25 JAAR veeteelt

Advertenties zijn onmisbaar om een vakblad betaalbaar te houden. De fraaiste advertentiecampagnes worden bedacht om producten onder de aandacht te brengen. Soms is die aandacht van korte duur, maar er zijn ook veel producten die je ieder jaar weer tegenkomt in advertenties.

25 JAAR ADVERTENTIES

Levenscyclus agrarische producten erg divers

De duurzaamheid van Brutus

Stieren of maisrassen die vandaag via advertenties gepromoot worden, zijn mogelijk volgend jaar nergens meer te vinden. Hoe lang blijven producten eigenlijk actueel? Maisrassen gaan gemiddeld drie jaar lang mee.

tekst **Jaap van der Knaap**

Vraag een willekeurige veehouder of hij weet wie of wat Brutus is en hij zal de naam in verband brengen met snijmais. Vanaf 1980 stond het ras Brutus maar liefst vijftien jaar lang op de officiële rassenlijst. 'We gaan ervan uit dat een maisras een levenscyclus heeft, de tijd dat een product verkocht wordt, van gemiddeld drie jaar. Brutus vormde daarop een uitzondering.' Aan het woord is René Boons van het gewasveredelingsbedrijf Innoseeds dat Brutus tot het jaar 2000 vermarktte. 'Brutus werd een begrip en bleef lang populair. Normaal gesproken heeft een ras drie jaar de tijd om te zorgen dat de gemaakte kosten zijn vergoed, daarna wordt het doorgaans voorbijgestreefd door nieuwe rassen.'

De levenscyclus voor producten die in de melkveesector worden ingezet, is erg divers. Wie 25 jaargangen Veeteelt doorbladert en kijkt naar de advertenties ziet dat sommige producten jaren achtereen gepromoot worden. Zo lijkt de levensduur van de KNZ-liksteen oneindig. In een advertentie uit 1984 wordt de liksteen van Akzo Nobel al gepromoot en dat gebeurt nog steeds. 'De eerste liksteenen werden begin jaren vijftig geproduceerd en jaarlijks gaan er meer stenen de deur uit', vertelt Betty Groen, productmanager bij Akzo Nobel. 'Het recept is in de jaren wel verder ontwikkeld, maar de basis blijft een steen van zout waarvan de koe zelf bepaalt hoeveel ze ervan oplikt.' Groen kan zich niet voorstellen dat de liksteen over tien jaar niet meer vermarkt wordt. 'We zien nog altijd groeikansen. Zo merken we dat er meer aandacht is vanuit Aziatische landen, waar de melkveehouderij nu sterk professionaliseert.' Ook in Europa blijft de liksteen volgens Groen gewild. 'De kracht is de eenvoud. Iedereen kent de liksteen en de werking is wetenschappelijk aangetoond. De verkoop van de liksteen is op sommige bedrijven van vader op zoon overgegaan, het gebruik van de liksteen is traditie.'

Patent bepaalt levensduur

De levenscyclus, of eigenlijk de populariteit van een fokstier, is aanmerkelijk korter, vertelt Erik Heemskerk, directeur van Ingenieursbureau Heemskerk. 'We rekenen bij een stier zeven tot acht jaar, maar er zijn altijd uitzonderingen. Zo bleef er voor Ked Juror en Wa-Del Convincer na het aan de melk komen van de fokstierdochters veel belangstelling. Over het algemeen geldt dat de stieren op een bepaald moment ingehaald worden door een nieuwe, betere generatie.'

Begin jaren tachtig adverteerde Heemskerk een aantal jaren met de stier S-W-D Valiant. 'Dat was op dat moment een uitzonderlijke stier. Er was binnen de VS geen vergelijkbare stier met dergelijke cijfers.' Het maakte de stier wereldwijd erg gevraagd wat de prijs per rietje opdreef tot meer dan vijfhonderd gulden per rietje. 'De markt was anders', legt Heemskerk uit. 'Er waren weinig aanbieders van stieren uit Amerika en Canada en de vraag naar Noord-Amerikaanse stieren was groot. Nu is de vooruitgang die je maakt door goede stieren te gebruiken minder extreem dan destijds. Met de komst van de Valiantzonen hebben we nogmaals met Valiant geadverteerd. Hij bleef lange tijd populair.'

