

# Koerier 3

Maandblad voor de ondernemende melkveehouder



**Friesland Foods sluit  
2006 positief af**

Stijging winst en omzet

**Kuilvoerbeheer**

Goed kuilvoer vraagt  
aandacht

**Weidezuivel van  
Frische Vlag**

Alleen nog melk van koeien  
in de wei

**Continue  
Gezondheids Monitor**

Veel animo voor proef

# Vraag

Maandelijks stelt de redactie van Koerier een vraag aan een lid-melkveehouder en aan iemand vanuit de onderneming Friesland Foods.

## Vraag

'In hoeverre speelt de automatisering een rol in de bedrijfsvoering?'

# Antwoord

Naam: Erik Nijkamp  
Bedrijf: man-/vrouwmaatschap in Epse, met 55 hectare grond, 100 melk-koeien en 60 stuks jongvee



"Automatisering is niet meer weg te denken uit ons bedrijf, al komt het na het oog. De computer is een ideaal hulpmiddel en zorgt voor extra rendement. Zo'n tien jaar geleden kwam hier een voercomputer. Dat leidde tot een betere beheersing van de krachtvoerkosten, omdat je dagelijks zicht hebt op voerverbruik. Zo kon ik gerichter voeren en de kosten omlaag brengen. Een paar jaar later kwam er een algemeen managementprogramma, waarin alle bedrijfsgegevens staan. Zoals de melkgift per koe, attentiekoeien, kalftijd en gegevens uit monsternamen. Je krijgt meer overzicht in minder tijd. Maar met alleen computerkennis kun je naar mijn idee geen veehouder zijn. Je moet ook blijven kijken naar je koeien. Meestal zie je

direct aan een koe wanneer er iets aan de hand is. Het blijft dus opletten."

"De rol van automatisering in mijn bedrijfsvoering is groot. Terug naar een computerloos tijdperk kan niet meer. Dat merk je als er een storing is, door onweer of stroomuitval. Het is raadzaam om je computer daar zo goed mogelijk tegen te beveiligen en om op tijd back-ups te maken. Mijn computer is voorzien van een UPS. Dat apparaatje neemt de stroomtoevoer voor een bepaalde periode over als de stroom uitvalt. Zo kun je data veiligstellen. Ook is een overspanningsbeveiliging ingebouwd om schade aan de computer te beperken."



Naam: Challako van Gerrevink  
Functie: Information management analyst, afdeling Corporate Supply Chain bij Friesland Foods in Meppel

"Tijdsbesparing en prijsvoordeel zijn de grootste pluspunten van automatisering. Vanuit Meppel ondersteunt onze afdeling de inkoopteams, die namens heel Friesland Foods verschillende producten inkopen. Wij zorgen voor afstemming en rapporteren hoe vaak, hoe veel en tegen welke prijzen producten worden gekocht. Voorheen waren er verschillende computersystemen voor het bijhouden van voorraden, bestellingen en betalingen. Nu is er één management-informatiesysteem voor inkoop. Daarin staan alle gegevens, zodat je met één druk op de knop overzicht hebt. Er staat ook informatie in over prijsafspraken bij bepaalde ordergroottes. Dat maakt dat we zo slim mogelijk kunnen inkopen."

"We hebben ook een computerprogramma waarmee

leveranciers, via een beveiligde website, een standaard vragenformulier invullen. Zo kunnen we ook offertes aanvragen. Dat bespaart veel gedoe met e-mails en Excel bestanden. Friesland Foods heeft veel soorten leveranciers. Er zijn strategische leveranciers, met wie een nauwe samenwerking bestaat. Maar we kennen ook leveranciers en producten die uitwisselbaar zijn. Neem kopieerpapier. Als we dat willen inkopen, houden we een veiling op internet waarop leveranciers kunnen inschrijven. Het lijkt een beetje op de bloemenveiling in Aalsmeer, alleen gaan bij onze veiling de prijzen omlaag. Je kunt zelf bepalen welke informatie de leveranciers te zien krijgen. Bijvoorbeeld hun positie qua prijs, of concreet wat de laagste prijs is. Leveranciers gaan dan op elkaar reageren en zo rolt voor Friesland Foods de laagste prijs uit de bus."

## Inhoud

- 02 **Vraag & Antwoord**
- 04 **Kort & Keten**  
Opvragen jaarverslag
- 06 **Kuilvoerbeheer**  
Goed kuilvoer vraagt aandacht
- 08 **High-tech hand in hand met koecomfort**  
Bedrijf melkveehouder Fikkert volop geautomatiseerd
- 10 **Continue**  
Diergezondheids Monitor  
Veel animo voor proef
- 11 **Melkaanvoer en voorschotprijs**  
De ontwikkelingen
- 12 **Friesland Foods sluit 2006 positief af**  
Stijging winst en omzet
- 17 **Dividend en belastingen 2006**
- 18 **Themabijeenkomsten diergezondheid**  
Proactief aan de slag
- 20 **Weidezuivel van Friesche Vlag**  
Alleen nog melk van koeien in de wei
- 22 **Ontspanning**  
Valentijnsvlinders in Vietnam
- 24 **Advertentie**



**Sybren Attema**

voorzitter Zuivelcoöperatie Friesland Foods

## Goed en beter

'Een goed jaar.' Dat is de kortste samenvatting van mijn commentaar op de jaarcijfers van Friesland Foods. Het betekent dat de resultaten opnieuw goed vooruit zijn gegaan ten opzichte van het voorgaande jaar. En tegelijk zit in die drie woorden besloten dat we nog niet al onze doelen bereikt hebben. Het kan op onderdelen nog beter.

Als we nader inzoomen op de cijfers, zien we dat de resultaatverbetering vooral te danken is aan onze activiteiten op een aantal snelgroeiende markten in het buitenland. Dat is logisch voor een marktgedreven, internationale onderneming. Het rendement op ledengebonden activiteiten moet nog beter, hoewel we ook hierin aansprekende prestaties hebben geleverd. Onze sterkste merken zijn de roerige tijden van prijzenslagen en supermarktoorlogen goed doorgekomen.

Dit is mede te danken aan onze kwaliteitsbenadering, die als een rode draad door de historie van de onderneming loopt en die ons heeft gebracht waar we nu staan. Friesland Foods heeft, net als al haar rechtsvoorgangers, een open oog voor smaak en voorkeur van de consumenten, en speelt daar actief op in. Dat doen we in Afrika, Azië en we doen het ook hier. We zijn tenslotte één onderneming, die ten dienste van de leden meerwaarde geeft aan voedzame en smakelijke grondstoffen.

Die meerwaarde heeft met psychologie te maken. Gevoel, emotie, is een belangrijke factor in koopkrachtige markten. Maatschappelijke trends komen en gaan, in een hoog tempo. Wie in de zeer beweeglijke consumentenmarkt van tegenwoordig resultaten wil boeken, moet daar op in spelen. Dat is ook de achtergrond van ons project 'weidegang'. Het geeft, als het goed wordt aangepakt, emotionele meerwaarde aan de kwaliteit van onze melk en zuivelproducten. Het is een extra aspect dat we kunnen inzetten bij gesprekken met inkopers in de detailhandel.

Op het project zelf ga ik hier nu niet verder in, wel op het moment van presentatie. Die kwam voor veel leden als een verrassing, midden in onze vergadering. Ook dat heeft te maken met onze contacten in de markt: de onderhandelingen met de supermarkten en het overleg met andere partijen die bij het project betrokken zijn. In die agenda kwam het nieuws over de weidegang precies op het juiste moment naar buiten. Het is door de meeste media positief opgepikt. Dat de extra opbrengst per kilo voorlopig bescheiden is, heeft te maken met onze coöperatieve keuze: alle leden delen in het voordeel mee.

De nu gepresenteerde jaarcijfers vormen meer dan een momentopname. Ze dienen ook als toetsing van onze Visie 2015. Elk jaar tussen nu en straks is de vraag aan de orde of we op de goede weg zitten, of dat we moeten bijsturen. Voor mij is het antwoord positief. We bouwen beheerst verder aan een solide onderneming met een sterke positie in belangrijke markten en we boeken nu al vele jaren achtereenvolgende vooruitgang.

## Agenda

13 maart 2007	Uitbetaling melkgeld februari
29 maart 2007	Beursdag
13 april 2007	Uitbetaling melkgeld maart
31 mei 2007	Beursdag

## Regiobijeenkomsten voorjaar

### Aanvang 09.45 uur

13 maart	Park Frederiksoord, Frederiksoord (regio 6)
14 maart	WTC Expo (FEC), Leeuwarden (regio 1)
15 maart	Partycentrum Coelenhage, Wezep (regio 7)
16 maart	Martiniplaza, Groningen (regio 4)
20 maart	Zalencentrum Meursinge, Westerbork (regio 5)
21 maart	Zalencentrum 't Zwaantje, Lichtenvoorde (regio 12)

### Aanvang 19.45 uur

12 maart	De Lawei, Drachten (regio 3)
13 maart	Conferentiecentrum De Bron, Dalfsen (regio 8)
15 maart	Hotel Café Restaurant Prinsen, Haarlo (regio 10)
19 maart	Hotel Mercure Arnhem, Arnhem (regio 9)
20 maart	Hotel Restaurant Van der Valk, Hengelo (regio 11)
22 maart	Dorpshuis De Klink, Koudum (regio 2)

## Certificaathoudersvergadering

Op 13 april a.s. is de vergadering voor certificaathouders B. De vergadering start om 10.00 uur en wordt gehouden in Best Western Hotel Hiddingerberg in Steenwijk.

### Bij de voorpagina:

Friesland Foods heeft 2006 afgesloten met een nettowinst van 128 miljoen euro. Grootste winstbrengrers zijn de werkmaatschappijen in Azië en Nigeria. Maar ook de toegenomen export naar het Midden-Oosten en Noord-Afrika draagt bij aan de winst. De resultaten in Europa zijn stabiel gebleven.



## Weer raak

Voor de tweede keer in één jaar is Friesland Foods Deutschland in Kalkar beloond voor haar inspanningen. Werd in maart 2006 de productielocatie van Friesland Foods Western Europe gecertificeerd voor hun ISO-14001 milieuzorgsysteem, in december was het wederom raak. Toen kreeg de locatie een OHSAS-18001 certificaat voor het arbozorgsysteem. Het systeem waarborgt een veilige en gezonde werkomgeving voor de medewerkers. Peter Beemsterboer, plantmanager Friesland Foods Deutschland: "Dat wordt enerzijds vanuit de wet geëist, maar we zien het ook als onze plicht om voor onze medewerkers een veilige omgeving te creëren. De OHSAS-18001 certificering onderstreept dat nog eens."

