



Concrete toezeggingen tonen beweging in de intensieve veehouderij

Partijen zien mogelijkheden tot duurzame samenwerking

10 november 2003, Landgoed Heerlijkheid Mariënwaerd te Beesd

Wat is de toekomst van de intensieve veehouderij in Nederland? Op uitnodiging van minister Veerman discussieerden zo'n 170 beslissers en belanghebbenden over deze vraag. Tijdens deze 'Nationale Dialoog' stonden onder het motto "De sector in beweging", verantwoordelijkheden en oplossingsrichtingen centraal. Niet vrijblijvend, maar concreet: wie neemt het initiatief en wie gaat hierover met wie in gesprek?

Deze dialoog vormde de afsluiting van een regionale debatcyclus. Gaf de cyclus veehouders, vertegenwoordigers van belangenorganisaties en belanghebbenden uit de kolom de gelegenheid haar of zijn standpunt naar voren te brengen, de dialoog bracht de discussie op een hoger plan.

De arenaopstelling, met een binnen- en buitenring, bood zo'n 45 vertegenwoordigers uit de kolom in de binnenring de mogelijkheid direct met elkaar in gesprek te laten gaan. Gasten in de buitenring kregen desgewenst het woord. De minister, als kritische toehoorder, kon op eigen initiatief deel nemen aan de dialoog en werd door zijn plaats in de binnenring ook direct aangesproken. Op zijn beurt nam de minister diverse malen het initiatief tot nadere discussie.

Het programma kende twee hoofdthema's, het thema 'maatschappelijke waardering' en het thema 'markt'. De middag werd in opdracht van het ministerie georganiseerd door stichting Het Portaal en stond onder leiding van Peter van der Geer van Debat en Dialoog.

Maatschappelijke waardering

Uit de belevingsmonitor die door het ministerie van LNV is uitgevoerd, blijkt dat de burger er niet van overtuigd is dat het goed gaat met het dierenwelzijn. De maatschappelijke waardering voor de sector is daardoor laag. Hoe kan dit worden verbeterd?

Zowel de dierenbescherming, als vertegenwoordigers van de hobbydierhouders en pluimveehouderij pleiten in dit kader voor het opheffen van het non-vaccinatiebeleid. De ruimingen hebben tot grote maatschappelijke weerstand geleid. "Door dierziekten op deze wijze te voorkomen, kunnen hobbydier- en intensieve veehouders naast elkaar leven", zo wordt gesteld. Tijdens het Nationale Pluimveedebat van 3 november jl. is reeds gebleken dat beide groepen samen met de minister hun zaak in Brussel willen bepleiten. Stichting Natuur en Milieu verruimt de discussie graag in de richting van natuurbeheer, ook hier valt voor de sector waardering te winnen. "De Minister heeft nu gedonder met de nitraatrichtlijn, maar hij krijgt ook gedonder met de habitat- en vogelrichtlijn".

Het grote prijsverschil tussen gangbaar en biologische producten in combinatie met het oerwoud aan (keur-) merken belemmert een verduurzaming van de sector, zo luidt het commentaar vanuit een maatschappelijke organisatie. Waarom geen geïndiceerd cijfer voor dierenwelzijn en fiscale voordelen voor biologische producten? De vertegenwoordiger van Albert Heijn bepleit een middenweg. "Alsof er geen mogelijkheden liggen tussen 'hemel' en

'hel'. Waarom wordt er steeds gepolariseerd?". Stel een eisenpakket op voor het middensegment tussen bulk en biologisch. Introduceer hiervoor een certificeringssysteem, zodat iedereen kan zien waar die producten uit bestaan en dat dit wordt gecontroleerd. De overheid moet daarbij helpen, want "het is een illusie om te verwachten dat dit door de sector zomaar wordt opgepakt, gezien de wetten van de markt." Daarbij bepleit de Albert Heijn vertegenwoordigster versoepeling van de eisen voor biologisch vlees. "Je kunt dan veel meer in het middensegment kwijt.



