



OP NAAR EEN KEURMERK VOOR DIERVRIENDELIJKE MELK?

ILVO-UGent-onderzoekster Sophie de Graaf ging in haar doctoraat op zoek naar een snelle en betrouwbare index voor melkkoeienwelzijn. Biedt dit kansen voor bedrijven om zich te profileren met 'diervriendelijke melk'? – *Sophie de Graaf, ILVO & Nele Kempeneers*

Welzijnsproblemen bij melkkoeien kunnen verschillende vormen aannemen. Die kunnen gaan van gezondheidsproblemen zoals kreupelheid en ziektes, over gevolgen van onaangepaste stalinrichting zoals langdurige dorst door te weinig drinkbakken, tot gedragsproblemen zoals schichtigheid ten gevolge van ruwe behandeling. Behalve mortaliteit en mastitis (uierontsteking) worden dergelijke welzijnsfactoren in Vlaanderen niet systematisch opgevolgd. "Toch kunnen routinematig verzamelde data over welzijnsproblemen kansen bieden om een *welfare assurance scheme* op een kostenefficiënte manier te introduceren", zegt Sophie de Graaf. Maar om welzijn te kunnen garanderen moet die eerst op een betrouwbare, nauwkeurige manier worden bepaald.

Snel en betrouwbaar

Dat is niet zo eenvoudig, vooral omdat uit Sophies studie blijkt dat de bestaande protocollen niet alleen arbeidsintensief zijn, maar dat de resultaten ook vaak afwijken van welzijnsbepalingen door experts. Het probleem daarbij is vooral het afwegen en samenvoegen van welzijnsindicatoren om tot één score te

komen. Daarom ontwikkelde ze een alternatieve welzijnsindex. Deze is gebaseerd op enerzijds een inschatting door experts van hoe erg het welzijn van een koe is aangetast door de verschillende welzijnsaandoeningen, en anderzijds op het voorkomen van elk welzijnsprobleem in de kudde. Deze welzijnsindex combineert metingen van welzijnsproblemen die de grootste impact op het welzijn van melkvee hebben op een simpele, gevoelige manier, en een manier die overeenkomt met welzijnsbeoordelingen volgens experts op het gebied van het welzijn van melkvee. Door te focussen op de voornaamste welzijnsproblemen duurt het gemiddeld 150 minuten om het welzijn van een kudde te evalueren. De index is ook flexibel, en dat is een must: "We moeten ons er steeds van bewust zijn dat sommige aspecten van welzijn niet bekend zijn of niet gemeten kunnen worden. Maar omdat de nieuwe werkwijze flexibel is, kunnen metingen vervangen of toegevoegd worden", aldus de Graaf.

De consument

De bezorgdheid bij consumenten over het welzijn van landbouwhuisdieren groeit,

maar is niet noodzakelijk van hetzelfde niveau voor alle consumenten. Daar moet rekening mee worden gehouden bij de marketing van diervriendelijk geproduceerde producten. Om te zoeken naar mogelijke strategieën om consumenten tot een diervriendelijke productkeuze voor melk te begeleiden, werd een enquête gehouden onder 786 consumenten in Vlaanderen. Vervolgens werd een segmentatie-analyse uitgevoerd op basis van de gerapporteerde intentie van consumenten om diervriendelijk geproduceerde melk aan te schaffen, en van hun evaluatie van de huidige staat van het welzijn van melkvee in Vlaanderen. Uit de enquête blijkt 32% van de ondervraagde consumenten een hoge intentie te hebben tot het kopen van diervriendelijk geproduceerde melk, veel interesse te hebben in informatie over het welzijn van melkvee en in verschillende koeienwelzijnskeurmerken. Ze tonen ook een hoge bereidheid tot het betalen van een meerprijs voor diervriendelijk geproduceerde melk. Het tegenovergestelde bleek bij 28% van de ondervraagde consumenten: zij hadden geen interesse in diervriendelijk geproduceerde melk. Voor de meeste consumenten bleken toegang tot weide-

gang en de afwezigheid van ziekten de belangrijkste welzijnsindicatoren. Deze indicatoren kunnen dus veelbelovend zijn voor gebruik in toekomstige communicatie om diervriendelijke melk te promoten. De resultaten van de enquête tonen een hoge mate van differentiatie bij Vlaamse consumenten met betrekking tot hun interesse in diervriendelijk geproduceerde melk. De invoering van een keurmerk op de Vlaamse markt zou dus gebaseerd moeten zijn op een systeem dat meerdere niveaus van dierenwelzijn aangeeft, bijvoorbeeld via sterren, aan verschillende prijsniveaus.

De veehouder

Via invoering van een keurmerk voor diervriendelijk geproduceerde melk zou

.....
Om welzijn te kunnen garanderen, moet die eerst op een betrouwbare, nauwkeurige manier worden bepaald.
.....

een veehouder zich kunnen onderscheiden op het gebied van dierenwelzijn. Bovendien kan een hoog niveau van dierenwelzijn op een melkveebedrijf leiden tot een variërende meerprijs die (deels) bij de veehouder terechtkomt. Die meerprijs kan dan compenseren voor inspanningen/investeringen van de veehouder. En dat is nodig, ook voor bedrijven met goede bedrijfsprestaties. Via een analyse van de relatie tussen dierenwelzijn en bedrijfsprestaties (voederkostefficiëntie) bij 41 melkveehouders, kon Sophie de Graaf namelijk niet aantonen dat een hoger niveau van dierenwelzijn gepaard gaat met een kostenefficiëntere bedrijfsvoering.