## Valentijnsvlinder in Vietnam

Valentijnsdag is wereldwijd dé dag voor geliefden. Voor Friesland Foods Dutch Lady Vietnam een mooie gelegenheid om het op tieners gerichte merk YoMost op een ludieke manier onder de aandacht te brengen. Hét product voor de doelgroep die Valentijnsdag in het Aziatische land uitbundig viert. Bij de pakjes YoMost Aardbeien, een drinkyoghurt, zaten zogenaamde Valentijnsvlinders. De jongeren konden vier verschillende vlinders sparen en aan hun geliefde geven. De boodschappen: 'Wees mijn Valentijn', 'Ik houd van je', 'Je zit voor altijd in mijn hart' en 'Ik wil je leren kennen'. De campagne werd ondersteund door advertenties in tijdschriften en kranten, radio en tv commercials en ludieke acties in het HCMC Youth Cultural House (zie foto), het grootste en populairste vermaakcentrum voor de tieners. Geliefden konden daar in een zeer romantisch decor op de foto of Valentijnsspelletjes (ken je geliefde) spelen. De dag eindigde met de YoMost Valentine 2007 music show: een concert van de 'hottest' popidolen. Zo'n 4.000 tieners dansten de dag ten einde.



## Hersenkraker

Voeding die de hersenontwikkeling van kinderen ondersteunt. Dat is in Azië de normaalste zaak van de wereld. Friesland Foods Dutch Lady Malaysia brengt daarom al jaren Dutch Lady Growing Up Milk 123 en 456 op de markt. Om precies te zijn: sinds 1988. Deze werkmaatschappij was daarmee het eerste bedrijf ter wereld dat opvolgmelk voor kinderen van 1-3 jaar en 4-6 jaar introduceerde.

Afgelopen januari had deze werkmaatschappij wederom een wereldprimeur met de introductie van Dutch Lady Growing Up Milk TT-ratio 123 en 456. Beide varianten bevatten al bouwstenen die de groei, het immuunsysteem, de spijsvertering en de hersenontwikkeling van kinderen ondersteunen. Nu zijn daar twee nieuwe ingrediënten aan toegevoegd: Tryptophan en Tyrosine. Deze aminozuren zorgen ervoor dat kinderen informatie sneller opnemen en verwerken. Hierdoor kunnen ze sneller én meer leren.

Met deze introductie wil Friesland Foods Dutch Lady Malaysia zich



onderscheiden in de markt en haar positie als marktleider verstevigen. De opvolgmelk is in poedervorm te koop in de smaken naturel, honing en chocolade. In vloeibare vorm is de opvolgmelk in pakjes van 200 ml in de smaken chocolade en aardbei verkrijgbaar.

## Jaaroverzicht: beter leesbaar

Rond 9 maart valt het jaaroverzicht bij u op de mat. Dat ziet er anders uit dan u gewend bent. Het is namelijk niet een 'traditioneel' jaarverslag met de gebruikelijke jaarrekening, maar een overzicht van allerlei belangrijke gegevens van zowel Koninklijke Friesland Foods N.V., als van Zuivelcoöperatie Friesland Foods U.A. Op deze manier willen we de leesbaarheid vergroten en kosten besparen. Wilt u van de onderneming en de coöperatie het jaarverslag inclusief de volledige jaarrekening, dan kunt u deze aanvragen bij de afdeling Binnendienst. Dat kan telefonisch: 0900-202 54 77 of per email: [meppel.binnendienst@frieslandfoods.com](mailto:meppel.binnendienst@frieslandfoods.com)

## Topper

Opnieuw is Friesland Foods Dutch Lady Vietnam in de prijzen gevallen. Deze werkmaatschappij heeft maar liefst twee Top 40 FDI (Foreign Direct Investment) Awards in de wacht gesleept. De eerste voor haar bijdrage aan de economische en sociale ontwikkeling van Vietnam. De tweede Top 40 FDI Award kreeg de werkmaatschappij voor haar bijdrage aan een gezond milieu van het Aziatische land.

Rien de Groot, managing director van Friesland Foods Dutch Lady Vietnam: "Het is een eer om één van de veertig best presterende bedrijven te zijn in de zuidelijke economische zone. De laatste tien jaar zijn we zeer succesvol in Vietnam. We zijn trots op de groei die we jaarlijks realiseren. Maar onze grootste prestatie is de bijdrage die we leveren aan de kwaliteit van het leven van de Vietnamese bevol-

king. Dat doen we door producten van hoge kwaliteit aan te bieden, maar ook door de bevolking te helpen een gezonde gemeenschap te ontwikkelen."

De Top 40 FDI Award wordt jaarlijks toegekend aan buitenlandse bedrijven. Die moeten daarvoor uitstekende economische prestaties leveren én bijdragen aan de ontwikkeling van de Vietnamese gemeenschap. De Saigon Times, één van de grootste kranten van Vietnam, is de organisator van deze prestigieuze prijs. Hierbij werkt de krant nauw samen met de diensten Planning en Investerings van Ho Chi Minh City, Ba Ria-Vung Tau, Binh Duong en Dong Nai. De regio's die samen het hart van de zuidelijke economische zone in Vietnam vormen.

## Vier keer prijs

In ruim één jaar tijd is de productielocatie van Friesland Foods Kievit in Indonesië maar liefst vier keer gecertificeerd. Sinds de oprichting in december 2005 heeft de locatie het Halal, GMP, HACCP en ISO-9001 certificaat gehaald. Het Halal certificaat bevestigt dat binnen de productielocatie ingrediënten worden geproduceerd die voldoen aan Islamitische voedselvoorschriften. GMP staat voor Good Manufacturing Practise en geeft aan dat de producten op hygiënische wijze worden geproduceerd. Als laatste is de locatie afgelopen februari HACCP en ISO-9001 gecertificeerd. Deze certificaten tonen aan dat de productielocatie van Friesland Foods Kievit volgens hoge kwaliteits- en voedselveiligheidsnormen werkt.

## Enquête onder leden-melkveehouders

Afgelopen december is er bij 2.500 leden-melkveehouders een enquête van Friesland Foods op de mat gevallen. Wij vroegen u onder meer naar het gebruik, de waardering en de behoefte van diverse communicatiemiddelen – waaronder Koerier - en naar de tevredenheid over de dienstverlening van de afdeling Coöperatieve Zaken en Grondstoffenvoorziening. Duizend van u, een respons van veertig procent, hebben het formulier ingevuld en retour gezonden. Momenteel worden de uitkomsten verwerkt. In een later nummer van Koerier komen we terug op de uitkomsten van het onderzoek.



# Kuilvoerbeheer



## Dampende kuil is signaal

"De groei van micro-organismen gaat gepaard met warmte", aldus Klein Holkenborg. "Een dampende kuil duidt op broei en te veel warmte. Dat zijn ideale omstandigheden voor de groei van schimmels en boterzuurbacteriën. Een dampende kuil is een signaal om te gaan nadenken over de manier waarop je het volgende jaar je kuilvoer beheert. Het gaat dan om de lengte en hoogte van de kuil, het aanrijden en afdekken ervan, de voersnelheid en gebruik van broeiremmende middelen." Ook elders op het erf kunnen schimmels een risico vormen. "Bijvoorbeeld in de stal, of wanneer je voer te lang in een voermengwagen laat staan. Daardoor kunnen bacteriën en schimmels snel gaan groeien, met alle gevolgen voor de kwaliteit van het veevoer."

## Alert op kwaliteit

Goed kuilvoer. Het vraagt voortdurend de aandacht van de melkveehouder. "Slecht kuilvoer heeft nadelige effecten op de gezondheid, vruchtbaarheid en melkproductie van koeien", vertelt Jos Klein Holkenborg, kwaliteitsmanager bij Friesland Foods. "Onderzoek van de gezamenlijke Nederlandse zuivelindustrie leert dat problemen met kuilvoer zich vooral concentreren rond slechte plekken in de kuil."

Goede melk komt van gezonde koeien die kwalitatief goed voer binnenkrijgen. Het klinkt heel vanzelfsprekend, maar dat is het niet. "Kuilvoer kan slechte of natte plekken bevatten, 'hotspots', waar schimmels en boterzuurbacteriën welig tieren. Vooral die 'hotspots' hebben invloed op de diergezondheid en de melkkwaliteit", zegt Klein Holkenborg. "Daarom is conservering zo belangrijk bij het inkuilen van voer. Een juiste conservering zorgt ervoor dat het kuilvoer droog en dus goed blijft. Het voer heeft dan een lage zuurgraad, oftewel pH-waarde. Op plekken waar schimmels groeien, stijgt die pH-waarde juist. Daardoor vermeerderen boterzuurbacteriën zich snel. Naast de gezondheid van de koe, is het zeker ook vanwege melkkwaliteit van groot belang om verschimmelde plekken uit de kuil te verwijderen." Boterzuur in de melk leidt onder meer tot smaakafwijkingen bij kaas.

### Afbreken

Maar schimmels kunnen ook andere consequenties hebben. "Schimmels produceren mycotoxinen. Deze gifstoffen kunnen nadelige gevolgen hebben voor de diergezondheid, vruchtbaarheid en melkproductie van de koe", stelt de kwaliteitsmanager. "De koe zelf kan van nature diverse schimmeltoxinen tegenhouden. Van veel schimmels, vooral van de zogenaamde veldschimmels, weten we dat de gifstoffen niet in de melk terechtkomen. Dat wil nog niet zeggen dat ze niet schadelijk kunnen zijn voor de koe."

### Strengere normen

Een gifstof die wél in de melk kan terechtkomen, is aflatoxine. Andere diersoorten, zoals kippen en varkens, zijn gevoeliger voor deze gifstof dan koeien, maar bij een hoge concentratie is het ook voor koeien schadelijk.

Als koeien aflatoxine binnenkrijgen zetten zij dit om in de variant aflatoxine M1 die bij consumptie schadelijk is. "Die stof mag absoluut niet in de melk komen. Hiervoor gelden dan ook zeer strenge normen."

Aflatoxine kan aanwezig zijn in grondstoffen voor krachtvoer. Diervoederproducenten die aan kwaliteitsborging via Good Manufacturing Practice doen, hebben aflatoxine goed onder controle. Klein Holkenborg: "Producenten die GMP+ gecertificeerd zijn, controleren alle grondstoffen voor hun diervoeders op de aanwezigheid van aflatoxine. Ook doen ze audits bij hun grondstoffenleveranciers. De gezondheidsrisico's van aflatoxine onderstrepen nog eens waarom het zo belangrijk is om alleen veevoerders te betrekken van leveranciers die GMP+ gecertificeerd zijn."

