

Dé van de Riet: 'Vlees hoeft niet langer anoniem te zijn'

Een weidepremie op vlees

De weidepremie is voor melkveehouders inmiddels een vertrouwd begrip. Melk van weidende koeien komt in aanmerking voor een toeslag. Maar waarom betalen vleesverwerkers eigenlijk geen extraatje voor het vlees van deze koeien?

tekst **Tijmen van Zessen**

Nederlanders zijn bereid om meer te betalen voor een pak melk als daarmee de koe in de wei kan blijven lopen. Uit onderzoek van TNS-NIPO bleek eind vorig jaar dat zeventig procent van duizend ondervraagde Nederlanders dieper in de buidel wil tasten als weidegang een impuls krijgt. Maar als dat opgaat voor een pak melk, waarom zou dat dan niet gelden voor een hamburger, een sukadelap of een biefstuk? Die koe waar de consument dat extraatje voor overheeft, produceert immers niet alleen melk, maar komt vroeg of laat ook terecht in het schap met de vleeswaren.

Vlees met een verhaal

'Ik vind het geen verkeerde gedachte', stelt Kees Romijn, voorzitter van de LTO-vakgroep melkveehouderij. 'Het is een terechte vraag waarom je geen hamburger met een weidologo zou kunnen verkopen als je dat wel doet met een pak melk.' Volgens hem staat of valt een weidepremie met de degelijkheid van een borgingssysteem. 'In de zuivel staat het weidologo voor een van gras tot glas gecertificeerd product. De kunst is om dat ook bij rundvlees te organiseren. Je moet de slachtlijnen erop inrichten. Lukt dat niet, dan ligt fraude al snel op de loer.'

De weidepremie in de zuivel is een initiatief geweest van de industrie. Ruim tien jaar geleden begon kaasmaker Cono met het belonen van weidemelk. 'Sindsdien stimuleren steeds meer zuivelondernemingen weidegang, hetzij via een toeslag op de melkprijs, hetzij via het uitdelen van extra punten in de duurzaamheidsprogramma's', vertelt René van Buitenen namens de NZO (Nederlandse Zuivel Organisatie). Het invoeren van een weidepremie op vlees moet dus vooral komen van de vleesverwerkers zelf.

De branchevereniging van de vleesverwerkende industrie (het COV) staat zeker niet terughoudend tegenover het belonen van weidegang. Dé van de Riet vertegenwoordigt het COV en zegt zowel 'ja' als 'nee' tegen de weidepremie. 'Het wordt in de vleesafzet steeds belangrijker om een verhaal te hebben. De vleesverwerkers moeten een omslag maken van aanbodgericht naar marktgericht denken. Op die manier valt er een meerprijs uit de markt te halen en dat spreekt de industrie ook aan. Vlees hoeft niet langer anoniem te zijn, op dat vlak is echt een kentering gaande.'

Tot zover het goede nieuws. Tot zover de kansen. Want Van de Riet ziet ook belemmeringen. De vleessector is minder

overzichtelijk dan de zuivelindustrie; er zijn tientallen ondernemingen die zich bezighouden met de verwerking en het vermarkten van vleesproducten. Bovendien is vlees een heel ander product dan melk. Van de Riet: 'Een tank melk kun je tot allerlei zuivelproducten verwerken, daar kun je in variëren. Maar een karkas heeft een gegeven aantal onderdelen waar je wat mee moet.'

De afzet van vlees is volgens Van de Riet daarom meer aanbodgedreven; een grossier moet alles kwijt, niet alleen de biefstuk. 'Van een rund worden wel tachtig verschillende producten vervaardigd. Wil je een weidepremie uitkeren op vlees, dan moet je die op elk van deze onderdelen kunnen terugverdienen. Of anders een dikkere plus berekenen op de veertig meest luxe onderdelen.'

Net als groene stroom

Van de Riet ziet een weidepremie duidelijk als een meerprijs die door de markt moet worden terugverdiend. Toch is dit niet noodzakelijkerwijs de bedoeling die de meeste zuivelfirma's hebben met hun weidepremie. René van Buitenen stelt dat er bij NZO geen gegevens bekend zijn over de mate waarin zuivelbedrijven de weidepremie terugverdienen in de markt. 'Dat is afhankelijk van het commerciële beleid van de zuivelonderneming', stelt hij.

Zeker is dat niet alle melkafnemers de melk van weidende bedrijven apart ophalen en verwerken. Een bedrijf als Bel Leerdammer keert wel een weidepremie uit, maar verkoopt niet zoiets als weidekaas. Deze onderneming beschouwt de weidetoeslag als een bonus voor de bijdrage die weidende koeien leveren aan

Een vrije-uitloopkoe, waarom niet?

