



Jordi Drietelaar
Afstudeerwerkstuk

MARKTBELEVING VAN DE MELKVEEHOUDER

DCA MultiMedia

Algemene informatie

Titel: Marktbeleving van de melkveehouder

Versie: 25-02-2015

Hoofdvraag: Hoe ziet de marktinformatiebehoefte van de melkveehouder er uit en hoe kan DCA daar beter op inspelen?

Auteur:
Naam: Jordi (J.A.) Drietelaar
Contact: 3003334 (student nummer)
E: jordidrietelaar1@hotmail.com
T: 06-27333524

Afstudeerbedrijf:
Naam: DCA
Risicomanagement en marktanalyses
Adres: Middendreef 281
8233GT Lelystad
Contact: E: info@dca.nl
T: 0320-269520

Afstudeerbegeleider:
Naam: Eric de Lijster
Contact: E: e.delijster@boerenbusiness.nl
T: 06-20039986

Onderwijs:
Hogeschool: Christelijke Agrarische Hogeschool Dronten
Adres: De Drieslag 4
8251 JZ Dronten
Opleiding: Bedrijfskunde & Agribusiness
Leerjaar: 4

Afstudeerdocent:
Naam: Pieter Greijdanus
Contact: E: p.greijdanus@cahvilentum.nl
T: 06-44143152

Plaatsen/ periode:
Plaatsen: Balkbrug, Dronten, Lelystad
Periode: 01-09-2014 – 28-02-2015

Voorwoord

Beste lezer, mijn naam is Jordi Drietelaar, en gezien mijn interesses in de agrarische sector volg ik de opleiding Bedrijfskunde & Agribusiness op de Christelijke Agrarische Hogeschool te Dronten. Thuis, in Balkbrug (Overijssel), hebben mijn ouders een melkveebedrijf, waardoor ik veel achtergrond heb gekregen van de agrarische sector, voornamelijk in de veehouderij.

Mijn afstudeerwerkstuk schrijf ik in combinatie met mijn afstudeerstage bij DCA in Lelystad. De stage loopt van 1 september 2014 tot en met 16 januari 2015. DCA staat voor Dienstencentrum Agrarische Markt. DCA kwam met de vraag om onderzoek te doen naar de beleving van de agrarische markt onder de melkveehouders. Dit vooral aan de hand van een bijeenkomst met een aantal melkveehouders.

Voor het samenstellen van dit rapport wil ik een aantal meewerkende personen bedanken. Allereerst de begeleiding van Eric de Lijster en Edwin Burgers vanuit DCA en Pieter Greijdanus vanuit CAH Vilentum. Vervolgens gaat er nog een dankwoordje uit aan alle collega's bij DCA voor alle hulp en input en de melkveehouders die hebben meegewerkt aan mijn onderzoek.

Jordi Drietelaar
4BA

Dronten, 2014-2015

Inhoudsopgave

Algemene informatie.....	1
Voorwoord	2
Inhoudsopgave	3
Samenvatting.....	7
Introductie.....	7
Conclusie	7
Aanbevelingen.....	8
Summary	10
Introduction.....	10
Conclusion	10
Recommendations	10
1. Inleiding	12
1.1 Algemene informatie.....	12
1.2 Aanleiding onderzoek.....	14
1.3 Probleemstelling.....	17
1.3.1 Onderwerp	19
1.3.2 Doelstelling.....	19
1.3.3 Doelgroep	20
1.3.4 Hoofdvraag	20
1.3.5 Deelvragen.....	20
1.3.6 Hypotheses.....	20
2. Methoden.....	22
2.1 Criteria.....	22
2.2 Methode	23
2.2.1 Werkwijze	23
2.2.2 Aanpak per deelvraag.....	24
3. Invloed prijsveranderingen.....	27
3.1 Melkmarkt	27
3.1.1 Het inschatten van de melkprijs voor de komende twee tot drie maanden is een vitaal onderdeel van mijn bedrijfsstrategie.	27
3.1.2 Het zelf afdekken van mijn prijsrisico's is na 1 april 2015 een aantrekkelijke optie gelet op de volatiliteit van de melkprijs.	29
3.1.3 Oordeel.....	31

3.2	Voermarkt.....	32
3.2.1	De voerprijs is voor mij belangrijker dan de melkprijs.....	32
3.2.2	Als melkveehouder ben ik niet trouw aan één voeraanbieder en kies ik het aantrekkelijkste bod	33
3.2.3	Oordeel.....	34
3.3	Informatievoorziening.....	35
3.3.1	Via welke instantie(s) laat ik mij het liefst adviseren rondom de onzekerheid binnen de agrarische markt.....	35
3.3.2	Oordeel.....	36
4.	Invloed overige externe factoren.....	37
4.1	Financiering	37
4.1.1	Om op een hoog niveau mee te kunnen praten met de bank volg ik het economisch nieuws zoals Euribor-rentes, beleid van centrale banken en wisselkoersfluctuaties.....	37
4.1.2	Ik heb de situatie rondom de renteswap gevolgd en verdiep mij in het vervolg verder in de mogelijkheden rondom bedrijfsfinanciering.....	37
4.1.3	Oordeel.....	39
4.2	Grond & Mest.....	40
4.2.1	De aankomende melkveewet is de vervanger van het melkquotum.....	40
4.2.2	Door de veranderende mestwetgeving houd ik de mestprijzen, VVO's, MVO's en afzetmogelijkheden erg scherp in de gaten	41
4.2.3	Investeren in grond wordt nog noodzakelijker naar aanleiding van onder meer de derogatieregeling en melkveewet.....	41
4.2.4	Oordeel.....	41
4.3	Maatschappij.....	42
4.3.1	Als melkveehouder pas ik mijn beleid aan op het belang vanuit de maatschappelijke kant zoals de kritische consument, weidepremie en duurzaamheidpremies.....	42
4.3.2	Oordeel.....	42
5.	Aanvulling abonnement	43
5.1	Extra prijzen.....	43
5.1.1	Resultaten.....	43
5.1.2	Oordeel.....	44
5.2	Snelheid van de informatie	45
5.2.1	Resultaten.....	45
5.2.2	Oordeel.....	45
5.3	Mate van overzichtelijkheid	46
5.3.1	Resultaten.....	46
5.3.2	Oordeel.....	47
5.4	Trendrapport	48

5.4.1	Resultaten.....	48
5.4.2	Oordeel.....	48
5.5	Service DCA.....	49
5.5.1	Resultaten.....	49
5.5.2	Oordeel.....	49
6.	Informatiebehoefte die ontstaat.....	50
6.1	Welke informatie.....	50
6.1.1	Melkmarkt	50
6.1.2	Voermarkt.....	50
6.1.3	Financiering	50
6.1.4	Grond & mest	51
6.1.5	Maatschappij	51
6.1.6	Oordeel.....	51
6.2	Hoe de informatie overbrengen.....	52
7.	Conclusie	53
7.1	Conclusies deelvragen	53
7.1.1	Conclusie deelvraag 1.....	53
7.1.2	Conclusie deelvraag 2.....	53
7.1.3	Conclusie deelvraag 3.....	54
7.1.4	Conclusie deelvraag 4.....	55
7.2	Eindconclusie.....	56
7.3	Aanbevelingen.....	57
8.	Discussie	59
8.1	Resultaten van het eigen onderzoek.....	59
8.2	Vergelijking met literatuur en de hypothese	60
9.	Literatuurlijst	61
Bijlage 1	Brief melkveehouders	63
Bijlage 2	Poster.....	64
Bijlage 3	Lijst melkveehouders aanwezig.....	65
Bijlage 4	Evaluatieverslag 16 december	66
4.1	Uitnodigen bijeenkomst	66
4.2	Service vanuit DCA	67
4.3	Interesse onderdelen	67
4.4	Mondigheid discussie	67
4.5	Mening aanwezigen	68
Bijlage 5	Lijst mengvoerders.....	70

Bijlage 6	Competenties	71
-----------	--------------------	----

Samenvatting

De samenvatting van dit verslag is opgebouwd uit de introductie, conclusie en de aanbevelingen

Introductie

De afgelopen jaren heeft de Nederlandse zuivelsector te maken met zeer wisselvallige trends rondom de melkprijs en het inkomen. De melkprijs schommelt enorm tussen de diverse jaren. Eind 2013 was de melkprijs ongeveer twee keer zo hoog als de melkprijs in 2009. Tevens heeft de melkprijs een enorm impact op het inkomen van de melkveehouder.

Daarnaast maakt de melkveehouderij en de zuivelindustrie momenteel een dynamische tijd door. Met de groeiende vraag naar hoogwaardige zuivelproducten in diverse gebieden en de nog grotere groei van de totale productie lijkt de markt in de toekomst nog volatieler te worden dan die al is. De groeiende bevolking, een stijgend welvaart en veranderende eetpatronen stuwden de vraag naar zuivelproducten. Al kan deze vraag heel snel instorten door onder andere politieke onstabiliteit, met als bekend voorbeeld de huidige boycot van Rusland.

Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen welke informatie en analyses melkveehouders willen ontvangen over de markt, waarop de melkveehouder het bedrijfsbeleid en strategie aanpast. Ook wordt er gekeken hoe de informatie en analyses gemakkelijk aan de melkveehouder over is te brengen door onder andere mogelijkheden tot samenwerking met derden te onderzoeken. Zodra de doelstelling bereikt is moet het voor DCA mogelijk zijn om meer abonnees te genereren onder de Nederlandse melkveehouders. Centraal staan een vijftal onderwerpen: de melkmarkt, voermarkt, financiering, grond & mest en maatschappij.

Conclusie

Allereerst is duidelijk geworden dat de informatie vanuit de markt de melkveehouder wel degelijk beïnvloedt in de bedrijfsvoering. De melkveehouders zien graag informatie gebundeld worden tot één duidelijk overzicht waarin duidelijk wordt wat dit voor invloed heeft op het mogelijke resultaat van het bedrijf specifiek. Voorbeelden hiervan zijn overzichten van bepaalde opbrengsten en kosten aan elkaar gewikkeld en vraag & aanbod ontwikkelingen één overzicht. DCA zou hier aan de hand van de grafieken in de database nog meer op in kunnen spelen.

Gezien het economisch nieuws blijkt het belangrijk dat het snel duidelijk wordt wat dit voor een invloed heeft op het bedrijf of hoe dit kan worden meegenomen in een gesprek met de bank. Evenals de gevolgen van de regelgeving rondom grond & mest voor het bedrijf specifiek. Het nieuws moet zo dicht mogelijk aan de gevolgen voor het melkveebedrijf worden gekoppeld.

Gezien de melkmarkt is de interesse groot, maar weet de melkveehouder dat hier simpelweg weinig invloed op uit valt te oefenen. De voermarkt wordt echter meer tijd in gestoken door de melkveehouder doordat de melkveehouder van gedachte is dat de voermarkt meer te beïnvloeden valt. Dit gegeven maakt het aantrekkelijk om de informatie via voerleveranciers te verkopen, want daar zijn melkveehouders dus druk mee.

Daarnaast staan melkveehouders ook zeer open tegen nieuwe (risico beperkende) invloeden vanuit de markt. De twee grootste voorbeelden voor de melkveehouderij zijn het melkprijsgarantiecertificaat, verschaft door Dairy Trading Online, en het zojuist gebombardeerde crowdfundingplatform voor agrariërs. Een tussentijdse analyse van de resultaten wekt absoluut interesse van de melkveehouders.

Aanbevelingen

Om het abonnement vanaf de voerkant aantrekkelijker te maken is het een optie om een deel van de informatie op te schuiven naar het DCA Melk & Voer Pro abonnement. Op dit moment worden bijvoorbeeld ruwvoerprijzen en de prijzen van grondstoffen in het openbaar gepubliceerd aan de hand van de video-update over de voermarkt. Een abonnee haalt op dit moment enkel meerwaarde uit het abonnement door het zien van de grafieken, gezien de voermarkt. Door bijvoorbeeld alleen prijshints te geven in een openbare video-update, en vervolgens daadwerkelijk prijzen achter de knop te zetten kan de meerwaarde vanuit de voerkant verbeterd worden.

In de melkmarkt zijn hier eveneens mogelijkheden voor. Bijvoorbeeld door slechts kleine hints te geven over de spotprijs, om vervolgens uitgebreide analyses achter de knop te zetten. Daarnaast kan DCA kiezen om alle grafieken achter de knop te houden, zo bijvoorbeeld ook die van de Global Dairy Trade, melkvee-index en aanvoercijfers om de meerwaarde te verbeteren aan de melkzijde. Het zou een optie zijn om wekelijks een korte video-update te geven die vrij is voor iedereen om vervolgens de details toe te lichten in een video achter de knop.

Tot nu toe wordt er op Boerenbusiness.nl weinig geschreven over de ontwikkeling rondom de mestwetgeving. Hoofdzakelijke veranderingen worden uiteraard wel gepubliceerd. Desondanks heerst er nog veel onzekerheid. Door een redacteur zich meer te laten verdiepen in de wetgeving rondom mest, door bijvoorbeeld mogelijke gevolgen in kaart te brengen, kan de melkveehouder nog beter een beeld schetsen van de situatie. Mestwetgeving heeft echter een groot invloed op het bedrijfsresultaat en het bedrijfsbeleid. Voor uitgebreide analyses bestaat uiteraard de mogelijkheid deze achter de knop te publiceren.

De verhalen rondom geopolitiek en rente worden als erg waardevol en nuttig beschouwd. Alleen is het de vraag of de melkveehouders dit altijd kunnen verbinden aan de situatie rondom de eigen financiering. Daarom is het belangrijk om dit soort berichten zo dicht mogelijk aan de agrarische sector te koppelen en aan de relatie met de bank te verbinden. Tevens lijken melkveehouders erg geïnteresseerd in gebeurtenissen bij de bank, zoals het hele verhaal rondom de renteswap, aangezien dit dichterbij de financiering komt. Een ander optie is om analyses over rente-opslagen te maken., door onder meer de ontwikkeling van rente-opslagen naast die van Euribor-rentes te leggen. Hierdoor kan de melkveehouder bewuster met de bank spreken.

Crowdfunding wordt als een zeer interessante optie beschouwd door de melkveehouders. Interessant zou zijn om tussentijdse overzichten te verschaffen waarin duidelijk wordt welke transacties er hebben plaatsgevonden. Om daarin ook aan te geven hoe het resultaat van de investeerder en de agrarische ondernemer zichtbaar wordt.

Het garantiecertificaat voor melk wordt als mogelijke risicobestrijder gezien. Door eens een overzicht te verschaffen over het verschil met de schommelende melkprijs kan de melkveehouder nog meer overtuigd raken waardoor het naar Boerenbusiness.nl surft.

Melkveehouders gaven ook aan dat aanbodcijfers vooral interessant zijn in combinatie met de vraagontwikkeling. Het mooiste hiervoor zou zijn om cijfers te achterhalen over de opslag van zuivelproducten.

Gekoppelde grafieken vallen naar mijn mening ook in de smaak bij melkveehouders. Dit doordat het effect voor de melkveehouder nog beter zichtbaar wordt. Bijvoorbeeld door de gemiddelde melkprijs te koppelen aan de voerkosten.

Aangezien melkveehouders veel tijd steken in de voerprijs en de voerleverancier is het interessant om de informatie via derden, zoals voerleveranciers te verkopen. Zoals dit nu al bij Isidorus gebeurt.

Summary

The summary of this rapport is divided by the introduction, conclusion and recommendations

Introduction

The Dutch dairy sector have to deal with increasing volatility milk price and the income of the dairy farmer. The milk price is fluctuating significant between de different years. At the end of 2013 the milk price was approximately twice as high as in 2009. The milk price has a huge impact on the income of a dairy farmer.

Currently the dairy sector has to deal with volatile market circumstances. Growing demand for high-quality dairy products in many countries worldwide and the even higher total production predict in the future more fluctuations in the market than in the current situation. The fast increasing population, higher prosperity and changing eating patterns will raise the demand for dairy products. But the increasing demand can be decrease significant in a short time cause by political uncertainty. A good example is the current import ban for dairy in Russia.

The purpose of this research is to discover which information and analyses dairy farmers like to read about the agricultural market, which is needless for the strategy and which fill in a part of the farmer's policy. Another important aspect to discover is the best way to represent this information and analyses to the dairy farmers. For example it can be an option to spread the information through other companies. With this information, it's for DCA possible to generate more subscribers among the Dutch dairy farmers. The five most important topics of DCA are the milk market, feed market, funding, land & manure and society.

Conclusion

It is obvious that market-information influences dairy farmers in their business decisions and policy. The farmers receive the information preferably bundled into one clearly review. The review has to show the variable that influences the possible results of their own farm. Good examples are coupled income and expenses overviews and coupled demand-supply graphics. DCA can provide this information by combining data from the database in new graphs.

For economic news, it is important that a farmer can use it for own purposes. The farmer will know how to use the information in confrontation with the bank. Besides the economic news, new regulation regarding to land & manure have to be described very practical.

In the milk market is the interest very high, but dairy farmers know that they almost cannot influence the milk market. The feed market spends more time for a dairy farmer, because in the feed market they can influence more for good financial results. This fact makes it attractive to sell market information by feed suppliers.

The dairy farmers are very enthusiastic about new initiatives what are decreasing price risks. The current biggest examples are the milk price guarantee certificate provided by Dairy Trading Online and the just introduced crowdfunding platform in the agriculture sector. By showing preliminary results of those two risk fighters the dairy farmer will be convinced to follow it and maybe to use it in the near future.

Recommendations

To make the subscription more attractive at the feed side it's optional to move a part of the information to the DCA Melk & Voer Pro subscription. At this moment readers can see the prices of

feed and raw materials for free, because DCA provides this information in a free video-update every two weeks. A subscriber takes only value of the subscription by viewing the graphs, regarding the feed market. DCA can for example only give hints about price development in an open video-update. If detailed prices for subscribers are shown in a closed video-update, the subscription will generate more value for subscribers.

Looking to the milk market, there are similar possibilities as for the feed side. For example DCA give little hints about the spot price and other prices for free, and provide detailed analyses only to subscribers. Besides DCA can choose to put the graphs behind the button, including the graphs of the Global Dairy Trade and dairy index, to increase the value of DCA's subscription. An alternative is to give a weekly video-update for free, and provide an additional video-update for all subscribers with more details of the market.

Until now Boerenbusiness.nl hasn't been writing a lot about developments around the manure legislation. At the moment only the big changes in manure regulation are published. Nevertheless there's a lot of uncertainty about this regulation. When DCA specialize an editor in manure, the rules around manure and the possible consequences, DCA can provide better and more useful advice to the dairy farmers. Manure legislation has huge impact on profits in dairy farming and the farmer's policy. It is possible to show only detailed analyses to subscribers.

The information around geopolitics and interest are very valuable for the dairy farmers. It is still unsure if dairy farmers can connect the world economy news with the situation around their own funding. That's why it's very important to combine these news articles as close as possible to the agricultural sector and the relation of the farmer with the bank. Dairy farmers are also very interested in development at a bank, for example the development about the interest rate swap, because these can influence the funding a farm directly. Another option is to give regularly analyses about the interest development by bank. When DCA compares the Euribor-interest with the interest of the bank it's for a dairy farmer easier to talk with the bank.

Dairy farmers consider the just introduced crowdfundingplatform as a possible option for the near future. DCA can use this situation when they produce regularly an update about the completed transactions. The updates can show what the results of the investors were, even as the results of the dairy farmers.

The guarantee certificate for milk is at this moment the biggest insurance against price fluctuation in the dairy sector. When DCA gives each month or each half year an overview with the differences between the milk prices paid in the market and the milk price paid by the guarantee certificate the farmers became more interested in DCA and are going to look more at boerenbusiness.nl

Dairy farmers also told that supply quantities only help with business when those are combined with the development of the demand quantities. For DCA information about the stock of dairy products is very useful.

Combined graphs are also popular by dairy farmers, because the effects of price developments are simple to read. A good example of a combined graphic is a graphic with an average milk price and feed costs.

Because dairy farmers spend a lot of time to compare feed prices because the feed supplier are not prepared to publish or sell the information through others such as feed suppliers. Something what have been happening now by Isidorus.

1. Inleiding

In dit hoofdstuk komt aan bod wat het belang is van het onderzoek, een stukje algemene informatie, de aanleiding van het onderzoek, de probleemstelling en de hypothese

1.1 Algemene informatie

Dit rapport publiceert de uitkomsten, resultaten en conclusies van een onderzoek dat ingaat op de marktbeleving van de melkveehouder. Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van DCA, te Lelystad. Er wordt tevens ingegaan hoe DCA kan inspelen op de resultaten van dit onderzoek. De hoofdvraag luidt; hoe ziet de marktinformatiebehoefte van de melkveehouder er uit en hoe kan DCA daar beter op inspelen. De input wordt voornamelijk verkregen aan de hand van een bijeenkomst onder een aantal melkveehouders waarin aan de hand van een aantal stellingen over diverse trends in de agrarische markt wordt gediscussieerd. Tevens worden diverse abonnees van het DCA marktabonnement Melk & Voer Pro gebeld voor het gewenste input.

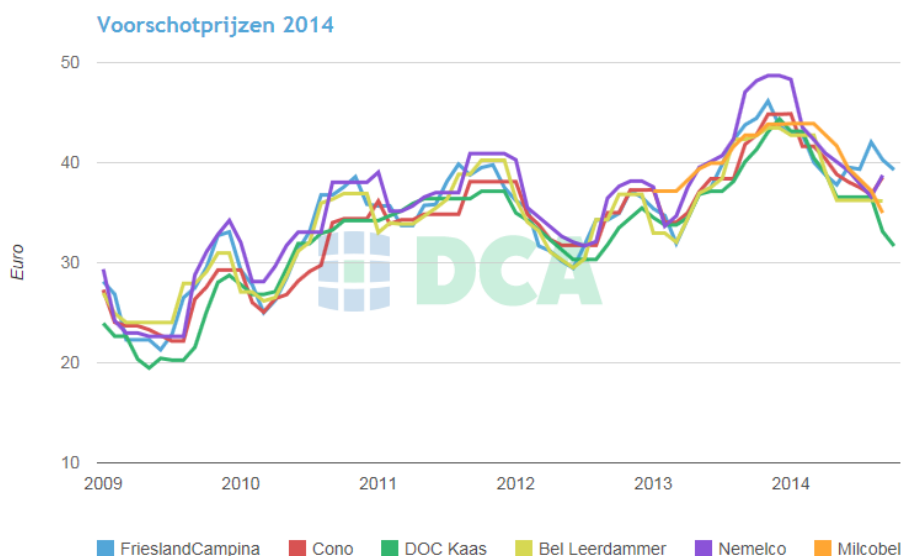
Aan de hand van de verkregen resultaten moet het voor DCA duidelijker worden hoe het beste kan worden ingespeeld op de beleving van de melkveehouder. In dit rapport komen de volgende hoofdstuk onderwerpen aan bod:

- Hoofdstuk 1** In dit hoofdstuk komt aan bod wat het belang is van het onderzoek, een stukje algemene informatie, de aanleiding van het onderzoek, de probleemstelling en de hypothese.
- Hoofdstuk 2** In dit hoofdstuk wordt de methode van het gehele proces omschreven. Onder meer welke criteria er zijn toegepast op dit onderzoek, welke acties er zijn ondernomen en welke methoden er werden toegepast
- Hoofdstuk 3** In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de eerste deelvraag van de vier. Hierin wordt duidelijk wat de invloeden van diverse prijsveranderingen zijn op het beleid van de melkveehouder. Het betreft enkel prijsveranderingen die betrekking hebben op de melkveehouderijtak.
- Hoofdstuk 4** In dit hoofdstuk komen overige externe factoren aan bod die van invloed zijn op het beleid van de melkveehouder. Deze overige externe factoren hebben indirect wel invloed op de opbrengsten en de kosten van een melkveehouder.
- Hoofdstuk 5** In dit hoofdstuk is wat meer naar DCA gekeken. Namelijk door na te gaan hoe DCA haar marktinformatie binnen het abonnement DCA Melk & Voer Pro beter af kan stemmen op de belangen van de melkveehouders. Niet alleen kwaliteit, maar ook overzicht en snelheid komen aan bod.
- Hoofdstuk 6** In dit hoofdstuk wordt duidelijk welke informatiebehoefte er ontstaat en hoe DCA hier op commerciële wijze op in kan spelen. In principe is dit een gevolg op de drie hoofdstukken die aan dit hoofdstuk vooraf gaan.
- Hoofdstuk 7** In dit hoofdstuk zijn de conclusies op de deelvragen weergegeven. Aan de hand van de conclusies van de deelvragen wordt de conclusie op de hoofdvraag gegeven. Vervolgens worden er een aantal aanbevelingen gedaan aan DCA.

