

VLOG: kanttekeningen, kritiek en zorgen.

Tekst: Rob van Ginneken

Beeld: Twan Wiermans

FOCUS

In maart 2010 startte het Verband Lebensmittel ohne Gentechnik (VLOG) in Duitsland. Het was een uitvloeisel van wetgeving die het toestond om in Duitsland op etiketten van levensmiddelen weer te geven of een product genetisch gemodificeerde producten bevat. Het zegel 'Ohne Gentechnik' gaf de garantie dat er alleen GMO-vrije grondstoffen zijn gebruikt bij de productie van het betreffende levensmiddel.

Omzetgroei naar 50 procent

In de jaren die volgden groeide de omzet van VLOG-producten. In 2017 realiseerde het segment een omzet van 5,4 miljard euro, waar 4,4 miljard euro geprognosticeerd was. Voor 2018 wordt een omzetstijging van 27 procent verwacht, zo becijferde het Verband Lebensmittel Ohne Gentechnik eerder dit jaar. In euro is dat 6,9 miljard.

Hoewel VLOG zich over alle dierlijke sectoren uitstrekt is melk het belangrijkste onderdeel. In 2017 was melk goed voor een omzet van 3,06 miljard euro en nam daarbij 56 procent van de omzet voor haar rekening. Dezelfde

VLOG lijkt een succesverhaal. De Duitse markt is volledig om en ook Nederland en België storten zich op deze GMO-vrije melkstroom. Voerfabrikanten prepareren hun voerfabrieken en melkverwerkers werven actief leveranciers. Maar er zijn ook zorgen, en die zijn behoorlijk.

cijfers zien we terug in de productie van de Duitse melkplas; 50 procent van de melk wordt inmiddels GMO-vrij geproduceerd, becijferde het Duitse AMI eerder dit jaar.

Wat opvalt is de snelheid waarmee VLOG-melk in Duitsland haar opmars maakte. Het AMI constateerde dat in 2011 - 1 jaar na de oprichting van VLOG - 3 procent van de totale Duitse zuivelproductie (circa 1 miljard kilogram melk) voldeed aan de VLOG-standaard. De snelle transitie wordt in Duitsland tweeledig verklaard: enerzijds is er de vraag van de handel naar GMO-vrije producten. In enquêtes geeft 41 procent van de Duitse consumenten aan liever geen genetisch gemodificeerde grondstoffen in voeding te willen hebben. Daarnaast speelt ook de complexiteit van de productie en de logistiek een rol. VLOG hanteert strenge waarden om haar label te erkennen. Daarom schakelen veel Duitse melkverwerkers in de markt - die gekenmerkt wordt door veel kleine producenten - volledig om naar VLOG.

Milcobel: "Vraagzijde lijkt niet te willen betalen voor meerwaarde"

Milcobel is momenteel nog niet actief met VLOG, maar volgt wel aandachtig de ontwikkelingen op de markt, aldus Eddy Leloup, directeur Coöperatiezaken.

"Wij zijn niet blind voor de ontwikkelingen en onderschrijven zeker dat de consument meer en meer bewust en met transparantie zijn producten wil kiezen. Maar wat betreft VLOG bekijken we binnen onze coöperatie grondig hoe we daar verder mee omgaan. We merken dat onze veehouders zorgen hebben over de richting die VLOG nu opgaat. Men vreest dat dit ook weer een nieuwe standaard gaat worden, met alle gevolgen voor de rendabiliteit voor de veehouder."

In die zin deelt Leloup de zorg die ook Nevedi en BFA uiten, al maakt

Leloup zich bovenal druk om de positie van de veehouder in de keten. "Doordat VLOG een standaard dreigt te worden, wordt de toegevoegde waarde eruit gehaald. De vraagzijde lijkt namelijk niet bereid om te betalen voor de meerwaarde. Het is dan ook niet duurzaam om alweer de melkveehouder te laten opdraaien voor de extra kosten."

