

Irriterende oormerken

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

Zowel in Nederland als in Vlaanderen vormen 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?

Verlies van oormerken vormt nog steeds één van de grootste irritaties bij veehouders. De ellenlange lijsten met herbestellingen en de extreme uitval doen velen verzuchten. De beroepsorganisaties van de Vlaamse en Nederlandse landbouwsector hekelden in het verleden al meerdere keren de kwaliteit van de oormerken. In Nederland is volgens cijfers van het I&R-bureau in Deventer jaarlijks sprake van 750.000 herbestellingen voor ongeveer 3,8 miljoen geregistreerde runderen.

In Vlaanderen gaf het extreme vervangingscijfer van veertig procent, na gemiddeld vier jaar plaatsing in de oren van dieren, een



tijd terug aanleiding tot een grootschalig kwaliteitsonderzoek. 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 bij het toenmalige Kelflex-type', begint Veerle Ryckaert, projectleider bij de dienst Identificatie en Registratie van DGZ Vlaanderen. De studie naar de oorzaak voor 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 heeft Sanitel veel geleerd. Ook binnen de lopende 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 op dezelfde lijn liggen als die van de huidige oormerken, bestaat de kans dat straks meerdere fabrikanten oormerken kunnen aanbieden op de Vlaamse markt.' De diverse wettelijke voorwaarden vat Ryckaert kort samen. 'In de eerste plaats wordt getest op duurzaamheid en vervolgens op leesbaarheid en afmetingen. Tot slot is er de test op fraudebestendigheid.' Het bestuderen van de langleeftijdigheid omvat naast een praktijktoets een laboratoriumtest die de corrosie van het type kunststof nagaat. 'De veroudering 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 van de oormerken speelt de impact van ammoniak en weersinvloeden als van de 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 veranderd wordt. Bovendien gaat het om effect op langere termijn. Pas na drie tot vier jaar kun je conclusies trekken.'

Gratis garantie

Waar in Vlaanderen de aanlevering 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 moe-

dermaatschappij, 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 marktaandeel invult. Duidelijke criteria voor de bepaling van de duurzaamheid bestaan volgens Kalkman niet in Nederland. 'De leesbaarheid, afmetingen en eventuele verkleuring zijn 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 aanbrengen 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.' Voskes ziet het ook als een aanzet tot kwaliteitsbewaring bij de andere producenten.

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 flexiblere kunststof.' Nadeel is evenwel de grotere afmeting van het oormerk. 'Door de langere steeltjes ontstaat meer risico op bevuilen. 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. Zo krijgt elke veehouder een juist beeld van het verlies op zijn bedrijf.' Met name dat laatste vindt Voskes belangrijk. 'Door alle problemen zijn veel subjectieve gevoelens rond oormerken ontstaan. Met die overzichten willen we dat 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)