- Hoofdstuk 8** In hoofdstuk 8 worden de resultaten van het onderzoek bediscussieerd. Tevens worden de verkregen conclusies vergeleken met de in het plan van aanpak opgestelde hypothesen.
- Hoofdstuk 9** In dit hoofdstuk worden alle gebruikte bronnen op een rijtje gezet.

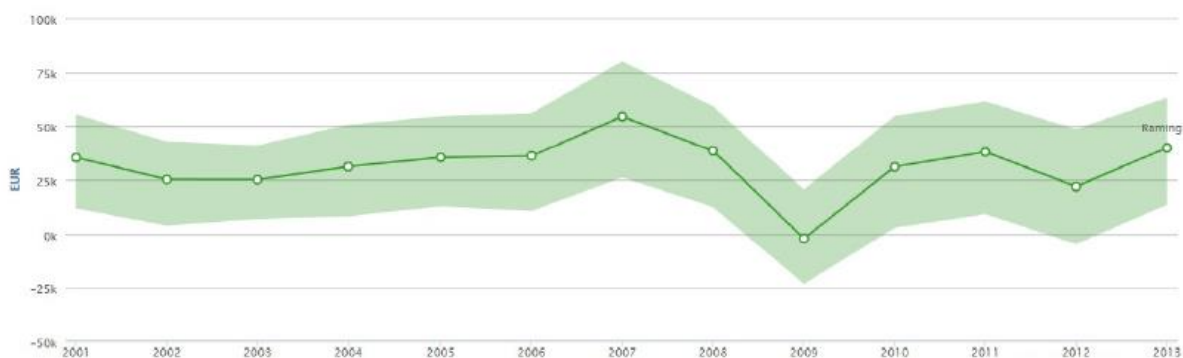
1.2 Aanleiding onderzoek

De afgelopen jaren heeft de Nederlandse zuivelsector te maken met zeer wisselvallige trends rondom de melkprijs en het inkomen. Figuur 1.1 laat zien dat de melkprijs enorm schommelt tussen de diverse jaren. Eind 2013 was de melkprijs ongeveer twee keer zo hoog dan de melkprijs in 2009. Vervolgens laat figuur 1.2 zien dat de melkprijs zeer bepalend is voor het inkomen van de melkveehouder. Tussen 2009 en 2013 valt op dat zowel het inkomen als de melkprijs het laagst is in 2009. Tevens valt op dat zowel het inkomen als de melkprijs het hoogst is in 2013. Hieruit is af te leiden dat het inkomen van de melkveehouder, en het resultaat van een bedrijf, zeer afhankelijk is van de melkprijs.



14

Figuur 1-1 Melkprijs zuivelcoöperaties Nederland tussen 2009 en 2014¹



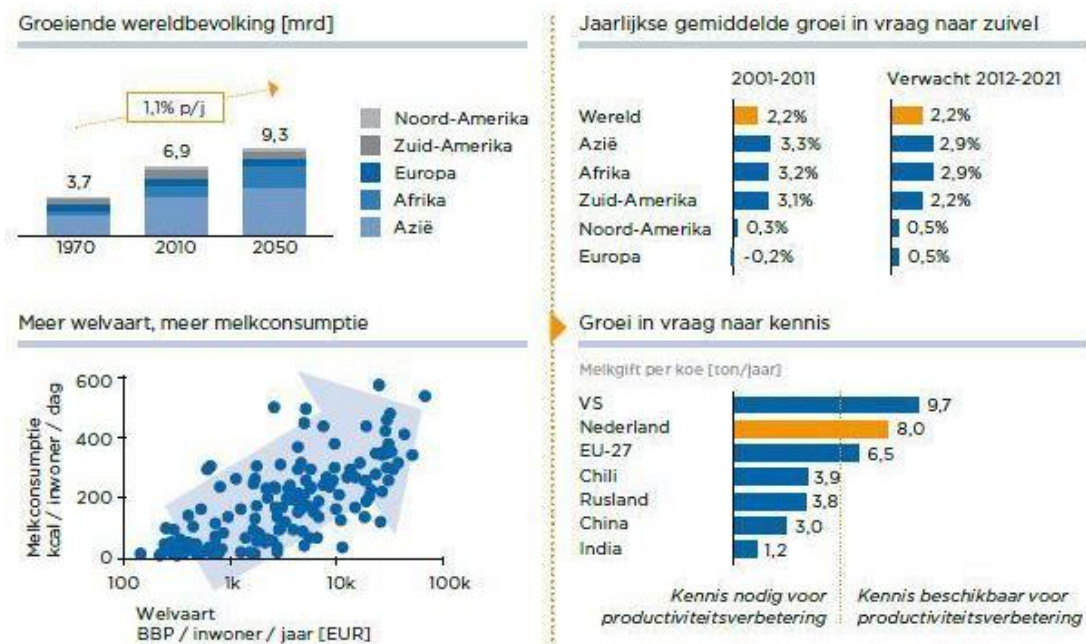
Figuur 1-2 Inkomen Nederlandse melkveehouders 2001-2013²

Tevens maakt de melkveehouderij en de zuivelindustrie momenteel een dynamische tijd door. Met de groeiende vraag naar hoogwaardige zuivelproducten in diverse gebieden en de nog grotere groei van de totale productie lijkt de markt in de toekomst nog volatieler te worden dan die al is. De groeiende bevolking, een stijgend welvaart en veranderende eetpatronen stuwden de vraag naar zuivelproducten. Al kan deze vraag heel snel instorten door onder andere politieke onstabieleit, met

¹ DCA, 02-10-2014, Melkprijsvergelijking van 2009 tot en met 2014

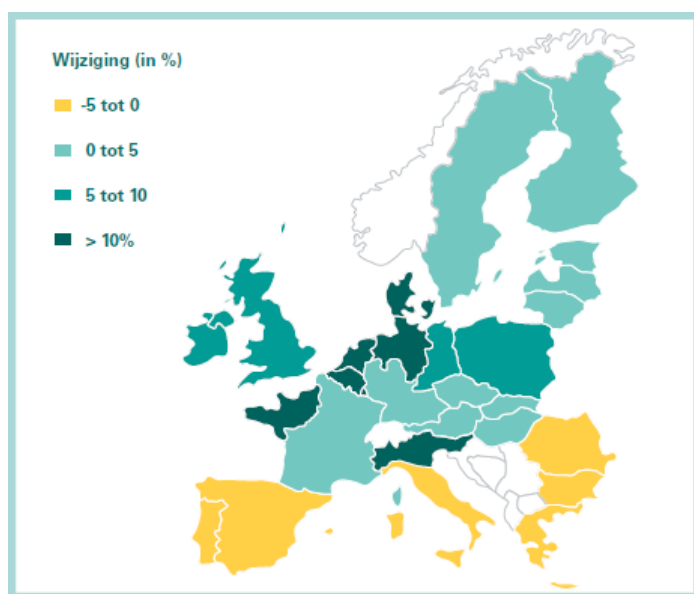
² Everdingen, van W., Meulen, van der H., Silvis, H., Smit, B., 12-2013, Actuele ontwikkeling land- en tuinbouw

als bekend voorbeeld de huidige boycot van Rusland. Figuur 1.3 geeft een overzicht van de verschuiving die de zuivelsector lijkt door te maken.



Figuur 1-3 Ontwikkeling vraag naar zuivel³

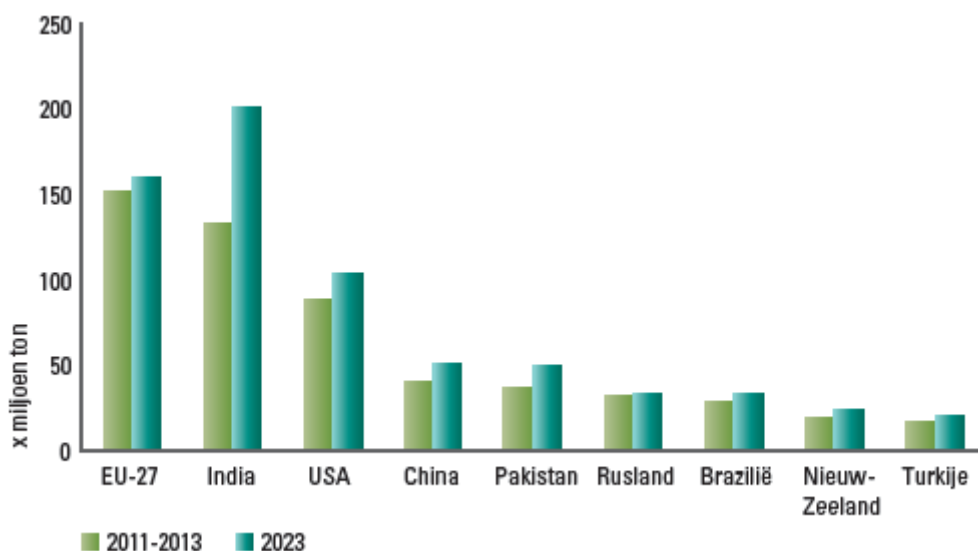
Uit deze figuur valt op te maken dat de vraag naar zuivel toeneemt door een snel stijgend bevolkingsaantal, betere welvaart en meer behoefte aan consumptie van zuivelproducten. Naar aanleiding van de sterk stijgende vraag naar zuivelproducten heeft de EU besloten de melkquotering te beëindigen vanaf april 2015. Dit houdt in dat er een nog volatielere en onzekerdere markt zijn intrede doet, gezien de verwachte productietoename in Nederland en delen van Europa, wat op valt te maken uit figuur 1.4



Figuur 1-4 Wijziging melkproductie EU 2020 ten opzichte van 2010⁴

³ Berger, R., 16-09-2014, NL zuivelsector heeft goed vooruitzicht

De productietoename geldt echter niet alleen voor Europa, maar wereldwijd. Zo blijkt uit figuur 1.5 dat de grootste groei lijkt plaats te vinden in India, China en Pakistan. Voor de negen grootste zuivelregio's wordt allemaal een productiegroei verwacht. Tevens is de voorspelling dat India in 2023 's werelds grootste zuivelregio is. Al met al gaat er dus veel veranderen komende jaren in de zuivelmarkt.



Figuur 1-5 Ontwikkeling melkproductie van de grootste zuivelregio's⁵

Voor melkveehouders lijkt de situatie nog onzekerder te worden dan die al is. Het wordt zeer belangrijk om als melkveehouder zoveel mogelijk gerichte kennis te krijgen van de markt, op de hoogte te zijn van prijsontwikkelingen en overzichten, gevolgen van veranderende wetgevingen in kaart te hebben en na te denken over risicobestrijding om de bedrijfsstrategie zo ver mogelijk te optimaliseren.

De afstemming tussen informatieverschaffer DCA en de melkveehouderijsector moet door dit onderzoek verbeteren. Op deze manier is het de bedoeling dat de melkveehouderijsector nog beter geïnformeerd wordt over alles waar de melkveehouders belang bij hebben, om de bedrijfsvoering hier beter op af te stemmen. Zo kan de sector verder versterken in de bedrijfsvoering waardoor het de concurrentiepositie verder versterkt ten opzichte van andere continenten.

⁴ Berntsen, P., 14-02-2011, Vrije zuivelmarkt, bedreiging of kans?

⁵ Berntsen, P., Oktober 2014, Nieuwe horizon voor Nederlandse zuivel

1.3 Probleemstelling

Boerenbusiness.nl schrijft als onderdeel van DCA al een aantal jaren over de agrarische markt, zo ook over de melkveehouderijsector en de bijbehorende informatie over de ontwikkeling op de zuivel- en voermarkt. Een groot deel van de geschreven informatie en analyses is gratis te lezen, dit betreft artikelen die op meerdere sites vrij te vinden zijn. Daarnaast verschaft DCA extra, diepgaandere informatie over de markt tegen betaling. Deze informatie wordt verschaft door DCA op de site boerenbusiness.nl, in een maandelijks trendrapport en een half jaarlijks zuivelanalyse.

Het probleem in dit verhaal is dat de informatie en analyses vanuit DCA Melk Pro en DCA Melk & Voer Pro niet genoeg interesse geniet vanuit de primaire melkveehouderijsector. Waar de akkerbouwsector en varkenssector veel interesse geniet op het gebied van betaalde marktinformatie, is dit niet zo in de melkveehouderijsector. DCA bestaat sinds 2004 en verspreidt sinds 2007 de eerste informatie over de zuivelsector. Aan het begin was dit alleen een spotprijs voor melk. Sinds 2010 wordt er echt geschreven over de zuivelmarkt, waarna een paar jaar later ook het abonnement Melk & Voer Pro werd geïntroduceerd. Echter is dit nog geen succes. Dit roept vragen op bij DCA.

Hoe kijkt de melkveehouder dan daadwerkelijk naar de agrarische markt? Hoe beleeft de melkveehouder de veranderingen vanuit de markt, en welke veranderingen? DCA speelt met behulp van de site boerenbusiness.nl zoveel mogelijk in op de het verspreiden en analyseren van de situatie op de agrarische markt, zo dus ook voor de melkveehouderij. Desondanks is het beperkt in hoeverre de melkveehouder wil betalen voor de diverse marktinformatie die verleend wordt door DCA. DCA heeft daarom onderzocht naar welke informatie en analyses de melkveehouder de meeste behoefte heeft.

Speelde DCA te weinig in op de behoefte van de melkveehouder? Vult de betaalde informatie niet genoeg aan op de gratis te verkrijgen informatie? Moet DCA breder oriënteren en de informatie en analyses ook via derden aan de boer verschaffen? Zijn de prijsnoteringen niet overzichtelijk genoeg of ontbreekt hier het één en ander aan? Zijn er andere zaken waar de melkveehouder van op de hoogte wil worden gehouden? In hoeverre is de melkveehouder bekend bij de termijnmarkt en is er belang bij het gebruik hiervan? En hoe krijgt de melkveehouder de gewenste informatie nu? Allemaal onbeantwoorde vragen die de aanleiding waren tot het uitvoeren van dit onderzoek om te zorgen dat de melkveehouder informatie en analyses ontvangt waar behoefte naar is en wat een positieve invloed heeft op de bedrijfsstrategie.

Uit voorafgaand onderzoek door ABN Amro, DCA, DTO, Accon AVM en het voercentrum Leeuwarden⁶ is al gebleken dat melkveehouders de melkprijs als grootste bedrijfsrisico zien. Echter is deze slechts beperkt te beïnvloeden. De melkveehouder is er van overtuigd dat de zuivelmarkt en de prestaties van de zuivelverwerkers in grote mate het inkomen bepalen, zo blijkt uit ditzelfde onderzoek. Nu was het de vraag om erachter wat de melkveehouder wil lezen rondom de melkprijs en wat de melkveehouder hierover geanalyseerd ziet. Naar aanleiding van het onderzoek kwam ook naar voren dat persoonlijke sfeer van groot invloed is op een melkveehouderij, hierbij denkende aan zaken als scheiding. Daarnaast vinden melkveehouders renterisico prima te managen, onder andere door de mogelijkheid van de SWAP en dergelijke.

Tevens verwachten melkveehouders dat de melkprijs in eerste instantie zal gaan dalen zodra de grootste productiebelemmering van tafel is. Tijdens een bijeenkomst, genaamd "Ondernemen in 3D" werd bekend dat 74 procent van de melkveehouders die daar aanwezig waren denken dat de prijs in

⁶ Berntsen, P., 25-10-2013, Melkprijs grootste risico voor melkveehouders.

2016 gaat dalen. Slechts 26 procent van de melkveehouders denkt dat de melkprijs toe gaat nemen. Uit het onderzoek van Business Universiteit Nyenrode is uitgekomen dat 73 procent van de melkveehouders meer prijsschommelingen verwacht, en dus meer onzekerheid. 50 Procent denkt dat deze prijsschommelingen voor hogere pieken en dalen gaat zorgen, met de nadruk op dalen.

	Grootte van de bedrijven					
	105 koeien of minder		Meer dan 105 koeien		Totaal	
	N	%	N	%	N	%
Er zullen meer prijsschommelingen komen	61	75%	57	71%	118	73%
Er zullen hogere pieken en diepere dalen in de prijsniveaus komen	38	47%	44	55%	82	51%
Dalen	26	32%	21	26%	47	29%
Op het huidige niveau blijven	9	11%	6	8%	15	9%
Stijgen	3	4%	6	8%	9	6%
Anders, nl ...	1	1%	3	4%	4	3%
Weet niet/geen mening/n.v.t.	1	1%	1	1%	2	1%
Totaal	81	100%	80	100%	161	100%

Figuur 1-6 Verwachte prijsveranderingen na 2015⁷

Bovenstaande gegevens wijzen dus uit dat de melkveehouder, vooral in eerste instantie, meer onzekerheid verwacht. Dit onderzoek heeft uitgewezen welke informatie en analyses de melkveehouder graag tegemoet ziet om deze onzekerheid te kunnen bestrijden.

18

Figuur 1.7 weergeeft via welke instanties een melkveehouder nu aan zijn marktinformatie komt. Ook dit is naar voren gekomen uit het onderzoek van Business Universiteit Nyenrode. Vooral voor samenwerkingsverbanden is het goed om te weten met wat voor type instanties een samenwerking het meest verstandig is. Uit het resultaat is naar voren gekomen dat de meeste melkveehouders de informatie verkrijgen vanuit belangenorganisaties, dit is 23 procent. De bekendste belangenorganisatie die Nederland kent is LTO. 19 procent geeft aan de meeste marktinformatie te verkrijgen via voerfabrikanten, zoals Isidorus. Eveneens 19 procent verkrijgt de meeste marktinformatie via een accountantsbureau. En 16 procent via de zuivelonderneming waaraan de melkveehouder is aangesloten. Opvallend is dat slechts 2 procent aangeeft de meeste marktinformatie via de bank te verkrijgen, aangezien ABN-Amro en Rabobank met regelmaat een rapport uitbrengen over zaken als toekomstverwachtingen en nieuwe afzetmarkten voor zuivelproducten.

⁷ Boots, B., Nielen, N., 15-01-2013, Risicomanagement in de Nederlandse zuivel vanuit een marketing /finance approach.

	Totaal	
	N	%
Belangenorganisaties (bv LTO)	37	23%
Voerfabrikant	31	19%
Accountant	30	19%
Zuivelonderneming	25	16%
Studiebijeenkomsten met andere melkveehouders	23	14%
Anders 1, nl ...	9	6%
Fokkerijorganisaties	3	2%
Bank	3	2%
Totaal	161	100%

Figuur 1-7 Via welke instanties verkrijgen melkveehouders de informatie⁸

Een onderzoek vanuit Wageningen Universiteit⁹ concludeert dat melkveehouders meer gaan investeren en dat grond de belangrijkste productiefactor blijft. Tevens zullen de meeste melkveehouders in de problemen komen zodra de melkprijs met 24 procent gaat zakken. Ook wordt de derogatieregeling en het fosfaatplafond van groot belang op een groot deel van de melkveehouders. Dit kan ervoor zorgen dat de bedrijfskosten oplopen.

1.3.1 Onderwerp

Het onderwerp is het thema die het verslag, de hoofdvraag met deelvragen en de hypotheses bevatten.

Het in kaart brengen van de marktbeleving van de Nederlandse melkveehouder.

1.3.2 Doelstelling

Voor februari in kaart brengen welke marktinformatie en analyses invloed hebben op het beleid van de melkveehouder en hoe de melkveehouder de informatie en analyses leest.

Terwijl in de aardappelen al 1000 agrarische ondernemers een abonnement hebben bij DCA, waardoor de aardappeltelers worden voorzien van alle marktinformatie en unieke analyses, gaat dit in de melkveehouderijsector niet zo soepel. Slechts 160 melkveehouders hebben op dit moment een abonnement, terwijl Nederland 2 keer zoveel melkveehouders dan aardappeltelers telt.

⁸ Boots, B., Nielen, N., 15-01-2013, Risicomanagement in de Nederlandse zuivel vanuit een marketing /finance approach.

⁹ Veenstra, G, Vessies, J.F.P., 01-2008, Mogelijke gevolgen van de afschaffing van het melkquotum.

Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen welke informatie en analyses melkveehouders willen ontvangen over de markt, waarop de melkveehouder het bedrijfsbeleid en strategie aanpast. Ook is er gekeken hoe de informatie en analyses gemakkelijk aan de melkveehouder valt te brengen, door onder andere mogelijkheden tot samenwerking met derden te onderzoeken, bijvoorbeeld mengvoederbedrijven. Zodra de doelstelling bereikt is moet het voor DCA mogelijk zijn om meer abonnees te generen onder de Nederlandse melkveehouders

1.3.3 Doelgroep

De directe doelgroep van het onderzoek is het team van DCA. Met de informatie uit het onderzoek hoopt het team van DCA beter en meer te kunnen schrijven over de melkveehouderijsector, wat aansluit op de behoeften en gedachten van de melkveehouder. Dit moet er voor zorgen dat er meer abonnementen worden afgesloten.

De indirecte doelgroep is uiteraard de melkveehouder. De melkveehouder moet naar aanleiding van de informatie gericht kunnen ondernemen en meer rendement kunnen behalen. Uiteindelijk moet de meerwaarde vanuit het abonnement doorspelen op de resultaten en het beleid van de melkveehouderij. Keuzes die gemaakt worden onderbouwen met informatie verkregen vanuit de analyse van DCA. De melkveehouderijsector moet sterker kunnen concurreren op de wereldmarkt doordat de sector ten alle tijden de informatie krijgt aangeleverd waar het belang bij heeft.

1.3.4 Hoofdvraag

Onderstaand is de hoofdvraag opgesteld. Deze vraag neemt een centrale plaats in bij het schrijven van het hoofdverslag. De deelvragen verduidelijken en versterken het antwoord op de hoofdvraag.

Hoe ziet de marktinformatiebehoefte van de melkveehouder er uit en hoe kan DCA daar beter op inspelen?

20

1.3.5 Deelvragen

Onderstaande deelvragen vormen een verbreding en verduidelijking op de hoofdvraag. Antwoorden op deze deelvragen leiden tot een antwoord op de hoofdvraag.

1. *In hoeverre spelen de verschillende prijsveranderingen een rol op de bedrijfsvoering van de melkveehouder en hoe wordt hier op ingespeeld?*
2. *In hoeverre spelen overige externe factoren een rol op de bedrijfsvoering van de melkveehouder en hoe wordt hier op ingespeeld?*
3. *Wat is de meerwaarde vanuit het abonnement DCA Melk & Voer Pro op de informatie die gratis te verkrijgen is?*
4. *Welke informatiebehoefte ontstaat er en hoe kan DCA daar op commerciële wijze op inspelen?*

1.3.6 Hypotheses

Naar mijn mening heeft de marktwerving in zijn geheel zeker invloed op de bedrijfsvoering van de melkveehouder. Vooral de groeiende ondernemer houdt de markt veelal in de gaten omdat een gerichte financiële bedrijfsanalyse hard nodig is om zo goed mogelijk groeien. Een overzichtelijke marktanalyse van de relatie tussen melkprijs en voerprijzen is van groot belang aangezien dit de twee belangrijkste indicatoren zijn voor het bedrijfsresultaat.

Desondanks lijkt het er niet op dat melkveehouders veelal bekend zijn met het vastzetten van de prijs bij DTO en de zuiveltermijnmarkt in Nederland. Toch loopt dit percentage op en verwacht ik dat dit in de toekomst verder toe gaat nemen. De toenemende trend is ook naar voren gekomen in het onderzoek van Boots en Nielen: Risicomanagement in de Nederlandse zuivel vanuit een marketing /

finance approach¹⁰. Zo is het onder andere in de Verenigde Staten al behoorlijk populair om de termijnmarkt op te gaan om zo prijsrisico's af te dekken.