Leloup pleit voor integraal ketenoverleg met verschillende ketenpartners om realiteitszin in het dossier te krijgen. "Duurzaamheid betekent dat iederéén in de keten, van klant tot koe, zijn bijdrage levert om de producten van morgen op het bord te krijgen. VLOG is niet het eindpunt. Er komen nieuwe melkstromen met nieuwe eisen. Dat kan niet gaan zonder begrip voor elkaars situatie." ←

Over landsgrenzen heen

De cijfers tonen aan dat VLOG geen hype is, maar een blijvende eis van de consument. Of althans, zo wordt het gebracht door de retail. Vrijwel alle Duitse retailers hebben inmiddels VLOG-gecertificeerde producten in de markt. Daarmee raakt VLOG ook de Nederlandse en de Belgische zuivelsector, voor wie Duitsland een belangrijke afzetmarkt is.

In Nederland zijn intussen verschillende zuivelverwerkers actief met deze melkstroom aan de gang gegaan. Hoewel ze niet graag uitwijken over volumes, is een grove inschatting dat er momenteel ongeveer 1 miljard kilogram melk volgens het VLOG-lastenboek geproduceerd worden, met een verdubbeling in het vooruitzicht tegen 2020. In België is dat aandeel aanzienlijk kleiner. Daar concentreert de productie zich vooral in het Duitstalige gedeelte van België dankzij de activiteiten van Arla daar en de nadrukkelijk aanwezige Duitse afzetmarkt. De Vlaamse verwerkers zijn vooralsnog eerder afwachtend.

Bedenkingen

Daarmee lijkt VLOG een succesverhaal te zijn. Maar er zijn ook bedenkingen. Allereerst constateert AMI dat het toenemende aanbod van VLOG de meerprijs onder druk zet. In 2015 ontvingen de VLOG-melkers gemiddeld nog 4,3 cent meer volgens de melkprijsvergelijking. In het slechte melkprijsjaar 2016 was het verschil nog maar 3 cent en inmiddels is het verschil maximaal 1,5 cent, maar sommige verwerkers betalen al geen meerprijs meer.

In Nederland en België varieert de meerprijs. Algemeen aangenomen wordt dat er 1 euro per 100 kg melk toeslag volgt bij deelname, al betaalt A-ware bijvoorbeeld 1,25 euro/100 kilogram extra in haar boerderij-melk concept maar daar worden ook nog andere eisen aan gesteld. FrieslandCampina geeft aan momenteel 1 euro/100 kilogram melk te betalen als vergoeding voor de hogere voerkosten. Maar ook vanuit de voersector klinkt kritiek op de ontwikkeling van VLOG. De individuele voerbedrijven geven aan nog geen problemen te ondervinden met de beschikbaarheid van GMO-vrije grondstoffen. De vertegenwoordigers van de voerindustrie - Nevedi in Nederland en BFA in België - luiden echter de noodklok. Zij vrezen voor het rendement van de veehouder en voor hun eigen reputatie als er in ketenverband geen afspraken gemaakt worden.



Het Ohne Gentechnik-label is inmiddels te vinden op talloze producten.

FrieslandCampina: “Meer GMO-vrije grondstoffen kwestie van tijd”

FrieslandCampina heeft in korte tijd flinke stappen gemaakt met VLOG. Het komend jaar schaal FrieslandCampina de productie verder op. Over volumes wil woordvoerder Jan-Willem ter Avest geen uitspraken doen, wel dat er een paar honderd melkveehouders participeren in het concept.

De zorgen die de belangenbehartigers delen over VLOG herkent FrieslandCampina, aldus ter Avest. “We weten dat het een uitdaging is voor de voederindustrie om te voorzien in de toenemende vraag naar voeders die voldoen aan de VLOG-criteria. Op dit moment zien we niet dat het verschil tussen GMO-vrije soja en genetisch gemodificeerde soja significant groter wordt. Op het moment dat GMO-vrije soja meer

gevraagd wordt, zal er in de wereld ook meer GMO-vrije soja verbouwd gaan worden. Het is dus ook een kwestie van tijd.”

