

MEEROPBRENGST VAN 40 CENT

"VLOG-VOER PAST MOOI



Hanneke en Ronnie van Daatselaar hechten veel waarde aan duurzaamheid en kiezen daarom voor VLOG-voer

Schoolklassen ontvangen, groepen rondleiden, actief weidevogelbeheer, samenwerken met Natuurmonumenten en sinds kort het leveren van VLOG-melk. Het laat al zien dat melkveehouders Ronnie en Hanneke van Daatselaar waarde hechten aan duurzaamheid en oog hebben voor de omgeving. "Het leveren van VLOG-melk past mooi in het plaatje," zegt Ronnie van Daatselaar dan ook.

Tekst: Sanne van Raalte

Blijft de melkproductie wel op peil? Dat was de grootste zorg van melkveehouder Ronnie van Daatselaar toen hij eind 2017 overstapte naar voer dat voldoet aan de VLOG-eisen. Maar de laatste melkcontrole laat het tegendeel zelfs zien: voor het eerst ligt de productie boven de 10.000 kg melk per koe. "Ik kan geen verschil in productie ontdekken sinds de overgang," constateert Ronnie, die al de hele winter een stijgende lijn in de melkproductie ziet. Het blijft lang stil als we Ronnie vragen naar de verschillen die hij sindsdien op koeniveau ziet. Conclusie: ook qua voeropname, voer-

verbruik en gezondheid van de koeien is de overgang naar VLOG-voer soepel verlopen.

Weide Weelde Zuivel

Ronnie en Hanneke van Daatselaar zijn lid van het Boerengilde, een groep melkveehouders die produceren met extra oog voor mens, dier en natuur. De melk wordt onder de naam Weide Weelde Zuivel vermarkt, een melk- en yoghurtstroom die bekend staat om het weidevogelembel. Niet voor niets, want per verkochte verpakking gaat 2 cent naar weidevogelbeheer. Een concept dat de Van Daatselaars op het lijf geschreven is.

Toen zij 15 jaar geleden vanuit Leusden verhuisden naar het Friese Oosterwolde, zijn ze direct gestart met agrarisch natuurbeheer. Later kregen ze de mogelijkheid om aan te sluiten bij het Boerengilde. Hiervoor moet het aandeel agrarisch natuurbeheer groeien naar 20%. Ook is er minimaal 180 dagen weidegang met mozaïekbeweiding, zodat er gras in verschillende stadia voor de weidevogels staat en mag er minimale chemische gewasbescherming toegepast worden. Met hulp van het weidefonds, waar de 2 cent per verpakking terecht komt, willen Ronnie en Hanneke dit jaar een plasdras voor weidevo-

ER 100 KG MELK

IN HET PLAATJE"



Bedrijfsprofiel

Eigenaren: Ronnie en Hanneke van Daatselaar

Veestapel: 100 melk- en kalfkoeien en 67 stuks jongvee

Productie: 10.010 4,26 3,52 (rollend jaargemiddelde)

Grond 40 ha huiskavel, 20 ha veldkavel

Bouwplan: 48 ha gras (waarvan 2 ha met uitgestelde maaidatum en 6 ha legselbeheer), 12 ha maïs

Weidegang: 180 dagen per jaar, 8 uur per dag



Samen met adviseur Jacob Oosterveld van Agrifirm (r.) het financiële plaatje van VLOG doorrekenen

gels aanleggen. Deelnemen aan de VLOG-melkstroom, dus melk van koeien die gevoerd zijn met gmo-vrije producten, is een van de nieuwe wensen van het Boerengilde.

Financiële plaatje

Ondanks dat Hanneke en Ronnie veel waarde hechten aan duurzaamheid, vergeten de ondernemers zeker niet te rekenen. Samen met hun adviseur Jacob Oosterveld van Agrifirm, heeft de familie het financiële plaatje rond VLOG-voer vooraf berekend. Bij het winterrantsoen bleken de voerkosten met 60 cent per 100 kg melk te stijgen, maar daar tegenover staat de hogere melk-opbrengst die op 1 euro per 100 kg melk ligt. De verwachting is dat de voerkosten 's zomers wat lager liggen.

"Dat het wat oplevert is mooi meegenomen, maar dat moet niet de motivatie zijn. Als de voerkosten met 1 euro gestegen waren, dan hadden we het ook gedaan", vertelt Hanneke. Het rantsoen is gelijk gebleven, alleen de krachtvoersoorten zijn vervangen door de VLOG-variant. Ook de geliefde TopStart®-brok is verkrijgbaar in de VLOG-variant, wat bijdraagt aan een soepele overgang. Het

rantsoen bestaat uit twee derde graskuil, een derde maïskuil, 1 kg natuurhooi, losse mineralen en een eiwit- en energiebrok.

Tank stroomt over

Ruim twee jaar geleden begonnen de ondernemers met TopStart®, de opstartstrategie van Agrifirm waarbij ze de krachtvoergif van verse koeien sneller op kunnen bouwen tot een hoger niveau. "De verse koeien starten veel beter op en geven echt meer melk." Het werd zelfs een appje naar Jacob met een foto van de tank die letterlijk over-

stroomde, want de productie groeide geleidelijk van 9.000 naar 10.000 kg melk per koe. Een hoge productie is nooit het primaire doel van de ondernemers geweest, ondanks de bovengemiddelde melkproductie die ze inmiddels realiseren. "Het is gewoon zo gelopen. De tank biedt in ieder geval nog ruimte genoeg, want we zijn van een 8.000 naar 12.000 liter-tank gegaan, dus die stroomt voorlopig nog niet over", geint Hanneke, die daarmee laat zien dat aandacht voor duurzaamheid en milieu prima samen gaat met hun ambities.

VLOG-voer dagelijks leverbaar

"Het afgelopen half jaar hebben we ervaring opgedaan met het produceren van VLOG-voer.

Sinds kort is de productie verder uitgebreid en is al het VLOG-voer dagelijks leverbaar", legt Klaas Deelstra, productma-

nager Rundvee bij Agrifirm, uit. "Het produceren van VLOG-melk is niet meer weg te denken uit de Nederlandse zuivelmarkt. Onze verwachting is dat steeds meer zuivelverwerkers overgaan of starten met de verwerking van VLOG-melk."