Simone Hertzberger van Albert Heijn voert het woord

Het Productschap ziet slechts een stimulerende rol voor de overheid. De sector kan haar eigen verantwoordelijkheid nemen. Een voorbeeld, zo wordt gesteld, is de vleeskuikensector. Hier heeft de sector zelf een dierenwelzijnregeling geïntroduceerd, goedgekeurd door de SER. Ook binnen IKB heeft dierenwelzijn een plaats. Er moet gereguleerde marktwerking zijn.

"Maar", zo wordt gevraagd, "is de vraag van de consument aan de boer wel duidelijk?". Wie neemt het initiatief tot produceren van welk product? Dit blijkt al bij al niet geheel helder. Differentiatie wordt breed gezien als mogelijke oplossing. Daarom hebben zo'n 60 varkenshouders, waaronder Hans van der Hoeve een product met milieukeurmerk gelanceerd en wordt bijvoorbeeld met de Dierenbescherming samengewerkt aan een experiment met een diervriendelijke proefstal. Het contact met marktpartijen wordt als evenwel als 'vaag' omschreven. Platform Biologica bepleit

meer aandacht voor commerciële ketens op basis van convenanten.

Van Gemert van de NVV vindt dat de consument en de maatschappelijke organisaties maar moeten aangeven wat men wil. "Als zelfs de retail niet weet wat de consument morgen wil, hoe kan de varkenshouderij die investeringen voor 30 jaar moet doen dan keuzen maken?". "Wanneer de Nederlandse consument een bepaald product wil kan ze dat krijgen, maar er is ook een Europese vraag. Men vraagt en wij draaien." Nederland exporteert zo'n 80% van de alhier gefokte varkens.

Er worden echter vraagtekens gesteld bij de levensvatbaarheid van de Nederlandse varkenshouderij. "We moeten niet denken dat we het zo voor elkaar hebben met allerlei normen en wensen en dat dit in andere landen niet het geval zou zijn. Veel leveranciers van buiten Nederland weten prima wat de Nederlandse consument wil en die kunnen morgen al gaan produceren. Zeker 25% goedkoper". De vertegenwoordiger van Wakker Dier vindt de huidige IKB normering nogal mager waar het gaat om dierenwelzijn. Het zonder verdoving castreren van varkens vindt nog steeds plaats.

Het woud aan keurmerken vormt een grote bron van irritatie. "Ik ben beroepsgedeeformeerd, maar ook ik zie door het bomen het bos niet meer", zo luidt de klacht. De informatie richting de consument verdient extra aandacht. Een legpluimveehouder is voor differentiatie en produceert een grasei, een scharrelei, een ecologische ei en zo meer, maar de consument snapt het niet. Om toch duidelijk te maken dat wel degelijk aan een groot aantal eisen wordt voldaan, vertelt varkenshoudster en vicevoorzitter van de LTO-werkgroep Varkenshouderij Ten Have-Mellema een maatschappelijk jaarverslag voor de sector op te stellen: "Respect kun je ook afdwingen".

Het onderwerp 'maatschappelijke waardering' wordt afgesloten door de minister. Hij ziet beweging en hoopt dat nieuwe initiatieven levenskrachtig zullen blijken. Een recent rapport van Wageningen Universiteit schetst kansen

MBO en HBO scholenwedstrijd

De groene MBO-essaywedstrijd werd gewonnen door Niels Godrie, Joost Maes, Renée Maaswinkel, Jasper de Hoon, Johan Nooren en Leo Amerlaan van het Prinsentuin College in Breda. Hun inzending met als titel 'PowerPoint Presentatie (de uitwerking)', werd door de minister met een cheque van €2.500 beloond. Hun boodschap luidt: "Op de vrije markt kunnen de Nederlandse bedrijven zich alleen onderscheiden door kwaliteit en veiligheid".

De groene HBO-essaywedstrijd werd gewonnen door Marieke van Liempd, Anna Schildtwacht en Eva Lunenberg van de HAS in Den Bosch. De auteurs van het essay met als titel 'Duurzaam uiteindelijk goedkoper?!', werden ook door minister Veerman beloond met een cheque van €2.500. Hun boodschap luidt: "De overheid zal een intensivering in de duurzame markt moeten doen die aan de hand van lagere milieukosten terug verdiend zal kunnen worden".