Of FrieslandCampina ruimte ziet in de markt om een hogere meerprijs te betalen als de markt daarom vraagt, laat Ter Avest in het midden. “Leden die bijdragen aan een bijzondere melkstroom zullen voor hun extra inspanning beloofd moeten worden en de extra kosten moeten terugverdienen. Daarnaast ontvangen de deelnemers de weidegangtoeslag en de prestatietoeslag die alle leden ontvangen en die afhankelijk is van de prestaties van FrieslandCampina. Bijzondere melkstromen als VLOG dragen bij aan de winstgevendheid. Dat laatste is niet onbelangrijk.”

De Heus: “Altijd blijven rekenen aan VLOG”

De Heus ervaart op dit moment nog geen problemen met de beschikbaarheid van GMO-vrije grondstoffen, aldus René Knook, productmanager Rundvee.

“Het prijsverschil tussen GMO-vrije soja en genetisch gemodificeerde soja is de afgelopen maanden verder uit elkaar gelopen. Onze inschatting is dat dit een gevolg is van de beschikbare volumes die dit seizoen een rol spelen.”

Volgens Knook is het noodzakelijk dat de specialisten samen met de melkveehouders regelmatig blijven rekenen of VLOG interessant is. “De hele dynamiek van de grondstoffenmarkt is maar een onderdeel van de melkproductie/voerkostenberekening. Het uitgangspunt of VLOG rendabel is, is zeker ook het eigen ruwvoer. Wat is er beschikbaar en wat is de kwaliteit?”

Hoewel een pilot heeft berekend dat de ‘gemiddelde’ veehouder 0,40 à 0,50 euro per 100 kilogram overhoudt aan VLOG, durft Knook wel de stelling aan dat veel veehouders vanwege de hogere meerkosten van het eiwitsegment, de droge zomer en dus een veranderde ruwvoerpositie, een lager rendement behalen. “VLOG moet kloppen voor de volledige zuivelkolom. Bij een negatief saldo voor de melkveehouder houdt het op.”



Beschikbaarheid soja

Het probleem spitst zich vooral toe op de beschikbaarheid van soja, in tegenstelling tot de energiegewassen is de zelfvoorzieningsgraad binnen Europa van soja negatief. De meeste soja wordt geproduceerd in de Donau-regio, maar dit dekt slechts een klein deel van de soja-behoefte in de EU. Jaarlijks vindt er aanvullend nog 35 miljoen ton soja-import plaats uit hoofdzakelijk Zuid-Amerika. En daar knelt volgens Yvan Dejaegher, secretaris-generaal van de BFA, de schoen. “Wereldwijd neemt de productie van GMO-vrije soja af, waardoor het prijsverschil toeneemt. Vandaag de dag is GMO-vrije soja al 30 procent duurder dan reguliere soja.” Dejaeghers constatering worden bevestigd door onder meer onderzoek van Wageningen UR. De drie belangrijkste soja-producenten, de Verenigde Staten, Brazilië en Argentinië, zijn samen goed voor 82 procent van de wereldproductie van soja, maar kennen alle drie een toename in gebruik van genetisch



Vooral soja blijkt een probleem te zijn.

Aveve Veevoeding: “VLOG werkt hoe dan ook kostprijsverhogend”

Van de 14 productielocaties heeft AVEVE twee locaties geschikt gemaakt voor de productie van VLOG-voeders. De Dumoulin-locatie in Hombourg was de eerste in België die voor VLOG goedgekeurd was. De tweede in Andenne is momenteel in aanvraag.

