



Eén van de grootste bedrijven in China is De Modern Dairy Group. Dit megamelkveebedrijf melkt 100.000 koeien op 17 locaties. Op deze locatie worden 20.000 koeien gemolken met acht 80-stands draaimelkstallen. Joep Driessen van CowSignals Training Company trainde de bedrijfsleiders van Modern Dairy. Op www.melkvee.nl zijn verschillende video's te bekijken van dit bedrijf.

een verschil in wat ze met eigen inzichten neerzetten en wat met buitenlandse kennis wordt gebouwd. In het laatste geval bouwen ze de nieuwe stallen vooral naar Amerikaanse inzichten. Het betreft vaak 2+2-rijige stallen met diepstrooiselboxen met ruime maatvoering." Op de modernste bedrijven wordt veelal gebruik gemaakt van cross ventilation, aldus Driessen: ventilatie waarbij de lucht vanaf de ene zijkant de stal in wordt geblazen en aan de andere zijkant wordt aangezogen.

Opmerkelijke fouten

Het viel Driessen op dat het managementniveau op de bedrijven sterk wisselt. „Er zijn bedrijven die qua managementniveau tot de beste bedrijven ter wereld behoren. Modern Dairy is daar een van. Daar kan menig Europees melkveebedrijf nog wat van leren. Je ziet echter ook bedrijven die bepaalde dingen heel goed doen, maar waar aan de andere kant grote fouten worden gemaakt." Driessen kwam daarbij opmerkelijke dingen tegen. „We waren bijvoorbeeld op een bedrijf met mooie moderne stallen. De wachtruimte was slechts 2 meter breed en er was geen terugloopgang. De koeien moesten na het melken weer door de wachtruimte lopen. Dit was dus continu 'rodeo' om de wachtruimte op tijd te vullen. Ook lieten ze de koeien vóór het melken door een gang lopen die steeds smaller werd, tot 1 meter breed. Daar moesten ze door een voetbad met formaline lopen. De koeien kwamen met stinkende formaline-poten de melkstal in. Dan denk je: wie heeft dat bedacht?", aldus Driessen. „Een ander bedrijf heeft ruime vreetplaatsen en de watervoorziening goed voor elkaar. Maar de koeien liggen op een

betonnen plaat, die ze een paar keer per dag schoonschuiven. De conclusie is dan: direct diepstrooiselboxen maken." Ook kwam Driessen op een topbedrijf met prachtige stallen, elke koe een lig- en vreetplek, maar een afkalfstal was nergens te vinden. „De koeien kalfden in de ligbox af en de kalveren kwamen op de mestgang terecht. De kalversterfte was er dan ook ruim 40 procent. Vaak kalfden er meerdere koeien tegelijkertijd af en ze hadden niet voldoende melkemers. Dus lieten ze de afgekalfde koeien steeds wel 4 uur staan wachten aan het voerhek. Die koeien maken dan al een hele stressperiode door." Waar veel grote bedrijven geen eigen ruwvoer verbouwen maar alles aankopen, zijn er ook bedrijven die wel (gedeeltelijk) hun eigen ruwvoer verbouwen. Het grasland- en inkuilmanagement op deze bedrijven kan volgens Driessen in veel gevallen beter. „Ze oogsten de luzerne of de maïs nog vaak óf veel te vroeg óf veel te laat. Hierdoor valt de ruwvoer kwaliteit tegen. Ook zie je regelmatig slecht afgedekte kuilen, waardoor er behoorlijk veel voer verloren gaat door broei", legt hij uit.

