

'ONAFHANKELIJKE POSITIE STAAT VOOROP'

Jubilerend The Friesian helpt de wereld meer te melken

'Het komt er op neer dat wij onze klanten helpen beter te melken zodat zij meer verdienen.' Zo omschrijft directeur Siebren van der Zwaag The Friesian. Tien jaar geleden richtte hij het adviesbureau voor de internationale melkveehouderij op. Overal waar gemolken wordt en waar de bedrijfsvoering stagneert, is The Friesian actief. 'Investeerders vergeten nogal eens goed geschoold personeel op hun melkbedrijf te zetten.'

'Hoe kan je meer melk produceren? Hoe kun je schonere melk produceren en hoe kan je goedkoper melken? En hoe houd je rekening met de belangen van het dier en het milieu bij het melken? Op al die vragen hebben wij als Nederlandse zuivelsector een antwoord', zegt Siebren van der Zwaag, directeur/eigenaar van The Friesian. De voormalige veearts omschrijft zijn onderneming als een adviesbureau dat op bovenstaande vragen antwoord geeft.

'Het komt er op neer dat wij onze klanten helpen beter te melken zodat zij meer verdienen. Of het nou gaat om een melkveehouder met twee koeien op Java of een bedrijf met 20.000 koeien in Tartastan, een

de The Friesian tien personeelsleden in dienst die met behulp van enkele tientallen freelance medewerkers melkveebedrijven over de hele wereld op gang helpen. 'Overal waar gemolken wordt en het verantwoordelijk management problemen tegenkomt die om een oplossing vragen, zijn wij aanwezig.' Dat varieert van Azerbeidzjan tot Egypte en Wit-Rusland tot Griekenland. Witte vlekken zijn er ook. In Noord- en Zuid-Amerika is The Friesian niet of nauwelijks actief, hoewel er binnenkort een project in Uruguay van start zal gaan. 'In de beperking toont zich de meester', motiveert Van der Zwaag. The Friesian heeft zich gespecialiseerd in de Russischtalige wereld, waar ook veel

teerders geld steken in een melkveebedrijf en dan verbaasd zijn als de resultaten achterblijven bij de verwachtingen. Ze investeren meestal wel in kwalitatief goed vee en goede machines, maar vergeten nogal eens aandacht te schenken aan de kwaliteit van het personeel dat ze op de bedrijven zetten. Dan zijn ze teleurgesteld als de productie die door de leverancier van de melkmachine of door de veehandelaar was beloofd, niet word gehaald.'

BASISKENNIS ONTBREEKT

Vaak blijkt volgens Van der Zwaag dan dat de benodigde basiskennis van de melkveehouderij ontbreekt. 'Meestal zie je dat met betrekkelijk eenvoudige aanpassingen in het management zo'n bedrijf al heel snel de productie kan opvoeren zonder dat het veel meer geld hoeft te kosten. We rekenen dan ook altijd voor welke financiële voordelen er te behalen zijn als de productie met betrekkelijk eenvoudige ingrepen wordt vergroot. Gelukkig worden investeerders zich steeds meer bewust van het belang om goed geschoold personeel aan te trekken voor de melkveebedrijven waar ze geld in hebben gestoken.'

'Al onze projecten kunnen we hier in Leeuwarden op ons kantoor nauwgezet volgen omdat we de data van de melkveebedrijven hier naar toe halen en van uit hier dus ook deels kunnen aansturen.'

'Er ligt een wereld aan mogelijkheden open voor Nederland zuivelland'

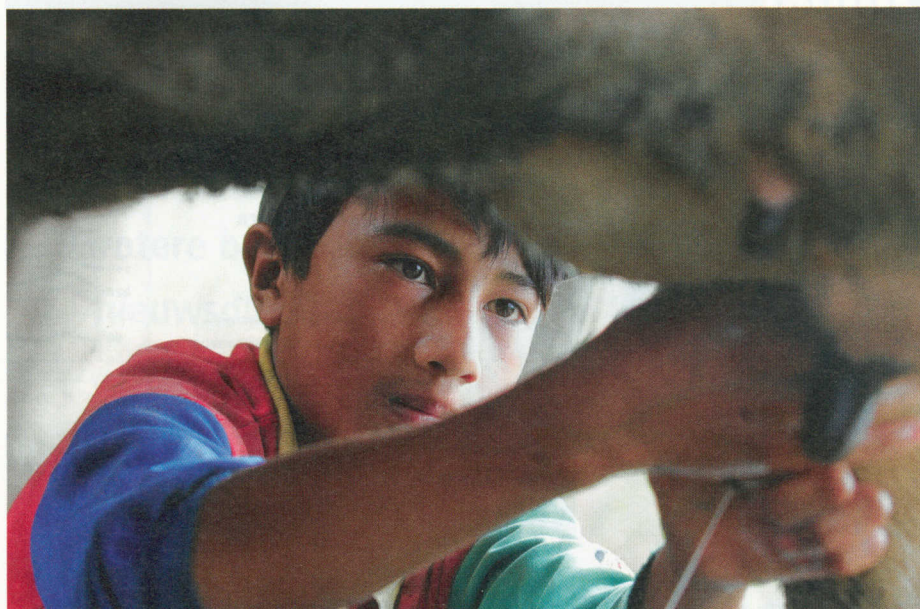
deelrepubliek van Rusland. Het gaat om dit soort vragen. Onze klanten zijn zuivelfabrikanten en investeerders zoals banken die of op het punt staan een greenfield-operatie te starten of die al in een bestaande operatie zitten. Ze willen allemaal meer melken. Wij zijn in staat om ze daarbij te helpen. Tien jaar geleden realiseerde ik me dat daar een markt voor was. Toen zijn we begonnen.' Inmiddels heeft het in Leeuwarden gevestig-