Nu de melkquotering zijn einde nadert betekent dit niet dat de melkveehouder in de toekomst kan gaan produceren zoveel hij maar wil. Zo hangt onder andere de wet 'Verantwoorde groei van de melkveehouderij' in de lucht¹¹. De verwachting is dat hierdoor de markt in mest nog meer markt gaat worden. Onder andere het afzetten van mest, MVO's en VVO's gaan voor meer handel zorgen, nu mestoverschotten die niet op eigen grond afgezet kunnen worden verplicht verwerkt moeten worden.

Wat betreft het verkrijgen van marktinformatie verwacht ik dat de melkveehouders steeds meer voor een onafhankelijke partij gaan kiezen. Een goed voorbeeld is de ontstaande commotie rondom banken die te weinig en verkeerde informatie aan de melkveehouder verschaffen rondom het afsluiten van een lening met behulp van een SWAP¹². Uit het onderzoek van Boots en Nielsen kwam al naar voren dat melkveehouders belangenorganisaties zoals LTO de meest geschikte bronnen vinden rondom het verkrijgen van marktinformatie.

¹⁰ Boots, B., Nielen, N., 15-01-2013, Risicomanagement in de Nederlandse zuivel vanuit een marketing /finance approach.

¹¹ Dijkma, S., 01-07-2014, Melkveehouderij mag verantwoord groeien.

¹² Dijsselbloem, J.R.V.A., 01-09-2014, Kamerbrief over stand van zaken rentederivaten in het MKB en verkenning dienstverlening MKB.

2. Methoden

In dit hoofdstuk wordt de methode van het gehele proces omschreven. Onder meer welke criteria er zijn toegepast op dit onderzoek, welke acties er zijn ondernomen en welke methoden er werden toegepast.

2.1 Criteria

In de afbakening wordt duidelijk welke dingen wel, en welke dingen niet zijn onderzocht. De volgende zaken zijn wel onderzocht:

- Alle prijzen die van invloed zijn op de bedrijfsvoering. Van melkprijzen, tot grondprijzen, tot voerprijzen en alle andere prijzen.
- Hoe de melkveehouder reageert op de diverse prijsveranderingen en zijn beleid hier op aanpast.
- Er is ook onderzoek gedaan naar overige bedrijfsinvloeden omdat deze ook van invloed kunnen zijn op de marktbeleving en prijzen. Zo kan veranderende mestwetgeving er bijvoorbeeld voor zorgen dat er meer voor mestafzet moet worden betaald.
- Het onderzoek was onder melkveehouders met een bedrijfsgrootte tussen de 100 en 300 melkkoeien. Dus geen extreem kleine en extreem grote melkveehouders.
- De eerste twee deelvragen zijn onderzocht aan de hand van een groep melkveehouders, door het organiseren van een bijeenkomst.
- De meerwaarde vanuit het abonnement, om zo het abonnement verder te kunnen afstemmen op de melkveehouder. De respons vanuit deelvraag 3 is ruim 20 procent, wat inhoudt dat van 30 van de 150 abonnees respons is verkregen.
- Naar welke marktinvloeden daadwerkelijk behoefte is om te lezen. Om dit mee te nemen in het abonnement.
- Via welke partijen de melkveehouder de informatie verkrijgt. Om zo de informatie via de juiste wegen over te kunnen brengen.

Het komt er op neer dat er alleen zaken worden onderzocht die van invloed zijn op het bedrijfsresultaat. Dus zaken als ideale arbeidsomstandigheden, type melkstal en dergelijks worden niet onderzocht.

De volgende zaken worden niet onderzocht:

- Er is geen gebruik gemaakt van zaken die wel van invloed zijn op andere landbouwsectoren dan de melkveehouderij en niet op de melkveehouderij zelf.
- Er is geen onderscheid gemaakt in verschillende bedrijfsresultaten tussen melkveehouders.
- Er is geen onderscheid gemaakt in verschillende melk- of voersystemen.
- Er is niet gekeken naar buitenlandse markten
- Er is geen onderscheid gemaakt tussen de biologische en niet-biologische melkveehouders.
- Er is geen onderscheid gemaakt tussen melkveehouders uit verschillende regio's. Om Nederland als één geheel te onderzoeken waren uit elke regio (noord, oost, zuid, west) minimaal twee melkveehouders aanwezig.

2.2 Methode

Om tot een gedegen antwoord te komen op de hoofdvraag viel er voldoende informatie te verkrijgen. Allereerst hielpen een aantal bronnen al aan het literatuuronderzoek, om er zo achter te komen wat er allemaal al bekend was over het onderwerp. Voor de literatuurlijst wordt er verwezen naar hoofdstuk 10.

Om deelvraag één, twee en deelvraag vier te kunnen beantwoorden werden er melkveehouders uitgenodigd voor een bijeenkomst op 16 december. Het viel tegen om daadwerkelijk de interesse te wekken. Allereerst waren er 500 melkveehouders gemaild met daarin een brief, zie bijlage 1. Daaruit reageerde niet één melkveehouder met de melding dat het interesse had om te komen. Vervolgens zijn er aan de hand van een lijst met melkveehouders ongeveer 200 melkveehouders gebeld. De geïnteresseerde melkveehouders hebben naar aanleiding van dat telefoontje een mail gehad met daarin de uitnodiging voor de dag zelf, zie bijlage 2. Na de geïnteresseerden nog een keer te hebben na gebeld, kwam het totaal uit op 26 melkveehouders. Desondanks belden een heel aantal melkveehouders vlak voor de bijeenkomst af of kwamen niet opdagen. Uiteindelijk waren er 12 melkveehouders aanwezig, en dit was een goed aantal voor een stukje discussie en veel input.

De dag werd afgetrapt met het één en ander over DCA. Vervolgens ging monetair econoom Edin Mujagic zijn verhaal doen over financiering op het landbouwbedrijf. Dit werd gevolgd door een aantal stellingen over dit onderwerp. Na de pauze kreeg dit nog een gevolg doordat Kees Maas het ging hebben over crowdfunding in de agrarische sector.

Toen dat hele verhaal achter de rug was ging Edwin Burgers het hebben over Risicomanagement in de melkveehouderij. Aan de hand daarvan werden er een aantal stellingen geplaatst over de melkmarkt, voermarkt, grond & mest en maatschappij wat voor input heeft gezorgd

Vervolgens zijn onder de 150 abonnees 30 abonnees telefonisch of via de mail ondervraagd in hoeverre de informatie binnen het abonnement aanvult op de gratis artikelen. Dit ten behoeve van deelvraag 3.

2.2.1 Werkwijze

Om een betere indruk te krijgen hoe er antwoord is gegeven op de deelvragen is hieronder schematisch weergegeven wat de methodes van informatievergaring waren.

De methode van informatievergaring is gebaseerd op zes regels¹³.

1. Definieer het probleem en de zoekopdracht
2. Kies de juiste zoekstrategie
3. Bepaal waar je gaat zoeken
4. Bestudeer de informatie en selecteer wat je nodig hebt
5. Organiseer de informatie zó dat dit antwoord geeft op je vraag/probleem.
6. Evalueer het resultaat

In figuur 2.1 is de zoekschema schematisch weer gegeven

¹³ Eisenberg & Berkowitz, 1992; Canning, 2002)



Figuur 2-1 Schema informatievergaring

Er is door middel van kwantitatief en kwalitatief onderzoek informatie verkregen voor de diverse deelvragen. Kwantitatief onderzoek bevat surveyonderzoek en secundaire analyses¹⁴. Surveyonderzoek is onderverdeeld in vragenlijsten en enquêtes, secundair onderzoek is kwantitatieve informatie verzameld door andere belanghebbenden. Dit was van toepassing voor deelvraag 3.

Kwalitatief onderzoek bestaat uit¹⁵:

- Interviews; vraaggesprekken waarin de beleving van de geïnterviewde voorop stond.
- Focusgroepen; een presentatie en discussie onder meerdere belanghebbenden. Zoals genoemd ongeveer 30 melkveehouders in deze situatie.
- Literatuuronderzoek; Voor de gebruikte bronnen, zie hoofdstuk 10.

2.2.2 Aanpak per deelvraag

1. *In hoeverre spelen de verschillende prijsveranderingen een rol op de bedrijfsvoering van de melkveehouder en hoe wordt hier op ingespeeld?*

Methode: Een groep melkveehouders zijn diepgaand ondervraagd aan de hand van een lijst met stellingen. Dit is gebeurd op de dag van de bijeenkomst. Om richting te geven aan de onderwerpen werd er vooraf al contact opgenomen met de betrokken melkveehouders.

Uitkomst: Prijsveranderingen zijn zeer belangrijk zodra er wordt gesproken over marktbeleving. Via deze deelvraag is duidelijk geworden hoe de melkveehouder tegen diverse prijsveranderingen aankijkt. Door een stuk discussie werd er uitgewerkt aan de hand van een gestructureerd verhaal met diverse meningen en de meest benadrukte punten. Tevens werd er gekeken hoe hier op in wordt gespeeld

Stellingen: De stellingen van deze deelvraag hebben betrekking op de melk- en voermarkt

- Het inschatten van de melkprijs voor de komende twee tot drie maanden is een vitaal onderdeel van mijn bedrijfsstrategie.
- Het zelf afdekken van mijn prijsrisico's is na 1 april 2015 een aantrekkelijke optie gelet op de volatiliteit van de melkprijs.
- De voerprijs is voor mij belangrijker dan de melkprijs.
- Als melkveehouder ben ik niet trouw aan één voeraanbieder en kies ik het aantrekkelijkste bod.
- Via welke instantie(s) laat ik mij het liefst adviseren rondom de onzekerheid binnen de agrarische markt?

¹⁴ Strootman, M., juli 2013, Onderzoeksmethode scriptie,

¹⁵ Manders, M., 10-10-2013, Kwalitatief vs. Kwantitatief onderzoek.

2. *In hoeverre spelen overige externe factoren een rol op de bedrijfsvoering van de melkveehouder en hoe wordt hier op ingespeeld?*

Methode: Een groep melkveehouders zijn diepgaand ondervraagd aan de hand van een lijst met stellingen. Dit is gebeurd op de dag van de bijeenkomst. Om richting te geven aan de onderwerpen werd er vooraf al contact opgenomen met de betrokken melkveehouders.

Uitkomst: Aan de hand van deze deelvraag komen andere factoren als directe prijsveranderingen aan bod die van invloed zijn op de marktbeleving van de melkveehouder. Dit zijn wel indirecte prijsveranderingen. Door een stuk discussie is er uitgewerkt aan de hand van een gestructureerd verhaal met diverse meningen met de meest benadrukte punten

Stellingen: De stellingen van deze deelvraag hebben betrekking op de onderwerpen financiering, grond & mest en maatschappij.

- Om op een hoog niveau mee te kunnen praten met de bank volg ik het economisch nieuws zoals Euribor-rentes, beleid van centrale banken en wisselkoersfluctuaties
- Ik heb de situatie rondom de rente-swap gevolgd en verdiep mij in het vervolg verder in de mogelijkheden rondom bedrijfsfinanciering
- De aankomende melkveewet is de vervanger van het melkquotum
- Door de veranderende mestwetgeving houd ik de mestprijzen, VVO's, MVO's en afzetmogelijkheden erg scherp in de gaten
- Investeren in grond wordt nog noodzakelijker naar aanleiding van onder meer de derogatieregeling en melkveewet
- Als melkveehouder pas ik mijn beleid aan op het belang vanuit de maatschappelijke kant zoals de kritische consument, weidepremie en duurzaamheidpremies

25

3. *Wat is de meerwaarde vanuit het abonnement DCA Melk & Voer Pro op de informatie die gratis te verkrijgen is?*

Methode: Met de leden van het Melk & Voer Pro abonnement is contact opgenomen om er zo achter te komen in hoeverre het abonnement aanvult op de gratis informatie en in hoeverre niet. Ook dit is gebeurd aan de hand van een aantal vragen, zowel gericht als open.

Uitkomst: Hieruit is duidelijk geworden of het eventueel verstandig is om een verplaatsing door te voeren tussen de gratis en de betaalde artikelen. Daarnaast weet DCA waarin ze op dit moment goed en minder goed op beoordeeld worden wat betreft het Melk & Voer Pro abonnement. Er is van 30 abonnees respons verkregen.

Onderwerpen: Informatie over prijzen

Informatie over overige marktzaken

Snelheid van de informatie

Overzichtelijkheid van de informatie

Trendrapport en halfjaarrapport

Service DCA

4. *Welke informatiebehoefte ontstaat er en hoe kan DCA daar op commerciële wijze op inspelen?*

Methode: Naar aanleiding van de gegevens die zijn vrijgekomen bij de bijeenkomst is er gekeken naar welke informatie daadwerkelijk behoefte is. Ook is er gekeken hoe die informatie het beste kan worden overgebracht. Bijvoorbeeld via derden.

Uitkomst: De uitkomst laat zien aan welke informatie de melkveehouder behoefte heeft. Tevens is bepaald hoe DCA hier op een commerciële manier op in moet spelen.

3. Invloed prijsveranderingen

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de eerste deelvraag van de vier. Hierin wordt duidelijk wat de invloeden van diverse prijsveranderingen zijn op het beleid van de melkveehouder. Het betreft enkel prijsveranderingen die betrekking hebben op de melkveehouderijtak.

De gegevens zijn voortgekomen uit de discussie die ontstond bij de bijeenkomst met de twaalf melkveehouders. Vervolgens zijn de uitkomsten aan de hand van een aantal grafieken gekoppeld aan een aantal feiten.

3.1 Melkmarkt

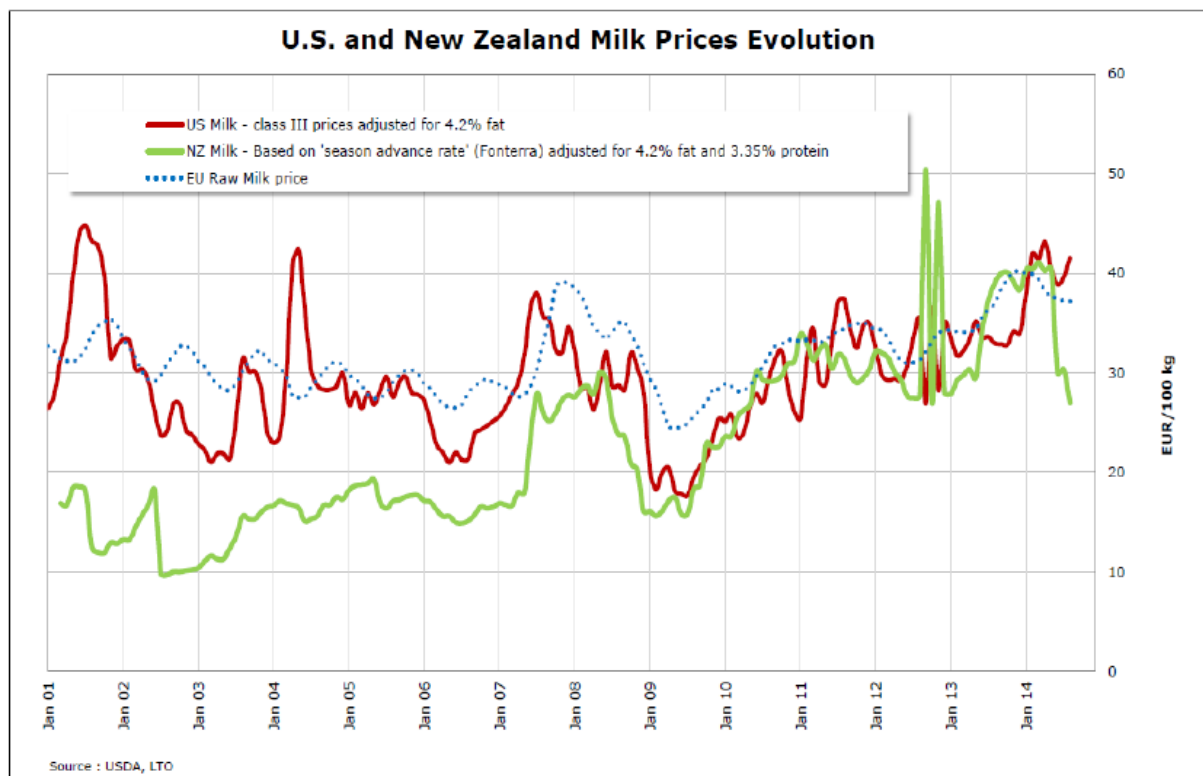
Deze paragraaf is gebaseerd aan de hand van een aantal stellingen die tijdens de bijeenkomst zijn besproken.

3.1.1 Het inschatten van de melkprijs voor de komende twee tot drie maanden is een vitaal onderdeel van mijn bedrijfsstrategie.

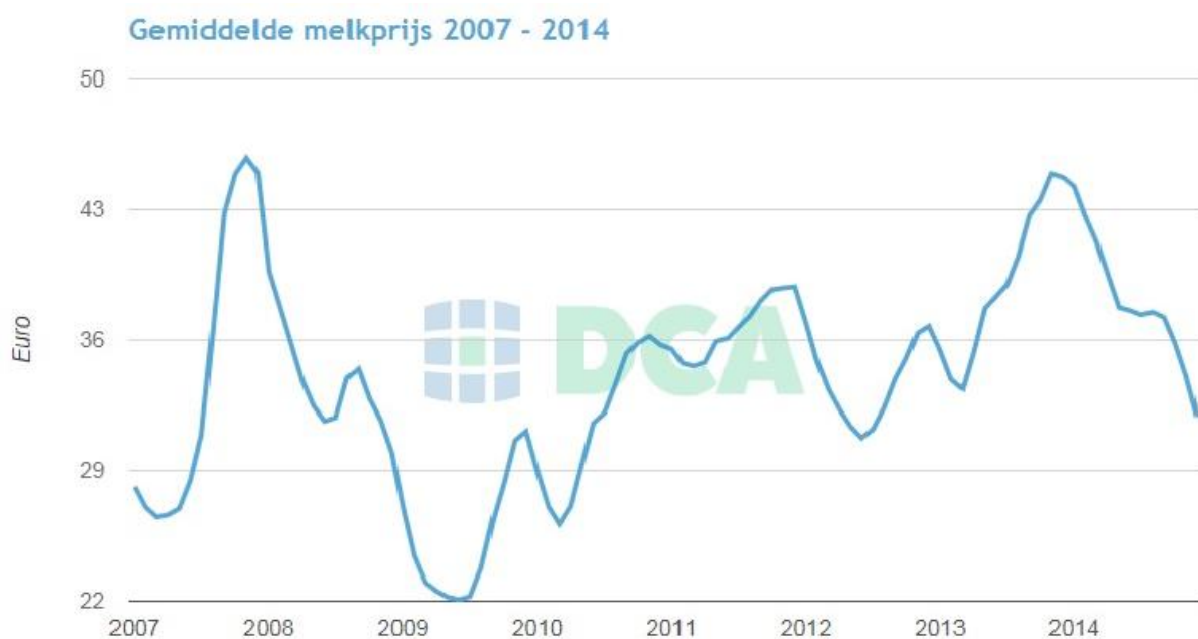
Tijdens deze stelling kwam als eerste de spotprijs ter sprake. Er werd gediscussieerd in hoeverre deze van invloed is op de bedrijfsstrategie en het investerend vermogen. Al snel waren er een aantal melkveehouders die beweerden dat de spotprijs enkel van invloed is op de korte termijn investeringen en korte termijn strategie. Het grootste voorbeeld dat hierbij werd gebruikt waren het aan- en verkopen van vee en het niet of wel bijkopen of bijleasen van melk. Een aantal melkveehouders vulden hierbij aan dat de spotprijs vrijwel altijd wordt gevolgd, maar voor een groot deel uit emotie bestaat, en dat die emotie zo af en toe iets te veel meetelt.

De grootste oorzaak die werd genoemd voor het niet laten meewegen van de spotprijs zodra er wordt gekeken naar de langetermijnvisie en strategie was veelal als volgt: 'Als de spotprijs bijvoorbeeld op 28 euro per 100 kg melk uitkomt, betekent dit niet dat dit gemiddeld rond de 28 euro gaat blijven voor de komende vijf of tien jaar, waardoor je langetermijninvesteringen hier niet op gepeild kunnen worden.'

Tevens vroegen veel melkveehouders zich af in hoeverre de spotprijs betrouwbaar is, aangezien de spotprijs wordt genoteerd aan de hand van de verkochte melk dat is overgebleven. Figuur 3.1, figuur 3.2 en figuur 3.3 hieronder tonen aan dat de spotprijs nooit precies gelijk loopt met prijzen zoals de EU-melkprijs en de Nederlandse melkprijs. Maar de ontwikkeling van de trend in de melkprijs wordt wel weergegeven aan de hand van de spotprijs.



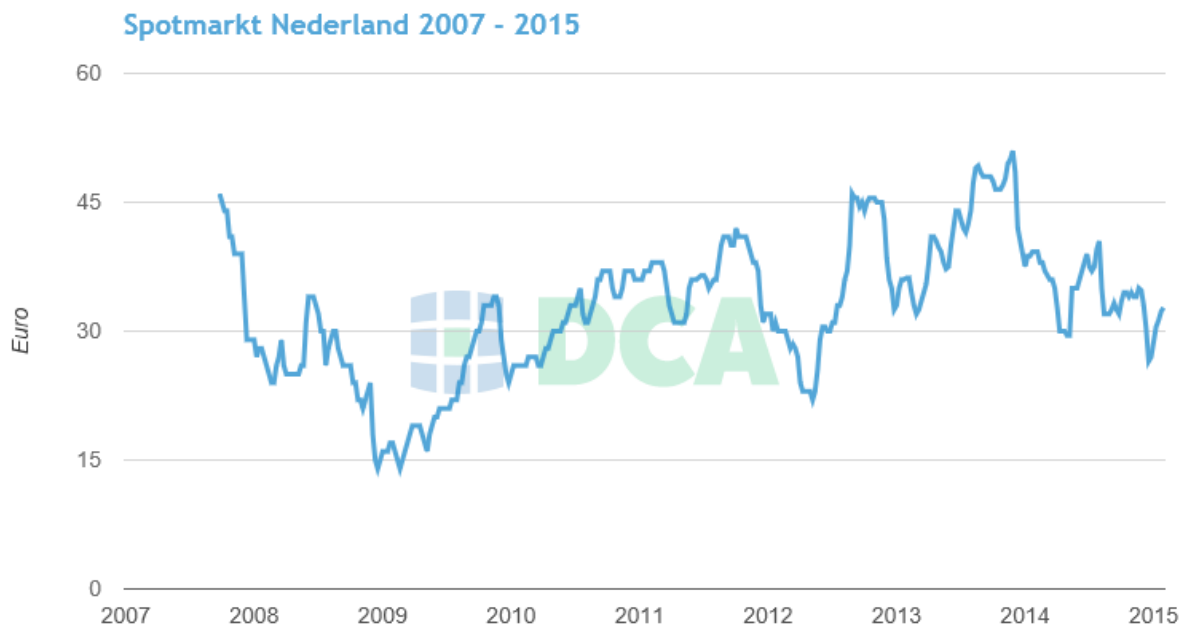
Figuur 3.1 Vergelijking van de diverse prijzen¹⁶



Figuur 3.2 Gemiddelde melkprijs Nederland¹⁷

¹⁶ Nederlandse Zuivelorganisatie (NZO), 11-02-2015, Factsheet prijsvolatiliteit

¹⁷ DCA, 03-02-2015, Gemiddelde melkprijs 2007-2014



Figuur 3.3 Spotprijs Nederlandse melk¹⁸

De melkprijs van alle Nederlandse coöperaties worden als interessanter beschouwd door de melkveehouders, aangezien men weet dat dit daadwerkelijk wordt uitbetaald. Al kan de melkveehouder hier aan de ene kant niets mee, het geeft toch enigszins een beeld over wat er daadwerkelijk de trend is.

