

Irriterende oormerken

Kwaliteit oormerken in Nederland en Vlaanderen nog steeds ruim in vraag gesteld

Zowel in Nederland als in Vlaanderen vormen de verliespercentages van oormerken regelmatig het onderwerp van discussie. De kern van het probleem situeert zich rond de kwaliteit en de duurzaamheid van de kunststofsoorten. Wat is de oplossing?

onderzoek. In tegenstelling tot de noorderburen beperkt de keuze zich voor Vlaamse veehouders tot slechts één soort oormerken.

'Na gemiddeld vier jaar plaatsing zagen we een duidelijk verhoogde uitval optreden bij het toenmalige Kelflex-type', begint Veerle Ryckaert, projectleider bij de dienst Identificatie en Registratie van DGZ Vlaanderen. De studie naar de oorzaak van de opvallende verliespercentages gaf aanleiding tot de keuze voor een nieuw type oormerk. Van dezelfde leverancier Allflex werd in samenspraak met de overheid voortaan het Ultra-type afgenomen. 'De keuze gebeurde deels op basis van de ervaringen in Frankrijk en Wallonië. Daar is het type al langer in gebruik. Tot op heden zijn de klachten ook in Vlaanderen minimaal.'

Meetbare kwaliteit

Uit de ervaringen en de klachten met betrekking tot het oude type oormerken is bij Sanitel veel geleerd. De oormerken zijn sindsdien ruimschoots getest op kwaliteitskenmerken. Ook binnen de erkenningsprocedure van het Federaal Agentschap voor de Voedselveiligheid of FAVV, die wellicht binnen afzienbare termijn de weg vrijmaakt voor meerdere leveranciers, moet aan kwaliteitseisen voldaan zijn. 'Als de resultaten vervolgens op dezelfde lijn liggen als die van

de huidige oormerken, bestaat de kans dat straks meerdere fabrikanten oormerken aanbieden op de Vlaamse markt.' De diverse wettelijke voorwaarden vat Ryckaert kort samen. 'In de eerste plaats worden oormerken getest op duurzaamheid en vervolgens op leesbaarheid en afmetingen. Tot slot is er de test op fraudebestendigheid.' Het bestuderen van de langleefbaarheid omvat naast een praktijktoets eveneens een laboratoriumtest die de corrosie van het type kunststof na gaat. 'De veroudering van de kunststof wordt op die manier versneld getest.' De veroudering van kunststof wordt ook in Nederland gezien als belangrijkste oorzaak voor oormerkverlies. Grootste klacht is volgens Wout Kalkman, medewerker kwaliteit en applicatiebeheer van het I&R-Bureau, het afscheuren van de oormerken. 'De veroudering van kunststof gepaard met extra mechanische belasting levert scheuren op. Als gevolg daarvan breken de oormerken af.' Bij de aantasting van de kwaliteit speelt de impact van ammoniak en weersinvloeden van zon, regen en wind een rol. 'Pas vanaf het derde jaar zien we een verhoogd verlies en daardoor een toename in het aantal herbestellingen.'

In tegenstelling tot de afdeling Sanitel bij Dierengezondheidszorg Vlaanderen gebeurt bij het Nederlandse I&R-Bureau geen kwaliteitsonderzoek op eigen initiatief. Uitgevallen oormerken gaan daar consequent terug naar de leverancier. Dat het in dat geval niet om neutraal onderzoek gaat, onderkent Kalkman. 'Wij hebben geen inzicht in wat er aan de oormerken veranderd wordt. Bovendien gaat het om effecten op langere termijn. Pas na drie tot vier jaar kun je conclusies trekken.'

Jean Schweers, adjunct-directeur bij de firma Hut, die de merken Allflex en Chevillot op de Nederlandse markt brengt, beaamt de kwaliteitsaanpassingen. 'Steeds weer zijn er nieuwe ontwikkelingen.' Schweers verwijst onder meer naar het Ultra-type van Allflex. 'Bij dat type is gebruikgemaakt van een nieuwe

sluitingstechniek. Het aantal klachten is beperkt.' Anders ligt het met oormerken van de periode 1995, 1996 en 1997. 'Die zitten al zolang in de oren waardoor een groter verlies optreedt.'

Gratis garantie

Waar in Vlaanderen de aanlevering van oormerken via slechts één fabrikant gebeurt, ligt dat in Nederland anders. Daar zijn vier leveranciers op de markt. De fabrikanten Allflex en Chevillot, afkomstig uit dezelfde moedermaatschappij, staan samen in voor 85 procent marktaandeel. Het Deense Diploma levert 13 procent, terwijl Y-TEX, voorlopig nog de jongste in de sector, het overige aandeel invult. Duidelijke criteria voor de bepaling van de duurzaamheid bestaan volgens Kalkman niet in Nederland. 'De leesbaarheid, afmetingen en eventuele verkleuring vallen snel te toetsen. De levensduur op langere termijn is lastig te bepalen.' Om die reden hanteert het I&R-Bureau cijfers uit de praktijk om de kwalitatieve verschillen aan het licht te brengen (figuur 1). 'Daarbij is gekeken naar de periode tussen het aanbrennen van de eerste oormerken bij de kalveren en de eerste herbestelling.'

De cijfers van het I&R-Bureau staan haaks tegenover die volgens eigen onderzoek van Y-TEX. 'Alles wat uitgeleverd is, houden we bij', start Sinus Voskes, leverancier van Y-TEX-oormerken in Nederland. Met een verwijzing naar de overzeese ervaringen, zet hij zijn uitspraken kracht bij. 'Y-TEX is in Amerika de grootste leverancier van oormerken. Daar ligt het verlies op amper één procent.' Omdat uit de eigen waarnemingen een opvallend laag verlies blijkt, vervangt deze leverancier zijn oormerken sinds kort gratis. Door jaarlijks de kostprijs van vervangen oormerken terug te storten wil Y-TEX zijn kwaliteit bevestigen. 'We zien het als een soort garantie. Het is in onze ogen immers onjuist dat veehouders verloren oormerken zelf moeten vergoeden. Het kan niet dat mensen moeten betalen voor een product dat niet voldoet.'

Een voornaam verschil met concurrenten ziet Voskes in het type kunststof. 'Deze oormerken zijn al lange tijd voor de Amerikaanse markt getest. Door schade en schande is men daar wijs geworden en ontwikkelde men een zachtere en flexibele kunststof.'

Nadeel is de grotere afmeting van het oormerk.

'Door de langere steeltjes ontstaat meer risico op bevuilden. Met name bij jongvee is soms sprake van moeilijk leesbare cijfers.'

Om zelf in het verlies inzicht te krijgen, legde het bedrijf een eigen database aan. Per bedrijf is daarin bijgehouden hoeveel oormerken besteld zijn. 'Halfjaarlijks leveren we de klanten daarvan een

overzicht.' Met name dat laatste vindt Voskes belangrijk. 'Door alle problemen zijn veel subjectieve gevoelens rond oormerken ontstaan. Met die overzichten willen we die wegnemen.'

Annelies Debergh

Figuur 1 – Percentage vervanging van eerste oormerken uitgezet per leverancier in functie van de tijd, uitgedrukt in kwartalen (bron: I&R-bureau, Deventer)

