

# Op zoek naar marktconcept in 'tussensegment'

'Tussensegment' is de term die Karel de Greef bezighoudt als het gaat om de Comfort Class-stal voor varkens. De innovatie moet verder gaan dan het uitvinden van een nieuw houderijconcept; het wordt pas echt wat als de markt er ook om vraagt. Zoiets als met het scharrelei. Hoe zou je dat bij de varkens kunnen regisseren?

dr. ir. Karel de Greef

**V**arkenshouders en Dierenbescherming ondernemen een 'innovatieve zoektocht naar het beste voor boer en beest'. De praktijk kan er al mee aan de slag. Een vijftal varkenshouders experimenteert op hun eigen bedrijf met onderdelen van Comfort Class. Het idee om kunstenaars speeltjes voor varkens te laten ontwerpen ('Paarlen voor de zwijnen') bleek een gouden greep. De Greef wil verder denken dan 'een nieuw stalletje' en 'wat speelgoed'. Want als het alleen daarbij blijft komt het niet verder, is zijn overtuiging. "Dan krijgen we hooguit een groepje bedrijven die met Comfort Class vlees produceren voor een nichemarkt. Daarmee trekken we de sector als geheel niet op een hoger welzijnsplan."

## Letterlijk ertussenin

De Greef vindt dat er een goed alternatief voor 'gangbaar' ontbreekt. "Kijk naar wat er in de winkel ligt: gangbare karbonaadjes voor 3 à 4 euro per kilo, of biologisch varkensvlees dat 40 tot 50 procent duurder is. Dat is voor de meeste consumenten geen wezenlijke keus." Dan de veehouder. Die kan óf gangbaar boeren en deelnemen in de race om de laagste kostprijs, óf biologisch varkens houden, maar dan moet het hele bedrijf en hijzelf volledig 'om'. Comfort Class is een poging om met zo min mogelijk gevolgen voor de kostprijs toch een flinke stap te zetten naar welzijnsverbetering. "Zeg maar de 80/20-regel: met 20 procent van de moeite 80 procent van het probleem wegnemen." Maar ook met die 20 procent van de moeite heb je het al over een hogere kostprijs, want de varkens krijgen meer ruimte. En het product heeft nog steeds niet de '100 procent oké', zoals biologisch. Het zit er letterlijk tus-

senin. Er is echter geen marktconcept waarin dit vlees voor een kleine meerprijs kan worden verkocht. Dan is er voor de meerderheid van de varkenshouders geen reden voor omschakeling naar het betere product.

## Bij scharrel stond alles klaar

De Greef: "Innovatie is mooi, maar lukt pas als je gericht ergens naartoe werkt." De vergelijking met scharreleieren ligt voor de hand, maar die gaat maar deels op. Een ei is een kant-en-klaar product, bijna rechtstreeks van de boerderij. Scharrel was een goed alternatief dat maar iets meer kostte. En het is geen merk. "Dat is een belangrijk gegeven: scharrel was van niemand (dus van iedereen) en het lag al wel in bijna elke supermarkt", onderstreept De Greef. De grote omslag was in een mum van tijd gemaakt toen toonaangevende supermarkten alleen nog scharrel besloten te verkopen. Weliswaar (on)behoorlijk onder druk gezet door actiegroepen, dat wel.

De Greef denkt dat een nieuw concept breed moet worden gedragen. "Alleen welzijn of alleen milieu is te dun om het als onderscheidend concept in de markt te zetten. Consumentenonderzoek wijst uit dat een nieuw concept op meer punten onderscheidend zal moeten zijn." Wat De Greef fascineert aan het scharreleierenverhaal is dat op het moment van de vlotte omslag kennelijk alles klaarstond. Het laatste zetje was genoeg. "De vraag die mij bezighoudt is: hoe zou je dat voor Comfort Class kunnen regisseren?"

## Sociotechnisch ontwerpen

LTO, Dierenbescherming en onderzoekers van de innovatiewerkgroep proberen bij diverse andere (markt)partijen iets op gang te krijgen. Grote slachterijen willen pas als het zoveel



## VEILIG

Eén van de kenmerken van de Comfort Class-stal in Raalte is dat dieren 'veilig' kunnen schuilen onder een dak dat is afgesloten met lamellen.

Foto: ASG



## KAREL DE GREEF

"Het nieuwe tussensegment moet meer zijn dan een nieuw stalletje, het moet ook niet alleen op dierenwelzijn gericht zijn, het moet breder. Anders komt het niet verder."

Foto: ASG



## SPELEN

Verschillende speeltjes zijn aan de Comfort Class-stal toe te voegen en moeten het dierenwelzijn verbeteren.

Foto: ASG

potentie heeft dat ze er een volledige slachterij op kunnen laten draaien. Zelfs het feit dat LNV ettelijke miljoenen euro's 'op de plank' heeft liggen om de overstap te ondersteunen, (mits er een plan is met de potentie van 5 procent marktaandeel in 2011) helpt daar (nog) weinig aan. De Greef: "Eén van onze grootste problemen is dat iedereen een beetje op de ander wacht. Er is een impuls nodig om dat te doorbreken en die mist nog."

Met zijn zoektocht wil De Greef illustreren dat

het welzijnsonderzoek anno 2008 meer is dan technische oplossingen aandragen. "Innovatie is een combinatie van verschillende dingen. Je hebt de techniek nodig, maar daarnaast ook een structuur om het in te bedden en een cultuur die gemaakt wordt door de belanghebbende partijen eromheen. Dat we ons ook met die omgeving bemoeien en een proces op gang willen brengen is nieuw. Noem het maar sociotechnisch ontwerpen."

## Han Swinkels, ZLTO: 'Onderscheid: ander varken, ander voer, ander welzijn, andere smaak'

"Ik denk dat alle partijen in de varkenshouderij het belang van een tussensegment onderkennen", zegt Han Swinkels van ZLTO. "Maar men is nog zoekende hoe dat aan te pakken." Comfort Class is een begin, maar voor een onderscheidend product moet de duurzaamheidsbeleving er afdruipten. "Denk aan aangepast veevoer met ondermeer groene soja, diergezondheid, gebruik van antibiotica. Je moet daar heel gericht keuzes in maken om vlees te produceren dat echt een andere kwaliteits- en duurzaamheidsbeleving heeft." Swinkels verwijst naar de Volwaardkip; die bewijst dat de consument gevoelig is voor een duurzamer product. Dat biedt ook kansen voor varkensvlees. Vuistregel is een meerprijs van rond 20 procent. "De hogere kosten voor de varkenshouder en de verwerker moeten uit die meerprijs terug te verdienen zijn. Anders kunnen ze de overstap niet maken."

Om met varkensvlees iets dergelijks op gang te brengen is eerst een project nodig ('project vóór business', zegt Swinkels) waarin een breed scala aan partijen samenwerkt: mengvoer, fokkerij, varkenshouders, vleesverwerkende bedrijven, supermarkten en niet in de laatste plaats de Dierenbescherming. Dat hoeven niet per se de grote bedrijven te zijn. "Veel belangrijker is dat er personen in zitten met passie, die er echt in geloven." De partijen zijn er en de dierenwelzijnsnota van minister Verburg lijkt er in termen als 'integrale duurzaamheid' letterlijk om te vragen. Financiering moet dus geen punt zijn.

## Contact



dr. ir. Karel de Greef  
telefoon 0320-238 050  
karel.degrees@wur.nl