Toch blijkt hieruit dat de spotmarkt een goed beeld geeft over de trend. Zo laat de spotmarkt in 2009 een laag niveau zien, evenals de NZ melkprijs, NL melkprijs, EU melkprijs en de US melkprijs. De spotmarkt noteert in de meeste gevallen wel iets extremer in prijsveranderingen. Aangezien in het dal van 2009 de spotprijs ongeveer 14 euro per 100 kg melk noteerde tegen 22 euro per 100 kg melk in Nederland en 24 euro per 100 kg in Europa. Dit is ook terug te zien in de piek van eind 2012 waarin de Nederlandse melkprijs 38 euro per 100 kg melk noteert, tegen ongeveer 46 euro per 100 kg op de spotmarkt.

Wel hechten sommige melkveehouders op dit moment iets meer waarde aan de spotprijs, aangezien dit toch als een stukje voorspelling van de trend wordt gezien zodra het melkquotum wordt afgeschaft vanaf 1 april 2015.

Voorbeelden als cijfers over melkaanvoer, uitbreiding verwerkingscapaciteit van zuivelcoöperaties en mondiale trends worden los van elkaar niet als bepalend gezien voor de bedrijfsstrategie aangezien dat nog niks zegt over de prijsontwikkeling. Pas zodra vraagbepalende en aanbodbepalende zaken tegen elkaar worden afgezet kan er een verwachting worden gemaakt over prijsontwikkeling wat van invloed is op de bedrijfsstrategie.

3.1.2 Het zelf afdekken van mijn prijsrisico's is na 1 april 2015 een aantrekkelijke optie gelet op de volatiliteit van de melkprijs.

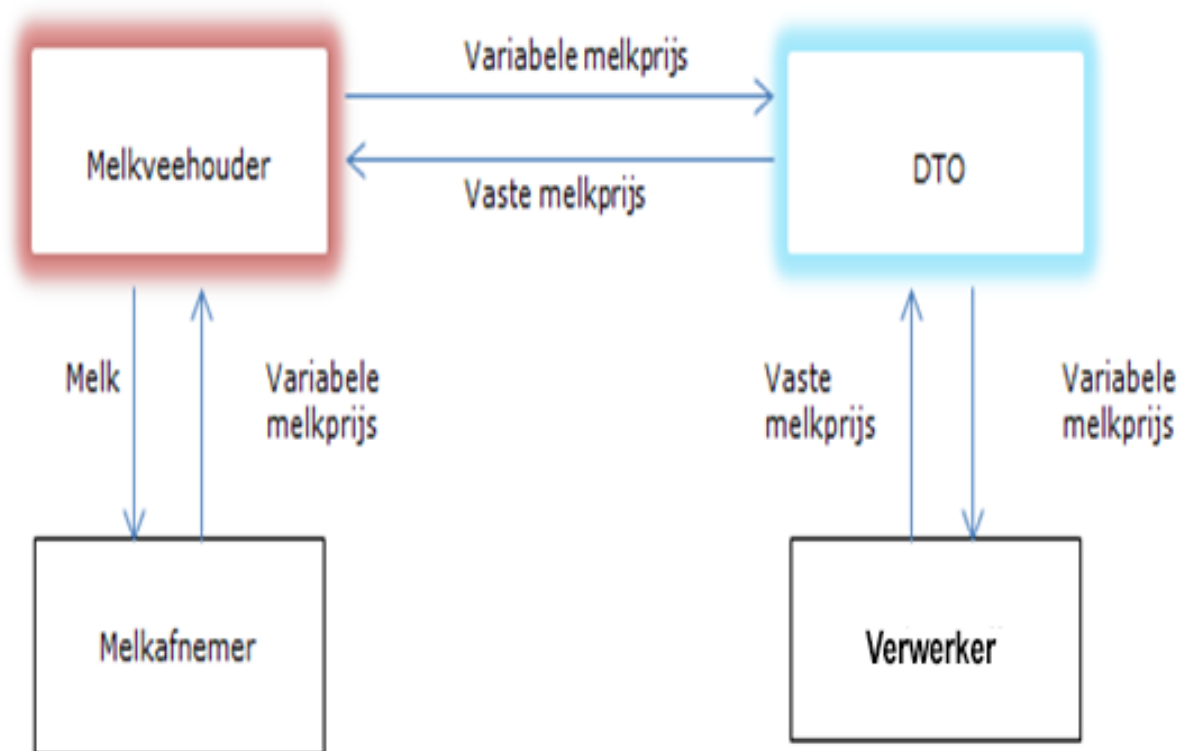
Over de termijnmarkt leken de melkveehouders niet zo onder de indruk. Voor zuivel geldt ook dat dit pas later in de keten van toepassing is waardoor het niet direct aan de melkveehouder gerelateerd is. En voor het inkopen van voer is dat nog geheel nieuw voor de melkveehouder. Tevens is de

¹⁸ DCA, 03-02-2015, Spotprijs voor melk 2007-2015

termijnmarkt enigszins ingewikkeld waardoor de uitlegperiode deze middag te kort was om alles helder te krijgen aan de hand van reken- en praktijkvoorbeelden.

De termijnmarkt voor zuivel is nu enkel voor de verwerkte fabricaten boter en magere melkpoeder. Een enkele melkveehouder ziet wel kans voor de termijnmarkt zodra dit van toepassing wordt op rauwe melk. Dit staat namelijk veel dichterbij de melkveehouder, waardoor de melkveehouder verwacht dat dit meer indruk gaat maken op de melkveehouders. Tevens wordt het dan waarschijnlijk allemaal wat duidelijker. Bij Fonterra in Nieuw-Zeeland worden al wel contractvormen aangeboden. Hier waren meerdere melkveehouders wel bekend mee.

Het melkprijsgarantiecertificaat werd door de melkveehouders als een stuk interessanter beschouwd. Deze komt daadwerkelijker een stuk dichterbij de melkveehouder dan de termijnmarkt. In figuur 3.4 is de werking van het melkprijsgarantiecertificaat afgebeeld aan de hand van een schema¹⁹.



Figuur 3.4 Werking DTO Melkprijsgarantiecertificaat

Ondanks de interesse in dit certificaat ontstond er bij een heel aantal melkveehouders nog wel het één en ander aan onduidelijkheid. Onder andere hoe dit te combineren valt met de melkveehouder zijn melkafnemer. Van daaruit werd voor de melkveehouders duidelijk dat er enkel contractueel wordt gehandeld en dat de verwerker de melk niet daadwerkelijk ontvangt. In principe hoeft de melkafnemer (bijvoorbeeld FrieslandCampina) nergens van af te weten.

Vervolgens werd onder de melkveehouders bekend dat de verwerker de daadwerkelijke prijszetter is van het certificaat. De verwerker bepaald de prijs door bij bijvoorbeeld Albert Heijn te informeren voor hoeveel Albert Heijn de producten van de verwerker wil afnemen. En tevens voor welke

¹⁹ Elshof, T., 2010, DTO Melkprijsgarantiecertificaat.

periode. Vervolgens werkt de verwerker die vaste prijs via DTO door naar de melkveehouder om risico's te beperken.

Ook werd bij de melkveehouders bekend dat de verwerker bepaald wanneer er weer zo'n certificaat vrijkomt en dit dus niet standaard maandelijks gebeurt. Tevens werd duidelijk dat de melkveehouder het verschil maandelijks krijgt uitgekeerd en dat de er een maximum zit aan de hoeveelheid melk, dus vol=vol.

Tevens zou de melkveehouder ook erg geïnteresseerd zijn in dit soort risicomijdende praktijken uitgevoerd door grote coöperaties zoals LTO of FrieslandCampina. Het liefst wordt dit gezien in combinatie met een risicoafdekking van grote kosten, met als grootste voorbeeld afdekking van de voerkosten.

3.1.3 Oordeel

Al met al heeft de spotprijs enkel invloed op de korte termijn visie en strategie van de melkveehouder. Desondanks is de spotprijs wel populair onder de melkveehouders aangezien daar een heel stuk emotie aan verbonden zit. Toch lijken de melkveehouders meer onder de indruk van de melkprijzen van de diverse coöperaties aangezien dit om bedragen gaat dat daadwerkelijk wordt uitbetaald. Tevens worden zaken als melkaanvoer en productie-uitbreiding vooral als interessant beschouwd zodra het in een vraag-aanbod-situatie wordt geplaatst.

Het afdekken van prijsrisico's valt erg in de smaak bij de melkveehouders. Gezien de komende onzekerheid en slechte vooruitzichten luistert een melkveehouder graag naar risico afdekkers. Onder meer de melkprijsgarantiecertificaat. Ondanks dat steeds meer melkveehouders dit certificaat gaan volgen en overwegen hier gebruik van te maken bestond er nog wel enigszins onduidelijkheid over de totstandkoming van dit certificaat.

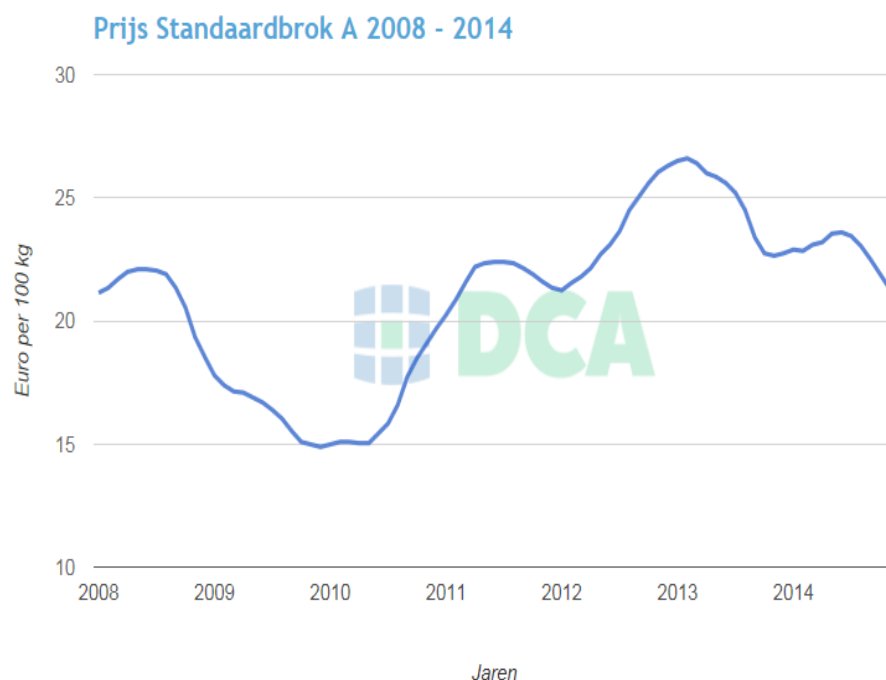
3.2 Voermarkt

Deze paragraaf is eveneens gebaseerd aan de hand van een aantal stellingen die tijdens de bijeenkomst zijn besproken.

3.2.1 De voerprijs is voor mij belangrijker dan de melkprijs

Deze stelling is door de melkveehouders via twee diverse wegen beantwoord. Allereerst werd gesuggereerd dat de melkprijs belangrijker is dan de voerprijs. Dit doordat de melkprijs behoorlijk schommelt, en dit nog wel eens meer kan gaan doen zodra het melkquotum er af is vanaf 1 april. Daarnaast is er aan de melkprijs weinig te sturen. Inmiddels wordt de melkprijs langzamerhand enigszins te beïnvloeden met voorbeelden zoals het garantiecertificaat en de termijnmarkt, maar op de voerprijzen is toch zeker meer invloed uit te oefenen, wat betekent dat in die zin van het verhaal de voerprijs belangrijker is dan de melkprijs.

Allereerst omdat de melkprijs op een bepaald moment wordt uitbetaald tegen een bepaalde prijs, en een melkveehouder met de voerprijs nog enigszins kan spelen door het op een bepaald moment aan te kopen wanneer het goedkoper is. Een aantal melkveehouders zien de grondstofprijzen toch als indicator voor de krachtvoerprijzen in de toekomst. De figuren 3.5 en 3.6 bevestigen dat de melkveehouders de krachtvoerprijzen voor een deel kunnen voorspellen aan de hand van grondstofprijzen. Duidelijk hierin wordt dat de stijgende trend van grondstoffen zoals soja zich enkele maanden later doorwerkt in de prijs voor rundveebrokken.



Figuur 3.5 Prijs standaardbrok A 2008-2014²⁰

²⁰ DCA, 10-12-2014, Prijs standaardbrok A 2008-2014



Figuur 3.6 Slotkoers sojabonen 2008-2015²¹

Ondanks dat de meeste melkveehouders inkopen via de dagprijs, is de interesse in langere tijd voor dezelfde prijs inkopen steeds groter. Desondanks heerst er bij een aantal melkveehouders het gevoel dat dit uiteindelijk vrijwel nooit ten gunste komt op het financiële plaatje. Die melkveehouders betwijfelen of ze genoeg weten over de trends in de grondstoffen- en voermarkt om daadwerkelijk het verwachte voor- of nadeel te bepalen. Dus het bewustzijn van het belang om de voermarkt fanatiek te volgen was absoluut aanwezig bij de melkveehouders.

De laatstgenoemde argument waarom de voerprijs belangrijker is dan de melkprijs, gaat in op het feit dat het makkelijker is om te switchen van voerleverancier dan te switchen van melkleverancier, dit komt terug in paragraaf 3.2.2.

3.2.2 Als melkveehouder ben ik niet trouw aan één voeraanbieder en kies ik het aantrekkelijkste bod

Deze stelling bracht een aantal antwoorden met zich naar aanleiding van de discussie. Allereerst is de prijs niet het allerbelangrijkste zodra er wordt gesproken over de voermarkt. Hier zit wel de voorwaarde aan dat de voerleverancier niet met grote prijssprongen boven het gemiddelde en andere voercoöperaties uit moeten springen.

Naar voren kwam dat advies rondom voeren belangrijker is dan lichte prijsverschillen. Bij je voercoöperatie koop je niet alleen je voer aan, maar ook de service en hopelijk de gewenste voorlichter. 'De klik met de voorlichter is belangrijk, aangezien de voorlichter meer kost dan men voor ogen heeft', was een veelal herhaalde citaat.

Een optie die door de melkveehouders werd genoemd is het kopen van een externe voorlichter, iets waar één van de melkveehouders al zo'n 6 à 7 jaar gebruik van maakt. Dit zorgt voor een veel goedkopere voorlichter dan wanneer de voorlichter van de voercoöperatie wordt uitgenodigd. Lastig is wel om de inkopen voor een langere periode vast te zetten, aangezien het lang niet altijd voorkomt

²¹ DCA, 03-02-2015, Slotkoers sojabonen 2008-2015

dat alle melkveehouders binnen deze groep hiermee instemmen. Het voer blijft toch specifiek op één bedrijf gericht waardoor het niet meevalt om voor alle veehouders dezelfde brok te vinden. Ander nadeel is dat de voercoöperatie wel eens moeilijk wil gaan doen, aangezien die op deze wijze een deel van de inkomsten mislopen. Dit soort praktijken worden al veel meer gebruikt bij pluimvee- en varkensbedrijven, aangezien die nog veel meer kunnen besparen door te managen op voeraankoop. Toch is het ook een kans in de melkveehouderijsector.

3.2.3 Oordeel

De uitkomst van de eerste stelling van deze paragraaf is toch vooral dat de melkprijs belangrijker is, aangezien deze het grootste impact heeft op de resultaten van de melkveehouder. Maar de voerprijs is beter te managen. Onder meer door moment van aankoop, inzicht in de markt en het switchen van voerleverancier. De melkveehouder steekt dan ook meer tijd in het managen van de voerprijs dan het managen van de melkprijs.

De tweede stelling maakte vooral los dat de keuze voor één bepaalde voerleverancier voor een groot deel wordt bepaald door de voorlichter die de melkveehouder erbij krijgt, indien de voerprijs niet buiten de pas springt. Tevens kwam het alternatief aan bod om met een groep melkveehouders een externe voorlichter te laten komen, om de prijs enigszins te drukken. Dit is iets wat al meer voorkomt bij de pluimvee- en varkenssector

3.3 Informatievoorziening

Deze paragraaf is gebaseerd aan de hand van een stelling over informatievoorziening

3.3.1 Via welke instantie(s) laat ik mij het liefst adviseren rondom de onzekerheid binnen de agrarische markt

Deze stelling is behandeld aan de hand van de diverse instanties die informatie en advies verschaffen aan melkveehouders. Gezien de melkprijs en winstgevendheid op lange termijn wordt er veelal geluisterd naar de rapporten van internationale instanties zoals de Europese Commissie rapporten en die van grote banken, zoals Rabobank en ABN Amro. Puur gezien de melkprijs op een kort termijn wordt er door de meeste melkveehouders veelal vertrouwd op de voorspellingen van de eigen zuivelcoöperatie, aangezien die achteraf vaak betrouwbaar is gebleken. Zodra de melkprijs dreigt te gaan dalen brengt de betreffende zuivelcoöperatie dit nieuws vaak al vooraf de wereld in.

Rondom advisering van het voer en de prijzen daarvan wordt de voerfabrikant als een stuk populairder beschouwd dan de bank of accountant. De bank en accountant kunnen namelijk vrijwel enkel oordelen over het financiële aspect rondom het voer, terwijl de voerfabrikant de voerprijzen veel beter weet te relateren aan de kwaliteit van het voer, specifiek gericht op het eigen bedrijf. Desondanks bestaat er wel een groot verschil tussen de diverse adviseurs van de voerleveranciers. Zodra men switcht van voerleverancier, heeft dit vaak te maken met het advies van de voerleverancier. Voor het volgen van de voerprijzen wordt ook vooral de voerleverancier gevolgd die het voer levert. Om de betrouwbaarheid van de voerleverancier te controleren wordt de leverancier vergeleken met andere leveranciers.

Gezien het gedeelte financiering wordt de bank steeds minder populair onder de melkveehouders, iets wat uitgebreid terugkomt in paragraaf 4.1. Gezien de economische ontwikkelingen wordt de bank niet als neutraal beschouwd. Het vertrouwen in de adviseurs is steeds verder verloren gegaan aangezien er steeds meer de indruk werd gewekt dat het de bank zijn doel is om enkel een hoog rentepercentage vast te leggen, en het profijt vanuit de Euribor-rentes niet door te rekenen aan de melkveehouder. Ook heeft de situatie rondom de rente-swap, zie figuur 3.7²², niet meegeholpen aan het vertrouwen.

Klachten renteswaps naar AFM en Tweede Kamer

De Stichting Meldpunt Klachten Deutsche Bank, die begin deze maand ook open staat voor gedupeerden van renteswaps van alle banken, gaat een bloemlezing van de klachten sturen naar de Autoriteit Financiële Markten (AFM) en de Tweede Kamer.

Dijsselbloem maant bank tot oplossen swaps

Jeroen Dijsselbloem, de minister van Financiën, verzoekt banken dringend om fouten die zijn gemaakt bij de advisering van swaps te herstellen. Dit stelt hij in een brief die hij maandag naar de Tweede Kamer heeft gestuurd, zo meldt de Stichting Meldpunt Klachten Banken.

Rabobank verliest zaak over renteswap

De rechter heeft een melkveehouder in het gelijk gesteld in een zaak over een renteswap tegen Rabobank. De bank moet een forse schadevergoeding betalen vanwege schending van de zorgplicht bij de verkoop van het rentederivaat.

Figuur 3-7. Berichtgeving rondom Rente-Swap

²² Boerenbusiness, 29-04-2014, Klachten renteswaps naar AFM en Tweede Kamer
Boerenbusiness, 02-09-2014, Dijsselbloem maant bank tot oplossen swaps
Boerenbusiness, 01-04-2014, Rabobank verliest zaak over renteswap

Regelmatig met de accountant om tafel om de bedrijfsresultaten in kaart te brengen en te analyseren wordt als zeer nuttig beschouwd, helemaal zodra er een overname in het spel zit. De accountant wordt als een heel stuk neutraler beschouwd dan de adviseur van de bank.

3.3.2 Oordeel

Al met al is het in de melkmarkt zo dat de melkveehouder zich het liefst laat adviseren door de eigen zuivelcoöperatie, die als betrouwbaar wordt beschouwd. In de voermarkt is de tendens exact hetzelfde. Rondom advies in de voerprijzen en mogelijkheden wordt het meeste verhaal gehaald bij de eigen voerleverancier en voeradviseur. Dit omdat de voeradviseur deze prijzen kan relateren aan het bedrijf specifiek.

De bank wordt als steeds onbetrouwbaarder beoordeeld rondom de situatie van bedrijfsfinanciering. De lange termijn rapporten van de banken worden wel beschouwd als interessant, aangezien deze wel als neutraal worden beschouwd.

4. Invloed overige externe factoren

In dit hoofdstuk komen overige externe factoren aan bod die van invloed zijn op het beleid van de melkveehouder. Deze overige externe factoren hebben indirect wel invloed op de opbrengsten of de kosten van een melkveehouder.

4.1 Financiering

Deze paragraaf is gebaseerd aan de hand van een aantal stellingen die tijdens de bijeenkomst zijn besproken.

4.1.1 Om op een hoog niveau mee te kunnen praten met de bank volg ik het economisch nieuws zoals Euribor-rentes, beleid van centrale banken en wisselkoersfluctuaties

De melkveehouders gaven allereerst aan dat het economisch nieuws zoals Euribor-rentes, beleid van centrale banken en wisselkoersfluctuaties pas wordt gevolgd zodra een financiering tegen het einde van de looptijd aanloopt. Vooral Euribor-rentes en beleid en resultaten van banken worden dan gevolgd. Dit komt doordat dit om nieuws gaat wat het dichtste bij de gesprekken tussen de melkveehouder en de bank komt.

De termen Europees Centrale Bank (ECB) en Federal Reserve System (FED, de centrale bank van de Verenigde Staten) werden vrijwel tot helemaal niet genoemd bij de melkveehouders. Dit omdat het belang niet wordt gerealiseerd doordat dit nog altijd ver weg staat van de daadwerkelijke band tussen melkveehouder en bank. Naar aanleiding van de uitleg van Edin, waarin onder meer geadviseerd werd om minimaal een jaar voor het afsluiten van een lening op de hoogte te blijven van het economisch nieuws, leken de melkveehouders enigszins te worden overtuigd. Het beste is volgens Edin om het altijd te volgen.

37

Een goed voorbeeld waarin de melkveehouders enigszins het belang van centrale banken in de gaten kregen, is de langdurige recessie waarmee Japan te maken heeft. Één van de oorzaken van de Japanse recessie was het veel te laat ingrijpen van de Japanse centrale bank rond de jaren '90.

Het volgen van de Euribor deden de melkveehouders een stuk meer. De bank wordt als een groot onbetrouwbare bron gezien (paragraaf 4.1.2 gaat hier verder op in), waardoor de melkveehouders wel enigszins kennis willen hebben over rentevorming. Een aantal melkveehouders wisten te vertellen dat de Euribor-rente in 2007 rond de vijf procent lag, een aantal wisten dit ook niet.

Al met al leek het erop dat de melkveehouders weinig heil zagen in het volgen van bijvoorbeeld het beleid van centrale banken en wisselkoersfluctuaties. Maar uit het verhaal van Edin kregen de melkveehouders het belang steeds meer in te zien van de economische ontwikkelingen, zo werd ook aangegeven in de dag-evaluatie.

4.1.2 Ik heb de situatie rondom de renteswap gevolgd en verdiep mij in het vervolg verder in de mogelijkheden rondom bedrijfsfinanciering

Deze stelling lag erg gevoelig onder de melkveehouders. De bank wordt veelal gezien als een instantie dat niet coöperatief handelt maar puur winstgevend. Tevens werd veelal gesuggereerd dat het weglopen bij de bank vrijwel niet mogelijk is, wat de gehele situatie nog enigszins verergert. Termen zoals: 'De bank heeft de macht' en 'De melkveehouder is afhankelijk van de bank, die alleen maar aan eigen perspectief denkt' heersten de discussie die bij deze stelling ontstond.

De melkveehouders waren in grote lijnen bekend met de schandalen die zijn voortgekomen naar aanleiding van het verstrekken van renteswaps. Helemaal begrepen werd de situatie niet door iedereen. Door deze berichtgeving werd het vertrouwen van de bank nog wel verder naar beneden bijgesteld.