Inhaalslag in kennis

Ondanks de investering in moderne bedrijven blijkt er dus op veel bedrijven een behoorlijke kennisachterstand te zijn. Vaak missen ze de praktische kennis. Door de investering in kennis uit de Verenigde Staten en West-Europa maken de Chinezen volgens Driessen een behoorlijke inhaalslag. Driessen merkt op dat ze enorm leergierig zijn. „Onze adviezen worden met open armen ontvangen. Als je uitlegt hoe het beter kan, zijn ze ook direct bereid om dingen te veranderen. Dit is een



Lokale Chinese bedrijven zijn sober gebouwd en voeren de koeien vooral met lokaal geproduceerde gewassen.

groot verschil met de Europese boer. Daar heeft men door de jaren heen de eigen 'managementnormen' ontwikkeld en denkt men wel te weten hoe het moet. Daarom is men minder bereid om te investeren in kennis en ook dingen te veranderen." Driessen ziet als volgende stap om niet alleen de bedrijfsleiders op te leiden, maar binnen SDDDC ook Chinese CowSignals-trainers op te leiden die vervolgens ook weer hun kennis delen. „Daarmee bereiken we een nog grotere groep mensen met onze kennis." Bang dat met het delen van kennis de groei in de Chinese veehouderij nog verder wordt geholpen, waardoor ze minder afhankelijk worden van onze export, is Driessen niet. „Als je ziet hoe hard de Chinese bevolking nog groeit en de vraag naar zuivel toeneemt, ben ik daar niet zo bang voor. Zolang wij voorop blijven lopen met de kwaliteit van onze zuivel en ook ons kennisniveau, zullen we een belangrijke handelspartner blijven. Op duurzaamheid en arbeidsefficiëntie lopen we nog voorop in de wereld. Dat moeten we zo houden. Wel moet onze sector zich blijven doorontwikkelen. De Chinezen leren zo snel, dat we moeten oppassen dat zij ons op kennisniveau niet inhalen", waarschuwt Driessen.

Verschillen groot

Ook Henk Bles, eigenaar van exportbedrijf Bles Dairies, is meerdere keren in China geweest. Hij werd door zuivelbedrijf Fonterra ingehuurd om als senior adviseur advies te geven over hoe men de organisatie op ►

Leergierig China investeert volop in Nederlandse kennis

‘Pas op dat Chinezen ons niet inhalen’

In China schieten grote moderne melkveebedrijven als paddenstoelen uit de grond. Toch mist China veelal praktische kennis om ze goed te kunnen managen. Nederlandse adviseurs merken dat Chinezen erg leergierig zijn en de opgedane kennis direct willen toepassen. „Wij moeten oppassen dat zij ons op kennisniveau niet inhalen."

De Chinese melkveesector verandert in rap tempo. Het land streeft er naar om zelfvoorzienend te worden in melkproductie. Sinds het melamineschandaal in 2008 worden de kwaliteitseisen door de overheid sterk aangescherpt. Lokale zuivelbedrijfjes zijn gedwongen om te stoppen omdat zij niet in staat zijn daar in te investeren. Kleine boeren met minder dan 200 koeien kunnen daardoor hun melk niet meer kwijt en stoppen met melken. Daar staat tegenover dat grote moderne melkveebedrijven als paddenstoelen uit de grond schieten, die gefinancierd worden door veelal buitenlandse investeerders. Deze

bedrijven verwerken vaak hun eigen melk en kunnen daardoor kwaliteit garanderen.

Moderne bedrijven

De afgelopen maanden verschenen er diverse video's op Melkvee.nl van een Chinees megamelkveebedrijf met meer dan 100.000 koeien: de Modern Dairy Group. Deze video's zijn gemaakt door Joep Driessen van CowSignals Training Company. Driessen is zijn carrière begonnen als dierenarts en runt nu met drie mede-eigenaren een adviesbedrijf. Hij werd door het kenniscentrum Sino-Dutch Dairy

Development Centre (SDDDC, zie kader) ingehuurd om de bedrijfsleiders te trainen die op 17 locaties van het melkveebedrijf werkzaam zijn. Bij deze training gaf Driessen praktische adviezen over hoe ze de koeien het best kunnen managen. Driessen trainde niet alleen de bedrijfsleiders van Modern Dairy Group. Tijdens eerdere trainingssessies adviseerde hij ook al bedrijfsleiders op andere grote melkveebedrijven in China. Volgens Driessen neemt het aantal grote melkveebedrijven enorm toe. „Op dit moment zijn er in China al 700 bedrijven met meer dan 1.000 koeien. Je ziet daarbij