### Geef schimmels geen kans

Hoe komen schimmels in kuilvoer terecht? "Kuilenschimmels ontstaan vooral door lucht in de kuil. Lucht kan in de kuil komen tijdens het gebruik van de kuil, door gebrekkige afdichting of door een gat in het afdekplastic. Veehouders kunnen veel doen om schimmelvorming tegen te gaan. Dat begint al bij het inkuilen." Onder andere door het goed aanrijden van de kuil. Andere suggesties om lucht in de kuil te vermijden, zijn een regelmatige controle van het afdekplastic op gaten en gebruik van een gronddek. "Zonder gronddek is er meer risico op luchttoetreding en broei. Wanneer maïs overrijp en daardoor droog is, is het moeilijker aan te rijden. Ook dat vergroot de kans op broei. In zulke gevallen verdient het aanbeveling om geschikte broeiremmende middelen te gebruiken in de toplaag of in de volledige kuil", vertelt Klein Holkenborg. "Loonwerkers en veevoederleveranciers weten doorgaans welke producten voldoen aan de Europese regelgeving voor veevoeradditieven. Deze producten zijn niet schadelijk voor de koe en hebben ook geen invloed op de melk." Ook de wijze van uitkuilen speelt een rol. "Probeer te voorkomen dat je bij het uithalen van kuilvoer grote delen van de kuil lostrekt. Ook daardoor bestaat de kans dat er lucht in de kuil komt. En dat is nou net wat je niet wilt."

# eer



## Schimmel wegscheppen

Schimmels in kuilvoer zijn doorgaans gemakkelijk te herkennen. "Ze hebben alle kleuren van de regenboog. Van blauw tot oranje en van geel tot roze. De plekken zijn goed te zien en zitten vaak aan de bovenkant en zijkant van de kuil", legt Klein Holkenborg uit. "Het is belangrijk om niet terughoudend te zijn met het weggooien van deze stukken kuilvoer. Dat geldt ook voor natte en slechte plekken zoals tennisbalachtige kluiten. Het wegscheppen van schimmels is een arbeidsintensief werkje, maar het is één van de belangrijkste vormen van preventie om problemen met koeien voor te zijn. "Het kost tijd, maar als je het slechte kuilvoer aan de koeien voert, zijn de consequenties verstrekkend. Voorkomen is beter dan genezen!"

## Het melkveebedrijf van Gerben Fikkert is een blikvanger. Niet alleen aan de buitenkant, maar ook van binnen is het een modern bedrijf. Automatisering speelt er een prominente rol. "Het bedrijf is zo ingericht dat we er gemakkelijk en efficiënt kunt werken. En onze koeien? Die ontbreekt het aan niets."

Sinds medio oktober zijn de melk-koeien van veehouder Gerben Fikkert te vinden in de nieuwe stal. Gebouwd langs de N374 tussen Hoogeveen en Westerbork. "Omdat ons bedrijf zo zichtbaar is, krijgen we veel reacties. Dat komt natuurlijk ook door het opvallende rode dak", denkt Fikkert. Zijn jongvee staat in het oude bedrijf, een paar honderd meter verderop. Tijdens de open dag afgelopen najaar bezochten zo'n tweeduizend mensen de nieuwe bedrijfslocatie. Daar is tevens het kantoor van zijn agrarische makelaardij gevestigd.

### Van hot naar her

Die nevenactiviteit was één van de redenen waarom Fikkert koos voor nieuwbouw en veel automatisering. "De agrarische makelaardij vergt veel aandacht. Er is veel concurrentie en je moet altijd alert zijn. Ik vind het mooi werk, maar het betekent dat je overdag soms onderweg bent. Als je dat wilt combineren met een melkveebedrijf, sta je voor keuzes. Ga je van hot naar her vliegen? Neem je personeel in dienst om de koeien te melken? Kortom: wat kan ik doen om het werk zo gemakkelijk mogelijk te maken?"

voor een brede, bijna vierkante stal gekozen. Dat zorgt voor kortere looplijnen en meer overzicht."

De stal is afgestemd op een hoog koecomfort. "We hebben overal net even wat extra ruimte ingebouwd. Dat helpt stress te beperken", legt Fikkert uit. "De koeien liggen op koematrassen met een dikke laag zaagsel. De ligboxen zijn diep, zodat koeien voldoende ruimte hebben en vlot omhoog kunnen komen. We controleren de koeien drie keer per dag en houden de boxen goed schoon." Daarbij krijgt hij ondersteuning van een medewerker die drie tot vier dagen per week op het bedrijf is. De koeien worden gemolken met een melkrobot. Fikkert kan zijn melk-koeien ook op afstand in de gaten houden. "In de stal hangen vier camera's, die ik via een beveiligde internetsite kan zien en besturen."

### De juiste temperatuur

In de nieuwe stal is veel gedaan aan klimaatbeheersing. "Ik heb gekozen voor een geïsoleerd dak. Dit vanwege de UV-straling. Aan het plafond hangt een mechanische ventilator met een doorsnede van 7,5 meter. Deze is

### Melkrobot

Goed dierwelzijn en hoog koecomfort zijn volgens de Drentse veehouder voorwaarden om goed te kunnen werken met een melkrobot. Ook de keuze van die machine is op een visie gebaseerd. "Ik heb graag een leverancier die met je meedenkt, innovatief is en zorgt voor een goed managementsysteem. Alleen afgaan op de laagste prijs kan een valkuil zijn, want je kunt wel eens met hogere jaarlijkse kosten worden geconfronteerd." Koeien krijgen hun krachtvoer tijdens het melken en de melkrobot is ook uitgerust met een reinigingssysteem (water/stoom back-flush). "Na elke melking worden de tepelbekers eerst met stoom en daarna met lauwwater gereinigd. Dat beperkt de besmettingskans. Alle investeringen zijn goed geweest, want het celgetal is meteen na de verhuizing al gedaald. De eiwitgehalten en melkproductie zijn juist gestegen."

### Groei?

Voor eventuele groei is ruimte, maar Fikkert heeft de blik niet op oneindig. "We hebben veel geïnvesteerd om de nieuwe stal zo in te richten dat je jezelf in



## Het bedrijf van Gerben Fikkert

**Naam:** Gerben (36) en Rita (36) Fikkert uit Bruntinge (Dr.), getrouwd, dochter Lianne (5).

**Bedrijf:** twee locaties, 84 hectare grond (waarvan 13 hectare in pacht), 1.100.000 kilo melkquotum, 125 melkkoeien en 110 stuks jongvee.

**Nevenactiviteiten:** Agrarische makelaardij, jongvee-opfok en een zorgboerderij (uitbesteed en ondergebracht in een stichting).

### Camera's

Fikkert heeft voor de bouw eerst goed op andere bedrijven rondgekeken. "Zo zie je wat wel of niet bij je past. Door mijn activiteiten als makelaar kom ik in veel stallen. Dat was leerzaam", vertelt hij. "Sommige veehouders kiezen een lange stal, wij hebben heel bewust

op de gewenste temperatuur in te stellen." Een ander snufje is het weerstation dat op het dak staat. Fikkert: "Dit station meet bijvoorbeeld neerslag, temperatuur en wind. De zijkant van de stal kan worden geïsoleerd met luchtkussens. Zo wordt het niet te koud in de stal."

je eentje kunt redden. Ik wil het melkveehouderijbedrijf graag kunnen behappen. Het moet te doen zijn als familiebedrijf. Groei vind ik geen must. Als ik het melkveebedrijf op een goede manier kan runnen en toch flexibel mijn tijd kan indelen, ben ik tevreden."

“Als je een melkveebedrijf wilt combineren met agrarische makelaardij, sta je voor keuzes. Wat kun je doen om het werk zo gemakkelijk mogelijk te maken?”



High-tech hand in hand  
met koecomfort

ondernemer

Leden-melkveehouders hebben zich massaal aangemeld voor de uitgebreide proef met de Continue Diergezondheids Monitor (CDM). "Er werden duizend bedrijven gezocht, er zijn ruim vier keer zo veel aanmeldingen", vertelt hoofd Binnendienst Geert Hegen. "Een duidelijk teken dat de CDM welkom is."

## Veel belangstelling voor CDM

Melkveehouders gaven zelf de aanzet voor de Continue Diergezondheids Monitor. "Voordat Qarant werd gebouwd, is met leden-melkveehouders gesproken over wat er wel en niet goed was aan het toenmalige kwaliteitssysteem", vertelt Hegen. Daarbij werd duidelijk dat er veel onvrede was over het periodiek bedrijfsbezoek. "De veearts controleert vier keer per jaar het bedrijf. Er wordt een formulier ingevuld en vervolgens gebeurde er weinig met de bevindingen van de controle. Het periodiek bedrijfsbezoek is vooral een momentopname waarbij vervolgacties ontbreken."

Friesland Foods ging daarom op zoek naar alternatieven voor het periodiek bedrijfsbezoek. Eén daarvan is het terugbrengen van het aantal bedrijfsbezoeken naar twee, als de veehouder gebruik maakt van veterinaire bedrijfsbegeleiding. Momenteel nemen 1.250 bedrijven deel aan dit alternatief. "Maar er is nog een alternatief. Vorig jaar werkten 211 leden-melkveehouders mee aan een proef met de Continue Diergezondheids Monitor. Ze stelden hun bedrijfsgegevens beschikbaar aan een projectgroep met dierenartsen, veehouders en enkele medewerkers van de GD."

De projectgroep stelde een lijst op van indicatoren die een goed beeld geven van de diergezondheid. Dat zijn tankmelkcelgetal, rundersterfte, kalversterfte, nieuwe mastitisgevallen, verandering in de bedrijf standaard koe (BSK), open/gesloten bedrijfsvoering en gecertificeerd vrij of onverdacht voor enkele dierziekten. De indicatoren hebben een bepaalde waarde. Opgeteld leiden ze tot een kwartaalscore tussen 1 en maximaal 100. De diergezondheid wordt beoordeeld op basis van een rollend jaargemiddelde. Hegen: "Het ministerie van Landbouw Natuur en Voedselkwaliteit (LNV), de Voedsel- en Warenautoriteit (VWA) en het COKZ waren positief over de eerste proef. Friesland Foods kreeg de ruimte voor een uitgebreide proef met duizend deelnemers, die nog representatiever is. Deze proef gaat in 2007 van start. Op onze oproep om deel te nemen aan deze proef, zijn ruim 4.700 aanmeldingen binnengekomen. Nu is afgesproken met het Ministerie van LNV en de VWA om met 3.750 deelnemers aan de slag te gaan. We hopen zo snel mogelijk te starten." Deelnemers aan de uitgebreide proef met de Continue Diergezondheids Monitor, hoeven dit jaar maar één keer (eerste kwartaal van 2007) een periodiek bedrijfsbezoek uit te (laten) voeren.