Enkele bedenkingen

Maar is het allemaal zo eenvoudig? Het is immers vaak zo dat de consument in enquêtes aangeeft een meerprijs te willen betalen in ruil voor een hogere kwaliteit of bepaalde welzijnsgarantie, maar wordt dit ook effectief vertaald in zijn koopgedrag? Sophie geeft haar visie op deze problematiek: "Inderdaad is de vraagstelling die in deze thesis gebruikt is hypothetisch, de respondenten hoefden deze keuze niet daadwerkelijk te maken.

Om de grootte van de markt in te schatten zouden daarom niet-hypothetische tests kunnen worden uitgevoerd waarbij een dergelijke keuze wel gemaakt zou moeten worden door consumenten. Echter toont dit wel duidelijk dat een grote groep van Vlaamse melkconsumenten wel degelijk interesse heeft in dergelijke producten (53% gaf een positieve intentie aan, slechts 7% een negatieve intentie)."

Een tweede punt van aandacht is de vraag of we wel zo'n kwaliteitslabel willen. Zal dit er niet voor zorgen dat bedrijven die niet aan de eisen voldoen figuurlijk bestempeld worden als dierenvriendelijk, terwijl ook zij al aan erg hoge standaarden voldoen? "Een dergelijk label is niet opgesteld om bedrijven te straffen, zoals bijvoorbeeld met het celgetal wel gebeurt, maar om bedrijven die een hoger welzijnsniveau bereiken te belonen", reageert Sophie. "Op dit moment zijn er in Vlaanderen bedrijven met een verhoogd niveau van dierenwelzijn die hier niet voor beloond worden omdat ze niet biologisch werken en hier geen ander label voor is. Met een dergelijk label zou dit wel beloond kunnen worden. Bedrijven die hier niet binnen vallen,

zullen geen label krijgen en dus onder 'conventionele' melk vallen." Ook op praktisch vlak zijn er nog enkele vraagtekens. Meer betalen voor melk met een bepaald label is misschien haalbaar in de thuisverkoop, maar zal dit ook praktisch te organiseren zijn voor melk die bijvoorbeeld in bulk wordt opgehaald? Ook is het voor veel grote bedrijven niet haalbaar om hun koeien weidegang te geven omdat ze niet genoeg hectares ter beschikking hebben, en ook uit ecologische overwegingen (MAP) is weidegang misschien geen optie. Sophie erkent deze uitdaging, maar ziet ook oplossingen. "Dergelijke melkstromen zullen gescheiden moeten worden. Dat dit haalbaar is, is te zien aan het feit dat momenteel al melkstromen (bijvoorbeeld weidemelk of melk die aan bepaalde kwaliteitseisen voldoet) gescheiden worden door grote melkverwerkende partijen. Wat weidegang betreft, dit is inderdaad een lastig punt waarbij consumenten aangeven dit erg belangrijk te vinden, maar dierenwelzijnsexperts zich niet bij de meest belangrijke metingen scharen. Dit zal een belangrijke strategische beslissing zijn voor een welzijnsgarantiesysteem van melkvee in Vlaanderen." ■

STANDPUNT BOERENBOND

De consumptiemelkmarkt is een homogeen bulkgegeven en om je te onderscheiden moet je creatief zijn. Dat is alvast een constante als je de ontwikkelingen op de Belgische winkelvloer analyseert. De afgelopen jaren hebben we al heel wat pogingen zien passeren, om consumenten toch maar te lokken in het belang van een groter marktaandeel voor consumptiemelk en een grotere meerwaarde. In de winkelrekken is de ene melk al meer duurzaam dan de andere. Maar de vraag is of de consument door de bomen het bos nog ziet met al de verschillende labels en verschillende types melk, terwijl alle geproduceerde melk voldoet aan de nodige kwaliteitseisen. Zo is weidemelk overgewaaid uit Nederland. De vraag is of melk van koeien met weidegang betere melk is dan melk van koeien zonder weidegang. Volgens de experts is weidegang alleszins geen verbetering van het dierenwelzijn. In bepaalde omstandigheden, bijvoorbeeld in de zomer, kan verplichte weidegang een negatieve invloed hebben op het welzijn van de koeien. Weidemelk is de keuze van de veehouder in functie van zijn specifieke bedrijfssituatie. Alleszins leidt de strijd naar marktaandeel voor consumptiemelk tot meer versnippering in melkstromen, met extra kosten tot gevolg. De vraag is of deze extra kosten door een meerwaarde uit de markt gedekt worden. De meerwaarde van weide- of andere 'duurzame' melk is minstens de markttoegang die ze creëert. En deze moet alleszins bij de melkveehouder terechtkomen die de inspanningen levert. Dan pas kunnen we spreken van een duurzame melkproductie!

Roel Vaes, studiedienst - adviseur Rundvee Boerenbond