FrieslandCampina over SDDDC

Het kenniscentrum SDDDC is ontstaan uit een samenwerking tussen de CAU (China Agricultural University), Wageningen UR, FrieslandCampina, CRV, Rabobank en Zhongdi Farm, een melkveebedrijf dat zijn locatie ter beschikking stelt voor praktische trainingen. Atze Schaap, directeur Dairy Development China van FrieslandCampina, vertelt wat dit kenniscentrum doet. „Wij verkopen babyvoeding vanuit Nederland naar China. Om de relatie ook op lange termijn in stand te houden, moeten we ook wat voor de Chinezen terug doen. Met de oprichting van het SDDDC brengen wij kennis op het gebied van de productiviteit, de veiligheid en het kwaliteitsniveau van de logistieke zuivelketen in China. Daarnaast vergroten we

ook de praktische kennis van bedrijfsleiders op melkveebedrijven." Volgens Schaap is er in China veel behoefte aan goed opgeleide bedrijfsleiders. „Daar kunnen we ons steentje aan bijdragen door mensen op te leiden." Sommige mensen vrezen dat Nederland de eigen glazen ingooit en de export naar China om zeep helpt, nu de sector de Chinese melkveehouderij helpt om meer zelfvoorzienend te worden. Schaap snapt die zorg wel. Hij is daar echter niet bang voor. „Gezien de enorme groei die China doormaakt, denk ik niet dat zij direct zelfvoorzienend worden. Wij moeten er nu voor zorgen dat we daar actief aanwezig zijn en een goede relatie opbouwen. Op de lange termijn moet er van beide kanten voordeel zitten aan deze relatie", verwacht hij.

Dit bedrijf met 300 melkkoeien, in de provincie Inner Mongolie, is typerend voor een lokaal Chinees melkveebedrijf. Het is een coöperatie van vijf Chinese melkveehouders. Iedere melkveehouder zorgt zelf voor eigen vee en voer, maar ze delen de melkstal. Door gezamenlijk melk te leveren kunnen ze beter investeren in de kwaliteit van de melk.



grote melkveebedrijven, die gefinancierd worden door Fonterra, kan verbeteren. Ook werd hij betrokken bij het ontwikkelen van nieuwe melkveebedrijven en het zoeken naar geschikte locaties om melkveebedrijven neer te zetten.

Volgens Bles zijn de verschillen in de melkveehouderij in China groot. „Eigenlijk kun je de melkveehouderij in China opdelen in drie soorten bedrijven. Ik reken dan niet de vele mensen die in hun eigen achtertuin twee of drie koeien houden om in hun eigen levensbehoefte te voorzien. De eerste groep zijn melkveebedrijven met een omvang van 200 tot 400 koeien. Dit zijn bestaande lokale Chinese bedrijven. De bedrijven zijn sober gebouwd en voeren de koeien vooral ook met lokaal geproduceerde gewassen.”

Dan noemt hij een tweede groep bedrijven met een omvang van rond de 1.000 tot 5.000 koeien. „Dit zijn bedrijven die gefinancierd worden door Chinese investeerders. Deze bedrijven worden gerund op basis van 100 procent Chinese kennis. De materialen waarmee ze het bedrijf bouwen, zijn ook typisch Chinees: de kwaliteit valt tegen. Een bedrijf van twee jaar oud lijkt er al twintig jaar te staan. De melkproductie per koe is er laag en de kwaliteit laat nog wel eens te wensen over. Wel zie je bij deze bedrijven dat er een omslag gaande is.” Evenals Driessen signaleert ook Bles dat dergelijke bedrijven vaak Amerikaanse expertise inkopen.

