vakmanschap centraal. Zonder vakkundige kaasmakers, krijg je nooit een hoog kwalitatieve kaas. Of zoals Tjalling het zegt: "Machines maken de kaas, mensen de kwaliteit!"

Rondleiding

Na de presentatie werden de aanwezigen in groepen verdeeld en begon de rondleiding. Door medewerkers van Royal A-ware werden de leden langs de speciaal voor bezoekers ingerichte excursiegang rondgeleid. Via grote ramen kon men een kijkje nemen bij de verschillende processen van de kaasproductie. Van de melkontvangst, de kaasmakerij, het pekelen en behandelen van de kaas tot aan de expeditie, alles was zichtbaar en werd enthousiast toegelicht door de medewerkers. De rondleiding eindigde bij een uitgebreide lunchtafel.

Afsluiting

Alma den Hartog bedankte namens alle aanwezige leden Royal A-ware voor de hartelijke ontvangst en de mogelijkheid om de kaasmakerij te bezichtigen. Het produceren van ambachtelijke kaas op een moderne wijze is interessant om van dichtbij te zien. Het verdiept het inzicht in hoe de melk van NoorderlandMelk wordt verwerkt tot hoogwaardige kaasproducten. In de samenwerking met Royal A-ware liggen kansen voor NoorderlandMelk die wij, als partner met toegevoegde waarde, graag willen invullen. NoorderlandMelk kijkt uit naar een voortzetting van de nu al goede samenwerking met Royal A-ware.

De sterke afhankelijkheid van de wereldmarkt is de afgelopen maanden voelbaar geweest voor de Nederlandse melkveeouders. Eigenlijk is de melkprijs in december 2014 pas echt gaan zakken, maar de sterke daling heeft een enorme impact veroorzaakt bij alle melkveeouders wereldwijd. De eerste grote melkveeouders in het oosten van Duitsland schakelen al over naar akkerbouw. Qua melkproductie in de EU is er vooral een sterke groei geweest in Nederland, België en Ierland, maar de groei in de overige landen viel wel mee. De wereldmarkt is eigenlijk vergelijkbaar met de Nederlandse spotmarkt. In wezen gaat het om relatief weinig volume, maar toch kan een kleine wijziging een enorme positieve of negatieve impact hebben op de prijs. De hoofdoorzaak is wel de economische situatie in China. China is de grootste zuivelimporteur ter wereld. De verwachte volumes, qua import, worden bij lange na niet gehaald. Een mooi voorbeeld hiervan is de import van vol melkpoeder uit Nieuw-Zeeland naar China. De eerste 5 maanden van 2014 was dat bijna 487.000 ton. Terwijl in de eerste 5 maanden van 2015 dit slechts 233.000 ton was. Ter verduidelijking, het verschil van 264.000 ton staat ongeveer gelijk aan ruim 2.1 miljard kg melk! Nieuw Zeeland produceert ongeveer 18 miljard kg melk op jaarbasis. Naar verwachting gaat Nieuw-Zeeland op zoek naar andere producten. Mogelijk zal de productie van Cheddardaas opgeschroefd worden. Rusland en Brazilië zijn ook twee grote zuivelimporteurs. De situatie rond Rusland is bekend en Brazilië verkeert in een recessie. Positieve geluiden zijn er ook: Japan en Zuid-Korea groeien als importeur van zuivel. In de USA groeit de interne markt, dus hun rol op de wereldmarkt wordt wat bescheidener. Daarbij is de sterke dollar in hun nadeel. Daarnaast zal op de lange termijn de vraag naar voedsel nog groeien, want ieder jaar komen er 80 miljoen inwoners bij. Ook zijn er regio's in de wereld waar het economisch wel voor de wind gaat. Over wind gesproken, mogelijk gaat El Niño nog een rol spelen. Volgens weerprofeten is de kans 90% dat zo'n patroon zich voor gaat doen in de tweede helft van 2015. Dat betekent droogte in Nieuw-Zeeland en Australië. Ik denk dat dat goed zal zijn voor alle melkveeouders, ook down under.

Ad van Velde

ZIJNE MAJESTEIT DE KONING OPENT ZUIVELFABRIEKEN

Koning Willem-Alexander heeft op woensdag 8 juli jl. de kaasmakerij van Royal A-ware en de ingrediëntenfabriek van Fonterra in Heerenveen officieel geopend. Door het samenbrengen van twee linten heeft hij beide fabrieken symbolisch aan elkaar verbonden. Na de officiële openingshandeling heeft Koning Willem-Alexander een rondleiding door de zuivelfabrieken gekregen en zich laten informeren over het ambacht van kaasmaken en het produceren van wei-ingrediënten en 'the state of the art' machines en processen die beide fabrieken hanteren om de lekkerste kaas en hoogwaardige zuivelproducten te produceren. Aansluitend heeft hij nog kennisgemaakt met medewerkers van beide zuivelfabrieken. De directie van Royal A-ware en bestuur en directie van Fonterra zijn zeer vereerd dat

Koning Willem-Alexander de zuivelfabrieken officieel heeft geopend. Het bestuur van NoorderlandMelk was ook uitgenodigd om deze feestelijke opening bij te wonen. Ter

gelegenheid van de opening van de zuivelfabriek heeft het bestuur namens de coöperatie een schilderij van Theo Onnes overhandigt aan Jan Anker en Klaas de Jong.

Koning Willem-Alexander opent, samen met Theo Spierings (CEO Fonterra) en Jan Anker de kaasmakerij van Royal A-ware en de naastgelegen ingrediëntenfabriek van Fonterra door twee linten te verbinden.