De jury bestond uit een vertegenwoordiger van de Rabobank, Vakblad Groen Onderwijs en NAJK. Het winnende essay verscheen op 11 november in het Agrarisch Dagblad.



Winnaars van de MBO-essaywedstrijd ontvangen van de minister hun prijs

voor de versvleesmarkt in Noord-West Europa (driehoek Parijs, Londen, Berlijn). De minister stelt dat de overheid er is om die mensen die initiatieven nemen te helpen. "Wat moeten we nu even terzijde leggen om initiatieven een kans te geven?", zo vraagt hij zich af. De regelgeving rond stankwetgeving, mestproductierechten en ammoniakproblemen worden aangedragen als hindernissen. Co-vergisting wordt aangedragen als rendabele activiteit in de toekomst. Maar hier ligt regelgeving dwars.

Markt

Waar liggen de kansen, hoe is de markt? Zo start het laatste gedeelte van de nationale dialoog. Doornbos van LTO Nederland heeft hierover een uitgesproken mening: "het probleem is, de sector krijgt geen marktsturing op basis van de signalen". Alleen wanneer er aan de consumentkant iets gebeurt, kunnen er dingen veranderen, zo stelt hij. "Het is een schande dat wij bezig zijn met meer doen aan maatschappelijke signalen, terwijl de supermarkten alleen het prijssignaal afgeven. Ook de tussenschakels zijn niet in staat gebleken, door concurrentie, het nieuwe product in de markt te zetten."

Maar prijs is volgens de vertegenwoordiger van Albert Heijn maar één onderdeel: "wat we hier zitten te bedenken kan het buitenland ook".

Overlevingskansen zitten niet alleen aan de kostprijzijde. Dit wordt bevestigd door Dekker van Nutreco, "we moeten gedifferentieerder aanbieden". Ook moeten we markten dichterbij huis zoeken, de wereldmarkt is verloren. Een stelling die door van Gemert niet wordt gedeeld. Eerdere vermeende bedreigingen, zoals de concurrentie uit Spanje bleken onjuist. "Als wij op dezelfde wijze, op een 'level playing field' mogen en kunnen produceren als de concurrenten, dan zijn wij met onze kennis, infrastructuur én ons ondernemerschap in staat de concurrentie het hoofd te bieden."

Maar volgens minister Veerman snijdt dit geen hout. "De realiteit gebiedt te stellen, dat op basis van de cijfers die er nu zijn u het niet gaan redden. De bescherming die er is gaat verdwijnen. Uw strategie is niet levensvatbaar, u mag uw leden geen toekomstbeeld voorhouden dat niet realistisch is. Met alleen een 'level playing field' in Europa komen we er niet."

De minister wordt hierin bijgevallen door een vertegenwoordiger van de Stichting Solidariteit Pluimveehouderij: "we worden links en rechts ingehaald door Thailand en Brazilië. Ze komen toch over de muur, terwijl er 35% invoerheffingen op zit." De pluimveesector wil de kritische consument in de kleine driehoek bedienen.

Maar mocht er nu een product en productiewijze

worden geïntroduceerd, boven het basis niveau, zo vragen minister Veerman en Zents zich af, wordt dat dan door SNM gesteund? Van den Biggelaar van SNM stemt hiermee in. Wakker Dier en de Dierenbescherming zijn ook geïnteresseerd, mits er omtrent dierenwelzijn duidelijke verbetering wordt geboekt.

Varkenshouder Houben stelt dat de markt blijkbaar moet aangeven wat er verkocht en gekocht moet worden op basis van maatschappelijke eisen. Maar hij koopt wereldwijd in. Als er nu dadelijk vlees uit andere landen buiten Europa komt, dat wel aan kwaliteit, maar niet voldoet aan maatschappelijke eisen, dan hebben veel varkenshouders een probleem. Hij wil bij de minister pleiten dat er bij WTO onderhandelingen als die importheffingen er af gaan, er ook rekening wordt gehouden met maatschappelijke eisen (greenboxes) zoals die hier worden gesteld.