Door deze stelling ontstonden er veel vragen over de renteswap. Wanneer is het verstandig deze af te sluiten? Het is toch eigenlijk vrijwel niet mogelijk hier voordeel uit te halen? Hoe te zorgen om net zoveel kennis hierover te hebben als de bank? Deze vragen bewijzen toch wel dat de meeste melkveehouders niet goed genoeg geïnformeerd zijn om er daadwerkelijk veel voordeel uit te halen. Hierdoor wordt het lastig de bank te bewijzen dat bepaalde beweringen niet of nauwelijks kloppen zodra een bank beweert dat dit wel het geval is. Ook de exacte reden van de veroordeling van de Rabobank (en waarom andere banken dan weer niet) en de wijze van schadeloosstelling naar aanleiding van de situatie bij de Rabobank was niet bekend bij de veehouders.

Edin had uitgelegd dat het vastzetten van een rente van 2,95 procent vrijwel alleen interessant is voor een lening met de looptijd van ongeveer 10 jaar, maar niet voor een looptijd van ongeveer drie jaar, aangezien 2,95 procent op dit moment hoog lijkt, maar normalitair behoorlijk laag is. Toen Edin dit verder toelichtte aan de hand van één en ander aan mondiale gebeurtenissen in de economie begonnen de melkveehouders dit relatief snel te begrijpen. Melkveehouders leken zich steeds meer te realiseren wat het belang is van de ontwikkelingen en de verwachte ontwikkelingen rondom rente.

Een andere ergernis die aan bod kwam tijdens de discussie was het feit dat de bank de macht heeft om de opslagpercentages constant te veranderen zodra er geen optie tot swap is genomen bij het afsluiten van een lening. 'Die kennis die de vertegenwoordigers van de bank hebben wordt op een niet eerlijke en niet duidelijke manier voorgelegd aan de melkveehouder', was een oordeel die vele melkveehouders hadden. Ook naar aanleiding hiervan concludeerde Edin dat het belangrijk is dat melkveehouders kennis van zaken moeten hebben, en op zijn minst moeten weten dat banken op dit moment erg goedkoop geld kunnen lenen in Europa, om zo niet te worden uitgeknepen.

Vervolgens kwam DCA met het nieuws dat er wordt geprobeerd te concurreren met de bank aan de hand van Farmers Funding, een crowdfundingplatform voor agrarische ondernemers. Sinds kort is dit het eerste portaal waarin agrarische ondernemers en investeerders met elkaar in contact komen als alternatief voor de kredietverstrekking van de banken. Op deze manier moet het sneller en makkelijker worden om innovatietrajecten, start-ups en uitbreidingen te realiseren. Dit maakt financieren aan de hand van vraag en aanbod mogelijk. Uiteraard is hier een onafhankelijke kredietverstrekker bij betrokken. Als de bank een financieringsaanvraag afwijst, betekent dit niet dat de lening wel voltooid kan worden via de crowd.

De reacties van de melkveehouders, waarvoor dit uiteraard ook nieuw is, was enorm positief. De vraag naar externe financierders viel goed in de smaak bij de melkveehouders, waardoor deze wijze van financiering, aan de hand van vraag en aanbod, behoorlijk aansloeg. De mogelijkheid om ooit weg te lopen bij een bank klonk erg goed in de oren. Direct vielen de melkveehouders op dat dit interessant kan zijn voor gestopte boeren, door het vermogen alsnog in de agrarische sector te steken.

Ook de mogelijkheid dat in de toekomst eventueel meer externe geldverstrekkers geld willen investeren in de agrarische sector viel erg goed in de smaak. Bijvoorbeeld pensioenfondsen die het risico durven te nemen. Doordat dit in Amerika al meer gebeurt dan in Nederland en Europa, maakt het één en ander aan vertrouwen los dat dit normalitair kan worden in de toekomst.

De angst die er onder melkveehouders ontstond was het niet terug kunnen betalen van een crowd op korte termijn.

4.1.3 Oordeel

Al met al kan gesteld worden dat veel melkveehouders de link van het belang van de ontwikkeling op de wereldeconomie niet weerleggen met de financieringsaanvraag. Vooral het beleid van centrale banken wekte niet heel veel interesse onder de melkveehouders. Naar aanleiding van het verhaal van Edin Mujagic viel op dat de melkveehouders begonnen te realiseren wat het belang er van is.

Met de Euribor-rentes was een deel van de melkveehouders al wel bekend. Dit omdat het direct van invloed is op het rentepercentage. Tevens werden banken door vrijwel alle melkveehouders gehekelde. De macht die banken hebben wordt vrijwel alleen maar vertaald in het verkrijgen van zoveel mogelijk winst, zo oordeelden de melkveehouders. Vandaar werd er ook erg geïnteresseerd gereageerd toen het eenmaal begon over alternatieve financieringsvormen, in dit geval een crowdfundingplatform. Vooral de totstandkoming vanuit vraag & aanbod en een stukje concurrentie voor de banken werden toegejuicht.

4.2 Grond & Mest

Deze paragraaf is eveneens gebaseerd aan de hand van een aantal stellingen die tijdens de bijeenkomst zijn besproken.

4.2.1 De aankomende melkveewet is de vervanger van het melkquotum

De melkveehouders oordelen hoofdzakelijk dat de aankomende melkveewet geen vervanger is van het melkquotum, maar een alternatieve vorm van productiebeperking. Het melkquotum gold namelijk voor alle melkveehouders, de melkveewet enkel voor de groeiende melkveehouder. Veel melkveehouders kunnen nog groeien zonder direct hinder te ondervinden aan deze wet, aangezien er nog ruimte is.

Wel wordt er verwacht dat groeien duurder wordt, doordat de kostprijs gaat stijgen bij bedrijfsuitbreiding. De hogere kosten ontstaan vooral door de combinatie van de wetgeving, wat voor duurder mestafzet gaat zorgen, en stijgende grond- en voerprijzen.

Desondanks wordt verwacht dat de vooruitstrevende melkveehouder wel weer gaat groeien. Dit is gebaseerd op het feit dat een groep melkveehouders ook telkens door wisten te groeien op het moment dat het melkquotum vol was. 'Deze melkveehouders vinden elke keer wel weer een oplossing om alsnog te groeien'. Iedereen beweerde dat het quotum te duur was, maar er werd toch gegroeid. 'Belangrijk is om scherp te zijn rondom de mogelijkheden en regelgeving'.

De melkveehouders gaven tevens aan dat de huidige onduidelijkheden rondom de melkveewet ergernis opwekken. De combinatie van het aannemen van de wet tegen onbekende verwerkingspercentages, zie figuur 4.1, brengt verwarring met zich mee. Tevens wordt er steeds meer hoop gevestigd op samenwerkingen rondom mestafzet, met bijvoorbeeld de akkerbouwsector.

Melkveewet door Tweede Kamer goedgekeurd

25-11-2014 • Sharon Dijksma heeft dan toch de steun gekregen van de Tweede Kamer rondom de melkveewet. De wet wordt binnenkort voorgelegd aan de Eerste Kamer in de hoop dat de wet op 1 januari 2015 haar intrede kan doen.

AMvB. Hoewel de melkveewet nu door de Tweede Kamer is aangenomen, weet de melkveehouder nog steeds niet precies waar hij aan toe is, omdat de maximale hoeveelheid mestverwerking nog niet is vastgesteld. Wel moet Dijksma voor de behandeling in de Eerste kamer met een brief komen waar de grote lijnen instaan.'

Figuur 4-1 Onduidelijkheid rondom melkveewet²³

Mestverwerking zien de melkveehouders vrijwel niet zitten. De melkveehouders vinden deze oplossing veel te industrieel. Eventueel een andere veehouderij of instantie die voor de melkveehouders de mest verwerkt behoort al meer tot de opties. Al met al slaat verwerking niet echt aan.

Tevens maakt de melkveehouder zich zeker net zo druk om het fosfaatplafond wat dichterbij komt, Het plafond, dat op 173 miljoen ton ligt, zit bij iedereen goed in het geheugen, en verwacht wordt

²³ Boerenbusiness, 25-11-2014, Melkveewet door tweede kamer goedgekeurd

dat dit in de toekomst de rem kan worden op de agrarische sector. Helemaal aangezien het allemaal richtlijnen zijn vanuit de Europese Unie.

Aangezien er regelmatig varkenshouders en pluimveehouders stoppen, zou het een welkome versterking zijn zodra de vrijgekomen ruimte wordt doorgeschoven naar de melkveehouderijsector.

De politieke onzekerheid blijft zeer vervelend onder de melkveehouders. 'De politiek valt absoluut niet te peilen'. Een goed voorbeeld werd al genoemd aan de hand van de melkveewet zonder de ingestelde maximumpercentage rondom de verwerking van de mest. Tevens vrezen een aantal melkveehouders dierrechten in de melkveehouderij, evenals bij onder andere de varkenssector. Iets wat absoluut niet wordt gewenst aangezien het produceren lastiger maakt en de kostprijs zeer waarschijnlijk verder omhoog tilt.

4.2.2 Door de veranderende mestwetgeving houd ik de mestprijzen, VVO's, MVO's en afzetmogelijkheden erg scherp in de gaten

Vooraf informatie rondom de werking van VVO's, MVO's, mestexport en alternatieve afzetmogelijkheden worden scherp in de gaten gehouden. De melkveehouders worden steeds benieuwder naar de werking van dit soort mogelijkheden in de melkveehouderij. Toch hopen de melkveehouders dit zoveel mogelijk te ontlopen, aangezien een industriële werking absoluut niet tot de wensen behoort.

Desondanks wordt verwacht dat er een aantal melkveehouders in Nederland zijn die hier volop gebruik van gaan maken. Vooral een aantal snel groeiende melkveehouders die zich hierop voorbereiden.

4.2.3 Investeren in grond wordt nog noodzakelijker naar aanleiding van onder meer de derogatieregeling en melkveewet

Het investeren in grond is erg belangrijk, en dat vinden alle agrarische grondgebruikers gezien de grondprijzen die wel erg hoog worden, is een eerste conclusie die direct getrokken kan worden. Het areaal wordt ook bedreigd door zaken als industrie, woningbouw en Natura 2000. Maar ook werd geconcludeerd dat de huidige prijsstijgingen een onderdeel zijn van een stuk emotie, onder meer door de melkveewet en derogatieregeling. Tevens is het de vraag wat er met de handel in grond gaat gebeuren wanneer het fosfaatplafond vol zit.

Al met al wordt het investeren in grond als noodzakelijk gezien, door de zekerheid van het binnenhalen van genoeg voer, en niet zo zeer door onzekere zaken zoals de melkveewet en derogatieregeling.

4.2.4 Oordeel

Één van de grootste oordelen rondom de markt voor grond & mest is dat de politiek hierin de grootste onrustzaaier is. Die onzekerheid speelt zich door in de kostprijs waarmee de melkveehouder in de toekomst mee te maken krijgt.

Tevens zien de meeste melkveehouders niks in het verwerken van mest aangezien dat als te industrieel wordt beschouwd. Daarnaast wordt het fosfaatplafond als een grotere bedreiging gezien dan de melkveewet.

4.3 Maatschappij

Deze paragraaf is gebaseerd aan de hand van een stelling over de maatschappij

4.3.1 Als melkveehouder pas ik mijn beleid aan op het belang vanuit de maatschappelijke kant zoals de kritische consument, weidepremie en duurzaamheidpremies

De meningen op deze stelling liepen enorm uiteen. Allereerst kwam de kritische consument aan bod. Dit was het onderdeel van deze stelling waarin de melkveehouders het meest overeen kwamen. Logisch dat de consument zijn of haar mening geeft over de agrarische sector en de melkveehouderijsector. Alleen bepaalde initiatieven zijn inmiddels veel te overdreven. Denk aan de organisatie Wakker Dier. 'De melkveehouderij heeft al te maken met meer dan genoeg beperkende maatregelen, waardoor er absoluut niet wordt gewacht op dit soort initiatieven'.

De weidepremie motiveert het grootste deel extra om het vee naar buiten te doen. Een deel gaf aan het vee sowieso naar buiten te doen, onafhankelijk van een eventuele premie. Een aantal gaven aan dat een premie de doorslag kan geven, gezien de financiële zware tijden waar het in de melkveehouderijsector naar dreigt. Een enkele melkveehouder gaf zelfs aan hier geen waarde aan te hechten. 'Ik laat mijn beleid niet beïnvloeden aan de hand van dit soort regelgeving'.

Duurzaamheidpremies hoort de melkveehouder niet te beïnvloeden, was het antwoord toen het daarover ging. Een melkveehouder is als het goed is altijd bezig met duurzaamheidsaspecten zoals een langer levensduur per dier, lager celgetal en minder energieverbruik.

4.3.2 Oordeel

Het beleid van de melkveehouder wordt niet aangepast aan de hand van de kritische consument, al is hier in bepaalde mate wel begrip voor. De omgang met weidegang en weidepremie verschilt erg per melkveehouder. Duurzaamheid is iets waarna gestreefd moet worden, onafhankelijk van eventuele premies.

5. Aanvulling abonnement

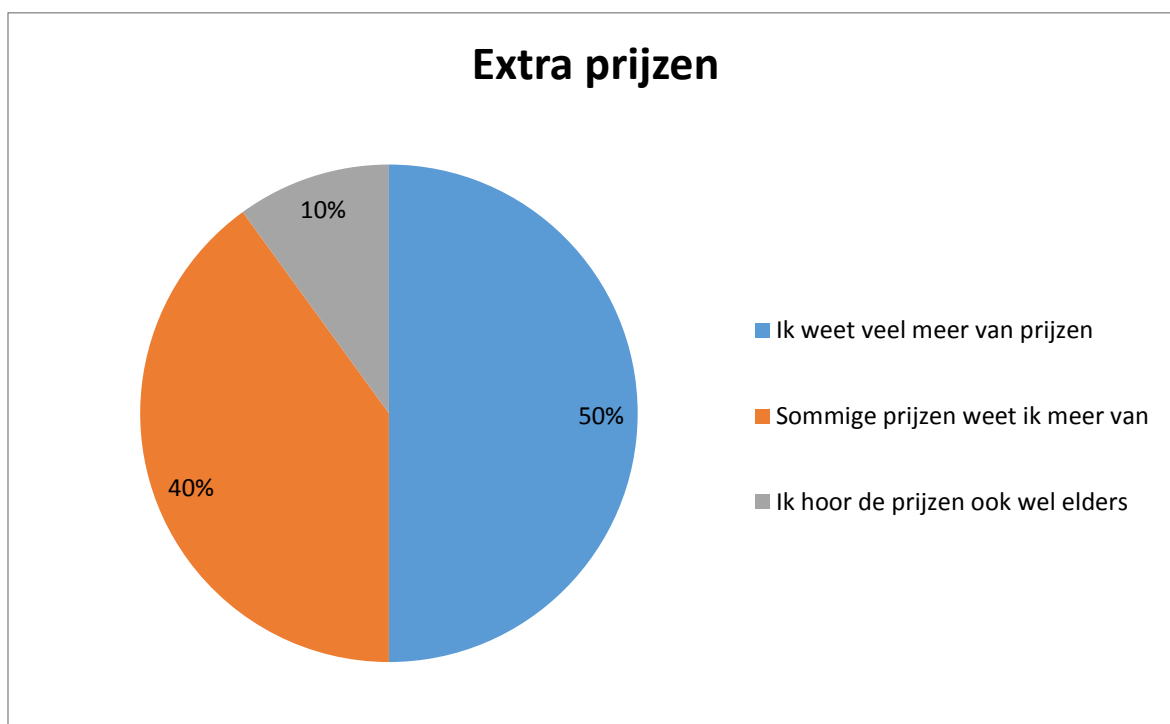
Deze deelvraag gaat in op de aanvulling dat het abonnement verschaft aan de melkveehouders. 30 melkveehouders hebben via de mail of telefoon gereageerd. Dit gebeurde aan de hand van een aantal open vragen, die vervolgens aan verschillende categorieën werden toegewezen. Daarna werden opvallende zaken bij iedere paragraaf nog apart besproken. Dit hoofdstuk is onderverdeeld in de extra prijzen, snelheid van de informatie, overzichtelijk van het abonnement, trendrapport & marktrapport en service vanuit DCA.

5.1 Extra prijzen

Dit onderwerp gaan in op het feit in hoeverre de melkveehouders meer prijzen weten dankzij het abonnement. Daarin wordt onderscheidt gemaakt in veel meer prijzen, sommige prijzen en vrijwel geen prijzen. Zodra het om sommige prijzen gaat is aangegeven om welke prijzen het vooral gaat.

5.1.1 Resultaten

Figuur 5.1 geeft een overzicht van het verkregen resultaat over de extra kennis van prijzen



Figuur 5-1 Extra prijzen

50 procent van de geënquêteerden geeft aan dat de prijskennis dankzij het abonnement flink wordt opgeschroefd en het een algemeen beeld geeft van de situatie op de markt.

40 procent geeft aan dat het om sommige of gerichte prijzen gaat. Veelal werd onder deze 40 procent aangegeven dat de spotprijs die DCA verzorgt een hot item is onder de abonnees, en dat deze prijs een goed beeld weet te creëren over de markt. Enkelen gaven zelfs aan het abonnement puur te hebben om de spotprijs. Ook de grondstofprijzen werden meerdere malen genoemd. Het prijsoverzicht dat hierover maandelijks wordt weergegeven werd als één van de sterke punten genoemd.

De laatste tien procent gaf aan dat de prijzen verschaft in het abonnement DCA Melk & Voer Pro ook op veel andere manieren te verkrijgen zijn. Deze melkveehouders baseren het hebben van dit abonnement puur op de overzichtelijkheid en de snelheid.

5.1.2 Oordeel

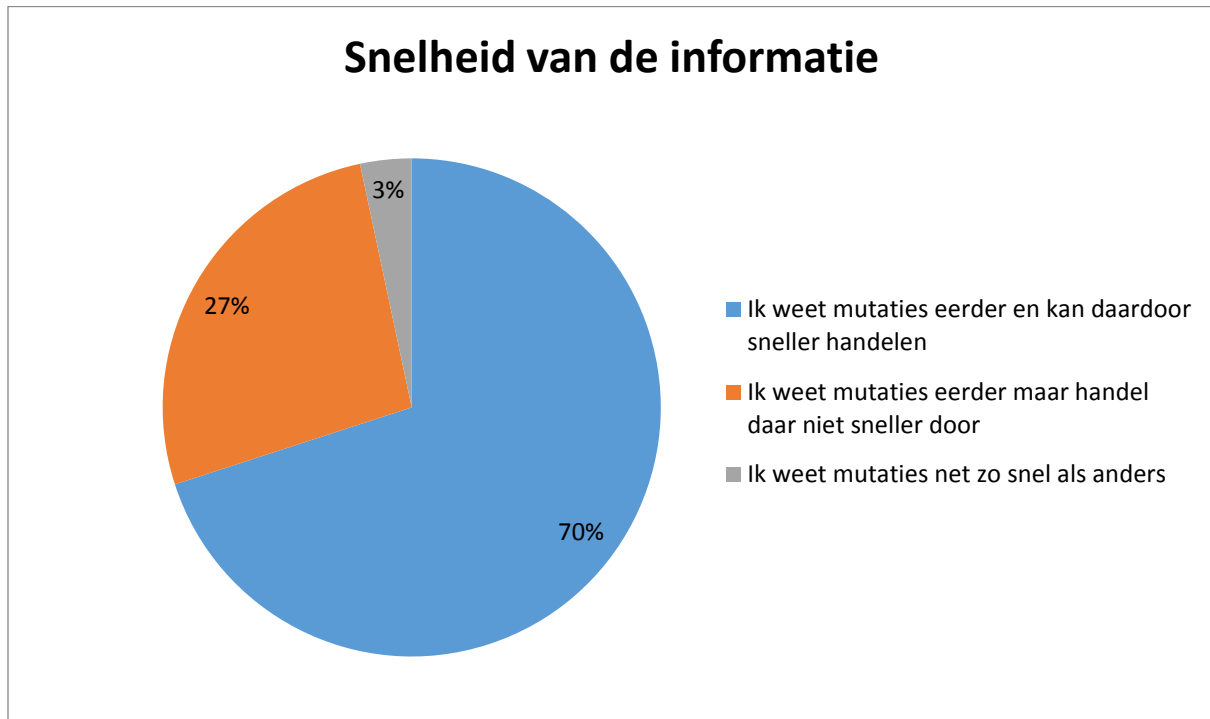
Al met al kan gesteld worden dat de melkveehouders meer van prijzen weten dankzij het abonnement van DCA Melk & Voer Pro. Bij een deel van de melkveehouders ging het wel om specifieke prijzen, voornamelijk de spotprijs. Tevens werden de grondstofprijzen als populair beschouwd voor het inschatten van de voermarkt.

5.2 Snelheid van de informatie

Dit onderwerp gaat in op de snelheid waarop de melkveehouder de informatie binnenkrijgt. Tevens wordt er nagegaan of de melkveehouder hierdoor het gevoel heeft sneller te kunnen handelen. Er wordt onderscheid gemaakt in het sneller weten van de mutaties en hier sneller door kunnen handelen, het sneller weten van de mutaties maar niet het gevoel hebben hier sneller door te kunnen handelen en het net zo snel weten van de mutaties als via andere instanties.

5.2.1 Resultaten

Figuur 5.2 geeft een overzicht van het verkregen resultaat over de snelheid van de informatie



Figuur 5-2 Snelheid van de informatie

Het grootste deel (70%) geeft aan sneller te kunnen handelen door eerder op de hoogte te zijn van de mutaties en de ontwikkelingen. Dit vooral door meer met leveranciers en specialisten mee te kunnen praten over de huidige trends en ontwikkelingen. Tevens hebben veehouders het gevoel hier sneller door te kunnen handelen rondom het inkopen van voer. Tussen de 27 procent die aangaf de informatie wel sneller te weten, maar er niet naar te handelen, werd vooral genoemd op deze manier goed op de hoogte te blijven.

5.2.2 Oordeel

Hieruit komt overduidelijk naar voren dat de melkveehouder op deze manier sneller aan de marktinformatie komt en mutaties eerder in beeld heeft, gezien de 97 procent dat dit aangaf. Het sneller er naar handelen wordt vooral benut door mee te kunnen praten met specialisten en door de voermarkt beter in de gaten te kunnen houden.

5.3 Mate van overzichtelijkheid

Deze paragraaf geeft een overzicht in de mate waarin de melkveehouder de marktinformatie van DCA Melk & Voer Pro overzichtelijk vindt. Hierin is er onderscheidt gemaakt in de sms-functie, nieuwsbrieven en het trend- en marktrapport.

