

Stappen zetten in bigvitaliteit

Binnen de Stuurgroep Bigvitaliteit, gevormd door de POV, het bedrijfsleven en GD, was er behoefte aan praktische ondersteuning vanuit het veld. Daarom werd de Focusgroep Bigvitaliteit opgezet, die de praktijk handvatten biedt voor het verbeteren van bigvitaliteit. Drie leden van de focusgroep vertellen meer.

Bij het opzetten van de Focusgroep Bigvitaliteit stond er één ding vast: het wordt een snelle verbinding tussen praktijk, onderzoek en beleid. Met dat in het achterhoofd zijn verschillende partijen benaderd. Zo ook dierenarts Miranda Kanters. “Vanuit de beroepsvereniging waren ze op zoek naar een dierenarts die als practicus wilde meedoen en dat wilde ik graag. Ik denk namelijk dat de varkenshouderij binnen dit belangrijke thema nog veel kan winnen. Als dierenartsen hebben wij veel kennis over bigvitaliteit, en hoe dit verder te verbeteren. Met mijn deelname wil ik een bijdrage leveren aan het verbeteren van het imago van de varkenshouderij en op deze manier laten we zien dat we stappen zetten.”

Ook Voergroep Zuid zag het belang van de focusgroep in, legt Bart Hoeben uit. “Duurzame en ethisch verantwoorde productie wordt steeds belangrijker. Dat zien wij ook. We proberen samen in te zetten op het oplossen van issues. Als voerleverancier speel je daar een essentiële rol in; we gaan daarom in gesprek met de zeugenhouders. Hier begint wat ons betreft de begeleiding op het gebied van management en de juiste voedingsstrategieën.”

“Bij Franses Gerrits zijn we veel bezig met de toekomst en het maatschappelijke draagvlak van de varkenshouderij, wetgeving, de ‘licence to produce’ en uiteraard ook economie van de klant”, aldus Rick Königkrämer. “Daarmee is bigvitaliteit ook voor ons

een belangrijk thema.” Rick is vanuit zijn rol als hoofd Verkoop Varken bij Franses Gerrits goed op de hoogte van wat er in het veld speelt. Daarnaast heeft hij veel ervaring in de wereld van dier- en biggenvoeding. Rick: “Die combinatie zorgt voor een stukje bagage, die hopelijk bijdraagt aan het resultaat van de focusgroep.”

Divers gezelschap

De focusgroep is samengesteld door POV en komt geregeld samen. Met mensen uit de fokkerij, voedingsfabrikanten en dierenartsen is het een vrij divers gezelschap. “Dat is belangrijk”, vertelt Bart. “Om bigvitaliteit te verhogen kun je niet op een knop drukken om alles beter te maken. Er is van verschillende kanten input nodig.” Met dit als achterliggende gedachte is de groep opgedeeld in twee werkgroepen, die allebei een ander stuk met betrekking tot verbetering van bigvitaliteit oppakken: een beslisboom en een tool waarmee je je als bedrijf kunt vergelijken met andere bedrijven, met daarin een module waarin de kosten en opbrengsten worden meegenomen.

Maatschappij en economie

“Die economie is heel belangrijk”, stelt Rick. Hij zit in de werkgroep die aan de beslisboom werkt. “Varkenshouders willen zelf ook echt wel zorgen voor maximale bigvitaliteit en big-overleving. En kun je die verhogen, dan leidt dat tot meer maatschappelijke acceptatie én een betere economie op het bedrijf.” Rick legt uit dat de beslisboom een soort app wordt, waarmee je door een aantal vragen te beantwoorden de aandachtspunten binnen je bedrijf kunt blootleggen. “En vervolgens krijg je tips over gerichte maatregelen die je kunt nemen. De voeradviseurs en dierenartsen zorgen dan voor een goede vertaling en het inzetten van die maatregelen op het bedrijf.” De focusgroep wil met behulp van de beslisboom op zoveel

mogelijk bedrijven stapjes vooruit maken. “Zo kunnen we landelijk verdere verbetering van bigoverleving en bigvitaliteit bereiken.” Over een paar maanden start er een pilot. “De praktijk vraagt vaak toch nog wel wat aanpassingen. Die voeren we dan door en daarna gaan we de app uitrollen in de praktijk.”

Verbinden en verbeteren

Met de praktische tips die vanuit de beslisboom naar boven komen kan een zeugenhouder natuurlijk al veel, maar hoe weet je dan of je echt goed bezig bent? “Hiervoor zijn we een tool aan het ontwikkelen”, vertelt Bart namens Voergroep Zuid. “Dat wordt een tool waarmee je je eigen bedrijf kunt vergelijken met bijvoorbeeld het landelijk gemiddelde. Stel: het jaar 2016 is de nulmeting; het getal 100. Als voor een bedrijf de bigvitaliteit dan ‘gebencht’ wordt naar 2019 en je zit op 103, dan weet je dat je het ten opzichte van het landelijk gemiddelde goed hebt gedaan.” Volgens Bart zorgt het feit dat je kunt vergelijken voor motivatie en bewustwording.

Miranda Kanters beaamt dit. Uitkomsten uit de focusgroep neemt zij mee naar zeugenhouders om te zien of het aanspreekt. “Ik heb het idee van de vergelijkingstool op een aantal kritische bedrijven getest en je merkt dat deelnemers graag goed willen scoren. Dat werkt motiverend.” Bart haakt hierop in. “Wij kwamen op een bedrijf met een hoge productie, maar waar de bigvitaliteit aandacht nodig had. Dat zijn vaak de ondernemers die op zoek zijn naar verbetering, mede met de maatschappelijke discussie in het achterhoofd. Ze raken geprikkeld als de bigvitaliteit op hun bedrijf in vergelijking met dat van anderen lager is. Hieruit ontstaan mooie initiatieven om die te verhogen en dat is wat we uiteindelijk graag willen.”



*Miranda Kanters
(Varkensgezondheids-
team Zuid)*



*Bart Hoeben
(Voergroep Zuid)*



*Rick Königkrämer
(Fransen Gerrits)*