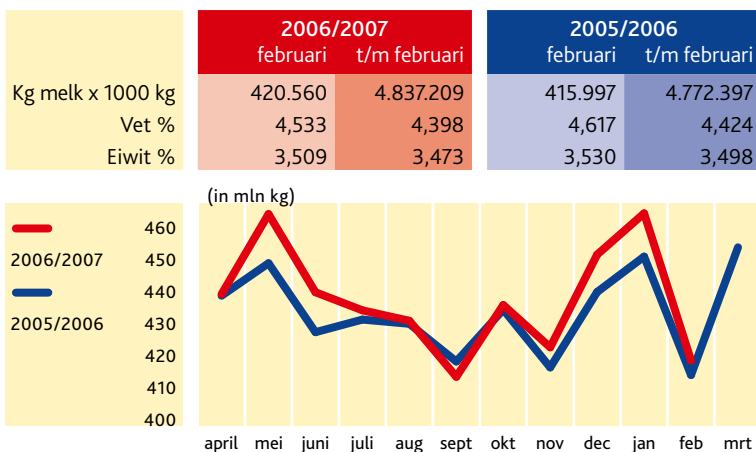
### Waardevol

Uit de eerste proef en uit reacties van veehouders blijkt dat de Continue Diergezondheids Monitor een waardevol managementinstrument kan zijn. "Het geeft zowel de dierenarts als de melkveehouder informatie om de gezondheid van de veestapel op peil te houden. En wanneer het rollend jaargemiddelde beneden de zestig komt, volgt een veterinaire inspectie", legt Hegen uit. "Tijdens de proef laten we deze inspectie uitvoeren door dierenartsen die zijn aangewezen door Friesland Foods." Tijdens de inspectie geeft de dierenarts zijn algemene indruk van de veestapel en het jongvee, ook wordt gelet op de conditie en op het beenwerk. Na de inspectie volgen maatregelen, zoals een stappenplan om problemen op te lossen. Hegen: "Dierenartsen gaan deze inspectie ook steekproefsgewijs doen bij bedrijven die volgens de Continue Gezondheids Monitor goed scoren. Dat doen ze om het systeem te valideren. We willen weten of de scores van veehouders op bepaalde indicatoren ook daadwerkelijk overeenkomen met waarnemingen in de praktijk."

## Melkaanvoer (op basis van superheffingsjaar)

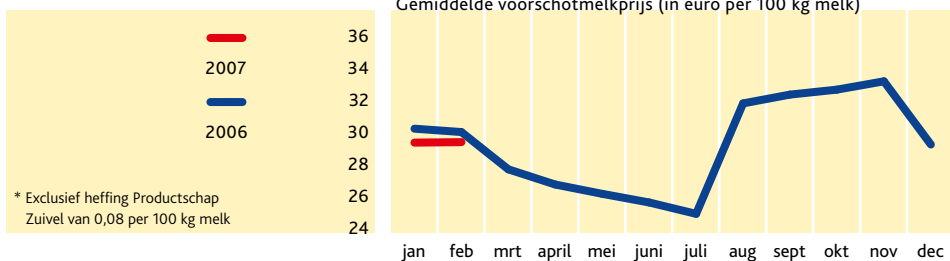
### In februari rem op de melkproductie?

Vanaf 1 april 2006 tot en met februari 2007 is bij de bedrijven van Friesland Foods 64,8 miljoen kilogram melk meer aangevoerd dan in de vergelijkbare periode van vorig jaar. Dit is een meer aanvoer van 1,4 procent. In februari zien we op weekniveau een afname van de plus ten opzichte van vorig jaar van +2,1 procent in het begin van de maand tot +0,2 procent aan het eind van de maand. Het vetgehalte over de periode vanaf 1 april ligt met 4,398 procent lager dan vorig superheffingsjaar (0,026 procentpunt). Het eiwit ligt met 3,473 procent ook lager (0,025 procentpunt).



## Voorschotmelkprijs (op basis van kalenderjaar)

Vet- en eiwitrijzen per euro	2007		2006	
	februari	t/m februari	februari	t/m februari
Vetprijs per kg	2,61	2,61	2,77	2,77
Eiwitprijs per kg	5,63	5,63	5,50	5,50
Vetwaarde	11,83	11,81	12,79	12,82
Eiwitwaarde	19,76	19,75	19,42	19,48
Inhouding per kg	3,10	3,10	3,10	3,10
Vaste inhouding	0,29	0,27	0,31	0,29
Zomerheffing	0,00	0,00	0,00	0,00
Herfstmelktoeslag	0,00	0,00	0,00	0,00
Voorschotmelkprijs excl. BTW	28,20	28,19	28,80	28,91
5,374% BTW	1,52	1,51	1,55	1,55
<b>Voorschotmelkprijs* incl. BTW</b>	<b>29,72</b>	<b>29,70</b>	<b>30,35</b>	<b>30,46</b>



\* Exclusief heffing Productschap Zuivel van 0,08 per 100 kg melk

### Aanvoer ten opzichte van het quotum

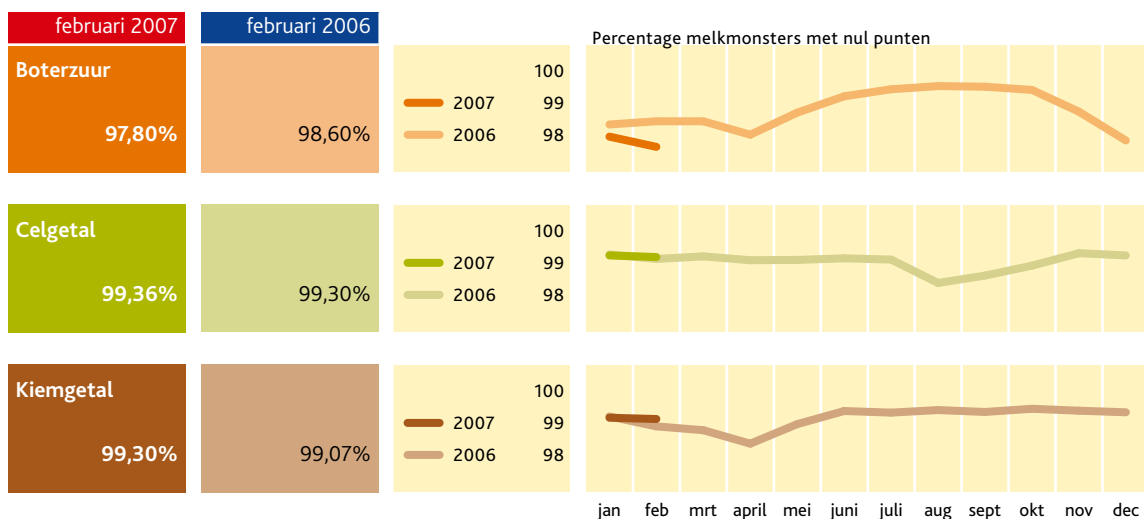
Uitgaande van de thans geregistreeerde quota \*), kan berekend worden dat van 1 april 2006 tot en met februari 2007, 91,46 procent van het quotum is vol gemolken. Hierin is de vetcorrectie meegenomen. Vorig jaar was er in dezelfde periode 90,99 procent van het geregistreeerde quotum vol gemolken. Aan het eind van het vorig superheffingsjaar kwam de leverantie daarmee 0,003 procent uit onder het quotum. Tot en met februari lagen we daar dus nog 0,47 procent boven. Tot en met januari was dat nog 0,52 procent.

\*) voor quotumjaar 2006/2007 verhoogd met 0,56 procent

## Kwaliteit boerderijmelk

### Kwaliteit boerderijmelk

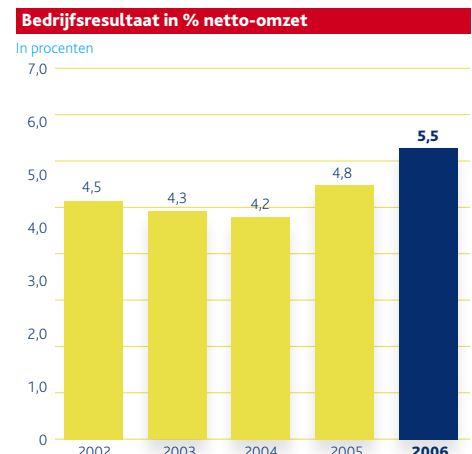
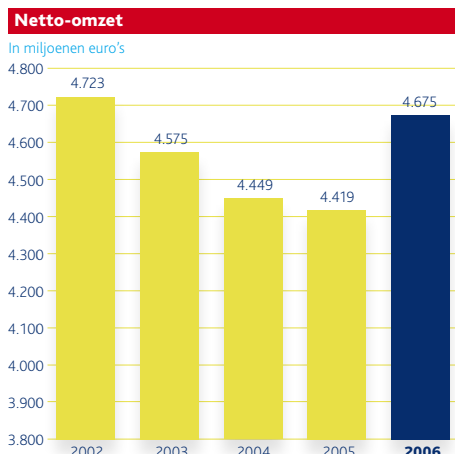
In de grafiek is het verloop van het percentage melkmonsters zonder korting op boterzuur, celgetal en kiemgetal weergegeven.



Financiële pijlers in 2006 verder verstevigd

# Stijging winst en omzet

2006 gaat de boeken in als het jaar met het hoogste resultaat tot nu toe. Vorig jaar werd afgesloten met een nettowinst van 128 miljoen euro bij een netto-omzet van 4,7 miljard euro. Ook het bedrijfsresultaat mag er zijn: een stijging van 22 procent naar 257 miljoen euro.





## Kerncijfers in euro's :

stijging/daling  
t.o.v. 2005

Netto-omzet	4,7 miljard	+	6%
Bedrijfsresultaat	257 miljoen	+	22%
Nettowinst	128 miljoen	+	22%
Aantal medewerkers	15.312	-	7%
Dividend	45 miljoen	+	22%
Kasstroom	235 miljoen	-	3%
Nettoschuld	574 miljoen	-	1%
Solvabiliteit	39,6%	+	1,6%
Aantal ledenbedrijven	9.721	-	5%
Aantal leden	14.968	-	5%
Hoeveelheid ingenomen boerderijmelk van leden	5,3 miljard kilogram		
Totale melkverwerking	6,9 miljard kilogram		

Grootste winstbrengers zijn de werkmaatschappijen in Azië en Nigeria. Maar ook de toegenomen export van zuivelproducten naar het Midden-Oosten en Noord-Afrika draagt bij aan de winststijging. De resultaten in Europa zijn stabiel gebleven. Gezien de moeilijke marktomstandigheden, de afname van EU ondersteuning, druk op de resultaten van dagvers, melkpoeder en boter, zondermeer een goed resultaat.