Slachterij Wouters noemt een premie voor weidegang op het vlees van melkvee ambitieus, maar niet ondenkbaar. 'Alles is mogelijk, het is vooral een kwestie van het juist in de markt zetten. We kennen de vrije-uitloopkip, waarom dan niet ook de vrije-uitloopkoe?', vraagt Frans Wouters zich hardop af. De eigenaar van de slachterij in De Hoefdenkt dat ook melkkoeien geschikt zijn

voor een dergelijk initiatief. 'De ribeye, de biefstuk en de runderhaas zijn juist van gewone melkkoeien vaak het lekkerst van smaak. En ook hamburgers en gehakt zijn prima bruikbaar in een concept voor weidevlees', beargumenteert hij.

Het succes van de premie op weidegang zal niet afhankelijk zijn van de mogelijkheden in de slachtlijn. 'Is er voldoende

afzet, dan is apart slachten en verwerken geen probleem. Wij doen dat al met ritueel slachten bijvoorbeeld.' De crux zit volgens Frans Wouters in een goede lobby die afzet kan creëren. 'Ik denk dat het initiatief daarvoor bij de verkopende partijen vandaan moet komen. Als er geen vraag is naar vlees van melkkoeien die hebben kunnen grazen, dan is er ook geen markt voor.'



Het verhaal achter vlees wordt belangrijker, dat biedt kansen voor een weidepremie

het imago van Nederlandse melk. Kees Romijn trekt de parallel met groene en grijze stroom: 'Wie groene stroom koopt, betaalt een bedrag waarmee energiebedrijven investeren in groene energie. Maar de afgenomen stroom is dezelfde als de grijze stroom die naar de buurman gaat.'

Volgens hetzelfde principe zouden consumenten op het vlees een bijdrage kunnen betalen waarmee de vleesverwerkende industrie bedrijven met weidegang extra belooft. Zo'n initiatief zou overigens ook uit de hoek van de retail kunnen komen, weet Romijn. 'In Duitsland bestaat het initiatief Tierwohl. Varkenshouders die extra dierwelzijnsmaatregelen treffen, krijgen een vergoeding uit een fonds dat is opgericht door Duitse supermarkten. Het gevaar is wel dat consumenten geen verschil proeven tussen dat vlees en het vlees van koeien die geen weidegang genoten.'

Vleesconcepten

Frits van der Schans ziet een principe zoals met groene stroom niet zitten. 'De criteria voor weidegang zijn vaker versoepeld en daardoor verliest weidegang waarde in de samenleving en de markt. Bovendien is het vlees van melkkoeien geen topproduct, het is te weinig herkenbaar.'

Van der Schans is adviseur bij CLM Onderzoek & Advies en ziet pas marktkansen voor een weidetoeslag voor rundvlees bij een ambitieuzere ondergrens voor weidegang. 'Kies bijvoorbeeld voor een minimum van tweeduizend uur weidegang. Dan neemt de ammoniakemissie af met wel tien procent en biedt weidegang voordeel voor zowel de gehele sector als de consumenten.'

Duurzaamheidsspecialist Catharinus Wierda is evenmin voorstander van een model als bij groene stroom. 'Met een plusje voor weidegang alleen ben je er niet. Vanuit retailers komen er steeds meer concepten die insteken op de ex-

Stichting Weidegang focust zich op melk

Samen met de zuivelindustrie borgt de Stichting Weidegang de herkomst van de melk van weidende bedrijven. Voor het vlees van weidende melkkoeien heeft de stichting nog geen vorm van ondersteuning. 'We zijn ontstaan vanuit de zuivel, onze borging is daarop gericht. De vleessector kan weidegang met een premie belonen, maar dat is een zaak van de sector zelf', stelt secretaris Kees Jaap Hin.

Toch is de missie van de stichting niet per definitie gericht op zuivel. De stichting meldt op haar website dat haar doel is weidegang te ondersteunen. Mag de vleessector daaraan een steentje bijdragen en aankloppen bij Stichting Weidegang? 'Wij focussen ons op melk, en ons logo ontleent daaraan zijn meerwaarde. Met vlees zijn we voorzichtig, ook omdat er in die sector het nodige is gebeurd.'

Frits van der Schans, adviseur van CLM, kan zich die laatste overweging wel voorstellen. 'De moraal van de vleessector staat minder goed bekend dan die van de zuivelsector, dat ligt best gevoelig.' De vleessector ziet volgens Van der Schans geen meerwaarde in weidegang, anders had een vleesverwerkend bedrijf het Convenant Weidegang wel ondertekend.