Dat deze twee locaties zijn uitgekozen, is volgens Marcel Christianen, directeur sales en marketing Aveve Veevoeding, geen toeval. Beide liggen vlakbij de voornaamste afzetregio's voor VLOG-voer van AVEVE: het Duitstalige gebied en Frankrijk. “Arla heeft in Duitstalig België een belangrijk aantal leveranciers geworven voor de Duitse markt. In Vlaanderen is er bijvoorbeeld geen courante vraag naar VLOG-voeders omdat de Vlaamse melkverwerkers nog niet actief op die markt acteren.”

Maar er is ook een geografische verklaring. “Het Duitstalig gedeelte is hoger gelegen waardoor er minder maisteelt is. Het grotere aandeel gras in het rantsoen rekent economischer in een VLOG-rantsoen.”

Volgens Christianen is VLOG hoe dan ook een verhoging van de kosten. “De investering in de productiefaciliteiten en de auditkosten is ons risico, maar ook de grondstoffen zijn duurder. Dat scheelt op dit moment ongeveer 80 euro per ton bij soja.” Of de meerkosten op het boerenerf voldoende vergoed worden, moet elke veehouder voor zichzelf berekenen. “Het is een marktzaak van een substantieel volume dat wij proberen in te vullen. Maar het is wel zaak dat je er goed aan rekent.”



Agrifirm Feed: “Toekomstige ontwikkelingen hebben invloed”

Klaas Deelstra, productmanager melkvee Agrifirm, stelt dat de groei nog lang niet uit het VLOG-concept is. “We ervaren geen tekorten, maar ik begrijp de zorgen wel rondom de beschikbaarheid van grondstoffen.”

Deelstra wijst erop dat het moeilijk is om naar de lange termijn te kijken. “In Nederland is de definitie grondgebondenheid vastgesteld. Die zegt dat alle veehouders 65 procent van het benodigd eiwit van eigen land moet halen in 2025. Dat kan de vraag naar GMO-vrije soja drukken.” Daarnaast is er ook nog raap als eiwitbron beschikbaar. “Die is in voldoende mate als GMO-vrij verkrijgbaar. Op bedrijfsniveau is dat ook een optie als eiwitaanvulling, al moeten we als sector oppassen. Met raap komt meer fosfaat binnen waarmee de fosfaatproductie als sector stijgt.”

Deelstra is positief over het VLOG-concept en ziet geen aanleiding om te denken dat de droogte van afgelopen zomer zal leiden tot verminderd rendement. “Mijn inschatting is dat het berekende rendement uit de pilot nog overeind staan. Er was een behoorlijke ruwvoorraad van vorig jaar.”



gemodificeerde soja. Argentinië produceert 100 procent genetisch gemodificeerde soja, de VS 94 procent en Brazilië 93 procent, terwijl laatstgenoemde in 2007 nog maar 66 procent genetisch gemodificeerde soja produceerde.

Volgens Dejaegher is het dan ook een kwestie van tijd voordat een tekort zal optreden aan GMO-vrije soja en soja-gerelateerde producten, met een kostprijsverhoging als gevolg. Daarbij moeten ook nog eens de kosten verrekend worden voor de investeringen in de fabrieken en de auditing. “Volgens mijn berekeningen zal 1 cent in de toekomst niet toereikend blijven, terwijl VLOG al geen niche meer is. Het dreigt op te gaan in een standaardmelkstroom met een hogere kostprijs. Dat is bijzonder gevaarlijk.”

Dejaegher krijgt bijval van zijn Nederlandse collega Henk Flipsen (Nevedi). “Niemand kan het effect van deze ontwikkeling overzien. Individueel ervaren voerfabrikanten nog geen tekort, maar wij hebben onze zorgen.” Volgens Flipsen is het een ketenprobleem. “Ik heb begrip dat zuivelverwerkers willen inhaken op de VLOG-stroom. Ik snap ook wel dat melkveeouders meedoen en dat onze leden VLOG-gecertificeerde voeders willen produceren, maar er zou meer in ketenverband gesproken moeten worden over de risico's. Nederland is bijvoorbeeld een exportnatie waar niet alle klanten vragen om VLOG. Dat is een Noordwest-Europese aangelegenheid dus moeten we daar ook in een breder verband over praten.”