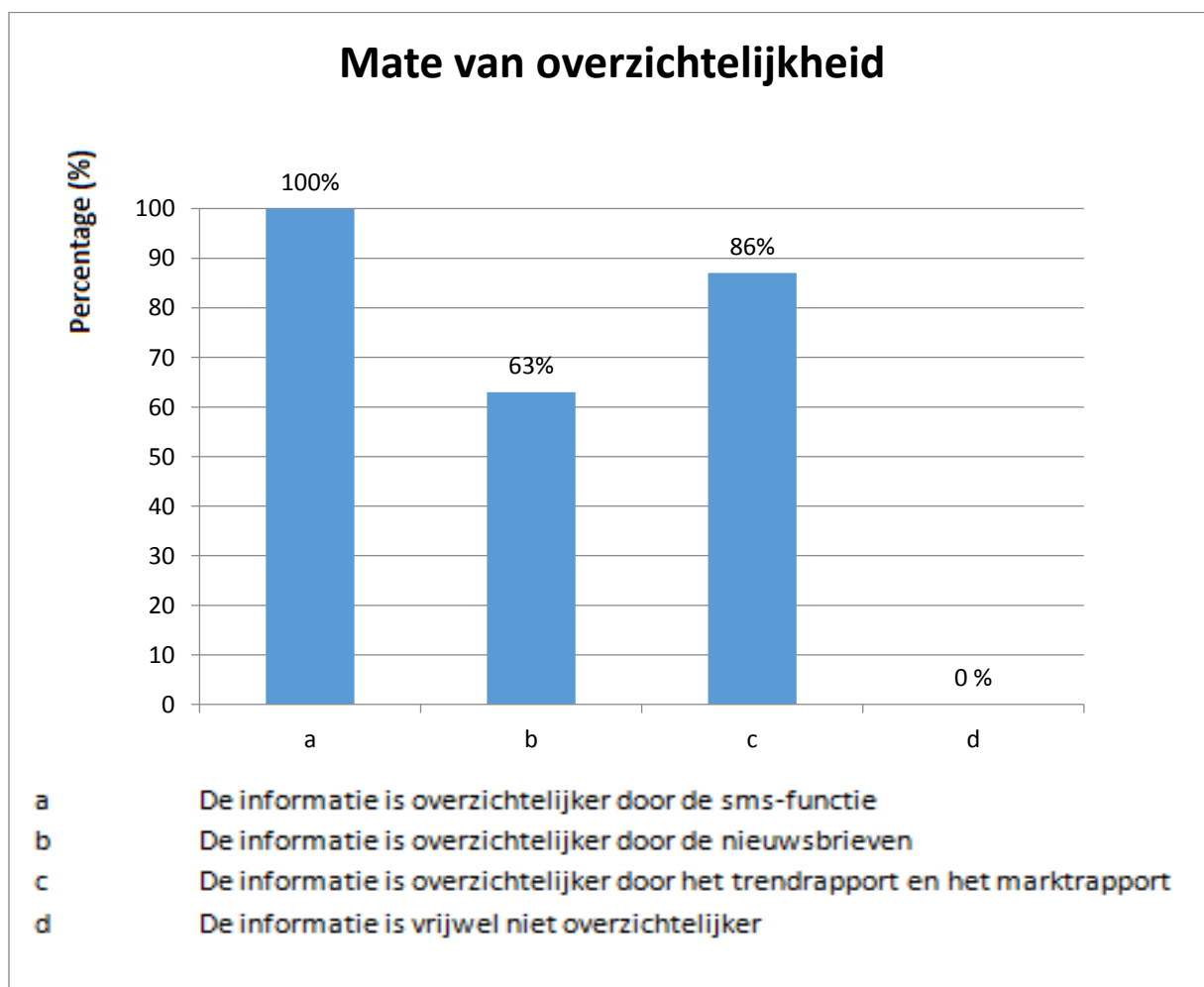
De sms-functie is bedoeld om de melkveehouder zo spoedig mogelijk de informatie toe te sms'en in een geschikt overzicht. Via een speciaal systeem wordt de informatie direct nadat het bekend is naar alle abonneementhouders toegezonden via de sms.

Twee keer per week krijgen de melkveehouders met een abonnement een mail met daarin een nieuwsbrief. Één met alle informatie over de melkmarkt en één met alle informatie over de voermarkt. De nieuwsbrief bevat alle gerelateerde nieuwsberichten en een overzicht met een aantal prijzen.

Één keer per maand verzorgt DCA een trendrapport. Alle geabonneerden krijgen een mail met daarin een link die toegang geeft tot dit rapport. Dit rapport geeft een overzicht met alle relevante grafieken over marktprijzen. Één keer per halfjaar wordt er een marktrapport geschreven die de gehele wereldwijde zuivelsector in kaart brengt, analyseert en voorspelt.

5.3.1 Resultaten

Figuur 5.3 geeft een overzicht van het verkregen resultaat over de mate van overzichtelijkheid.



Figuur 5-3. Mate van overzichtelijkheid

Hieruit blijkt dat vooral de sms-functie als overzichtelijk wordt beschouwd. Iedereen vindt deze namelijk overzichtelijk. Tevens viel op dat er niet één van de ondervraagden begon over whats-app of andere modernere methoden van informatie-uitwisseling.

Ook de trend- en marktrapporten worden door het grootste deel als overzichtelijk beschouwd. De melkveehouders die dit niet aanvinkten als overzichtelijk gaven vooral aan dat bepaalde kosten en opbrengsten niet in één grafiek tegenover elkaar worden gezet.

De nieuwsbrief werd als minst overzichtelijk beschouwd. Dit had uiteenlopende redenen. Zo werd er bijvoorbeeld aangegeven dat het nieuws al werd gelezen op de site of dat het vrijwel geen overzichten waren maar enkel nieuwskoppen.

Tevens was er niet één melkveehouder die aangaf dat het abonnement geen goed overzicht geeft.

5.3.2 Oordeel

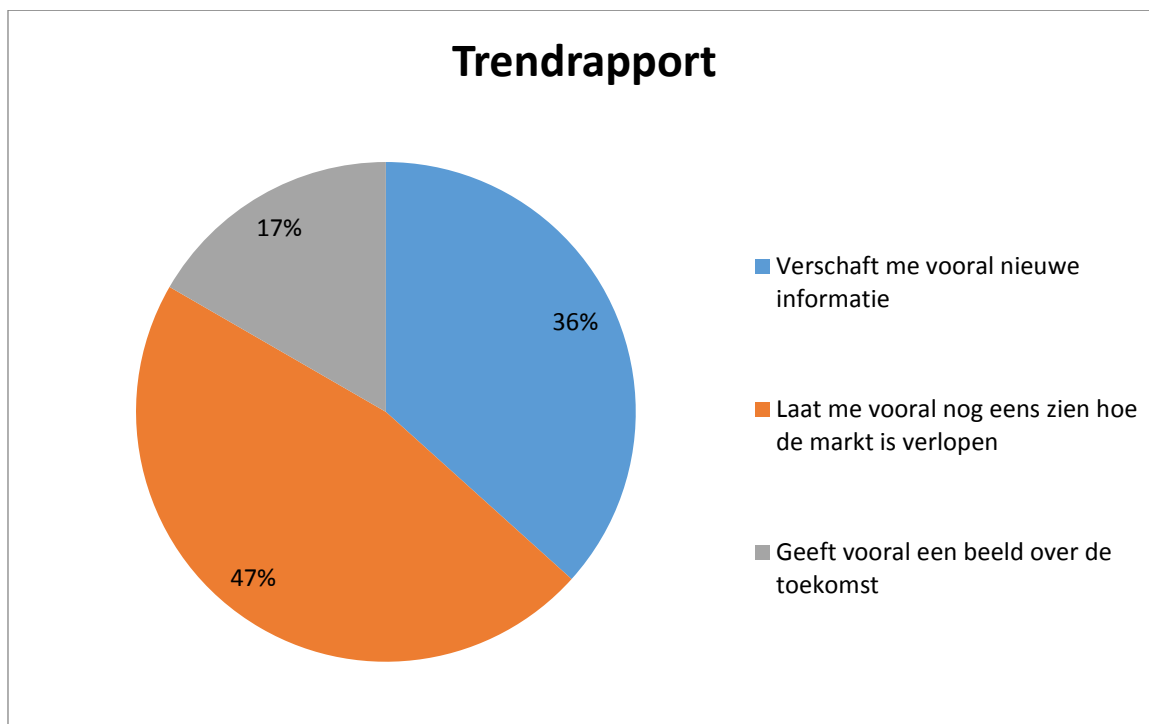
Al met al wordt de verschaft informatie als overzichtelijk beschouwd, met de sms als absolute toppunt, gevolgd door het trend- en marktrapport.

5.4 Trendrapport

Deze paragraaf gaat in op het trendrapport. De melkveehouders werden gevraagd in welke behoefte deze rapporten hen voorziet. Daarbij is onderscheidt gemaakt tussen het verschaffen van nieuwe informatie, een overzicht hoe het is verlopen en een beeld van de toekomst.

5.4.1 Resultaten

Figuur 5.4 geeft een overzicht van het verkregen resultaat over het trendrapport



48

Figuur 5-4 Trendrapport

5.4.2 Oordeel

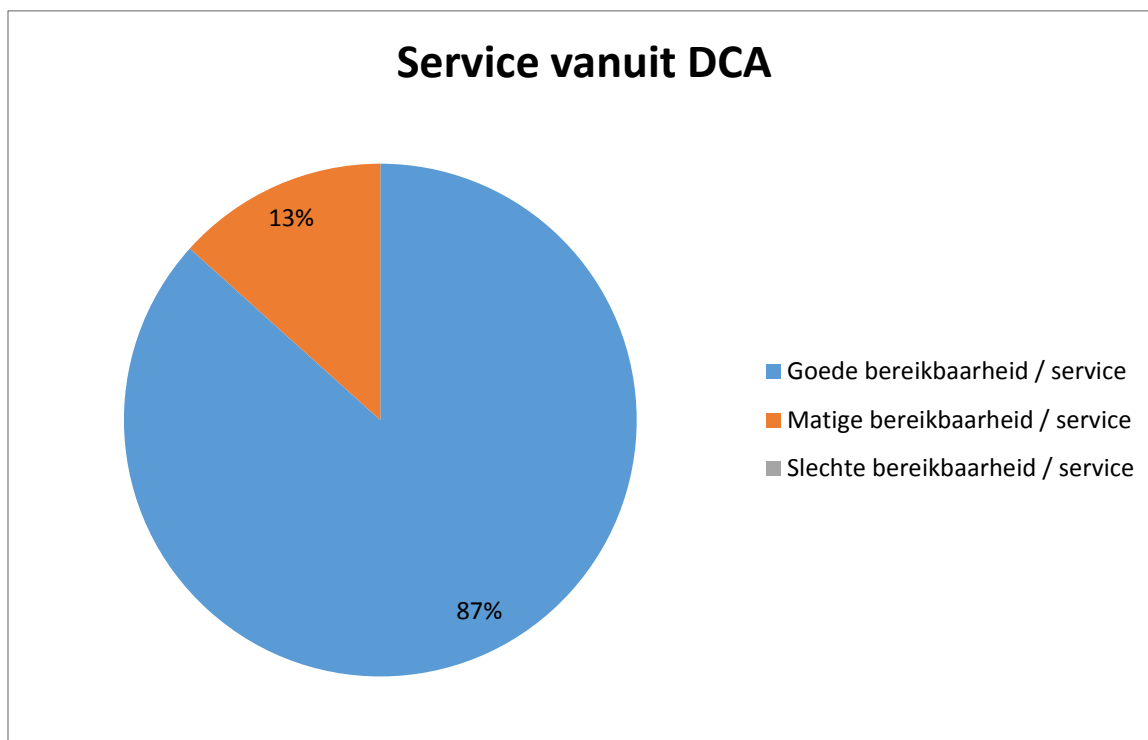
Bijna de helft van de melkveehouders geeft aan dat het trendrapport een duidelijk en overzichtelijk overzicht weergeeft van de ontwikkeling die recent heeft plaatsgevonden op de markt. Ruim een derde geeft aan dat het nieuwe informatie is over wat in de markt gebeurt. De overgebleven 17 procent ziet het als voorspelling voor in de toekomst. Behoorlijke uiteenlopende resultaten waarin de meeste veehouders aangeven dat het als overzicht wordt beschouwd.

5.5 Service DCA

Het laatste onderwerp van deze deelvraag gaat over de service die DCA levert, en de mate van bereikbaarheid. Daarin zijn de antwoorden onderverdeeld in slechte service, matige service en goede service. Zodra de service niet als goed wordt beschouwd is gevraagd hierbij een verklaring te geven waarom niet.

5.5.1 Resultaten

Figuur 5.5 geeft een beeld hoe tevreden de abonnees zijn met de huidige service en bereikbaarheid.



49

Figuur 5-5 Service en bereikbaarheid

87 procent beschouwt de service en bereikbaarheid van DCA als goed, tegen niemand die de service en bereikbaarheid slecht vindt. Van de dertig waren er vier die de service en bereikbaarheid als matig beschouwen. Dit kwam doordat er werd aangegeven dat er was niet teruggebeld terwijl dit werd aangegeven, de juiste persoon niet bereikbaar was en er tijdelijk geen sms werd ontvangen.

5.5.2 Oordeel

De service en bereikbaarheid wordt als goed ervaren onder de melkveehouders. Tevens was er onder de paar melkveehouders die dit als matig beschouwden niet één duidelijke reden, maar leken dit meer incidenten.

6. Informatiebehoefte die ontstaat

Dit hoofdstuk gaat in op de informatiebehoefte die daadwerkelijk ontstaat en hoe dit op commerciële wijze over valt te brengen aan de melkveehouder.

6.1 Welke informatie

De informatiebehoefte is onderverdeeld in de melkmarkt, voermarkt, financiering en grond & mest.

6.1.1 Melkmarkt

Het volgen van de spotprijs behoort absoluut tot één van de behoeften onder een groot deel van de melkveehouders. Het is een simpele manier van het enigszins volgen van de trend op de melkmarkt, al wordt dit door veel melkveehouders als een stukje emotie beschouwd. Veel melkveehouders vinden het interessant dat zaken als opbrengsten en kosten zoveel mogelijk aan elkaar worden gekoppeld. Daarnaast is de melkprijsvergelijker een goed voorbeeld waarin de melkveehouder diverse opbrengsten in één overzicht aan elkaar gekoppeld ziet staan.

Tevens werd aangegeven dat losse aanbodcijfers en melkvaanvoercijfers niet direct als bruikbaar worden beschouwd. Dit wordt als veel interessanter beschouwd zodra het gekoppeld wordt aan bijvoorbeeld de mondiale aanvoer of naar de ontwikkeling die plaatsvindt aan de vraagzijde.

Tevens viel het melkprijsgarantiecertificaat erg in de smaak. Het wordt gezien als eerste risico beperkende factor rondom de melkprijs. De termijnmarkt wordt echter als minder interessant beschouwd aangezien dit volgens de melkveehouder een stuk verder van hen af ligt. Veelal waren melkveehouders benieuwd naar de financiële resultaten zodra er gebruik werd gemaakt van het melkprijsgarantiecertificaat.

6.1.2 Voyermarkt

De markt voor grondstoffen staat in eerste instantie nog een stukje van de melkveehouder af. Gezien de koppeling van de grondstoffen tot de daadwerkelijke voerprijzen, zoals brokken, is het voor de veehouder interessant zodra de gevolgen van de wisselende grondstoffen duidelijk gerelateerd worden aan de voerprijzen.

Tevens werd rondom de voerleverancier genoemd dat de voorlichter zeker zo belangrijk is en een deel stond ook open voor de interesse rondom het gezamenlijk laten adviseren aan de hand van één externe voerleverancier.

6.1.3 Financiering

De banken worden absoluut als lastige partij beschouwd, bleek uit de bijeenkomst. Vooral doordat banken enkel voor eigen belang spelen en niet voor de win-winsituatie. Hierdoor staan melkveehouders enorm enthousiast tegenover het idee van alternatieve financieringsvormen, met als grootste voorbeeld het crowdfundingplatform FarmersFunding dat december 2014 werd gelanceerd. Vooral het idee dat er een onafhankelijke partij bij komt kijken valt erg goed in de smaak. De behoefte van de melkveehouders is om hierover constant op de hoogte te worden gehouden en de voordelen hiervan in te zien, aangezien enerzijds wordt verwacht dat dit soort vormen van financieren wel eens steeds meer tot de mogelijkheden gaat behoren.

Tevens worden melkveehouders graag op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen op de rentemarkt zodra een mogelijke financiering dichterbij komt. Hier is DCA aan de hand van een rentespecialist de afgelopen tijd druk mee bezig. De melkveehouders horen vooral graag hoe die ontwikkelingen in de wereldeconomie inspel op de bank. Wat kan de bank hierdoor en wat doet de bank hiermee. Vandaar dat melkveehouders de nieuwsberichten over de wereldwijde economie

vooral graag gekoppeld zien aan de bank. Ook om op die manier sterker in de schoenen te staan zodra de bankadviseur komt voor financieringszaken.

6.1.4 Grond & mest

De politiek is de grote onrustzaaier rondom de mestwetgeving, waardoor duidelijkheid soms ver valt te zoeken. Vooral de groeiende melkveehouder en de melkveehouder met in verhouding weinig grond wil graag op de hoogte worden gehouden en duidelijkheid verschaft krijgen over de mestwetgeving, met in het speciaal de onduidelijke melkveewet die op 1 januari werd geïntroduceerd. Indirect heeft dit een groot impact op de kostprijs waar de melkveehouder mee te maken krijgt. Zodra grondgebondenheid in bepaalde mate verplicht wordt kan het de groei van een deel van de melkveehouders beperken. Vooral melkveehouders in het zuiden en in het oosten van het land hebben hier last van.

Tevens hebben melkveehouders in de gaten dat het fosfaatplafond als maar dichterbij aan het komen is. De gevolgen blijven onduidelijk. Dierrechten worden bijvoorbeeld genoemd, om het maximum in stand te houden. Ook hierover vinden melkveehouders het erg belangrijk om op de hoogte te worden aangezien het een kostprijbepalende factor is en wie weet ooit een productierem.

6.1.5 Maatschappij

Over het algemeen wordt de bedrijfsvoering niet aangepast vanuit de maatschappij. De mening over weidegang en duurzaamheid lopen erg uiteen. In principe is er geen specifieke informatiebehoefte vanuit de maatschappijkant.

6.1.6 Oordeel

Al met al vindt de melkveehouder belangrijk dat opbrengsten & kosten, vraag & aanbod en grondstofprijzen & voerprijzen aan elkaar worden gelinkt. Rondom financiering zien melkveehouders nieuws vanuit de economie graag gelinkt worden aan het beleid van banken en hoe hier op in te spelen. Tevens viel alles rondom alternatieve financieringsvormen in de smaak en is het belangrijk op de hoogte te blijven van de mestwetgeving.

6.2 Hoe de informatie overbrengen

Bekend werd dat melkveehouders zich graag laten adviseren door de voerleverancier, voornamelijk als het gaat om advies rondom het voeren. DCA verkoopt haar marktinformatie al aan mengvoeder Isidorus. Op de site van mengvoerbedrijf Isidorus kunnen melkveehouders die beschikken over een login de marktinformatie lezen, aangeleverd door DCA. Dit is een groot succes. Dit kan bij overige mengvoerders eveneens een succes worden. Daarom bevat bijlage 5 een lijst met een aantal meng- en veevoerders in Nederland. Tevens staat er bij of de site gebruik maakt van een login of niet.

7. Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de conclusies op de deelvragen weergegeven. Aan de hand van de conclusies van de deelvragen wordt de conclusie op de hoofdvraag gegeven. Vervolgens worden er een aantal aanbevelingen gedaan aan DCA.

7.1 Conclusies deelvragen

In deze paragraaf wordt over iedere deelvraag apart een conclusie geformuleerd.

7.1.1 Conclusie deelvraag 1

In hoeverre spelen de verschillende prijsveranderingen een rol op de bedrijfsvoering van de melkveehouder en hoe wordt hier op ingespeeld?

Om deze deelvraag te beantwoorden werd deze deelvraag onderverdeeld aan de hand van twee onderwerpen en 4 stellingen. De onderwerpen waren melkmarkt en voermarkt.

Gezien de melkmarkt heeft de spotprijs enkel invloed op de korte termijn visie en strategie van de melkveehouder. Te denken valt hierbij aan het aankopen en verkopen van vee en het aankopen van melkquotum. De lange termijn strategie wordt vooral beïnvloed aan de hand van daadwerkelijke melkprijzen en voorspellingen die worden gedaan door melkcoöperaties. Het investeren en uitbreiden wordt aan de hand van deze gegevens gedaan. Aanvoercijfers hebben pas invloed op de bedrijfsvoering zodra deze gekoppeld zijn aan een vraag- en aanbodanalyse, aangezien het de invloed op de melkprijs beter omschrijft.

Het melkprijsgarantiecertificaat is daarentegen een smaakmakend item in de melkveehouderij. Een vaste melkprijs kan er voor zorgen dat investeren als interessanter wordt beschouwd. De termijnmarkt daarentegen niet zo.

Tevens wordt de melkprijs als belangrijker beschouwd dan de voerprijs, aangezien de melkprijs het meeste invloed heeft op de bedrijfsresultaten. Maar daarentegen is de voerprijs beter te managen. Het inspelen op de voerprijs wordt onder meer gedaan door moment van aankoop, het in de gaten houden van de markt en eventueel switchen van voerleverancier. In de voerprijs wordt door de melkveehouder dan ook meer tijd gestoken dan de melkprijs.

Daarnaast is de keuze voor een voerleverancier het meest afhankelijk van de voorlichter die de melkveehouder daarbij krijgt. Dit omdat de prijstrends in de voermarkt normaal gesproken terug zijn te zien bij iedere voerleverancier. Het belangrijkste is daarbij dat de voervoorlichter mee kan denken in de situatie van de melkveehouder en het bedrijf.

7.1.2 Conclusie deelvraag 2

In hoeverre spelen overige externe factoren een rol op de bedrijfsvoering van de melkveehouder en hoe wordt hier op ingespeeld?

Deze deelvraag werd onderverdeeld in een drietal onderwerpen met bijbehorende stellingen. De onderwerpen waren financiering, grond & mest en maatschappij.

Al met al volgen melkveehouders zaken als Euribor-rentes pas vlak voor het moment dat de melkveehouder een financiering los wil peuten bij de bank. Het beleid van centrale banken en wisselkoersfluctuaties worden als te ver weg beschouwd. Banken worden door melkveehouders veelal niet gezien als een onafhankelijke partij. Naar aanleiding daarvan werd aangegeven dat het moeilijk is een poot aan de grond te krijgen tijdens de gesprekken met de bank, ook zodra de melkveehouder op de hoogte is van de ontwikkeling rondom de Euribor-rentes. De melkveehouder

probeert hier op in te spelen door mondiale economische zaken te volgen, maar het blijkt lastig dit te relateren aan een financiering.

Daarom staan de melkveehouders ook open tegenover alternatieve financieringsvormen zoals een crowdfundingplatform in de agrarische sector. Dit omdat het systeem wordt gedreven door vraag & aanbod en een onafhankelijke kredietbeoordelaar.

De situatie rondom geproduceerde mest wordt als grote onzekerheid gezien. Op dit moment zijn melkveehouders bezig om het eigen mest op de juiste manier en op de meest ideale en goedkope manier af te zetten.

Desondanks heerst er geen zekerheid, vooral zodra er gegroeid gaat worden. De melkveewet die (nog) geen mate van grondgebondenheid kent en de eventuele gevolgen van een fosfaatplafond die vol raakt geven weinig duidelijkheid maar enkel speculaties, bijvoorbeeld de invoering van dierrechten.

Al met al heeft de mestwetgeving geen invloed op de bedrijfsvoering aangezien het niet direct van invloed hoeft te zijn. Wel wordt verondersteld dat de oplettende groeiende melkveehouder hier een uitgebreid plan voor heeft. De gedachte over mestverwerking en grondgebondenheid fluctueert enorm.

De situatie vanuit de maatschappij beïnvloedt de melkveehouder niet tot nauwelijks in de bedrijfsvoering. De meningen hierover liepen behoorlijk uiteen. Wel vinden de melkveehouders allemaal dat er altijd gestreefd moet worden naar duurzaamheidsdoelen, los van eventuele premies en motivaties.

7.1.3 Conclusie deelvraag 3

Wat is de meerwaarde vanuit het abonnement DCA Melk & Voer Pro op de informatie die gratis te verkrijgen is?

Tijdens deze deelvraag is er gekeken naar de meerwaarde van het abonnement, onderverdeeld in vijf categorieën: het verkrijgen van extra prijzen, de snelheid van de informatie, de overzichtelijkheid van de informatie, het trendrapport en de service van DCA.

Allereerst kwam naar voren dat de melkveehouders dankzij het abonnement DCA Melk & Voer Pro meer van prijzen weten, zo werd aangegeven. De meest populaire waren de spotprijs, dat specifiek wordt genoteerd door DCA, en grondstofprijzen om een inschatting te kunnen maken van de ontwikkeling van de voermarkt

Daarnaast krijgen de melkveehouders de informatie sneller door het abonnement, zo kwam naar voren. Een groot deel gaf ook aan hier sneller door te kunnen handelen. Vooral om meer mee te kunnen praten met specialisten en prijzen in te schatten.

Tevens geeft het abonnement een beter overzicht. Vooral de sms helpt hierbij. Daarnaast wordt aangegeven dat het trend- en marktrapport eveneens overzichtelijk is. Overzichtelijker dan de wekelijkse nieuwsbrieven.