Het antwoord van de minister is helder: "we willen voorop in het peloton, maar gaan niet demarreren. Dat is regeringsbeleid. We gaan onze eigen producenten niet op een achterstand zetten, omdat we eisen stellen die de rest van Europa nog niet eerbiedigt. We gaan wel proberen om het kwaliteitsniveau op dierenwelzijn en kwaliteit omhoog te brengen. We moeten gelijk optrekken, maar wel het initiatief houden tot verbetering."

Volgens Van Doorn van Best Meat, één van de grootste vleesverwerkers van de EU, heeft zijn bedrijf geen toekomst, wanneer niet wordt voldaan aan de minimale eisen van maatschappelijk produceren. "Je moet bepalen hoe de markt in elkaar zit en daar op in spelen." Vertrouwen in de toekomst "ontstaat wanneer je kijkt naar wat de consument wil, je dat vertaald dat naar het grootwinkelkanaal en dit labelt. Je moet de markt volgen en ontwikkelen, met voldoende schaal. Stel eisen aan je leverancier. Kleine initiatieven zijn wel interessant, maar marketing kost geld en dan is massa nodig."

Kleine initiatieven blijven echter wel noodzakelijk en sommige blijken levensvatbaar. Zo produceren boeren voor de baconconsumptie in Engeland en voldoen aan de aldaar gestelde eisen; zeugen

moeten los lopen, beertjes mogen niet langer worden gecastreerd.

Een ander voorbeeld is het LIVAR-varken, een speciaal gefokt varken dat buiten loopt. Een initiatief van 5 varkenshouders die een basis vinden bij gewone gangbare bedrijven. Ondanks dat varkensvlees het imago van een stuntartikel heeft, is het mogelijk het als merk af te zetten in het horecakanal, in toprestaurants.

Ook een aantal keurslagers hebben een eigen kwaliteitsproduct ontwikkeld, zo stelt een vertegenwoordiger van Milieukeur. "Vanaf 1996 moesten producten aan allerlei nieuwe criteria voldoen, maar gingen anoniem de markt in. Milieukeur, Stichting Natuur en Milieu, de Consumentenbond en anderen stellen nu elke twee jaar een eisenpakket voor de producten vast." Bij de vereniging van keurslagers worden middels een convenant nu zo'n 5.000 karkassen per week verkocht, dat is geen niche meer.

Maar dit zijn voorbeelden, zo wordt gesteld door Ten Have-Mellema. Zijn er nog meer en wat moeten boeren doen om in te spelen op de markt? Ze geeft zelf het antwoord: "richt een platform voor regulier ketenoverleg op."



Minister Veerman luistert aandachtig

Een aantal maatschappelijke organisaties ziet vooral heil in voorlichting en beïnvloeding van consumentengedrag. Zoals het project om een kip te adopteren en deze via een webcam te volgen. "Maar is dat dan genoeg?", zo wordt gevraagd.

“Heeft dat nu daadwerkelijk bereik? Accepteer je de keuze van de consument wanneer die je niet bevalt, of ga je er dan nog harder tegenaan?” Dierenwelzijnsorganisaties hebben hier vooral last van de vele keurmerken, maar de varkenshouder gaat het gesprek met de dierenwelzijnsorganisaties graag aan. “Dan kunnen we onze energie op een positieve manier benutten. SNM en andere organisaties geven aan bereid te zijn om hierover aan tafel te gaan. “Een ketenproducent wijst er op dat de consument niets ‘moet’, maar moet worden overtuigd. De ‘*license to produce*’, het dierenwelzijn, is een absolute basis.” We kunnen wel het efficiëntst produceren, maar niet het goedkoopst in combinatie met dierenwelzijn.”

Voor veel kleinschalige initiatieven is opschaling nodig om het kwaliteitsniveau, qua dierenwelzijn en voedselveiligheid te verhogen. Het voorbeeld van De Hoeve wordt genoemd, waarbij bijvoorbeeld varkenshouders, slachterijen en Stichting Natuur en Milieu om tafel zitten.