### Uitstekend

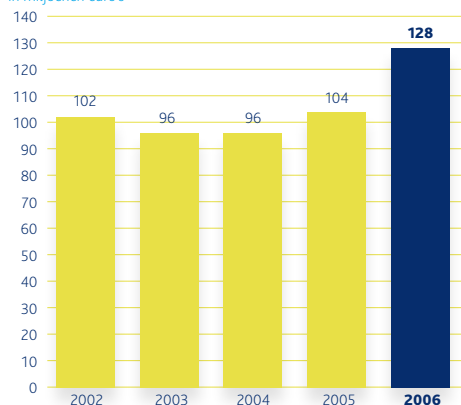
De omzet is voor het eerst sinds 2002 gestegen. In 2006 nam deze toe met zes procent tot 4,7 miljard euro. "Die toename is geheel autonoom. Er is geen omzetstijging als gevolg van overnames van andere bedrijven. We hebben die groei op eigen kracht gerealiseerd." Aan het woord is André Boudewijns, financieel directeur van Friesland Foods. "Door een toegenomen verkoop van producten met hogere marges is ook de kwaliteit van de omzet verbeterd. Dat zie je weer terug in de stijging van het bedrijfsresultaat."

De netto-omzet is, op Centraal-Europa na, in alle landen waar Friesland Foods bedrijven heeft verbeterd. "Ondanks de margedruk en lagere prijzen in Europa, is de omzet in deze regio iets toegenomen. Dat is een goed resultaat." In eigen land hebben de resultaten voor dagverse zuivelproducten, poeder en boter, onder druk gestaan. "Afgelopen jaar heeft Friesland Foods een prijsstijging voor dagverse zuivel doorgevoerd als gevolg van de gestegen kostprijs door hogere arbeids-, energie- en verpakkingskosten. Desondanks bleven de marges op versproducten nihil of zelfs negatief omdat de consumentenprijzen op een extreem laag niveau zijn aanbeland. We strijden bij de retailers voor hogere consumentenprijzen, maar dat vergt een lange adem. Diverse merkproducten, zoals Chocomel, Fristi, Friso en CoolBest, presteren heel goed in de markt."

Friesland Foods Butter heeft in 2006 een minder goed resultaat geboekt. Dat kwam onder meer door de lage boterprijsnoterings, de stabiele poederprijzen en de gestegen energiekosten. "In de tweede helft van 2006 stegen de poederprijzen en groeide de vraag naar melkpoeder in Nigeria en Zuidoost-Azië. Dat heeft uiteindelijk een gun-

### Nettowinst <sup>1</sup>

In miljoenen euro's



<sup>1</sup> De cijfers van 2001 tot en met 2003 zijn globaal aangepast aan IFRS.

stig effect gehad op de resultaten van de werkmaatschappij." De operationele resultaten van Friesland Foods Cheese zijn min of meer stabiel gebleven. "De prijzen waren lager, de kaasverkoop juist hoger. We hebben vorig jaar twee procent meer kaas geproduceerd." Toch heeft de werkmaatschappij geen omzetstijging laten zien. "Nee, dat klopt. Door een combinatie van hogere volumes, lagere afzetprijzen en lagere restituties is de netto-omzet stabiel gebleven. Het stabiele resultaat is mede te danken aan de gestegen prijs voor de wei van Friesland Foods Cheese."

### Populair

Die wei wordt uitsluitend geleverd aan Friesland Foods Domo, één van de werkmaatschappijen die in 2006 duidelijk gegroeid is. "Friesland Foods Domo is zich nadrukkelijker gaan bewegen op de toegevoegde waarde ingrediëntenmarkt en minder op de bulkverwerking. Hierdoor wordt snel en effectief ingespeeld op de toenemende vraag naar op wei- en melkgebaseerde ingrediënten." Nog een werkmaatschappij op de ingrediëntenmarkt is Friesland Foods Kievit.

"Dit bedrijf heeft afgelopen jaar ook een duidelijke

omzetstijging gerealiseerd, maar zag het resultaat afnemen door importheffingen in Azië, hogere grondstofkosten en hogere energiekosten die maar deels in de prijzen konden worden doorberekend."

Friesland Foods Professional heeft een duidelijke omzetgroei gerealiseerd. "Een uitstekende prestatie, gezien de relatief kleine markt van foodservice producten waar veel concurrentie is." Verder heeft Friesland Foods Hellas afgelopen jaar flink aan de weg getimmerd. "In Griekenland hebben zowel de bestaande als nieuwe producten onder het merk NoyNoy gezorgd voor groei van de omzet." Friesland Foods Romania zette zichzelf verder op de kaart door een belangrijke groei. De producten van het merk Milli en het kwarkeepje Dots worden steeds populairder.

### Minder = meer

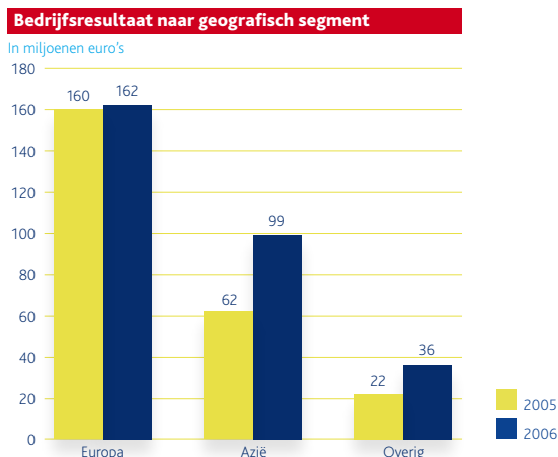
In Centraal-Europa zijn het afgelopen jaar herstructureringen doorgevoerd. Zo is het productassortiment en klantenbestand van Friesland Foods Central Europe in Hongarije gerationaliseerd. Gaat dat nu juist niet ten koste van het resultaat? "De reorganisaties hebben

## Dividend

Het totaal uit te keren dividend op aandelen A en B is ten opzichte van 2005 gestegen met 22 procent. Per aandeel A bedraagt het dividend 2,39 euro (2005: 2,57). Per (certificaat van) aandeel B bedraagt het dividend 6,81 euro (2005: 5,32 euro). Het op aandelen A uit te keren dividend heeft, evenals in 2005, het statutair vastgestelde maximum bereikt. De daling van het dividend per aandeel A is te verklaren door de omzetting van de Agioreserve A in aandelen A. Op basis van het uitgekeerde dividend A, keert Zuivelcoöperatie Friesland Foods aan de leden-melkveehouders 0,33 euro (exclusief BTW) per 100 kilogram melk uit (2005: 0,29 euro exclusief BTW).

## Werkkapitaal

Ten opzichte van 2005, is in 2006 het werkkapitaal toegenomen. Dit, terwijl Friesland Foods heeft aangegeven nadrukkelijk te gaan sturen op verlaging van het werkkapitaal. Boudewijns: "Die toename is veroorzaakt door verschillende factoren. Eind 2005 hadden we te maken met een uitzonderlijk laag werkkapitaal. Dat was toen te danken aan incidentele posten. Die hebben we niet meer in het werkkapitaal per eind 2006. Daarnaast is het zo dat een stijging van omzet automatisch een stijging van debiteuren met zich meebrengt. En we hebben meer voorraden. Neemt niet weg dat wij ontvreden zijn over de ontwikkeling van het werkkapitaal en dat we in 2007 nog kritischer gaan sturen op verlaging ervan."



inderdaad geld gekost, maar dat betaalt zich op termijn zeker terug. Door kostenefficiënt te werken, kunnen we onze kostprijs naar beneden brengen en hogere marges op onze producten realiseren. Dat levert uiteindelijk meer op."

### Explosief

Grote winstbrengers zijn Friesland Foods Frisian Flag Indonesia, Friesland Foods Dutch Lady Vietnam, Friesland Foods Foremost Thailand en Friesland Foods WAMCO Nigeria. "Deze werkmaatschappijen hebben een fantastische prestatie geleverd. De economie in die landen groeit explosief en de vraag naar zuivelproducten neemt toe. Daar is goed op ingespeeld. Door een goed merkenbeleid en consistente kwaliteit, zijn daar de marktposities verder uitgebouwd. Maar ook Friesland Foods Dutch Lady Malaysia en de business units in Singapore en Hong Kong hebben hun marktposities versterkt." Verder speelt de toegenomen export van gecondenseerde melk en melkpoeder door Friesland Foods Consumer Products onder merken naar het Midden-Oosten en Noord-Afrika een grote rol in de winst- en omzetgroei. "Ook dat zijn groeimarkten

en ook daar zorgt de combinatie van merkenbeleid en kwaliteit voor omzetgroei."

### Toekomst

Zit de onderneming op koers? "Ja. In het verre verleden is de koers uitgezet om ook over de grenzen te kijken. Dit om ook in de toekomst verzekerd te zijn van afzetmogelijkheden van de melk en een sterke financiële basis. Met veruit het merendeel van onze merken en producten hebben we sterke marktposities. In binnen- en buitenland. Hierdoor zijn we een speler van formaat op de wereldmarkt, hebben we een goede positie op de Europese markt én zijn we een Nederlandse zuivelonderneming met een geheel eigen karakter. Dat maakt Friesland Foods zo uniek." Boudewijns vervolgt: "We letten al jaren op kosten. Door reorganisaties in het verleden besparen we nu geld. Dat is ook noodzakelijk om onze concurrentiepositie verder te versterken. Overigens blijft de toekomst wel onzeker. Op dit moment zien we weer hoge prijzen voor grondstoffen op de wereldmarkt en een snelle afbouw van de EU-steun. Al deze ontwikkelingen geven aan dat ieder jaar weer opnieuw gepresteerd moet worden."

## Goodwill

De solvabiliteit is gestegen naar 39,6 procent, ondanks afschrijving van de goodwill. Maar volgens de huidige IFRS-boekhoudregels mag de goodwill toch niet meer worden afgeschreven? "Dat is zo. Er is echter één uitzondering. Dat betreft goodwill door aankoop van aandelen van een bestaande werkmaatschappij. In dit geval betreft het de uitbreiding van onze aandelen in Friesland Foods Frisian Flag Indonesia. Het bedrag voor goodwill dat daarmee is gemoeid, is door ons direct afgeschreven. Hierdoor is onze solvabiliteit minder gegroeid, maar het betreffende goodwillbedrag staat niet op de balans."