Gezien het trendrapport geeft het grootste deel aan dit als een overzicht te beschouwen van wat er is gebeurd op de markt. Kort daarachter komt het antwoord dat het nieuwe informatie verschaft. De meeste melkveehouders beschouwen het trendrapport echter niet als voorspelling voor wat er in de toekomst gaat gebeuren.

De service van DCA wordt als goed beschouwd.

Al met al worden de spot- en grondstofprijzen als meest populair beschouwd, weet de melkveehouder mutaties eerder dankzij het abonnement, verschaffen de sms en het maandelijkse rapport een goed overzicht en weergeeft het trendrapport een overzicht over hoe het is verlopen op de markt.

7.1.4 Conclusie deelvraag 4

Welke informatiebehoefte ontstaat er en hoe kan DCA daar op commerciële wijze op inspelen?

In de laatste deelvraag werd aan de hand van de melkmarkt, voermarkt, financiering en grond & mest de informatiebehoefte bepaald. Tevens wordt geconcludeerd via welke commerciële schakel hierop het beste valt in te spelen.

Allereerst ziet de melkveehouder graag dat opbrengsten & kosten zoveel mogelijk aan elkaar gebonden worden. Dit gebeurt nu aan de hand van de melkvee-index, maar via grafieken op de site kunnen ook andere manieren worden gezocht om meer kosten en opbrengsten aan elkaar te binden. Tevens zien de melkveehouders graag aanbodcijfers op de melkmarkt gekoppeld worden aan de vraagcijfers.

Al het gepubliceerde nieuws over geopolitiek, renteontwikkeling, banken, wisselkoersontwikkeling en olieprijsen worden als interessant beschouwd. Desondanks moet een deel van de melkveehouders wel worden overtuigd van het belang. Daarom is het belangrijk dat het nieuws zo dicht mogelijk aan het belang van de agrarische ondernemer wordt gekoppeld.

Rondom de mestwetgeving bestaat veel onduidelijkheid. Vooral de groeiende melkveehouder en de melkveehouder met weinig plaatsingsruimte heeft hier mee te maken. Deze zien de mogelijkheden en mogelijke scenario's graag op een rijtje.

Naast het feit om de informatiebehoefte via de eigen gepubliceerde berichten te verspreiden, kan dit ook via nieuwe grafieken waarin meerdere trends tegenover elkaar wordt gezet. Daarnaast kunnen externe sites van bijvoorbeeld voerleveranciers worden gebruikt.

7.2 Eindconclusie

Deze paragraaf weergeeft de eindconclusie van dit onderzoek. De eindconclusie is uiteindelijk het antwoord op de hoofdvraag. De conclusies van de deelvragen worden in elkaar geknepen waardoor er één conclusie ontstaat. De hoofdvraag luidt als volgt:

Hoe ziet de marktinformatiebehoefte van de melkveehouder er uit en hoe kan DCA daar beter op inspelen?

Allereerst is duidelijk geworden dat de informatie vanuit de markt de melkveehouder wel degelijk beïnvloedt in de bedrijfsvoering. De melkveehouders zien graag informatie gebundeld worden tot één duidelijk overzicht waarin duidelijk wordt wat dit voor invloed heeft op het mogelijke resultaat van het bedrijf specifiek. Voorbeelden hiervan zijn overzichten van bepaalde opbrengsten en kosten die aan elkaar gekoppeld zijn en vraag & aanbod ontwikkelingen in één overzicht. DCA zou hier aan de hand van de grafieken in de database nog meer op in kunnen spelen.

Gezien het economisch nieuws blijkt het belangrijk dat het snel duidelijk wordt wat dit voor een invloed heeft op het bedrijf of hoe dit kan worden meegenomen in een gesprek met de bank. Evenals de gevolgen van de regelgeving rondom grond & mest voor het bedrijf specifiek. Het nieuws moet zo dicht mogelijk aan de gevolgen voor het melkveebedrijf worden gekoppeld.

Gezien de melkmarkt is de interesse groot, maar weet de melkveehouder dat hier simpelweg weinig invloed op uit valt te oefenen. De voermarkt wordt echter meer tijd in gestoken door de melkveehouder doordat de melkveehouder van gedachte is dat de voermarkt meer te beïnvloeden valt. Dit gegeven maakt het aantrekkelijk om de informatie via voerleveranciers te verkopen, want daar zijn melkveehouders druk mee.

Daarnaast staan melkveehouders ook zeer open tegen nieuwe (risico beperkende) invloeden vanuit de markt. De twee grootste voorbeelden voor de melkveehouderij zijn het melkprijsgarantiecertificaat verschaft door Dairy Trading Online en het zojuist gebombardeerde crowdfundingplatform voor agrariërs. Een tussentijdse analyse van de resultaten wekt absoluut interesse van de melkveehouders.

7.3 Aanbevelingen

Hieronder zijn een aantal aanbevelingen gedaan voor DCA aan de hand van de eindconclusie weergegeven in paragraaf 7.2

- Om het abonnement vanaf de voerkant aantrekkelijk te maken is het een optie om een deel van de informatie op te schuiven naar het DCA Melk & Voer Pro abonnement. Op dit moment worden bijvoorbeeld ruwvoerprijzen en de prijzen van grondstoffen in het openbaar gepubliceerd aan de hand van de video-update over de voermarkt. Een abonnee haalt op dit moment enkel meerwaarde uit het abonnement door het zien van de grafieken, gezien de voermarkt. Door bijvoorbeeld alleen prijshints te geven in een openbare video-update, en vervolgens daadwerkelijk prijzen achter de knop te zetten kan de meerwaarde vanuit de voerkant verbeterd worden.
- In de melkmarkt zijn hier eveneens mogelijkheden voor. Bijvoorbeeld door slechts kleine hints te geven over de spotprijs, om vervolgens uitgebreide analyses achter de knop te zetten. Daarnaast kan DCA kiezen om alle grafieken achter de knop te houden, zo bijvoorbeeld ook die van de Global Dairy Trade, de melkvee-index en aanvoercijfers om de meerwaarde te verbeteren aan de melkzijde. Het zou een optie zijn om wekelijks een korte video-update te geven die vrij is voor iedereen om vervolgens de details toe te lichten in een video achter de knop.
- Tot nu toe wordt er op Boerenbusiness.nl weinig geschreven over de ontwikkeling rondom de mestwetgeving. Hoofdzakelijke veranderingen worden uiteraard wel gepubliceerd. Desondanks heerst er nog veel onzekerheid. Door een redacteur zich meer te laten verdiepen in de wetgeving rondom mest, door bijvoorbeeld mogelijke gevolgen in kaart te brengen, kan de melkveehouder nog beter een beeld schetsen van de situatie. Mestwetgeving heeft echter een groot invloed op het bedrijfsresultaat en het bedrijfsbeleid. Voor uitgebreide analyses bestaat er uiteraard de mogelijkheid deze achter de knop te publiceren.
- De verhalen rondom geopolitiek en rente worden als erg waardevol en nuttig beschouwd. Alleen is het de vraag of de melkveehouders dit altijd kunnen verbinden aan de situatie rondom de eigen financiering. Daarom is het belangrijk om dit soort berichten zo dicht mogelijk aan de agrarische sector te koppelen en aan de relatie met de bank. Tevens lijken melkveehouders erg geïnteresseerd in gebeurtenissen bij de bank, zoals het hele verhaal rondom de renteswap, aangezien dit dichterbij de financiering komt. Een ander optie is om analyses over rente-opslagen te maken. Door onder meer de ontwikkeling van rente-opslagen naast die van Euribor-rentes te leggen. Hierdoor kan de melkveehouder bewuster met de bank spreken.
- Crowdfunding wordt als een zeer interessante optie beschouwd door de melkveehouders. Interessant zou zijn om tussentijdse overzichten te verschaffen waarin duidelijk wordt welke transacties er hebben plaatsgevonden. Om daarin ook aan te geven hoe het resultaat van de investeerder en de agrarische ondernemer zichtbaar wordt.
- Het garantiecertificaat voor melk wordt als mogelijke risicobestrijder gezien. Door eens een overzicht te verschaffen over het verschil met de schommelende melkprijs kan de melkveehouder nog meer overtuigd raken waardoor het naar Boerenbusiness.nl surft.
- Melkveehouders gaven ook aan dat aanbodcijfers vooral interessant zijn in combinatie met de vraagontwikkeling. Het mooiste hiervoor zou zijn om cijfers te achterhalen over de opslag van zuivelproducten.

- Gekoppelde grafieken vallen naar mijn mening ook in de smaak bij melkveehouders. Dit doordat het effect voor de melkveehouder nog beter zichtbaar wordt. Bijvoorbeeld door de gemiddelde melkprijs te koppelen aan de voerkosten.
- Aangezien melkveehouders veel tijd steken in de voerprijs en voerleverancier is het interessant om de informatie via derden, zoals voerleveranciers te verkopen. Zoals dit nu al bij Isidorus gebeurt.

8. Discussie

De discussie is onderverdeeld in de resultaten van het eigen onderzoek en de vergelijking met de literatuur en de hypothese.

8.1 Resultaten van het eigen onderzoek

De inrichting van de bijeenkomst is gegaan aan de hand van de melkmarkt, voermarkt, financiering, grond & mest en maatschappij. Hier is allereerst voor gekozen omdat DCA het schrijven van artikelen op de website ook onderverdeeld aan een aantal categorieën, waaronder reeds genoemde.

Daarnaast zijn deze onderwerpen het meest bepalend voor het bedrijfsresultaat van de melkveehouder, waardoor er ook de meeste interesse naar uit gaat. De verdeling van de aandacht over deze vijf onderwerpen is ook zoveel mogelijk verdeeld naar het belang van het onderwerp. Zo heeft de melkmarkt de meeste aandacht gekregen. Maatschappij daarentegen weer een stukje minder. Tevens is aangegeven aan de melkveehouders dat deze zelf nog invloed konden uitoefenen door bepaalde onderwerpen aan te dragen, wat niet is gebeurd.

Een ander puntje van discussie is of het wel de geschikte melkveehouders waren voor dit onderzoek. En dat waren het absoluut. In de eerste telefoongesprekken werd al kenbaar gemaakt dat het om discussie ging in combinatie met informatie dat door de marktspecialisten werd gegeven. Veel van de melkveehouders die uiteindelijk daadwerkelijk aanwezig waren bij de bijeenkomst hadden aan de telefoon al een duidelijke mening over een aantal recente ontwikkelingen, waardoor al snel duidelijk werd dat het om een geschikte persoon ging. Er waren ook melkveehouders die via de telefoon aangaven dat ze niet zo mondig zijn waardoor een discussie niets voor hen was, wat verklaart dat deze melkveehouders niet aanwezig waren.

De melkveehouders die aanwezig waren hadden allemaal een melkveebedrijf van tussen de 100 en 300 melkkoeien. Gezien de melkveehouders in Nederland groeit een steeds groter deel van de melkveehouders tot deze categorie. De toename van het aantal bedrijven van 100 melkkoeien blijft voorlopig ook nog wel even aanhouden. De kleinere melkveehouders en de extreem grote melkveehouders zijn door deze criteria niet meegenomen in dit onderzoek.

De input voor deelvraag 3, dat inging op de mening van de melkveehouders over het DCA Melk & Voe Pro abonnement, is gebeurd aan de hand van een aantal vragen. Uit de mail reageerden ongeveer 15 melkveehouders, waardoor er vervolgens nog 15 melkveehouders gebeld zijn om het totaal op 30 uit te laten komen, wat 20 procent van alle abonnees betekent. Niet alle abonnees waren melkveehouders, waardoor gericht is gekeken naar de melkveehouders die een abonnement hadden. Dit was overigens wel het grootste deel. Om de ondervraagde melkveehouders niet direct een hoek in te drukken zijn er vooral open vragen gesteld om deze vervolgens toe te wijden aan een aantal categorieën.

Voor verder onderzoek zou het onder meer interessant zijn of er veel melkveehouders zijn die meer hinder verwachten te ondervinden op basis van vernieuwde mestwetgeving, om zo nauwkeuriger te achterhalen in welke mate de Nederlandse melkveehouderij belang heeft bij informatie hierover, en welke informatie. Tevens zou een onderzoek naar de verwachting van crowdfunding in de agrarische sector een nog beter beeld kunnen schetsen over hoe de melkveehouders, en alle andere agrarische ondernemers, hier tegenover staan.

8.2 Vergelijking met literatuur en de hypothese

In de beschreven literatuur bij de probleemstelling werd onder meer genoemd dat de melkprijs als grootste bedrijfsrisico wordt beschouwd. Dit is nog maar eens bevestigd tijdens dit onderzoek. De voermarkt wordt het meeste tijd in gestoken, maar dit is ook puur omdat hier meer in valt te managen. De melkprijs wordt echter gezien als vrijwel niet beïnvloedbare factor, wat het grootste invloed heeft op het bedrijfsresultaat, waardoor dit de grootste risico is. Helemaal aangezien het de vraag is wat er met de melkprijs gaat gebeuren zodra het melkquotum ten einde is. De veronderstelling dat de zuivelmarkt en de presentaties van de zuivelverwerkers in grote mate bepalend zijn voor het inkomen van de melkveehouder wordt hierdoor ook nog maar eens bevestigd.

Uit voorafgaand onderzoek, zoals beschreven in de probleemstelling, werd eveneens genoemd dat de renterisico's prima te managen zijn door onder meer de renteswap, rentebodems en renteplafonds. Desondanks dachten de melkveehouders die meewerkten aan dit onderzoek daar heel anders over. De banken worden niet als onafhankelijke partij gezien, maar als partij dat eigen belangen voorop stelt. De renteswap wordt inmiddels niet meer als betrouwbaar ingeschat naar aanleiding van de slechte berichtgevingen hierover. Tevens vinden melkveehouders het lastig om een poot aan de grond te krijgen in de gesprekken met een voorlichter van de bank, doordat deze beter op de hoogte zijn van de ontwikkelingen.

Tevens kwam uit de literatuurstudie naar voren dat met de afschaffing van de melkquotering de grootste productiebelemmering van tafel is. Dit kwam ook terug tijdens de bijeenkomst, al krijgt de melkveehouderij nog wel te maken met andere productiebeperkende factoren zoals de melkveewet, het fosfaatplafond en misschien zelfs dierrechten.

In mijn eigen hypothese werd verondersteld dat vooral de groeiende melkveehouder veelal wordt beïnvloed aan de hand van marktwerking. Dit werd nog maar eens bevestigd in dit onderzoek, aangezien wordt verwacht dat vooral regelgeving in de mestmarkt het voor sommige melkveehouders lastig gaat maken om te groeien.

Daarnaast werd in de hypothese verondersteld dat melkveehouders lang altijd niet bekend zijn met het melkprijsgarantiecertificaat van Dairy Trading Online. Het tegengestelde bewees zich tijdens het onderzoek. Vrijwel alle melkveehouders waren hier bekend mee, de één alleen iets beter dan de ander.

De laatste veronderstelling die werd gedaan in de hypothese was dat er nog meer markt gaat komen rondom het afzetten van mest. De melkveehouders bevestigden de verwachting dat het vooral voor de groeiende melkveehouder lastiger gaat worden om van de mest af te komen. Helemaal gezien het fosfaatplafond wat er vanuit de Europese Unie is opgesteld en de politieke onzekerheid dat er over dit onderwerp heerst.

9. Literatuurlijst

- Berger, R., 16-09-2014, NL zuivelsector heeft goed vooruitzicht
<http://www.consultancy.nl/nieuws/6867/roland-berger-nl-zuivelsector-heeft-uitstekend-vooruitzicht>
- Berntsen, P., 25-10-2013, Melkprijs grootste risico voor melkveehouders.
<https://insights.abnamro.nl/melkprijs-grootste-risico-melkveehouders/>
- Berntsen, P., Oktober 2014, Nieuwe horizon voor Nederlandse zuivel
<https://insights.abnamro.nl/nieuwe-horizon-voor-nederlandse-zuivel/>
- Berntsen, P., 14-02-2011, Vrije zuivelmarkt, bedreiging of kans?
www.abnamro.nl/.../Melkveehouderij_-_Vrije_zuivelmarkt_-_Bedreiging_of_kans.pdf
- Boerenbusiness, 02-09-2014, Dijsselbloem maant bank tot oplossen swaps
<http://boerenbusiness.nl/financieel/rentemarkt/artikel/10857614/dijsselbloem-maant-bank-tot-oplossen-swaps>
- Boerenbusiness, 29-04-2014, Klachten renteswaps naar AFM en Tweede Kamer
<http://boerenbusiness.nl/financieel/rentemarkt/artikel/10849433/klachten-renteswaps-naar-afm-en-tweede-kamer>
- Boerenbusiness, 25-11-2014, Melkveewet door tweede kamer goedgekeurd
<http://boerenbusiness.nl/melkmarkt/artikel/10860788/melkveewet-door-tweede-kamer-goedgekeurd>
- Boerenbusiness, 01-04-2014, Rabobank verliest zaak over renteswap
<http://boerenbusiness.nl/melkmarkt/artikel/10847613/rabobank-verliest-zaak-over-renteswap>
- Boots, B., Nielen, N., 15-01-2013, Risicomanagement in de Nederlandse zuivel vanuit een marketing/finance approach.
<http://www.archief.verantwoordeveehouderij.nl/producten/PZprojecten/TermijnmarktAlsWitteMotor/De%20Witte%20Motor%20in%20termijnmarkt.pdf>
- DCA, 02-10-2014, Melkprijsvergelijking van 2009 tot en met 2014
<http://databank.dca.nl/index.php?go=melkprijzen>
- DCA, 03-02-2015, Gemiddelde melkprijs 2007-2015
<http://databank.dca.nl/?go=melknotering>
- DCA, 10-12-2014, Prijs standaardbrok A 2008-2014
<http://databank.dca.nl/index.php?go=voerprijzen>
- DCA, 03-02-2015, Slotkoers sojabonen 2008-2015
<http://databank.dca.nl/index.php?go=voerprijzen>
- DCA, 03-02-2015, Spotprijs voor melk 2007-2015
<http://databank.dca.nl/?go=melknotering>
- Dijksma, S., 01-07-2014, Melkveehouderij mag verantwoord groeien.
<http://www.rijksoverheid.nl/nieuws/2014/07/01/melkveehouderij-mag-verantwoord-groeien.html>

Dijsselbloem, J.R.V.A., 01-09-2014, Kamerbrief over stand van zaken rentederivaten in het MKB en verkenning dienstverlening MKB.
<http://www.rijksoverheid.nl/ministeries/fin/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2014/09/01/stand-van-zaken-rentederivaten-in-het-mkb-en-verkenning-dienstverlening-mkb.html>

Eisenberg & Berkowitz, 1992; Canning, 2002)
edu.fss.uu.nl/.../Wopereis%20FP%20brnad%20symp....

Elshof, T., 2010, DTO Melkprijsgarantiecertificaat.
http://www.dairytradingonline.com/mpgc_index

Everdingen, van W., Meulen, van der H., Silvis, H., Smit, B., 12-2013, Actuele ontwikkeling land- en tuinbouw.
<http://edepot.wur.nl/286077>

Manders, M., 10-10-2013, Kwalitatief vs. Kwantitatief onderzoek.
<http://www.rightmarktonderzoek.nl/methoden-onderzoek/kwalitatief-onderzoek>

Nederlandse Zuivelorganisatie (NZO), 11-02-2015, Factsheet prijsvolatiliteit
www.nzo.nl/sites/default/files/.../150211_factsheet_prijsvolatiliteit.pdf

Strootman, M., juli 2013, Onderzoeksmethode scriptie,
<http://www.slideshare.net/MariekeStrootman/onderzoeksmethode-scriptie>

Veenstra, G, Vessies, J.F.P., 01-2008, Mogelijke gevolgen van de afschaffing van het melkquotum.
<http://edepot.wur.nl/3787>

Bijlage 1 Brief melkveehouders



8 oktober 2014, Lelystad

Betreft: Onderzoek marktbeleving

Geachte melkveehouder,

DCA Groep
Middendreef 281
8233 GT Lelystad

T: 0320-269520
E. info@dca.nl

Als agrarisch ondernemer in de melkveehouderij bent u dagelijks bezig uw bedrijfsvoering te optimaliseren en uw marge te managen. Het beheersen van de voerkosten en het maximaliseren van de opbrengsten vormen daar essentiële onderdelen van. Als DCA Groep in Lelystad streven wij er naar u te ondersteunen in uw besluitvorming met onze marktinformatie over melk en voer en met onze dienstverlening in risicomanagement.

Ons doel is deze informatievoorziening van de voor u relevante agrarische markten verder te optimaliseren en zo goed mogelijk te laten aansluiten op uw ondernemersbehoefte. Om dit te realiseren, zijn wij erg benieuwd naar uw visie en beleving van de agrarische markt. Daarom doen wij onderzoek naar de marktbeleving van de melkveehouder.

Marktbeleving kan hierin erg variëren van zuivelnoteringen, voerprijzen en het einde van het melkquotum tot investeringen in grond en uw toekomstperspectief. Welke ontwikkelingen houdt u scherp in de gaten, hoe past u actuele marktbevingen toe in uw bedrijfsmanagement en wat zijn voor u de belangrijkste prijzen en noteringen? Hierover willen wij graag met u sparren.

Graag willen wij u uitnodigen deel te nemen aan dit onderzoek. Wij horen graag van u hoe u de markt beleeft en hoe u op de marktontwikkelingen inspeelt op uw bedrijf. Hiervoor willen wij u telefonisch en/of per mail benaderen om u hier met heldere en gerichte vragen naar te informeren. Bovendien is ons doel om medio december van dit jaar met alle deelnemers aan het onderzoek een bijeenkomst organiseren, waarmee u met elkaar en de marktspecialisten van DCA kunt discussiëren, netwerken en brainstormen over de agrarische markten en de risico's van het ondernemen op een melkveebedrijf.

Uiteraard wordt uw medewerking beloond met een stukje waardering van onze kant. Graag willen wij u ons marktabonnement DCA Melk & Voer Pro, waarbij u wordt geïnformeerd over de laatste ontwikkelingen op de zuivel- en voermarkt, voor de periode van een half jaar gratis aanbieden (normaal kost dit €123,50). Ook ontvangt u ons marktrapport Witte motor dreigt te verzuipen, waarin een compleet overzicht wordt gegeven van de tendensen op de Europese en mondiale zuivelmarkt. En u krijgt een gratis training van één van onze marktspecialisten in risicomanagement op uw bedrijf.

We hopen dat u het aantrekkelijk vindt om aan dit onderzoek mee te doen en met ons wilt sparren over de trends en ontwikkelingen op de zuivel- en voermarkten. Wij verheugen ons op uw reactie.

Met vriendelijke groeten,

Jordi Drietelaar
T. 0627333524
E. j.drietelaar@dca.nl
Kijk ook op www.dca.nl/melk-voer-pro

Hoe beleeft de melkveehouder de zuivelmarkt?