Koning Willem-Alexander krijgt een rondleiding door de kaasmakerij van Royal A-ware. Hij is erg geïnteresseerd in de productie van het oer-Hollandse product kaas.



Namens de coöperatie overhandigt het bestuur een schilderij van Theo Onnes aan Jan Anker en Klaas de Jong.



KWALITEITSMEDEDELINGEN



Antibiotica

Naar aanleiding van inspectiebezoeken in de Nederlandse zuivelsector vanuit o.a. Brazilië en de Douane Unie hebben NWWA/COKZ hun toezicht aangescherpt. Voor u als veehouder heeft dit als gevolg dat bij een kortingsgeval op melkvreemde bacteriegroeiremmende stoffen in de melk er automatisch vervolgonderzoek volgt. Qlip onderzoekt dan de melk op stofniveau. Hiervan ontvangt u binnen een week na het kortingsgeval voor groeiremming een uitslag. Met de uitslag op stofniveau kunt u, samen

met uw dierenarts, bepalen welk middel de groeiremming in de melk heeft veroorzaakt. De kosten voor dit extra onderzoek zijn €160.

Overdracht database MediRund van PVV naar ZuivelNL

In verband met het opheffen van de productschappen is de productschapsregelgeving met betrekking tot de registratie en verantwoording van antibiotica opgenomen in de landelijke wetgeving. Doordat het PVV is opgeheven is de centrale diergeneesmiddelen database MediRund overgedragen aan ZuivelNL. Voor u als veehouder verandert er niets. De bestaande machtigingen blijven gelden. De uitvoering van MediRund is ongewijzigd bij CRV gebleven en de contactgegevens van MediRund zijn eveneens ongewijzigd.

RIDE FOR THE ROSES

Op 6 september 2015 is de 18^e editie van de Ride for the Roses in Nederland. Dit bijzondere wielerevenement vindt plaats in de provincie Noord-Holland met een cycletour van 100 kilometer, en twee van 25 en 50 kilometer. De start en finish is bij FloraHolland in gastgemeente Aalsmeer. Het evenement is inmiddels een begrip in de Nederlandse wielwereld. De Ride for the Roses is een fietstocht in de strijd tegen kanker, waaraan iedereen kan meedoen en met voor iedere deelnemer aan de finish een roos. De roos staat symbool voor een morgen voor iedereen. Fiets samen met ruim 11.000 fietsliefhebbers en maak een vuist tegen kanker door geld in te zamelen voor KWF Kankerbestrijding. Gaat u ook mee? U kunt kiezen uit een toertocht van 25, 50 of 100 km. U kunt zich opgeven via de website. Niet mee doen, maar wel KWF ondersteunen dat kan natuurlijk ook. Ga naar de website www.ridefortheroses.nl, vervolgens naar deelnemers en kies NoorderlandMelk. Volg verder de aanwijzingen op de website.



VOORAANKONDIGING: LEDENBARBECUE SEPTEMBER 2015

Het bestuur nodigt u van harte uit voor de 1^e NoorderlandMelk-barbecue op 18 september 2015 bij Eddy & Agnieta Reuvekamp (lid & oud-bestuurslid NoorderlandMelk) in Sonnega. Tijdens deze nazomeravond kunt u genieten van een geheel verzorgde barbecue. U ontvangt hiervoor binnenkort een uitnodiging. Noteert u deze datum alvast in uw agenda?

SUPERHEFFING

De door de melkveehouder verschuldigde superheffing wordt ingehouden op het melkgeld. Per melkgeldperiode (kalendermaand) wordt maximaal de helft van het melkgeld ingehouden. In de melkgeldperiode van juni 2015 is de coöperatie begonnen met de eerste inhoudingen. In de melkgeldperiodes juli en augustus 2015 zal – indien nodig - de resterende superheffing worden ingehouden.

WEIDEGANGBORGING

We zitten middenin het weidegangseizoen en dat houdt in dat er extra controles worden uitgevoerd t.b.v. de borging van weidemelk. De externe auditoren zijn op de hoogte wie de 'weiders' binnen NoorderlandMelk zijn en kiezen willekeurig een aantal bedrijven uit om onaangekondigd te controleren. Voor alle partijen is het erg belangrijk dat we glansrijk voor alle controles slagen. Daarom verzoeken wij u een kritische blik op uw weideregistratie te werpen en bij te werken indien nodig. Mocht de auditor uw bedrijf bezoeken, dan wordt u verzocht uw medewerking te verlenen aan het uitvoeren van de audit. Als u vragen heeft over het invullen van uw digitale registratie, dan kunt u contact opnemen met het bestuurssecretariaat.



AGENDA

- | | |
|--------------------------|--|
| 06 SEPTEMBER 2015 | Ride for the Roses |
| 09 SEPTEMBER 2015 | Kamps de Wild – Demodag i.s.m. Dairy Academy Oenkerk |
| 18 SEPTEMBER 2015 | Ledenbarbecue |
| OKTOBER 2015 | Uitgave nieuwsbrief nr. 4 |
| 29 OKTOBER 2015 | Najaarsvergadering (Locatie Marum) |

Transport/ Planning

Gert-Jan Postma (AB Texel)
M 06 22 32 07 55

KKM helpdesk

T 088 754 81 78

NoorderlandMelk heeft ook een

Twitteraccount

volg ons via @Noorderlandmelk



COLOFON

Deze nieuwsbrief is een uitgave van NoorderlandMelk.

NoorderlandMelk

Hereweg 95C
9721 AA Groningen
T. (050) 82 00 295
info@noorderlandmelk.nl
[@Noorderlandmelk](https://twitter.com/Noorderlandmelk)

Redactie

Marrit Politiek
Alma den Hertog
Fedde van der Meer

Fotografie

Camilla Groenhoff