## Ontwikkeling van de regio's\*

In Europa nam de netto-omzet in het verslagjaar fractioneel toe tot 3,6 miljard euro. De toename is met name gerealiseerd in Nederland, Griekenland, Roemenië en België. Als gevolg van herstructureringen nam de omzet in Tsjechië, Slowakije en Hongarije af. Het bedrijfsresultaat steeg met 2 miljoen euro tot 162 miljoen euro. Als percentage van de netto-omzet is het bedrijfsresultaat constant gebleven met 4,5 procent. Het resultaat in Europa blijft onder druk staan als gevolg van het lage prijsniveau van consumentenproducten in met name Nederland en Duitsland en de lage opbrengsten voor boterproducten. De exportrestituties op kaas, condensmelk en mager- en volmelkpoeder zijn verder gedaald.

In Azië is de netto-omzet met 20 procent gestegen naar 873 miljoen euro (2005: 729 miljoen). Het bedrijfsresultaat nam met 60 procent toe tot 99 miljoen (2005: 62 miljoen). Het bedrijfsresultaat als percentage van netto-omzet nam toe van 8,5 naar 11,3 procent. De vestigingen in Indonesië, Vietnam, Thailand en Maleisië presteerden belangrijk beter. Belangrijkste redenen voor de resultaatverbetering

zijn efficiency-maatregelen en het kunnen doorberekenen van de gestegen energie- en inkooprijzen in de verkoopprijzen.

In de overige regio's nam de netto-omzet met 15 procent toe tot 314 miljoen euro (2005: 273 miljoen). De belangrijkste landen zijn Saoedi-Arabië en Nigeria. Het bedrijfsresultaat nam hier toe met 62 procent tot 36 miljoen euro (2005: 22 miljoen), met name als gevolg van hogere volumes. Hier nam het bedrijfsresultaat als percentage van de netto-omzet toe van 8,1 naar 11,5 procent.

Als gevolg van de moeilijke marktomstandigheden in Colombia is besloten de activiteiten van Friesland Colombia S.A. te staken. Besprekingen met bedrijven over een complete overname hebben niet tot overeenstemming bereikt. De onderneming is momenteel in liquidatie.



### Langhoudbare en dagverse consumentenproducten

*De netto-omzet van langhoudbare en dagverse consumentenproducten is gestegen met 8,1 procent tot 2,7 miljard euro.*



### Kaas

*De netto-omzet van kaas is constant gebleven op 1,1 miljard euro.*



### Ingrediënten

*De netto-omzet van ingrediënten is in 2006 met 5,5 procent toegenomen tot 593 miljoen euro.*



### Foodservice producten

*De netto-omzet van foodservice producten is in 2006 gestegen met 7 procent tot 294 miljoen euro.*

\* Voor een compleet verslag van de ontwikkeling van de regio's, verwijzen wij u naar het Friesland Foods Jaaroverzicht 2006.

# Dividend en belastingen 2006

Hoe is het dividend over 2006 opgebouwd? En hoe werkt de belastingheffing over certificaten van aandelen B? Welke box moet hierbij aangehouden worden?

## Dividend 2006

Onlangs hebt u als houders van certificaten het dividend over het jaar 2006 op uw rekening ontvangen. Hieronder leest u hoe de winstbestemming 2006 verloopt.

De nettowinst 2006 bedraagt 128 miljoen euro. Besloten is hiervan 35 procent uit te keren in de vorm van contant dividend en 65 procent toe te voegen aan de algemene reserve.

Het bedrag uitgekeerd als dividend, is verdeeld over de aandelen A en B. Daarbij is het bedrag dat wordt uitgekeerd op een aandeel B, twee keer zo groot als het bedrag dat wordt uitgekeerd op een aandeel A. Statutair is voorts vastgelegd dat het totale bedrag dat als dividend wordt uitgekeerd op aandelen A gemaximeerd is. Als in een boekjaar het bedrag dat voor uitkering op de aandelen A beschikbaar is het vastgestelde maximum overschrijdt, zal het bedrag boven het maximum worden uitgekeerd op de aandelen B. Dit laatste is over het boekjaar 2006 het geval.

Als op 11 april 2007 de algemene vergadering van de coöperatie hiertoe besluit, wordt het door de coöperatie ontvangen dividend A uitgekeerd aan de leden naar rato van de waarde van het in 2006 geleverde aantal kilogrammen melk. De leden ontvangen dit bedrag in de derde week van april.

## Dividend 2006



Het maximaal op de aandelen A uit te keren dividend volgens de beschreven statutair vastgelegde berekeningswijze\* bedraagt 17 miljoen, waardoor het dividend per aandeel A 2,39 euro en het dividend per aandeel B 6,81 euro bedraagt.

\*Het bedrag berekend over het totale nominale bedrag van de aandelen A, vermeerderd met het bedrag per balansdatum van de agioreserve A, tegen een percentage dat gelijk is aan het gemiddelde effectieve rendement op bepaalde staatsobligaties, vermeerderd met 1,5 procent.

## Verrekening dividendbelasting

Koninklijke Friesland Foods N.V. houdt dividendbelasting in. Deze kunt u verrekenen met de belasting die u moet betalen. U dient het ingehouden bedrag in de aangifte te vermelden als 'voorheffing'. Raadpleeg altijd uw belastingadviseur of boekhoudkantoor over de belastingtechnische aspecten van certificatenbezit.

## Belastingheffing over certificaten van aandelen B

Voor certificaten van aandelen B die op uw ondernemingsbalans staan, geldt het regiem van 'box 1'. Dat betekent dat u over het daarop ontvangen dividend (en koerswinsten) inkomstenbelasting betaalt.

Behoren de certificaten tot uw onderneming en heeft deze een gebroken boekjaar, dan geldt het volgende:

- Hebt u het dividend ontvangen vóórdat uw boekjaar 2006/2007 is geëindigd, dan moet u dit aangeven in de aangifte inkomstenbelasting over het jaar 2007;

- Hebt u het dividend ontvangen nádat uw boekjaar 2006/2007 is geëindigd, dan moet u dit aangeven in de aangifte inkomstenbelasting over het jaar 2008.

Voor certificaten op naam van uw B.V. geldt dat, omdat het belang in Friesland Foods minder is dan 5 procent, vanaf 1 januari 2007 de deelnemingsvrijstelling is vervallen. Dit betekent dat dividenden op certificaten Friesland Foods, en boekwinsten bij verkoop van certificaten B, vallen onder de huidige wetgeving als hoofdregel in het belastbare resultaat bij de ontvangende B.V. Tot 1 januari 2010 geldt een overgangsmaatregel.

Voor de certificaten van aandelen B die tot uw privé-vermogen behoren, geldt het regiem van 'box 3'. Gevolg hiervan is dat u jaarlijks een zogenoemde forfaitaire rendementsheffing moet betalen. Die heffing bedraagt 30 procent over een fictief rendement (4 procent op uw certificaten). Concreet betekent dit dat u 1,2 procent betaalt

over de gemiddelde waarde van uw certificaten op 1 januari en op 31 december. U kunt daarvoor de koersen hanteren die tot stand zijn gekomen op de beursdagen in januari van het aangiftejaar en in januari van het daaropvolgende jaar.

Voor vermogen 'box 3' is een algemene vrijstelling. De 1,2 procent wordt alleen geheven voor zover het 'box 3-vermogen', na aftrek van uw privé-schulden, hoger is dan 20.014 euro per persoon (bedrag 2007). Het heffingvrije vermogen kan onder voorwaarden worden overgedragen aan de partner. Voor andere eventueel op uw situatie van toepassing zijnde vrijstellingen, is het belangrijk om uw belastingadviseur of boekhoudkantoor te raadplegen.

# Proactief aan de slag

Voedingsmiddelenbedrijven, supermarkten en consumenten: afnemers van zuivelproducten van Friesland Foods. Ze vertrouwen allemaal blindelings op de kwaliteit van de zuivel die ze drinken, eten of toevoegen als ingrediënt aan andere producten.



Melk afkomstig van gezonde koeien. Dat is nodig om als zuivelexporterend land wereldwijd vooraan te blijven. Om dat te waarborgen, is het nodig om naar de korte én de lange termijn te kijken. Met dat laatste in het vizier, is Friesland Foods vorig jaar de discussie gestart over het belang van dier-



ziektenbestrijdings-programma's op het boeren erf.

#### **Wat willen de leden?**

Het thema 'diergezondheid' stond vorig jaar voor het eerst op de agenda tijdens de regiobijeenkomsten van Friesland Foods. Daarbij ging het vooral om salmonella en paratuberculose. Leden konden aangeven wat hun voorkeur had. Wilden ze proactief aan de slag met diergezondheid? Wilden ze normen stellen en een ondergrens bepalen? Of was niets doen een optie? Het merendeel van de 5.100 leden die de najaarsbijeenkomsten bezochten, waren voor een proactieve aanpak. Tegelijkertijd werd duidelijk dat de meeste leden geen heil zien in stimulering door herverdeling van het melkgeld.

Voorkomen is beter dan genezen. Deze uitkomsten zijn de basis voor een plan voor aanpak van salmonella en paratuberculose. Dit plan is afgelopen februari tijdens ruim zeventig themabijeenkomsten, over diergezondheid, door het bestuur gepresenteerd. Een dierenarts lichtte de dierziekten en mogelijke aanpak verder toe en beantwoordde technische vragen over de dierziekten. "We willen salmonella op het melkveebedrijf uitroeien en paratuberculose terugdringen", aldus bestuurslid Jorrit Jorritsma. "Preventie is daarbij essentieel. Neveneffect ervan is het terugdringen van andere dierziekten en het beperken van het gebruik van diergeneesmiddelen."

#### **'Onverdacht'**

Het einddoel van het plan van aanpak wordt na de nulmeting - startonderzoek van alle melkveebedrijven die aan Friesland Foods leveren - definitief vastgesteld. De uitkomst ervan bepaalt of het nu

vastgestelde einddoel haalbaar is. Dat zou betekenen dat in januari 2011 alle melkveebedrijven die aan Friesland Foods leveren voor wat betreft salmonella de status 'onverdacht' hebben. Voor paratuberculose is het doel dat alle melkveebedrijven op datzelfde moment status B hebben (zie kader).