Wanneer de minister de grootste vleesverwerker uitdaagt stelling te nemen, zegt deze met “een volmondig ja” toe, varkens of kippen of producten te weigeren die niet voldoen aan de maatschappelijk verantwoorde – gecertificeerde – productiewijze. Ook wanneer dit voor hem uit bedrijfsmatig oogpunt op dat moment gunstig zou zijn. Maar altruïsme voert niet de boventoon. “Ik heb een analyse gemaakt van de markt en mijn grote risico is voedselveiligheid en dierziekten. Ik kan dat oplossen uit mijn marge, of ik ga de markt dusdanig stimuleren dat ik die risico’s verminder. Zodat ik overmorgen in mijn uitbetalingprijs en leveringsvoorwaarden dit ga verbinden waardoor mijn risico’s afnemen, als een soort risicopremie.” En de Nederlandse boer, zo stelt hij, kan daar makkelijk aan voldoen. Door de wijze van productie, (*monitoring, tracking en tracing*), het tegengaan van vervoer over grote afstanden en gebieden waar we geen controle over hebben, dus sluiten van de keten. Geen dogmatische redenering, maar vanuit bedrijfsbelang”.



Daan van Doorn van Best Meat antwoordt de minister

Een kritische kanttekening komt van een vertegenwoordiger van de exportverzamelplaatsen. Hij heeft er geen behoefte aan de markt kleiner te maken. Een vertegenwoordiger van Nutreco wijst op de positie van Nederland in Europa: “België, het Verenigd Koninkrijk en Nederland kennen een krimpende sector. Tweederde exporteren én de slag maken richting biologisch is moeilijk. Innovatie en productdifferentiatie is daarom noodzakelijk. Een aantal voorbeelden zullen succesvol zijn en die moet je stimuleren. Daarbij zal het gemiddelde product ook van een betere kwaliteit zijn. De Nederlandse boer krijgt dan hopelijk erkenning en herkenning dat het product nog nooit zo goed is geweest als op dit moment.”

Optimalisering van de keten wordt als voorwaarde gesteld voor een grootschalig duurzaam initiatief. Volgens de vertegenwoordiger van Albert Heijn is het echter een illusie te veronderstellen dat een grootschalig initiatief alleen maar door de markt gerealiseerd kan worden. Etikettering is daarbij noodzakelijk. Dit wordt ondersteund door een varkenshouder: “Wanneer je water duur kunt verkopen, dan is dat met vlees ook mogelijk.” Maar hij wil ook maatschappelijke acceptatie. Als een supermarkt vlees uit Brazilië wil laten komen, dan is dat best, maar dit moet wel herkenbaar zijn voor de consument. Hetzelfde geldt voor producten uit vlees. Er is wettelijk rugdekking nodig voor vlees en vleesproducten, zo stelt een varkenshouder. Hij is niet bang voor productdifferentiatie. Bij marketing gaat het niet om producten, maar om

de beleving daarbij.

Maar waarom lijken maatschappelijke organisaties zo'n voorkeur te hebben voor kleinschalige projecten, zo vraagt de minister zich af. Is dat vanuit het oprechte geloof dat alleen vanuit kleine initiatieven iets moois groeit, of de gedachte dat de rest dan wel vertrekt? "Een misvatting", zo stellen de maatschappelijke organisaties. "Diverse initiatieven zijn niet kleinschalig en wel degelijk bestaat interesse om het middensegment te ontwikkelen. We zijn voor vaccinatie en wij geloven in kleinschalige initiatieven. Het scharrelei was ooit ook een kleinschalig initiatief dat enorm is uitgegroeid." Naast een groot aantal kleinschalige initiatieven is er een regisseur nodig die in staat is een afgesproken basiskwaliteit af te dwingen, zo stelt een dierenwelzijnsorganisatie: "Die lijkt er met de toezegging aan de minister door Best Meat te komen." De Dierenbescherming juicht dit toe: "daarom staan we in contact met alle schakels in de keten, van zaadje tot karbonaadje. Maar dat betekent niet dat we dan de ogen sluiten. De sector zal rekening moeten houden met voortschrijdende normstelling." Het onderwerp 'dierenwelzijn' is nog weinig genoemd en zou internationaal op een hoger niveau gebracht moeten worden. Ook zouden winkels het meer moeten aandurven om producten aan te bieden. Als voorbeeld wordt het trager groeiend vleeskeuken genoemd. Het lijkt of winkels en banken hun willen vrijhouden. Dat minister spreekt in dit verband Albert Heijn, het CBL maar ook de Rabobank aan. Albert Heijn heeft voor biologisch varkensvlees convenanten afgesloten en staat open voor andere grotere initiatieven. Het CBL kan echter niets afdwingen en wijst op geharmoniseerde afspraken in EUREP-GAP verband.

