

# Varkensspeeltje moet ook consument overtuigen

**Een groter marktaandeel van producten die tussen biologisch en gangbaar in vallen, kan de veehouderij gaandeweg duurzamer maken. Wageningen UR ondersteunt de uitwerking van een convenant dat het aandeel van het tussensegment voor varkensvlees flink gaat vergroten.**

Vleesverwerker VION, Albert Heijn en de Dierenbescherming spraken in een convenant af dat al het varkensvlees dat Albert Heijn vanaf 1 januari 2011 verkoopt het Beter Leven-keurmerk van de Dierenbescherming heeft. De partijen praten nu over wat dat precies inhoudt en hoe dat bereikt wordt. Wageningen UR ondersteunt dat door verschillende onderzoeken.

Zo onderzoekt Wageningen UR Livestock Research technische mogelijkheden voor een beter dierenwelzijn. Met afleidingsmateriaal voor varkens is al tien jaar ervaring. Toch zijn boeren vaak weinig gemotiveerd het materiaal te gebruiken, en de Dierenbescherming vraagt zich af of het huidige materiaal het welzijn verbetert.

In het project wordt op bedrijfsniveau materiaal getest dat past in bestaande stal- en houderijsystemen, waaronder stukken



*Nieuwe varkensspeeltjes moeten het welzijn van varkens zo verbeteren dat mensen er voor willen betalen.*

touw en briketten van stro waar de varkens aan kunnen knauwen. Geert van der Peet van Livestock Research: 'We zoeken naar afleidingsmateriaal dat goed is voor het welzijn van het varken, maar voor de boeren ook interessant is omdat zijn dieren dan via het tussensegment meer geld opleveren.'

De gebruikte techniek moet ook de consument overtuigen. 'Het moet de consument een goed gevoel geven en Albert Heijn moet het kunnen uitleggen. Op dat aspect is afleidingsmateriaal nog niet eerder beoordeeld', aldus Van der Peet. Dit raakt aan het onderzoek waar Gemma Tacken bij het LEI aan werkt, naar beelden die consumenten hebben bij producten in het tussensegment en de mogelijke manieren om producten in het tussensegment beter te vermarkten.

Van der Peet wijst erop dat nu Albert Heijn het tussensegment prominenter in beeld brengt, andere supermarkten niet achter kunnen blijven. 'Het vergroten van het tussensegment is geen systeemsporg, maar heeft wel veel effect.' Ook vraagt het een relatief geringe aanpassing van veehouders, waardoor er velen bereid zullen zijn om mee te doen. In het kader van integraal duurzaam ondernemen gaat volgend jaar voor dit segment naast dierenwelzijn ook naar milieu gekeken worden.

Domein	Voedsel, dier en consument
Informatie:	<b><a href="http://www.kennisonline.wur.nl">www.kennisonline.wur.nl</a></b>
Contact:	Geert.vanderPeet 0320 - 23 80 70 Gemma.Tacken@wur.nl 0317 - 48 48 03