De route naar dat einddoel is voor het bestuur helder. "Per dierziekte stellen we een norm, route en tijdsplan vast. Friesland Foods wil haar leden hierbij ondersteunen, bijvoorbeeld door voorlichting te geven en praktische zaken zoals een nulmeting te organiseren. Ook willen we kijken of die nulmeting gemeenschappelijk gefinancierd kan worden. Zo kunnen we de kosten gezamenlijk dragen."

#### **Portemonnee**

Er is nog discussie over de kosten voor de aanpak van salmonella en paratuberculose. Uit welke portemonnee worden die betaald? Friesland Foods ziet het liefst een landelijke aanpak van de dierziekten. "Herverdeling van het melkgeld is in dit verband van de baan. Er was geen draagvlak voor onder onze leden en dan moet je het niet doen", aldus bestuursvoorzitter Sybren Attema.

#### **Voorlopers en achterblijvers**

Tijdens de themabijeenkomsten konden leden aangeven of zij de kosten voor het plan van aanpak collectief of individueel willen dragen. "Ook hebben we gevraagd wat hun ideeën zijn over de voorlopers, leden die al jaren investeren in dierziektebestrijdingsprogramma's. Moeten zij ook meebetalen aan de nulmeting? En wat doen we met de achterblijvers?" Diverse reacties van leden-melkveehouders spraken boekdelen: Een lid-melk-

veehouder: "We betalen sowieso. Of individueel, of via PZ-heffingen. Ik zou voorlopers niet laten betalen. Het kost al genoeg om de status onverdacht of B te krijgen." Een collega dacht er anders over: "Ik ga voor het collectief betalen van de kosten. Maar waar halen we dat collectieve geld vandaan? Is dit wel een optie?"

Of "Zijn de doelen wel haalbaar en niet te ambitieus? Wat als ineens salmonella of paratuberculose op je bedrijf uitbreekt? Wat gebeurt er dan? Ik ben best huiverig voor de gevolgen als de koeien niet gezond blijken te zijn." Ook gingen er stemmen op om de kosten door de markt te laten betalen. Attema: "Melk van gezonde koeien is een basisvoorwaarde. We kunnen ons met de aanpak van dierziekten niet onderscheiden. Het wordt van ons verwacht, zelfs geëist, dat melk van gezonde koeien komt."

#### **Afgesproken!**

Hoe nu verder? Het bestuur komt op het plan van aanpak terug tijdens de regiobijeenkomsten in maart. Daarna volgt een nadere uitwerking. Dit najaar presenteert het bestuur tijdens de regiobijeenkomsten een definitief plan van aanpak, waarna de beslissing valt. Attema: "We hebben tijdens diverse bijeenkomsten met elkaar gediscussieerd over de route die we moeten volgen. De uitkomsten koppelen we terug aan onze leden. We gaan op basis van de reacties van de leden op de themabijeenkomsten uitwerken hoe het plan van aanpak er precies uit gaat zien. Maar samen hebben we één doel voor ogen, namelijk dat alle bedrijven in 2011 vrij zijn van salmonella en paratuberculose onder controle hebben."

Weidezuivel van Friesche Vlag

# Weidegangfonds voor ondersteuning en stimulering weidegang



'Koeien in het Nederlandse landschap'. In Nederland een onderwerp dat steeds vaker op de agenda staat van maatschappelijke organisaties, de politiek en de overheid.

Tijdens de Conferentie Weidegang eind 2005 zijn gezamenlijke initiatieven afgesproken voor stimulering van weidegang door overheid, detailhandel, melkveehouderij, zuivelindustrie en dier- en milieuorganisaties. En ook de consument ziet de koeien het liefst buiten lopen.

## Mede initiatiefnemers Weidegangfonds

Vereniging Natuurmonumenten is betrokken voorstander van weidegang. Directeur Natuurbeheer Natuurmonumenten Teo Wams: "Koeien in de wei zijn van grote landschappelijke waarde. Dit initiatief bevordert het behoud hiervan." "Met de introductie van weidezuivel wordt invulling gegeven aan een belangrijke wens van de consumenten", benadrukt Klaas van den Doel van het CBL. Het Ministerie van LNV ondersteunt het initiatief omdat "de aanpak laat zien hoe dit belangrijke maatschappelijke thema op een marktgerichte manier kan worden aangepakt". Wim Thus, afdelingsdirecteur Landbouw van Rabobank Nederland zegt: "De openstelling van het Weidegangfonds maakt een brede en gebundelde aanpak uit de zuivelkolom mogelijk. Het betrekken van maatschappelijke en consumentenorganisaties vergroot het draagvlak".

### Initiatieven

In 2005 liep in Nederland 85 procent van de melkkoeien in de wei. Een trend is dat een toenemend aantal melkkoeien in het weideseizoen vaker op stal wordt gehouden. Vele factoren en omstandigheden spelen daarbij een rol, zoals bijvoorbeeld de groei van de melkveebedrijven en een te kleine huiskavel.

Teneinde de leden-veehouders te ondersteunen bij een bewuste keuze voor weidegang en daarmee de zichtbaarheid van koeien in het Nederlandse landschap te stimuleren heeft Friesland Foods twee initiatieven genomen: de marktintroductie van weidezuivel en de oprichting van een Weidegangfonds. Daarmee geeft de onderneming gehoor aan de vraag van consumenten en maatschappelijke organisaties die graag koeien in het landschap zien.

### Weidezuivel

De weidezuivel wordt onder het merk Friesche Vlag op de markt gebracht. "Het complete dagverse

assortiment van Friesche Vlag - melk, karnemelk, yoghurt, vla maar ook Breaker en Milk&Fruit, wordt vanaf april 2007 gemaakt van melk die gegarandeerd afkomstig is van koeien die van de lente tot in de herfst in de wei lopen. We geven dus een weidemelkgarantie op deze zuivelproducten.", aldus Freek Rijna, managing director van Friesland Foods Western Europe. De verpakkingen van het basisassortiment zoals melk, karnemelk en yoghurt wordt volledig vernieuwd. Prominent komen de koeien in de wei op de verpakking te staan. Op de overige verpakkingen wordt aangegeven dat het product is gemaakt van weidemelk. Consumenten kunnen nu bewust kiezen voor weidezuivel en zo een bijdrage leveren aan de zichtbaarheid van koeien in het Nederlandse landschap.

Voorlopig wordt de weidezuivel alleen voor het dagverse assortiment gebruikt. Rijna: "Als blijkt dat de weidezuivel een succes is, dus dat de consument er inderdaad

# uning



meer geld voor over heeft, dan kijken we naar uitbreiding van het assortiment met weidezuivelproducten." Zo onderzoekt Friesland Foods momenteel wat de mogelijkheden zijn om kaas gemaakt van weidezuivel in de markt te zetten.

## Prijs

Friesland Foods zal een hogere prijs voor weidezuivel vragen. Rijna: "We willen waarde toevoegen aan de zuivelcategorie. Daarnaast maken we extra kosten omdat we de melk die we voor de productie van onze dagverse zuivelproducten nodig hebben, moeten ophalen. Friesland Foods biedt de supermarkten ook weidemelk aan voor de productie van huismerken. Daarvoor moeten de supermarkten dan wel een hogere prijs betalen."

## Vrijwillig

Deelname van de leden-melkveehouders aan de weidegang, is vrijwillig. Zij hebben een brief ontvangen met daarin de vraag of men mee wil doen. Zo ja, dan

kan men hiervoor een verklaring ondertekenen. Medio maart zal duidelijk zijn hoeveel leden-melkveehouders meedoen. De controle op weidegang bij melkveehouders die meedoen, wordt gedaan door onder andere de beoordelaars van het kwaliteitssysteem Qarant.

## Weidegangfonds

Om weidegang verder te ondersteunen en te stimuleren richt Friesland Foods een Weidegangfonds op. Vanuit het fonds wordt aan alle deelnemende leden-veehouders die weidemelk leveren, een financiële ondersteuning gegeven, een zogenaamde weidegangbonus. Friesland Foods garandeert drie jaar lang een bijdrage van twee miljoen euro per jaar in het fonds ten behoeve van deze financiële ondersteuning (weidegangbonus) van de leden-veehouders.

Het Weidegangfonds heeft ook nog een ander doel. Melkveehouders die geen of beperkte weidegang toepassen, worden gestimuleerd

## Weidegangbonus

Leden-melkveehouders die aangeven weidegang te willen hanteren en de weidegangverklaring ondertekenen, krijgen na afloop van elk melkjaar een weidegangbonus. Onder weidegang wordt verstaan het gedurende minimaal 120 dagen lang, minstens zes uur per dag weiden van melkkoeien. Vanuit Friesland Foods wordt drie jaar lang twee miljoen euro per jaar gestort in het Weidegangfonds ten behoeve van de weidegangbonus. Bij 80 procent deelname van de leden-melkveehouders komt dit neer op een bonus van 0,05 euro per 100 kilogram geleverde melk gedurende het gehele jaar. De uiteindelijk hoogte van de weidemelkbonus is afhankelijk van de financiële omvang van het Weidegangfonds en het aantal melkveehouders met weidegang.

## Positie melkveehouder

De melkveehouder maakt als ondernemer een keuze of de melkkoeien al dan niet worden geweid. De keuze voor weidegang is onderdeel van een brede afweging over de bedrijfsvoering van het melkbedrijf en verschilt dus van bedrijf tot bedrijf. In meerdere gevallen wordt de keuzevrijheid begrensd door specifieke economische, technische dan wel ruimtelijke beperkingen. Deze beperkingen kunnen overigens niet altijd afdoende worden weggenomen. Vanuit het Weidegangfonds wordt weidegang ondersteund en gestimuleerd. De uiteindelijke beslissing ligt bij de melkveehouder. De keuze om al dan niet te weiden wordt te allen tijde gerespecteerd.

om hun koeien (vaker) in de wei te laten lopen. Zij kunnen via het fonds gratis voor hun bedrijf de mogelijkheden van (meer) weidegang technisch en economisch laten beoordelen en doorrekenen. Daarbij wordt ook advies gegeven over de manier waarop men weidegang kan toepassen in lastige situaties. De resultaten en ervaringen van de praktijkproeven van het project 'Koe en Wij' dat begin 2006 door het Ministerie van LNV is gestart, zijn hierbij het uitgangspunt. In dit project zijn met diverse groepen veehouders, in concrete en lastige situaties met verschillende bedrijfstypen en stalsystemen, allerlei beweidingmogelijkheden bekeken. De beoordeling, doorrekening en advisering inzake weidegang mogelijkheden wordt verzorgd door een groep opgeleide deskundigen. Het Weidegangfonds wordt ondergebracht in een onafhankelijke stichting. Wanneer het fonds is opgericht, zal het ook worden opengesteld voor andere zuivelondernemingen en hun melkveehouders.