Nu een grote verwerker een regierol wil vervullen wordt ook aan de belangrijkste financiële instelling, de Rabobank gevraagd keuzen te maken. Is deze bereid eisen te stellen aan de klanten van de relatie, bij financiering? Die toezegging wordt niet gedaan. "Een varkenshouder die tegen zo'n laag mogelijke prijs weet te produceren, krijgt ook een offerte. We zullen altijd een zakelijke afweging maken." Ook SNM wordt gevraagd een uitspraak te doen over het ondersteunen van

keteninitiatieven, als voldaan wordt aan een deel van hun voorwaarden. Het antwoord is bevestigend.

Tot slot trekt de minister enige lijnen. "De overheid doet mee. Niet voorop, maar doet mee vanuit twee overtuigingen. Ten eerste komen de echte veranderingen uit de markt en zijn daarom pas duurzaam. Ten tweede, de overheid kan het gewoon niet. Wij maken de wereld niet vanuit Den Haag. De overheid stelt kaders en helpt om duidelijkheid te geven welke richting het op moet. De overheid zal steunen waar ze maar kan."

De minister illustreert zijn vertrouwen in de toekomst met een citaat van Slicher van Bath: "steeds weer staat men versteld van de kracht, van de ondernemerszin en van de doorzettingsvermogen van de Nederlandse boeren en tuinders." Maar, zo stelt hij, de sector hoeft Nederland niet uit, maar moet wel veranderen. Voorts blijft er plaats voor een specifieke vorm van veehouderij, toegesneden op de maatschappelijke eisen. "Anders, klein en levenskrachtig voor de toekomst gereed."

Conclusies door Het Portaal

- Het buitenland kan en zal goedkoper produceren. Productdifferentiatie en marketing zal volgens het grootste deel van de deelnemers daarom prijsconcurrentie moeten vervangen
- Een voor de consument begrijpelijk keurmerkensysteem biedt haar of hem de mogelijkheid een afgewogen keuze te maken en zou uniform toepasbaar moeten zijn op in ieder geval varkens-, kippenvlees en eieren.
- Er is ruimte voor het vergroten van het kwaliteitsniveau en het volume in het middensegment. Dit biedt de mogelijkheid kosten voor milieu, dierenwelzijn en kwaliteitsinspanningen in dit middensegment betaald te krijgen
- Wanneer er een pluimveeproduct wordt aangeboden dat boven het basis niveau ligt voor wat betreft product en productiewijze, dan wordt dat door Wakker Dier, SNM en de Dierenbescherming voor een aantal jaren geaccepteerd, mits wordt voldaan aan een aantal dierenwelzijncriteria
- Binnen de intensieve varkenshouderijkolom heeft een leidende verwerker zich bereid getoond op te treden als regisseur, richting een verdere verduurzaming van de sector
- Wanneer de primaire sector flexibel wil inspelen op de consumentvraag, moet deze vraag duidelijker met de primaire sector worden gecommuniceerd. Er is nu onvoldoende voeling met de markt, zijnde de eindgebruiker. Er is behoefte aan een regulier ketenplatform
- Differentiatie vormt een kritische succesfactor voor de sector, mits een zekere schaalgrootte kan worden bereikt.
- Een aantal regels kan en moet – wellicht tijdelijk – worden afgeschaft. De minister

heeft initiatiefnemers/vernieuwers ook opgeroepen aan te geven welke wetten en regels initiatieven voor vernieuwing frustreren.

- De overheid zal zijn verantwoordelijkheid nemen, kaders stellen en steunen waar ze kan.