Medicijnen hebben doorgaans een langere promotionele levensduur. Producten voor een betere uiergezondheid, zoals Avuloxil en Orbenin Extra Dry Cow, zijn zeker al 25 jaar op de markt, vertelt Henk Markerink, senior supportmanager rundergezondheidszorg bij Pfizer. 'We adverteren nog regelmatig met deze producten, ook al hebben ze een grote naamsbekendheid. De gebruiker wil weten dat hij producten inzet die nog bij de tijd zijn. Hij zoekt bevestiging dat hij nog altijd de juiste producten koopt.'

Niet alle medicijnen gaan zo lang mee. Het Paratect Bolussysteem, waarmee Pfizer in 1985 adverteerde, is inmiddels van de markt gehaald. 'In de loop van de tijd wordt er anders tegen producten aangekeken. Ontwormen kan simpeler door middel van injecties en lang niet alle dieren hoeven te worden ontwormd. Opbouw van immuniteit en zeker ook meer arbeidsvriendelijke middelen zijn nu belangrijker geworden.' Markerink geeft aan dat ook wetgeving kan bepalen hoe lang een product meegaat. 'Tien jaar na de eerste registratie van een nieuw middel vervallen de rechten. Als het patent vervalt, mogen anderen het product namaken. De concurrentie neemt dan toe, dus je moet zorgen dat je op dat moment de kosten eruit hebt.'

Brutus, het eerder genoemde maisras, had zijn tijd mee om meerdere jaren via advertenties te worden gepromoot, vertelt Boons. 'Bij de introductie van Brutus stonden er hooguit acht rassen op de rassenlijst waarvan een paar raseigenschappen bekend waren. Normaal gesproken zou het na een aantal jaar afgelopen zijn met Brutus' populariteit, maar op dat moment werd de raseigenschap vem per kilogram droge stof geïntroduceerd. Daarin bleek Brutus sterk te scoren, waarna het ras eigenlijk een nieuwe levenscyclus begon.'

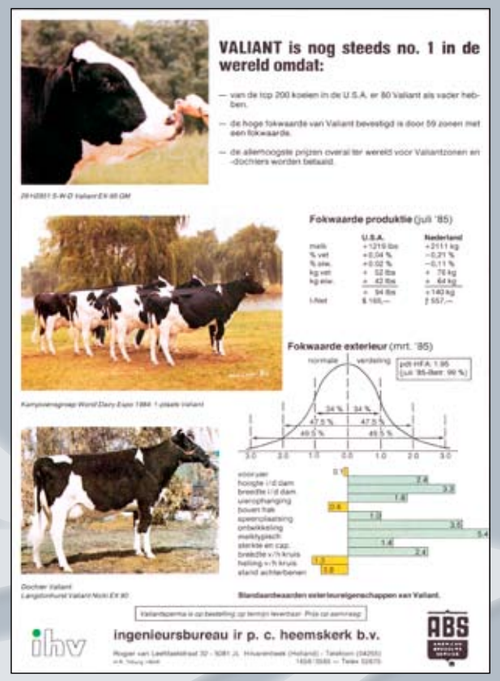
Imago minder belangrijk

Ingrepen van buitenaf kunnen de levenscyclus van een product duidelijk verhogen. Boons noemt de recente aandacht voor resistentie tegen bladvlekkenziekte. 'Je ziet dat door nieuwe kennis of nieuwe ziekten de populariteit van rassen verandert.'

Voor Brutus pakte het goed uit. Boons kan zich herinneren dat de kweker een oorkonde overhandigde toen de 800.000e zak Brutusmais was verkocht in 1994. 'We verkochten Brutus ook op de naamsbekendheid van Cebeco. Dat was een sterke, vertrouwde naam. We merken dat veehouders tegenwoordig minder waarde hechten aan bedrijfsimago. Ze kopen nu veel meer doelgericht het product dat het beste bij het bedrijf past.' Een herhaling van de populariteit zoals die van Brutus zit er daarom volgens hem niet in. 'Als het goed is, zorgt de genetische vooruitgang daar wel voor.' |

Links: de populariteit van maisras Brutus kreeg een extra impuls na introductie van de raseigenschap vem per kg droge stof

Rechts: dankzij hoge fokwaarden en later ook prima resultaten van zijn zonen bleef S-W-D Valiant meerdere jaren in de belangstelling



Links: de liksteen bestaat al meer dan vijftig jaar en wordt nog altijd onder de aandacht gebracht

Rechts: medicijnen zoals Paratect Bolus kennen doorgaans een lange levenscyclus