



Bas

"Onze positie in de winkelschappen is duidelijk versterkt"

Bas Roelofs en
Marc van den Tweel

Voor waardering van de consument

Anderhalf jaar geleden vonden FrieslandCampina en Natuurmonumenten elkaar in het betrekken van de consument, het belonen van de boer en het verbeteren van het platteland. 1 Miljard liter On the way to PlanetProof-melk later, kijken Marc van den Tweel (directeur Natuurmonumenten) en Bas Roelofs (directeur FrieslandCampina Nederland) terug en vooruit.

Hoe is het allemaal begonnen?

Bas: "Voor mij begon het op een congres van Natuurmonumenten. Marc presenteerde daar hoe Natuurmonumenten wil bijdragen aan de aantrekkelijkheid van het Nederlandse landschap. Over één ding was hij heel duidelijk; dat kunnen en willen ze niet alleen doen."

Marc: "Daar start het voor ons ook. Wij staan voor een mooi en groen landschap. Dat landschap is gevormd door de landbouw. Dat boerenland staat onder druk van verkeer, woningbouw en ook zonneparken. Wij willen dat buitengebied juist een kwaliteitsimpuls geven. Daarvoor willen we samen met de boeren aan de slag."

En dan valt je oog op FrieslandCampina?

Marc: "Ja zeker! Natuurlijk hadden we kunnen kiezen voor een kleine, gespecialiseerde partij. Maar ons doel bereiken we niet met nichespelers. We willen zorgen voor een landelijk gebied met meer bloemen, meer bijen, meer vogels. Dat ga je niet bereiken met 100 boeren, wel samen met 1.000, 2.000 of meer boeren. Daarom is FrieslandCampina voor ons een logische partner. Het eerste waar we elkaar in vonden was onze kracht naar de consument."

Samen richting de consument?

Marc: "Pas als je de consument betreft, verandert er echt iets. Je kunt van de melkveehouders niet vragen om maatschappelijke diensten - als schone lucht, rijke natuur, mooi landschap - te leveren, als je daar geen maatschappelijke verdienste aan koppelt. Die boodschap dragen we uit, naar onze achterban en naar de Nederlandse consument."

Bas: "En we hebben resultaat. Onze Nederlandse handelspartners betalen een meerprijs voor zuivel waarvoor onze boeren extra inspanningen leveren voor koe, natuur en klimaat."

Dat is uniek. Bijna alle Campina-producten worden nu onder het keurmerk gemaakt. De positie van Campina in de winkelschappen is daardoor duidelijk versterkt. Ondanks de hogere prijs, zijn meer consumenten On the way to PlanetProof-zuivel gaan kopen."

Allemaal dankzij de samenwerking?

Bas: "De samenwerking draagt daar aan bij. Onze afnemers omarmen het concept van 'beter voor de koe, natuur en klimaat'. Ze zijn blij met de onafhankelijke borging van het keurmerk. En het helpt echt dat Natuurmonumenten haar naam op onze pakken zet. Hun steun versterkt het vertrouwen in ons verhaal hoe we zorg dragen voor het landschap."

Marc: "Samen maken we de consument bewust. En we zien dat de consument het snapt: 'met mijn koop- en kookgedrag maak ik een verschil in de wereld om me heen.' Die boodschap werkt. Door de massa hebben we samen effect. En via de consument wordt de boer daarvoor ook beloofd."

Maar het schuurt ook wel toch?

Bas: "Samenwerken betekent niet dat je het overal over eens bent. Soms gaan dingen fout. We hebben daar veel over gesproken en dat was goed. We leren dat er verschillen zijn en dat je tegelijkertijd trots kunt zijn op wat je samen bereikt. Op plekken doen boeren en boswachters al mooie dingen samen. Op andere plekken is er pijn vanuit het verleden. Daar gaat het niet zo snel. Dat is niet erg, als je door je oogdaren maar ziet dat het de goede kant op gaat."

Marc: "Samenwerken is een diepte-investering. Je moet elkaar leren kennen en vertrouwen. Ik heb, net als mijn collega's, veel melkveebedrijven bezocht en met heel veel boeren gesproken. Iedereen mag me altijd wijzen op dingen die fout gaan. Maar laten we ook kijken naar wat we wél voor elkaar doen. De samenwerking laat zien waar we vrienden van elkaar zijn. En juist vrienden hoeven het niet overal over eens te zijn."

En hoe kijk je dan vooruit?

Marc: "Ik hoop dat we in meer regio's aan de slag kunnen met On the way to PlanetProof. En natuurlijk willen we ook heel concrete resultaten gaan laten zien: bloemen en kieviten in de wei, nieuwe houtwallen. Maar natuur heeft tijd nodig. Samen hebben we nu een begin gemaakt en wat mij betreft blijven we samen investeren in een bloeiend, zoemend, kleurrijk buitengebied vol leven, waar natuur en landbouw elkaar versterken."

Bas: "Ik wil natuurlijk de sterke commerciële resultaten doorzetten. Daar profiteren alle leden van. En we werken graag samen verder aan het vertrouwen dat onze leden hebben in onze samenwerking. Dat blijft nodig. Daarvoor zullen we elkaar blijven spreken zoals we dit jaar hebben gedaan tijdens de rondetafelgesprekken met leden, onderneming en Natuurmonumenten (meer daarover is te lezen op melkweb, red.). Ook wil ik met acties zoals die met OERRR en Jumbo blijven werken aan contact tussen boer en burger, aan een herwaardering voor boer en natuur. En uiteindelijk kijk ik naar het buitenland. Als we de inspanningen van onze boeren ook internationaal weten te verwaarden, dan is dit goed voor iedereen: voor de koe, natuur, klimaat én voor onze leden."



Marc

"Samen maken we de consument bewust"