CBL wil de markt zijn werk laten doen

De branchevereniging voor supermarkten (CBL) staat positief tegenover de weidepremie voor zuivel. Maar een weidebonus op het vlees van melkkoeien is volgens CBL-directeur Marc Jansen dubbelop. 'We ondersteunen het weidelogo, omdat de consument het belangrijk vindt dat de koe naar buiten kan. Om de teruggang in weidegang te keren is een weidepremie een prima middel. Maar ik stel me zo voor dat de vergoeding voor weide-

gang al in de melkpremie verwerkt zit.' Beter zou het volgens Jansen zijn als weidegang niet onderscheidend hoeft te zijn. Weidegang zou vanzelfsprekend moeten zijn voor Nederlandse zuivel en een onderdeel moeten vormen van de totale kostprijs van Nederlandse melk. Jansen is evenmin voorstander van het Duitse initiatief waar supermarkten een fonds vormen (Tierwohl) om varkenshouders te stimuleren in dierenwelzijn

te investeren. Voor weidegang zou een soortgelijke constructie van toepassing kunnen zijn. 'In 2009 hebben we één keer zo'n fonds gevormd, destijds om verdoofd castreren te bevorderen. Maar we geven dat geen vervolg. Het is beter om de markt zijn werk te laten doen. We zien nu veel concepten met een hogere prijs voor het product. Dat compenseert een hogere kostprijs.'



clusiviteit van een product. Dat zou je met vlees ook kunnen doen.' Hij benadrukt net als Romijn het belang van een fysiek onderscheid bij een eventuele bonus op weidevlees. De vraag is of dat onderscheid ook bestaat. Topkoks zijn het volgens Wierda wel met elkaar eens dat weidegang een positief effect heeft op de smaak van melk en vlees.

Volgens de Rabobank bestaan er in Nederland inmiddels 25 specifieke vleesconcepten: van het Sterrenvlees, de Keten Duurzaam Varkensvlees tot specifieke plaatselijke initiatieven, zoals Livar. Binnen deze 25 concepten worden grofweg tien miljoen vleesvarkens verwerkt, ruim veertig procent van de jaarlijks in Nederland geproduceerde vleesvarkens.

Liever geen details

Het rundvlees dat tot dusver in concepten wordt vermarkt – denk aan Irish Beef en Pure Graze (zie kader) – is vaak afkomstig van vleesrassen. Het concept

Waddenrund verwerkt wel vlees van melkkoeien. Melkveehouders ontvangen een weidetoelag van 0,15 euro per kilo. Grootschalige introductie van een weidepremie op het vlees van melkvee is volgens Van de Riet nog een uitdaging. 'Als de koe een prettig leven heeft gehad, wil die consument best een dubbeltje extra uitgeven', denkt hij. 'De perceptie is dat een dier het buiten beter heeft dan binnen. Maar met vlees blijf je aanhaken tegen het feit dat het een product is waarmee ook een einde kwam aan het leven van dat dier. Bij vlees wil de consument daarom liever geen details.'

Het verklaart mogelijk waarom vleesverwerkers van oudsher wat sneller in mitsen en maren denken. Die terughoudendheid is enerzijds goed te begrijpen, maar het risico bestaat dat mogelijkheden in de markt blijven liggen, stelt Van de Riet. 'Als ondernemer moet je ook in kansen denken. Er is van alles mogelijk, ook een weidepremie op vlees.'

Concepten voor rundvlees met weidegang als kenmerk

Waddenrund

Slachthuis Dokkum slacht de runderen die bestemd zijn voor het concept Waddenrund. Melkveehouders die koeien leveren aan dit concept, ontvangen per kilo 0,15 euro extra als de koe weidegang heeft genomen.

'Wekelijks gaat het om zo'n driehonderd koeien, hoofdzakelijk melkvee. Wij traceren het traject vanaf de koe tot en met het schap', vertelt Adolf Kuipers namens de slachterij.

De borging van weidegang loopt langs dezelfde route als de weidemelk; deelnemende veehouders moeten aantonen dat ze in aanmerking gekomen zijn voor de weidepremie op melk.



Irish Beef

Voor de Ierse koe is weidegang vanzelfsprekend. 'Ierse koeien grazen 240 dagen per jaar dankzij ons milde klimaat. In ons systeem is het voeren van krachtvoer en bijproducten duurder dan grazen. We hebben geen koude winters en ook geen hete zomers. Daardoor is de grasopbrengst erg hoog, tot wel veertig ton per hectare', vertelt Margaret McCarthy namens Irish Beef.

Het concept keert geen premie uit voor weidegang, omdat weiden in Ierland als de standaard geldt. Irish Beef vermarkt alleen rundvlees van vleesrassen, de Ierse melkkoe krijgt een andere bestemming.



Pure Graze

Melkveehouders die aangesloten zijn bij Pure Graze, krijgen een plusje van tien tot vijftien cent per kilo geslacht gewicht. 'Het is geen vaste bonus. De meerprijs kunnen we bij melkkoeien alleen realiseren voor de luxere delen. Het meeste vlees dat wij aanbieden, komt van vleesstieren. Afnemers wensen een constante kwaliteit. Dat is met vleesrassen eenvoudiger dan met een melkkoe', zegt oprichter van Pure Graze Ado Bloemendal. Het concept garandeert melk en vlees van dieren die alleen vers gras grazen. Het vlees bevat daardoor meer omega 3-vetzuren, stelt Pure Graze.

