

Meerprijs voor Beter Leven

Unilever wil uiterlijk in 2015 alleen nog Unox-rookworsten met het kenmerk Beter Leven van de Dierenbescherming verkopen. Daarvoor moet het aanbod van geschikt varkensvlees flink omhoog, zegt Marieke Bos, de brandmanager van Unox.

'De trend naar meer duurzaamheid zet door. Consumenten vragen vaker naar duurzame producten en verwachten dat een bedrijf als Unilever eerlijk en duurzaam produceert. Als grote voedingsmiddelenproducent nemen we onze verantwoordelijkheid. In 2010 hebben we het Unilever Sustainable Living Plan geïntroduceerd. Eén van de drie doelstellingen is dat we tegen 2020 uitsluitend landbouwgrondstoffen uit duurzame landbouw betrekken.

Het op de markt brengen van Unox-rookworsten met Beter Leven Kenmerk van de Dierenbescherming past binnen onze strategie om duurzamer te worden. Zoals we ook Rainforest Alliance gecertificeerde chocolade gebruiken in Magnum-ijsjes en duurzame zuivel voor het ijs van Ben & Jerry's. Duurzaamheid is een breed begrip en diervriendelijke productie is daar slechts één onderdeel van. Maar het verhogen van het dierenwelzijn is voor ons wel heel belangrijk.

Ruim een derde van de rookworsten die we jaarlijks verkopen draagt het kenmerk. Het betekent dat de varkens meer ruimte hebben, speeltjes krijgen en niet worden gecastreerd. Bovendien verkopen we sinds september 2011 ook de Boeren Scharrelrookworst met twee sterren: de varkens krijgen nog meer ruimte, diep stro, en ze kunnen naar buiten.

Uiterlijk in 2015 moeten alle rookworsten van Unox een ster van de Dierenbescherming dragen. Volgend jaar mikken we op 60 procent van het assortiment rookworsten. Maar de overstap naar 100 procent varkensvlees met het kenmerk is een grote uitdaging. Nu is er te weinig aanbod van geschikt varkensvlees om al onze rookworsten van het kenmerk te voorzien. Meer varkensboeren moeten daarvoor gaan produceren volgens de richtlijnen van het kenmerk.

Toch kunnen we niet zonder meer verwachten dat boeren de overstap maken. Boeren zijn

goede managers. Ze moeten kosten maken om volgens de standaarden van het kenmerk te produceren en willen terecht een meerprijs voor het vlees. Wij betalen die meerprijs, maar voor de productie van rookworsten gebruiken we slechts een deel van het varken. De boer moet ook het andere vlees goed kunnen verkopen om uit de kosten te komen.

Om alle Unox-rookworsten van het kenmerk te voorzien, moet het aanbod omhoog en moet er meer vraag naar de andere delen van het varken komen vanuit de voedselindustrie en vanuit supermarkten en consumenten. Die partijen moeten bereid zijn de meerprijs te betalen, zodat boeren hun meerkosten kunnen compenseren. Ik weet zeker dat meer boeren dan willen overstappen naar diervriendelijk geproduceerd vlees.

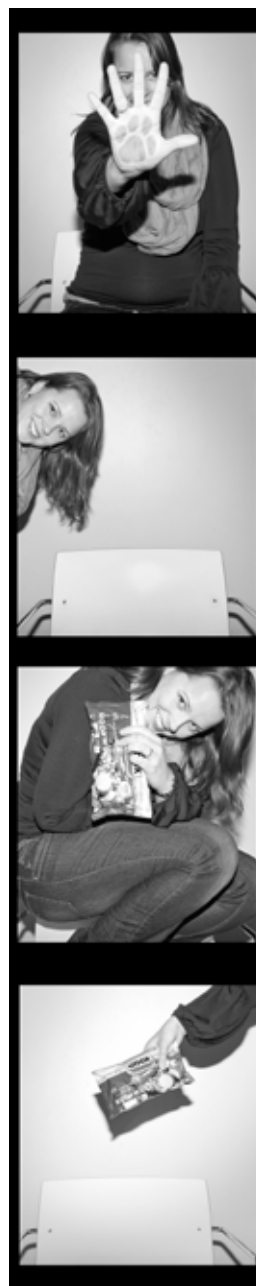
Ik heb goede hoop dat de vraag naar vlees met het kenmerk toeneemt. De meeste supermarktketens zijn bezig met duurzaamheid. Ik ben ervan overtuigd dat zij zullen inspelen op de trend en vaker vlees met het kenmerk verkopen. Die extra vraag kan boeren motiveren duurzamer te produceren en dat kan ons helpen bij het bereiken van ons doel om enkel nog Beter Leven vlees te gebruiken voor de rookworst.

Maar er zijn ook nog stappen te zetten. Als het over duurzaamheid gaat denken consumenten niet direct aan rookworst. Ook zijn de meesten niet bewust bezig met dierenwelzijn wanneer zij in de supermarkt staan. Als groot merk zijn wij in staat de consument te bereiken. Daarom besteden we in onze campagne voor de Boeren Scharrelrookworst extra aandacht aan het Beter Leven

kenmerk.

Ik ben optimistisch dat we onze doelstelling kunnen realiseren. Van onze Boeren Scharrelrookworst met twee sterren hebben we tot nog toe twee keer zoveel verkocht als verwacht. Consumenten staan wel degelijk open voor een duurzame rookworst.

BB



Tekst: Thomas Olivier
Foto: Aleksander Willemse
Meer weten: unox.nl
boerenbusiness.nl/varkensmarkt