

Internationaal overleg over gebruik van lokale rassen

Rondom het thema ‘ecosysteemdiensten, producten en behoud’ vond in juli de jaarlijkse SAVE-meeting plaats. Zestien landen deelden in gastland Hongarije hun ervaring met de voor hen lokale rassen.

Een van de belangrijkste momenten van kennisdelen binnen het Safeguard for Agricultural Varieties in Europe (SAVE)-netwerk is de ontmoeting op de jaarlijkse bijeenkomst. Vorig jaar al spraken deelnemers zich uit over de behoefte meer te sparren over het verwaarden van de lokale rassen. In de drie dagen van de meeting werden een congres, een workshop en een aantal excursies georganiseerd.

Gastland was Hongarije, en aangezien de Hongaarse organisator Pal Hajas tevens voorzitter is van het Dagene-netwerk, waren ook deze partners welkom. Dagene is een regionaal netwerk van organisaties die zich inzetten voor behoud van geneti-

sche bronnen rondom de Donaurivier, die maar liefst door tien landen stroomt.

Lokale rassen van Hongarije

De Hongaarse minister van Landbouw opende het congres met de mededeling dat Hongarije zich met trots ggo(genetisch gemodificeerd organisme)-vrij mag noemen, een verlangen dat het ministerie al langer heeft uitgesproken en waar hard aan is gewerkt om te bereiken. Het betreft hier wel alleen de lokale productie van ggo-vrije gewassen. Helaas is er op het gebied van import nog wel een wereld te winnen.

De variatie aan dierlijke rassen in Hon-

garije is groot, met het Grey cattle als goed voorbeeld. Van oorsprong is het een dubbeldoelras, maar wordt tegenwoordig vooral als vleesras ingezet. In natuurpark Pro Vertes in Csákvár loopt een kudde van ruim 1000 stuks Grey cattle. Samen met een kudde van 200 waterbuffels en 20 schapen zorgen zij voor de begrazing van het gebied.

Andere rassen waar lokale producten van worden gemaakt, zijn het steeds populairder wordende Mangalicavarken en Hongaarse spelt. In 2016 ontving een Hongaarse producent nog een award voor het door hem geproduceerde likeurtje ‘Palinka’, gemaakt van rozenbottels van de wilde roos en geproduceerd op traditionele wijze.

Verwaarden van biodiversiteit

Het lijkt zo mooi: behouden van genetische bronnen, van prachtig vee, en bijzonder smakvolle producten, geproduceerd op duurzame wijze. Maar er is heel wat voor nodig. Van grote invloed is de belewingswereld en prioritering van de consu-

Grey cattle, ook wel Hongaars steppevee genoemd





SAVE foundation

Een lokale producent van geitenkaas geeft uitleg over zijn kaas

ment. Want hoewel Hongarije bijzonder lekker vlees van rundvee, varkens en ezels en de beste zachte kazen van schapen en geiten zou kunnen aanbieden, is de markt er nog niet aan toe. De portemonnee is leidend en de meerwaarde van een lokaal product kan nog niet worden vertaald in een verhoging van de prijs. Goed eten mag wat meer kosten, maar dat betekent dus toch een luxeproduct waar de Hongaarse consument nog niet warm voor loopt. Wat beweegt de consument dan wel?

Hoe maakt de consument keuzes?

In Duitsland is onze zusterorganisatie GEH zelf op onderzoek gegaan. Wat is er nodig om lokale producten te kunnen vermarkten, hoe bereik je de consument en wat betekent dit voor je communicatie? Ook deden zij onderzoek naar de prijs, wat zou je mogen vragen, en: voor welke prijs liggen de lokale producten nu in het schap?

Om erachter te komen wat een consument beweegt in het maken van een keuze voor een bepaald product, kan dit het beste onderzocht worden door de consument

zelf te benaderen. Dat leverde de GEH interessante conclusies op. Behoud van biodiversiteit is geen reden om dat stukje vlees te kopen. Red een ras, eet hem op? Een bijna uitgestorven ras opeten? Nee, het besef van de bijdrage die de consumenten leveren aan het behoud van onze rassen doet niet watertanden.

Lekker eten, gezond eten, lokaal eten, het contact met de producent en zijn of haar dieren en boerderij; daarmee bereik je wél de keukentafel. Proeven, ontmoeten, beleven. En dan is het maar de vraag of het type ras daadwerkelijk het meest prominent op de menukaart moet worden gepresenteerd. Het totaalplaatje maakt het verkoopbaar en daar moet de ondernemer zich van bewust zijn.

Mag het een euro meer zijn?

Voor een producent kan het best even zoeken zijn om de juiste prijs voor zijn product te vinden. In Duitsland deden ze een opmerkelijke bevinding. Ten eerste, de prijzen van zeldzame producten verschilden enorm van elkaar. En ten tweede, het grootste deel van de boeren vraagt eigenlijk veel te weinig! Bescheidenheid is in dit geval een grote valkuil. Sterker nog, er is een voorbeeld geweest van een producent die meer ging verkopen toen hij zijn vraagprijs verhoogde, enkel omdat de consument dacht een hoger kwalitatief en exclusiever product te kopen.

Dit zijn heel waardevolle experimenten, waar we als SZH nog veel van kunnen leren en over kunnen dragen binnen het project 'Levend Erfgoed Looft'. Hoewel culturen binnen Europa sterk van elkaar verschillen, kunnen we veel van elkaar leren, bleek ook op deze SAVE-meeting maar weer eens. ●

Presentaties

Presentaties van de SAVE-meeting zijn te downloaden op:

<http://www.save-foundation.net/en/network/conferences>



Niet alleen het vlees van varken, rund en ezel wordt met smaak gegeten, maar ook het vet

SAVE foundation