Programma dinsdag 16 december

11.00-11.15	Ontvangst met koffie
11.15-11.30	Over DCA. Een korte uitleg over wat DCA allemaal doet inclusief een stukje historie
11.30-12.15	Hoe kunt u risicomanagement toepassen op uw bedrijf
12.15-13.00	Pauze met lunch
13.00-13.45	Deel 1 Marktbeleving. Tijdens deel 1 wordt er gediscussieerd over de melkmarkt. Onder meer over de gevolgen van de afschaffing van de melkquotering en de schommelende melkprijs op de bedrijfsstrategie
13.45-14.30	Deel 2 Marktbeleving. Tijdens deel 2 van de discussie komen andere essentiële onderwerpen aan bod die van invloed zijn op de bedrijfsvoering. Onder meer voerprijzen, rentes, meshwetgeving en grondprijzen. Maar ook onderwerpen die door u worden aangedragen
14.30-14.45	Afsluiting

Locatie

Kantoor DCA
Middendreef 281
8233 GT Lelystad

Contact

Jordi Drietelaar
06 27 33 35 24
j.drietelaar@dca.nl



RISICOMANAGEMENT EN MARKTANALYSES

Bijlage 3 Lijst melkveehouders aanwezig

Voorletters	Naam	Bedrijfsnaam	Woonplaats	E-mail	Mobiel
	Aaltink	Melkveebedrijf Aaltink	HOLTEN	twenhaar@kpnmail.nl	06-51 56 43 33
B	Dijsselhof	Berend Dijsselhof	BROEKLAND OV	dijsselhof@hotmail.com	06-51405212
H.	Mulder	Mts H en L.H. Mulder	VLIST	familie@muldervlist.nl	06-49409165
W.	Lubbersen	Lanbouwbedrijf Lubbersen	HOLTEN	wim.en.els.lubbersen@online.nl	06-51373249
J.	Brouwer	Firma Brouwer	KOUFURDERRIGE	j.brouwer21@hotmail.com	06-52418635
J	Verhoef	J. Verhoef	BLANKENHAM	jesper.verhoef@hetnet.nl	06-51000718
Bert	Talens	Talens	ALMERE	berttalens@planet.nl	0365-325120 / 06-21607270
J.	Barneveld	J. van Barneveld	USSELSTEIN	j.vanbarneveld@online.nl	06-10252516
J.	Woudenberg	J. van Woudenberg	USSELSTEIN	woudenberg@gmail.com	06-54681499
A.	Albers	Albert Albers	NUBROEK	ajalbers@hetnet.nl	06-25481202
W.H.	Peek	W.H. Peek	USSELSTEIN	wilpeek@kpnplanet.nl	06-10728454
A.	Duijts	Maatschap Duijts	USSELSTEIN	arjanenclaudia@hotmail.nl	06-27401907

Bijlage 4 Evaluatieverslag 16 december

Wat: **Bijeenkomst marktbeleving melkveehouder**

Wanneer: **16 december 2014**

11.00 – 15.30

Organisator: **Jordi Drietelaar.**

4^e jaars student Bedrijfskunde & Agribusiness

CAH Dronten

Aanwezig: **12 Melkveehouders.**

Edwin, Edin, Eric en Kees

4.1 Uitnodigen bijeenkomst

Het uitnodigen van melkveehouders viel enorm tegen, maar uiteindelijk was het met 12 melkveehouders ideaal om zo'n discussie te voeren. In eerste instantie werden 500 melkveehouders (met minimaal 130, en maximaal 300 melkkoeien) gemaild met een verhaaltje in de mail en een brief in de bijlage. Centraal in de brief stond de discussie over marktrelevante zaken die van invloed zijn op de bedrijfsstrategie van de melkveehouder. Er werd in deze mail al verwezen naar een aantal beloningen zoals 3 maanden Melk & Voer Pro op proef en een cursus risicomanagement van één van de DCA-specialisten. Uiteindelijk waren er nul melkveehouders die hebben gereageerd op deze uitnodiging. Er moet wel bij gezegd worden dat er nog geen datum in de mail stond. Er stond enkel rond half december. Misschien een goede tip voor de volgende keer om eerst een datum te prikken en vervolgens de uitnodiging te versturen.

66

Vervolgens leverde Edwin via Corine Peek en Trienke Elshof een lijst aan met ongeveer 330 melkveehouders waarvan eerder is bewezen dat deze fanatiek zijn met bijeenkomsten zoals deze. Hiermee begon ik te bellen. De melkveehouders waarvan geen telefoonnummer beschikbaar was mailde (ongeveer 50) ik iets persoonlijker dan in de eerste mail. Maar opnieuw kwam er niet één aanmelding via de mail binnen. Na ongeveer 150 melkveehouders te hebben gebeld waren er ongeveer 20 melkveehouders die hadden toegezegd en 10 melkveehouders die geïnteresseerd waren, maar nog niet zeker wisten of ze zouden komen. Tijdens de belgesprekken stond de datum 16 december al wel vast. De vier grootste redenen voor de melkveehouders die niet wouden komen waren:

1. Te ver rijden
2. Ik het al zoveel van dit soort dingen rond deze tijd van het jaar
3. Ik ben thuis aan het bouwen
4. Niks voor mij zo'n discussie

Toen deze melkveehouders ongeveer drie weken van te voren werden nagebeld of ze definitief zouden komen bleven er ongeveer 18 over. In de tussentijd zijn er ongeveer 50 andere melkveehouders extra gebeld waarna het totaal op 26 kwam te staan. De dag voor de bijeenkomst en op de dag zelf waren er nog zes afmeldingen. Vervolgens kwamen er acht niet opdagen. Een paar werden er na gebeld maar die waren druk of die waren het vergeten.

Het komt er op neer dat melkveehouders voor zoiets heel gemakzuchtig afzeggen, of niet komen opdagen na een eerdere toezegging. Goed om in het vervolg rekening mee te houden. Één van de oorzaken is denk ik dat er geen kosten aan zijn verbonden waardoor het voor de melkveehouder niets uitmaakt om weg te blijven.

4.2 Service vanuit DCA

Het leek erop alsof de melkveehouders tevreden waren over de service. De koffie, het water en de lunch waren goed geregeld. Daarnaast was 11.00 tot 15.30 uur voor de meesten de ideale tijd. Zodat 's morgens het werk rustig kon worden afgerond. De meesten moesten ook nog wel meer als een uur rijden. Ook oogde het alsof DCA de hele dag als neutraal werd beschouwen, en niet als een partij die de verkoop probeerde op te schroeven. De trainingen werden ook pas helemaal aan het eind van de dag gepromoot, en niet de hele tijd tussendoor.

4.3 Interesse onderdelen

Nadat Edwin de dag was begonnen over DCA en het over een aantal wereldwijde trends had, ging Edin het hebben over de economische invloeden op de wereldmarkt, zoals Euribor, olie en opkomende economieën. Het leek erop alsof de aanwezigen dit behoorlijk interesseerden en nadat Edin zijn verhaal had afgerond ontstond er een lange discussie met veel meningen. Veelal ging het wel over de bank. Dit komt nog verder terug in de conclusies.

Vlak voor de lunch gaven een aantal melkveehouders aan dat ze graag geïnformeerd zouden worden over het zojuist geïnteresseerde Farmers Funding. Met grote interesse aanschouwden ze het nieuwe alternatief van financieren, uitgelegd door Kees.

Vervolgens kwam Edwin aan het woord. Aangezien Edwin weinig tijd had, kreeg ik in eerste instantie de indruk dat het onderdeel termijnmarkt allemaal veel te snel ging voor de melkveehouders. Toen eenmaal het onderdeel DTO garantiecertificaat aan bod kwam werden de melkveehouders weer een stuk mondiger en geïnteresseerder. De meesten waren erg benieuwd hoe het systeem nu daadwerkelijk in elkaar steekt.

4.4 Mondigheid discussie

Nadat Edwin het over risicomanagement in de melkveehouderij heeft gehad kwamen de overige stellingen aan bod. Zodra de stellingen werden geïntroduceerd was het af en toe even wachten op een reactie uit de zaal, maar als één van de melkveehouders op de stelling had gereageerd volgden er snel veel reacties. Op iedere stelling is antwoord gekomen die duidelijk genoeg is. Belangrijk waren wel de tips van Edwin en Eric om niet teveel stellingen te doen. Voor de pauze waren er twee over financiering en aan het eind nog een zestal, maar dat is meer dan genoeg. De melkveehouders vinden het wel interessant om aan het einde van de middag over een aantal stellingen te discussiëren, maar dat moet niet te lang duren.

Ik had het gevoel dat de meeste melkveehouders wel meerdere keren een uitgesproken mening hebben gegeven. Een enkele hield zich wat meer op de achtergrond tijdens de discussie. Persoonlijk vond ik het als studentje af en toe lastig om een poot aan de grond te krijgen tussen de ervaren melkveehouders, maar daarom was ik blij dat Edwin en Eric er ook bijzaten om daarin te ondersteunen en de veehouders enigszins te prikkelen tot discussie.

4.5 Mening aanwezigen

Na afloop kregen de melkveehouders ook nog een mailtje met daarin een aantal vragen met evaluatie. Vijf van de twaalf melkveehouders hebben hierop gereageerd. Hieronder staan de vijf vragen die zijn gesteld, met daaronder de gegeven antwoorden.

Wat vond u van de service bij DCA? (Te denken aan lunch, koffie, ontvangst, etc.) En wat miste hier aan?

- Verzorging prima, netjes verzorgd, niet karig maar ook geen overdreven luxe
- Keurig in orde
- Goed
- De verzorging was prima voor elkaar
- De service was goed

Conclusie: Service was goed

Wat vond u van de tijden? Was 11 uur tot half 4 ideaal of juist niet?

- 11 tot 4 was een perfecte timing. 's Morgens gewoon tijd om het melken en voeren af te werken, 's avonds normale tijd thuis. Een halve dag verdelen over morgen + middag is ideaal, maar je hebt er dan wel een lunch bij nodig.
- Ideaal
- Half uurtje eerder beginnen, zorgt de terugweg voor minder file.
- Gunstige tijden voor een melkveehouder
- De tijden waren goed

Conclusie: Tijden op zich ideaal. Half uurtje eerder stoppen zou ertoe leiden dat niemand in de file komt.

Wat vond u van het programma voor de pauze? Waarin het vooral ging over economie en financiering, toen Edin Mujagic aan het woord was.

- Belangrijke materie, boeiend hoe Edin dit kan vertellen, werd goed met vragen/discussie omgegaan.
- Erg interessant hoe Edin de wereldeconomie in kaart had.
- Zeer leerzaam
- Edin is een erg interessante spreker
- Super veel van geleerd, had ik nooit verwacht

Conclusie: Erg zinvol om Edin te laten spreken.

Wat vond u van het programma na de pauze? Waarin een stukje risicomanagement centraal stond, met vervolgens een stukje discussie over een aantal actuele onderwerpen.

- Risicomanagement op de manier zoals gepresenteerd is volgens mij voor veel melkveehouders nog een ver-van-mijn-bed show (termijnmarkten voor afdekken prijsrisico voer). Mooi om eens een uitleg te krijgen, maar iets minder direct toepasbaar op eigen bedrijf. Het melkprijsgarantiecertificaat was voor mij wel interessant, maar ik was er al bekend mee.
- Leuk om diverse meningen te horen.

- Interessant
- De onderlinge discussie heb ik als erg waardevol ervaren
- Interessant met de uitleg over farmers funding erbij. Ook een interessante en levende discussie

Conclusie: Werd als interessant beschouwd, enkel zaken over de termijnmarkt was voor sommigen iets te diepgaand.

Heeft u verder nog opmerkingen? Miste er nog iets aan deze dag of iets dergelijks?

- Omdat we in een mooie kleine setting waren, miste ik wel een beetje een 'voorstelrondje' van alle deelnemers, zelf vind ik het een meerwaarde hebben om in het kort te weten wie alle deelnemers zijn.
- Verder geen opmerkingen
- Goed zo
- Succes met je onderzoek
- Leuke dag , wat ik miste was de voorstellingsronde met welke bedrijven of soorten bedrijven we te maken hadden van een ieder.

Conclusie: Er ontbrak een voorstelronde aan het begin van de dag.

Bijlage 5 Lijst mengvoeders

Naam	Type	Login	Site	Overig
ABZ Diervoeding	Veevoederbedrijf	Ja	www.abzdiervoeding.nl	
AgriFirm Feed	Veevoederbedrijf	Ja	www.agrifirm.com/feed	
Agruniek Rijnvallei	Veevoederbedrijf	Ja	www.agruniekrijnvallei.nl	
Beukelaar	Veevoederbedrijf	Nee	www.beukelaargroep.nl	
Bos E.J.	Veevoederbedrijf	Nee	www.ejbos.nl	
Bos P. Veevoerders	Veevoederbedrijf	Ja	www.pbosveevoerders.nl	
Bosgoed	Veevoederbedrijf	Ja	www.bosgoeddiervoeders.nl	
Brons	Veevoederbedrijf	Nee	www.bronsvoorthuizen	
Bruekers	Veevoederbedrijf	Nee	www.bruekersveevoerders.nl	
CAV Den Ham	Veevoederbedrijf	Ja	www.cavdenham.nl	
Cefetra	Veevoederbedrijf	Ja	www.cefetra.nl/index.php?id=feed_service&L=2	
Coppens	Veevoederbedrijf	Ja	www.coppensdiervoeding.nl	
Denkavit	Veevoederbedrijf	Ja	www.denkavit.nl	
Dz Six	Veevoederbedrijf	Ja	www.dzsix.nl	
For Farmers Hendrix	Veevoederbedrijf	Ja	www.forfarmershendrix.nl	
Gorp Van	Veevoederbedrijf	Nee	www.van-gorp.com	
Hartog	Veevoederbedrijf	Nee	http://www.hartog-lucerne.nl/veevoer	
Havens	Veevoederbedrijf	Nee	www.havens.nl	
Herbavita	Voedings-supplementen	Ja	www.herbavita.eu	
Heus De	Veevoederbedrijf	Ja	www.de-heus.nl	
Hoop De	Veevoederbedrijf	Ja	www.dehoop-zelhem.nl	
Isidorus	Veevoederbedrijf	Ja	www.isidorus.nl	Krijgt marktinfo DCA
Nijssen Granico	Veevoederbedrijf	Ja	http://www.nijssen-granico.nl/nl/feed/diervoeders/	
Oldambt	Veevoederbedrijf (groen)		www.oldambt.nl	
Provimi	Veevoederbedrijf	Nee	www.provimi.nl	
Raiffeisen Ems-Vechte	Veevoederbedrijf	Nee	www.raiffeisen-ems-vechte.de	
Reudink	Veevoederbedrijf	Nee	www.reudink-bio.eu	
Treurniet	Veevoederbedrijf	Nee	www.treurniet-mengvoerders.nl	
Valk Wekerom, de	Veevoederbedrijf	Nee	www.dvw.nl	
Vitelja	Veevoederbedrijf	Ja	www.vitelja.nl	
Oosterwolde Ga	Grasdrogerij	Nee	www.grasdroger.nl	
Sikma	Veevoederbedrijf	Nee	www.inteqnion.com/nl/project/58/sikma-veevoerders-nederland.html	
Fuite	Veevoederbedrijf	Ja	www.fuite.nl	
NM voeders	Veevoederbedrijf	Nee	www.nmveevoerders.nl	
Rooyen van	Veevoederbedrijf	Nee	www.bostel.nl	
Theeuwes	Veevoederbedrijf	Ja	www.theeuwes.nl	

Bijlage 6 Competenties

In deze bijlage is van een zevental competenties aan de hand van een voorbeeld met behulp van de STARR-methode toegelicht hoe deze competenties zijn verbeterd. Het betreft de competenties leiding geven, samenwerken, presenteren, onderzoeken, innoveren, organiseren en zelfsturen.

Naam competentie: Leiding geven	
Situatie	<i>Om de gewenste input te krijgen voor de deelvragen, vond er op 16 december 2014 een bijeenkomst plaats. Daarin kregen de melkveehouders het één en ander verteld over de agrarische markt waarna er vervolgens gediscussieerd werd aan de hand van een aantal stellingen.</i>
Taak	<i>Aan mij was het de taak om de discussie zo goed mogelijk te leiden en iedereen aan het woord te krijgen.</i>
Actie	<i>Ik had een aantal stellingen verzonnen. Deze stellingen volgden nadat iemand een verhaal had gehouden over dat bepaalde onderwerp. Deze stelling las ik voor om melkveehouders te prikkelen. Vervolgens had ik een aantal steekwoorden en trends vanuit de markt erbij betrokken om nog meer los te maken. Vervolgens gingen de melkveehouders wel op elkaar in. Een enkele keer vroeg ik zaken specifiek aan een melkveehouder die niet veel aan het woord was geweest.</i>
Resultaat	<i>Het resultaat was erg goed. Over ieder onderwerp is het gewenste input verkregen en de bijeenkomst verliep gestructureerd. Ook waren constant andere melkveehouders aan het woord.</i>
Reflectie	<i>Ik kijk er erg tevreden op terug. Alleen vond ik het af en toe lastig een poot aan de grond te krijgen. Dit omdat de melkveehouders soms al heel veel weten over het onderwerp en er meer praktijkervaring mee hebben gehad dan ik.</i>
Bewijsstukken	<i>Bijlage 4</i> <i>Scriptie voor de input</i> <i>Eric de Lijster en Edwin Burgers voor het leiding geven van mij</i>

71

Naam competentie: Samenwerken	
Situatie	<i>Om een bijeenkomst te houden met de melkveehouders, was het voor mij erg belangrijk genoeg te weten te komen over de diverse onderwerpen. Daarom werkte ik bij DCA een poosje mee in het redactieteam.</i>
Taak	<i>Ik ging voor een groot deel schrijven in de melkveehouderij. Logisch gezien mijn achtergrond en het onderwerp van de bijeenkomst. Maar daarnaast was zuivelwatcher Herma van der Pol met zwangerschapsverlof waardoor het helemaal goed uitkwam.</i>
Actie	<i>Samen met het redactieteam en vooral hoofdredacteur Eric de Lijster ging ik veel om tafel om te verdelen waar ik over ging schrijven en hoe het redactieteam mijn</i>

	<i>stukken konden verwerken. Daarnaast zocht ik zelf ook nog het één en andere aan informatie om te overleggen of het relevant was</i>
Resultaat	<i>Het samenwerken ging echt goed. De taken waren vrijwel altijd duidelijk en ik wist hoe te handelen in een redactieteam.</i>
Reflectie	<i>Zeer goed verlopen. Ik leerde hoe ik mijzelf moest plaatsen in een team en hoe ik anderen moest benaderen en juist niet. Vrijwel nooit problemen gehad in het samenwerken.</i>
Bewijsstukken	<i>Het redactieteam onder leiding van Eric de Lijster</i>

Naam competentie: Presenteren	
Situatie	<i>Ik heb heel veel moeten bellen. Ten eerste om melkveehouders bij elkaar te sprokkelen voor de bijeenkomst, ten tweede om informatie te krijgen voor artikelen en ten derde om de gewenste input te krijgen over de tevredenheid van de huidige opzet van het abonnement. Dit voorbeeld gaat verder met het laatstgenoemde</i>
Taak	<i>Het was de bedoeling om melkveehouders met een abonnement te bellen over hun mening over het abonnement.</i>
Actie	<i>Ik belde de melkveehouders vanuit een verkregen lijst. Maar na een paar telefoontjes kwam ik erachter dat ik niet direct over het abonnement moest beginnen. Door eerst wat interesse in het bedrijf of dergelijke zaken te tonen maak je de melkveehouder een stuk enthousiaster.</i>
Resultaat	<i>Ik ben tevreden met het resultaat aangezien er genoeg respons is verwonnen voor de invulling van deelvraag 3 van het eindresultaat</i>
Reflectie	<i>Ik heb gedurende de belgesprekken steeds meer geleerd hoe een melkveehouder te benaderen voor telefonische vragen. Hierdoor ben ik de taal van de Nederlandse melkveehouder beter gaan spreken</i>
Bewijsstukken	<i>Deelvraag 3 van het eindverslag</i>

Naam competentie: Onderzoeken	
Situatie	<i>Onderzoeken heeft constant plaatsgevonden. Een onderzoek was nodig om het gewenste respons te verkrijgen.</i>
Taak	<i>Ik ben in overleg gegaan met de directeurs van DCA waar is uitgekomen dat ik voor de eerste twee deelvragen een bijeenkomst ging organiseren met een aantal melkveehouders, om via deze weg genoeg respons te verkrijgen over de melkmarkt, voermarkt, financiering, grond & mest en maatschappij</i>
Actie	<i>Allereerst probeerde ik via de mail en telefoon zoveel mogelijk melkveehouders te</i>

	<i>motiveren om aanwezig te zijn bij de bijeenkomst. Vervolgens werden ze via een verhaal gehouden door specialisten op dat gebied helemaal in het onderwerp geleid, waarna ik een aantal stellingen had verzonnen om het gewenste input te verkrijgen.</i>
Resultaat	<i>Het werkte erg goed. Aan de hand van de stellingen en bijbehorende informatie waren de melkveehouders zeer mondig. Bij sommige stellingen ontstond een behoorlijke discussie</i>
Reflectie	<i>Het meeste onderzoek dat ik voorheen had gedaan was kwantitatief onderzoek. Ik was eigenlijk altijd overtuigd dat kwantitatief onderzoek het beste werkt, omdat je dan respons hebt van meerdere bronnen. Maar afhankelijk van de situatie hoeft kwantitatief onderzoek absoluut niet beter te zijn. Voor dit onderzoek heb ik geleerd dat in sommige situaties een kwalitatief onderzoek beter werkt.</i>
Bewijsstukken	<i>Bijlage 4 reflectie bijeenkomst</i>

Naam competentie: Innoveren	
Situatie	<i>Het onderzoek had als doel om meer unieke bezoekers te krijgen op de site van boerenbusiness.nl. Hiervoor moest er dus ook gekeken worden op welke wijze de artikelen een stukje aantrekkelijker overkomen. Een stukje innovatie dus.</i>
Taak	<i>Naar aanleiding van de bijeenkomst is duidelijk geworden wat de melkveehouders graag lezen over de agrarische markt. Naar aanleiding daarvan was het aan mij de taak om te kijken hoe deze informatie op innovatieve wijze over te brengen.</i>
Actie	<i>Via een programma dat beschikbaar werd gesteld door DCA kon ik zien welke berichten het meeste werden gelezen. Naar aanleiding daarvan viel af te leiden wat voor type berichten het meest populair waren..</i>
Resultaat	<i>Het werd duidelijk dat vooral een vragende en aantrekkelijke eerste alinea en titel erg bepalend zijn voor de populariteit van de artikelen.</i>
Reflectie	<i>Innovatie hoeft niet alleen te gaan om fysieke producten, maar ook om zaken zoals artikelen. Een creatieve en vernieuwende blik hierop kan van groot invloed zijn op het resultaat.</i>
Bewijsstukken	<i>Aantal unieke bezoekers op de site.</i>

Naam competentie: Organiseren	
Situatie	<i>Organisatie kwam vooral aan bod bij het binnenkomen van de informatie. Aangezien het bij deelvraag 1 en deelvraag 2 om een kwalitatief onderzoek ging was de informatie niet gestructureerd en georganiseerd</i>
Taak	<i>Aan mij was de taak om de informatie op een gepaste en geschikte manier te structureren en organiseren. Vooral door hier vooraf goed over na te denken</i>

	<i>aangezien het achteraf een stuk lastiger wordt.</i>
Actie	<i>In overleg met het team besloot ik om geluidsapparatuur te gebruiken om de informatie vast te leggen. Vervolgens heb ik na de bijeenkomst alles afgeluisterd en in een documentje getypt. Van daaruit was het mogelijk om de input gestructureerd verder te verwerken.</i>
Resultaat	<i>Het resultaat was erg goed. Zodra je alles op gaat schrijven of zelf probeert te onthouden vergeet je snel zaken. Dit was ideaal aangezien alles werd vastgelegd waardoor niks werd vergeten.</i>
Reflectie	<i>Vooral geleerd heb ik dat het belangrijk is dat je voor dat je dingen uitvoert goed organiseert. Op dat moment is alles nog te sturen. Als je achteraf pas organiseert en structureert loop je het risico dat bepaalde zaken missen die niet meer te achterhalen zijn.</i>
Bewijsstukken	<i>Luisterdocumenten</i> <i>Input deelvragen 1 en 2</i>

Naam competentie: Zelfsturen	
Situatie	<i>Tijdens het uitvoeren van dit project ben ik in contact gekomen met enorm veel externe partijen. Van melkveehouders, tot collega's, tot bedrijven die actief zijn in de agrarische sector.</i>
Taak	<i>Mijn taak was om in alle tijden de partijen op een zo'n goed mogelijk manier te benaderen.</i>
Actie	<i>Zodra ik contact opnam met bepaalde partijen, bijvoorbeeld via de telefoon, liet ik collega's op de redactie meeluisteren naar het gesprek. Op deze manier kon ik worden voorzien van tips.</i>
Resultaat	<i>Een betere benadering van de externe partijen</i>
Reflectie	<i>Het is belangrijk andere personen ook te laten oordelen over jou vaardigheden. Op deze manier hoor je van anderen wat je beter kunt doen. Vooral personen die meer ervaring hebben bij bepaalde activiteiten kunnen hier goed over oordelen.</i>
Bewijsstukken	<i>Veel respons</i>