Het Centraal Bureau voor de Levensmiddelenhandel (CBL) en de Vereniging Natuurmomenten zijn mede-initiatiefnemers van het fonds en steunen dit door hun naam eraan te verbinden. Het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) alsmede de Rabobank verwelkomen het initiatief en ondersteunen de adviseringsactiviteiten vanuit het Weidegangfonds. Op de Conferentie Weidegang eind 2005 is vastgesteld dat weidegang een gezamenlijk belang is van de melkveehouders, de zuivelindustrie, de detailhandel, de overheid, maatschappelijke organisaties en consumenten. Om deze reden zullen overheden (nationale en provinciale), financiële instellingen, de detailhandel, provinciale landschapsorganisaties en andere maatschappelijk organisaties worden benaderd om aan het Weidegangfonds een financiële bijdrage te leveren. Ook de politieke partijen zullen voor ondersteuning van het initiatief worden benaderd.

## Bitterkoekjes crème

Recept van melkveehoudster Irmgard Keppels uit Laren (Gld.), één van de winnaressen van de receptenwedstrijd.

### Ingrediënten

Voor 4 personen:

- 250 ml Friesche Vlag Caramel vla
- 125 ml Friesche Vlag ongeklopte slagroom
- 100 gram Bitterkoekjes (ca. 10 stuks)
- 1 zakje vanillesuiker
- 2 eetlepels mokkalikeur (Tia Maria)



## 'Rudi' in het nieuw

Van het lekkere en in Hongarije zeer populaire kwarkreepje Pöttyös Túró Rudi komen medio februari twee nieuwe varianten op de Hongaarse markt. De eerste variant is een grotere versie van de bestaande reep van 30 gram met de smaak 'melk'. De smaak die in het segment het snelst groeit. Daarom is besloten om een grotere broer op de markt te brengen. De nieuwe Pöttyös Túró Rudi reep weegt 51 gram. De tweede variant is nieuw: Pöttyös

Túró Rudi als bonbon, bedoeld als dessert om na een lekker etentje te delen met familie en vrienden. De bonbon van 20 gram wordt in de smaak hazelnoot geïntroduceerd en is per negen stuks verkrijgbaar.



### Dina 237

Martijn Weeda uit Zeyerveld over Dina 237: "Het is een rustige koe, die gewoon haar rondjes meedraait en niet opvalt in de koppel. Ze komt na het afkalven steeds wat moeilijk op gang en ook het tochtig worden duurt een poos. Daar houd je dus rekening mee. Verder is het een probleemloze koe met een beste uier en droge benen. Ze kan goed meekomen en is op dit moment weer drachtig. In juli

10.000 kg  
vet/eiwit

*Naar aanleiding van de oproep om een foto van uw boerderij met het bijbehorende verhaal in te sturen, heeft de redactie van Koerier prachtige foto's met leuke, mooie, ontroerende of grappige verhalen ontvangen. Uit de vele inzendingen heeft de redactie twaalf foto's gekozen die maandelijks in Koerier worden gepubliceerd. Unieke foto's met unieke verhalen die wij u niet willen onthouden.*

### Henk en Betty Klijnstra uit Warns:

"Wat wij bijzonder aan onze boerderij vinden? De gevelstenen! Die zijn waarschijnlijk zo'n 400 jaar oud. Een buurjongen heeft jaren geleden in het provinciale archief een tekening gevonden van onze boerderij. Op die tekening staan ook de gevelstenen en het jaartal 1646. Mijn opa heeft de boerderij in 1926 gekocht. De gevelstenen zaten toen nog boven de ramen en een deur. Later is het voorhuis afgebroken, is de boerderij herbouwd en zijn de gevelstenen opnieuw ingemetseld."

#### 'De kwaai'

"Op één van de stenen staat wat wij noemen 'de kwaai'. Die kop lijkt namelijk wel wat op een doodshoofd. Volgens mijn vader zat deze gevelsteen boven de lijkdeur. Dat was de deur waardoor de overledene naar buiten werd gedragen. De andere gevelsteen lijkt op een mooi aangeklede poppenkop. Geen idee wat deze betekent. Vroeger waren er twee van deze poppenkoppen in de gevel gemetseld, maar mijn ouders hebben één steen meegenomen. Deze is ingemetseld in de zijgevel van hun huis."

#### Edelman?

"Tja, en dan de steen met de man op een Fries paard. Dat kan van alles betekenen. Een paardenfokker, een edelman, noem maar op. Tijdens de verbouwing is er een gouden schoengesp gevonden, wat er volgens ons op wijst dat hier ooit een edelman of herenboer heeft gewoond. Maar of dat echt zo is, weten we niet."

Noot van de redactie: Tot 1795 hadden huizen of winkelpanden geen huisnummer. Om mensen te helpen het juiste pand te vinden, hing de eigenaren houten uithangborden op de gevel. Later zijn deze vervangen door gevelstenen.



### Werkwijze

Verkruimel de bitterkoekjes en vermeng deze met de likeur. Leg dit mengsel onderin een glazen schaal en druk het wat aan. Klop de slagroom met de vanillesuiker lobbijg. Spatel de vla door de slagroom en schenk dit mengsel voorzichtig op de laag bitterkoekjes. Laat de crème enkele uren in de koelkast goed koud worden. Schep de koude bitterkoekjes crème in een kommetje of glas en maak het af met een toefje slagroom.



### De beste

Appelsientje FrisFruit is in België uitgeroepen tot 'Product van het jaar 2007'. Zo'n 7.000 Belgische consumenten hebben in een marktonderzoek, uitgevoerd door een toonaangevend onderzoeksbureau, de frisse vruchtendrank verkozen tot het lekkerste en beste product voor 2007. Appelsientje: niet voor niets het beste uit de zon!

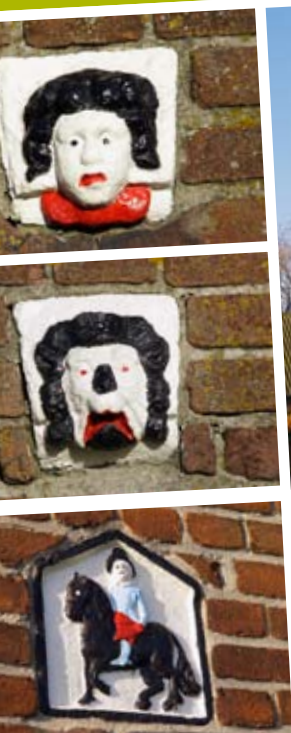
moet ze afkalven. We hebben twee nakomelingen van Dina op ons bedrijf: één kalf en één vaars die net aan de melk is. Daar is dus nog niet veel van te zeggen. Dina is eigen fok en de leeftijd van 15 jaar zie je er niet aan af. Ze gaf ruim 124.000 liter melk om tientonner te worden. Ik zie dat vooral als een prestatie van de koe. Er kan in 15 jaar tijd veel gebeuren met een koe en er zijn maar weinig koeien die de tien ton halen. Het is bijzonder, dus we gaan de hulding gepast vieren met een borrel op het

bedrijf, samen met burens, familie en vrienden."

### Amsweer Dora 63

Arno van Velzen uit Meedhuizen over Amsweer Dora 63: "Een eigenzinnige koe die zich moeilijk laat vangen en rare manoeuvres maakt. Verder is ze in haar gedrag niet opvallend. Dora is nu ruim 14 jaar, gaf ruim 120.000 liter melk, met vooral een mooi eiwitgehalte: 3,66. Het was de laatste jaren wel eens moeilijk om haar drachtig te maken, maar het is nu toch weer gelukt. Over een paar maanden kalft ze af. Dora 63 is eigen fok en de naam Amsweer verwijst naar het gehucht waar ik woon en Amsweer is ook onze bedrijfsnaam.

Dora is een koe waar je de leeftijd niet aan afziet. Grijze haren zie je niet, wel heeft ze last van een hoog celgetal. Als je het puur economisch bekijkt, zou je zo'n koe al hebben verkocht, maar het is toch de sport om de 10.000 kilo vet en eiwit te halen. Dora is de vierde koe op ons bedrijf die dat presteert en dat blijft bijzonder. De hulding hebben we klein gehouden, want daar is de nieuwigheid wel af. Straks na het afkalveren, kijken we hoe het verder moet met Dora. Er zijn nog twee nakomelingen op het bedrijf, waarvan één pink. De dochter die al aan de melk is, produceert bovengemiddeld."



foto&verhaal

Het kwarkreepje Pöttyös Túró Rudi is onverminderd populair in Hongarije. Om voor elk wat wils te bieden, heeft Friesland Foods Central Europe medio februari ook een Pöttyös Túró Rudi bonbon geïntroduceerd. Bijgaande afbeelding is gebruikt op de achterzijde van een notitieblok. Deze is als onderdeel van de promotiecampagne verzonden naar alle belangrijke klanten en distributeurs van de werkmaatschappij.



Pöttyös®



#### Informatienummers

##### **Binnendienst Friesland Foods**

(ook voor het melden van storingen):

0900 - 202 54 77 (lokaal tarief)

E-mail:

[meppel.binnendienst@frieslandfoods.com](mailto:meppel.binnendienst@frieslandfoods.com)

Internet:

[www.frieslandfoods.com/veehouders](http://www.frieslandfoods.com/veehouders)

##### **Infotelefoon superheffing COS**

079 - 368 16 62

##### **Rabobank Nederland, in verband met certificaten van aandelen B**

Info 030 - 216 11 30

Handel 030 - 216 33 61 (9.30-16.30 uur)

**A Pöttyös az igazi!**®

Koerier is het maandblad van Friesland Foods / Redactie-adres: Friesland Foods, Corporate Communication, postbus 124, 7940 AC Meppel, telefoon: 0522 - 276 276.

Hoofdredactie: Irma Dorenstouter / Redactionele bijdragen: Roy Ramaker (de PLOEG communicatie) / Redactieraad: Yvonne Derkse, Gerard Heerink, Martin Speelman en Johan van Dijken.

Fotografie: Marten Aukes, Annemarie Hoogwoud, Harry Meijer, Ewout Staartjes. Foto's jaaroverzicht: Friesland Foods Hellas, Friesland Foods Kievit, Friesland Foods West Africa, Ad van Lit, Eric de Vries.

Concept en design: Kris Kras Design bv communicatie en vormgeving / Lay-out: Studio Dyk / Druk: Senefelder Misset / Oplage: 18.000.