Nederlandse toeleveranciers van de melkveehouderijsector aanwezig zijn.

'Onze toegevoegde waarde zit vooral daar waar men nog weinig weet van de melkveehouderij. Hier in Nederland is het voor veehouders geen probleem om een koe 8000 liter melk per jaar te laten produceren. Want onze veehouders zijn allemaal goed opgeleid. Daar is in het buitenland vaak een gebrek aan. Je komt het nog veel tegen dat inves-



Siebren van der Zwaag, directeur van The Friesian.



'Met eenvoudige aanpassingen in het management kan de melkproductie worden opgevoerd.'

The Friesian maakt bij haar activiteiten veel gebruik van het kennisnetwerk in de Nederlandse melkveehouderijsector. Van der Zwaag benadrukt dat zijn bureau desondanks een onafhankelijke positie inneemt. 'Ik vertegenwoordig in het buitenland niet perse het Nederlandse zuivelcomplex. We zijn niet gebonden aan een bepaalde fabrikant van melkmachines of aan een bepaalde stalbouwer. We doen voor onze projecten niet alleen zaken met Jan, Piet of Klaas. Het is voor ons heel belangrijk dat we een onaf-

hankelijke positie kunnen blijven innemen.' Het adviesbureau richt zich voornamelijk op de melkveehouderij. 'Wij komen niet in de fabriek,' stelt Van der Zwaag. Wel assisteert The Friesian de zuivelondernemingen door er voor te zorgen dat zij kwalitatief goede melk van hun boeren krijgen. Daarvoor is het Pure-programma opgezet. Dat stelt zuivelondernemingen in staat de kwaliteitsrisico's in kaart te brengen en te managen conform de HACCP- en ISO-normen. Daarbij gaat het niet alleen om bij

voorbeeld biologische risico's en contaminanten maar ook dierwelzijn en de impact van de melkproductie op het milieu komen aan de orde. Van der Zwaag wijst er op dat met name de duurzaamheidsaspecten ook in de minder ontwikkelde zuivellanden een steeds grotere rol spelen. 'Verduurzaming is echt niet alleen een issue in West-Europa. Ook in andere landen waar de melkveehouderij van de grond begint te komen spelen duurzaamheidsissues. De tijd dat je in Rusland de mest nog in een gat in de grond kon dumpen is echt voorbij. Misschien wil het met de implementatie van dergelijke regelgeving nog niet overal vlotten, maar het komt er zeker aan.' Het Pure-programma, dat overeenkomsten heeft met het Nederlandse kwaliteitsborgingsprogramma Keten Kwaliteit Melk, wordt gemodelleerd naar de lokale omstandigheden.

GRONDSTOF ZEKER STELLEN

Daarnaast biedt The Friesian zuivelondernemingen het Sure-programma aan. Dat is niet op kwaliteit, maar op volume gericht. Van der Zwaag: 'In de gebieden waar wij werken staan zuivelondernemingen vaak voor de vraag hoe zij hun grondstof zeker kunnen stellen. Moeten ze de melkproductie bij hun eigen boeren proberen te vergroten of is het misschien toch verstandiger om ook elders melk aan te trekken?'

The Friesian ontwikkelt op maat gesneden programma's waarbij de zuivelonderneming enkele vooruitstrevende boeren tot ambassadeurs benoemt. Via lokale banken of financiers worden vervolgens kredietlijnen opgezet om deze veehouders in staat te stellen de veestapel uit te breiden om de melkproductie te vergroten.

'Uiteindelijk gaat het er voor de zuivelindustrie toch om waar zij goedkoop de melk vandaan kan halen. De grote spelers zoals Danone, FrieslandCampina en Fonterra kijken overal in de wereld naar de beste mogelijkheden om zuivel te produceren. Vooral ook naar landen als China en niet te vergeten India. De melkveehouderij is in die landen nog erg versnipperd, met veel boeren die twee of drie koeien hebben. De ontwikkelingen gaan echter bijzonder snel in die landen. Vooral in India komt de lokale zuivelindustrie snel van de grond. Als Nederland zuivelland kunnen wij daar een belangrijke rol spelen. Echt, er ligt een wereld aan mogelijkheden voor ons open.'