De derde categorie die Bles noemt, omvat verhoudingsgewijs veel minder bedrijven. „Dit zijn de grote megabedrijven van 10.000 koeien of nog meer. Deze bedrijven worden vooral gefinancierd door buitenlandse investeerders.” De bedrijven zijn veelal gebouwd op basis van Noord-Amerikaanse kennis en

ook het management komt overeen met dat van Noord-Amerika. „Deze bedrijven worden veel professioneler opgezet volgens de modernste maatstaven. Deze groep bedrijven groeit erg hard en krijgt, ook vanwege de omvang, een steeds grotere invloed op de Chinese melkproductie”, merkt Bles op.

Geen ongelimiteerde groei

De grootste bedrijven zijn volgens Bles vooral gericht op de melkproductie en verbouwen zelf weinig tot geen eigen voer. Ze kopen veel voer aan uit andere landen. „Het areaal waar je fatsoenlijk op kunt boeren, is verhoudingsgewijs niet zo groot. Maar een derde van de grond in China is geschikt voor landbouwproductie. Daar komt bij dat steden uitbreiden en er nieuwe steden worden gebouwd, die ook een deel van de landbouwgrond opslokken. Al het land is van de staat en die beslist wat er met de grond gebeurt. Melkveebedrijven kunnen alleen grond huren. Dit betekent dus dat ook de Chinese melkveehouderij niet ongelimiteerd kan groeien. Ook daar wordt steeds meer aandacht gegeven aan het milieu en zullen

ze de mest verantwoord kwijt moeten”, legt hij uit.

Veel Chinese melkveebedrijven leveren hun melk aan de lokale zuivelbedrijven. Het valt Bles op dat de melkprijs erg wisselt per bedrijf. Dat heeft te maken met de kwaliteit van de melk. Daar zit veel verschil in, volgens Bles. „Dit is een groot struikelblok. Veel lokale zuivelbedrijven zijn gericht op winst op korte termijn, en niet op kwaliteit. Die mentaliteit moet veranderen en dat gebeurt nu ook wel, mede door invloed van de Chinese overheid, die steeds hogere eisen aan de melk stelt. Het besef dat betaald moet worden voor kwaliteit komt langzaam op gang.” Dit verschil is ook duidelijk zichtbaar in de melkprijs. Bles: „Waar kleinere melkveebedrijven, die voor lokale zuivelbedrijven produceren, 30 tot 35 cent voor hun melk ontvangen, realiseren sommige grotere melkveebedrijven een melkprijs van rond de 50 cent. De laatste groep kan namelijk in eigen beheer zuivel produceren en verwerken doordat ze eigen zuivelfabrieken hebben. Daarmee kunnen ze kwaliteit borgen en daarom kunnen ze hun melk voor een betere prijs vermarkten.” ■

CRV over SDDDC

In december 2014 is ook CRV toegetreten tot het SDDDC. „China is een grote markt waar wij graag onze activiteiten uitbouwen”, zegt Jan Lok, hoofd van de internationale businessunit van CRV. „Het is echter wel een moeilijke markt omdat de overheid zich er sterk mee bemoeit. Als ze zien dat je alleen komt om aan hen te verdienen, kom je moeilijk binnen als handelspartner. Wij willen daarom ook onze kennis brengen op fokkerijgebied. Dit kunnen we goed doen binnen een platform als het SDDDC.”

Lok vindt dat er op fokkerijgebied nog veel is te verbeteren. „Ze hebben daar kleine koeien die veelal zijn geïmporteerd uit Australië en Nieuw-Zeeland. Dit zijn koeien die gefokt zijn om veel te kunnen grazen. Dit past niet bij het systeem dat de grotere melkveebedrijven in China hanteren, waar de koeien jaarrond binnen blijven. Wij adviseren daar vooral in te zetten op stieren die koeien geven die het voer efficiënt kunnen omzetten in melk. Vooral voor bedrijven die veel voer aankopen, is dit belangrijk.”