Controle en regelgeving niet in overeenstemming

Flipsen doelt bijvoorbeeld op de verschillende regelgevingen die er tussen lidstaten zijn. Dat is ook Dejaegher een doorn in het oog. “Onze leden leveren over de grenzen. In Duitsland zijn er eisen voor VLOG, maar ook

Frankrijk heeft een lastenboek rondom GMO-vrij. Wij hebben dat nu op elkaar laten aansluiten. Als elke lidstaat zijn eigen voorwaarden voor GMO-vrij gaat opstellen, wordt het erg bewerkelijk.”

Daarnaast hekelde Dejaegher het verschil in controle tussen de verschillende instanties. In Vlaanderen hebben ze in het verleden een lastenboek opgesteld rondom GMO-gecontroleerd voer. Daaruit bleek dat het vrijwel niet te doen is om versleping binnen een voerlocatie te voorkomen. “Destijds had de helft van de GMO-vrije voermonsters alsnog GMO-bestanddelen. Om het risico te beperken moet je als fabriek óf een gespecialiseerde fabriek hebben die enkel VLOG-voeders produceert, of je moet je volledige productielijn verdubbelen inclusief opslag- en transportcapaciteit.”

Hoewel VLOG een tolerantiegrens van 0,9 procent versleping hanteert, blijkt de Belgische voedselwaakhond FAVV andere normen te hanteren. “Als er in een mengsel geen soja zit en er wordt één GMO-sojaboontje aangetoond in het mengsel, dan is er sprake van 100 procent vervuiling. In Duitsland en Frankrijk wordt dat ene sojaboontje afgezet tegen de totale hoeveelheid aan grondstoffen. Daarom adviseren wij onze leden om altijd GMO-vrije soja in een mengsel te gebruiken. Waardoor er nog meer druk op de grondstoffenmarkt komt.”

“Geen nieuw voerschandaal”

In Nederland heeft Flipsen deze ervaring niet, maar hij hamert wel op de noodzaak van harmonisatie van de regelgeving om het verhaal werkbaar te houden. “Het is een discussie die op sentiment drijft. GMO-grondstoffen zijn niet minder duurzaam en geen groter risico voor voedselveiligheid. Op de manier waarop de discussie nu zijn beslag krijgt, is het daarnaast ook nog eens een bedreiging voor de rendabiliteit van het boerenerf. Zolang de grondstoffen nog beschikbaar zijn en VLOG nog niet tot standaard is verheven, is er nog geen probleem. Maar VLOG kan straks de wel de standaard worden. Wat als er dan geen grondstoffen beschikbaar zijn?”

Het lijken doemscenario's die Dejaegher en Flipsen schetsen, maar het gebrek aan eensluidende regelgeving, verschillende controlemanieren en de druk vanuit de retail naar VLOG-producten is volgens hen toch een gevaarlijke cocktail. Flipsen formuleert het voorzichtig: “Cowboys krijgen een opening waarbij de mogelijkheid ontstaat dat er grondstoffen worden gebruikt die niet toegestaan zijn. Het is juist onze taak om daar voor te waken.” Dejaegher is keihard in zijn uitspraken: “VLOG moet een niche blijven, met een meerprijs voor de extra kosten. Wordt het de standaard, dan gaan we problemen krijgen met de grondstoffen waar de mengvoersector ongetwijfeld de schuld van zal krijgen. Het allerlaatste waar wij nu op zitten te wachten is een nieuw voerschandaal.”



VLOG dreigt op te gaan in een standaardmelkstroom met een hogere kostprijs. Dat is bijzonder gevaarlijk.