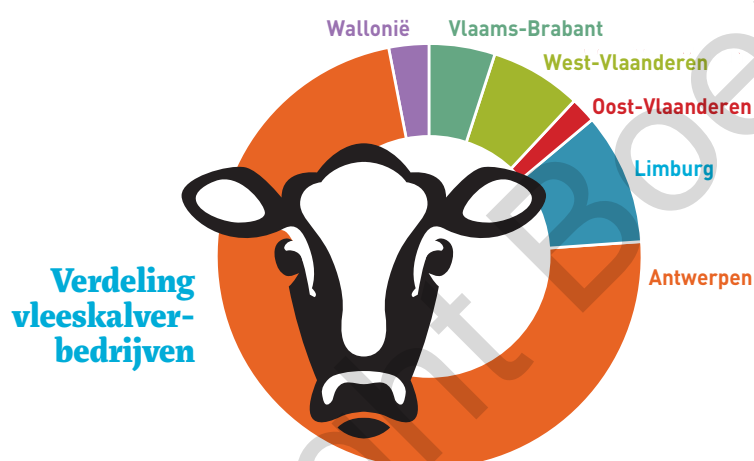




Dossier De Belgische kalversector

De Belgische kalverhouderij is een minder bekende maar zeer gespecialiseerde sector. Het overgrote deel van de 270 erkende vleeskalverbedrijven werkt in een integratiesysteem. We vinden 95% van de Belgische kalverbedrijven in Vlaanderen, waarvan 73% in de provincie Antwerpen.



Het feit dat de sector traditioneel een Kempische aangelegenheid is, weerspiegelt zich in de gespecialiseerde slachthuizen. In België zijn 3 grote spelers actief: Vanlommel in Olen, Sopraco van de familie Oeyen in Geel en het Nederlandse Van Drie in Hasselt.

De sector draait jaarlijks een omzet van zo'n 700 miljoen euro en is goed voor ongeveer 700 directe arbeidsplaatsen. Het aantal slachtingen blijft min of meer stabiel, met een gemiddelde van 350.000 slachtingen in 2018. Nederland slacht vandaag het grootste aantal kalveren in de Europese Unie, gevolgd door Frankrijk, Italië, België en Duitsland. ■

Nele Kempeneers



Drie mythes ontkracht

1 Kalveren moet je in het donker houden

Kalveren worden in de praktijk niet in het donker gehouden. Moderne kalverhouders hebben steeds meer aandacht voor voldoende licht en lucht in de stal. Dat is belangrijk voor het welzijn van de kalveren en heeft een positief effect op hun ontwikkeling en groei.

2 Kalveren krijgen alleen melk

Vleeskalveren krijgen inderdaad melk toegediend, maar tegenwoordig wordt ook een steeds groter aandeel ruwvoer. De hoeveelheid ruwvoeder in het rantsoen wordt groter naarmate het kalf groeit.

3 Kalveren hebben bloedarmoede

De vleeskalverbedrijven in België produceren voornamelijk blank kalfsvlees. Om deze kleur te realiseren wordt het ijzergehalte in de voeding zorgvuldig gemonitord, want ijzer geeft het vlees een rode kleur. Er worden op regelmatige tijdstippen bloedmonsters genomen van de kalveren om ervoor te zorgen dat er geen ijzertekort en bloedarmoede optreedt. ■



Griet Boermans (38)

.....
Kinderen: Gitte, Elise,
Femke en Nick

.....
Kalveren

.....
Akkerbouw: gras en mais



.....
Locatie: Geel

“Kalveren hebben constante opvolging nodig”

Vijf jaar geleden nam Griet Boermans het kalverbedrijf van haar vader over. Ze vertelt over haar passie: bijna 700 kalveren zo goed mogelijk opvolgen en verzorgen. “Ik krijg wel eens vragen van mensen buiten de landbouw en die beantwoord ik naar waarheid. Vaak is men verrast over hoe het eraan toegaat op een modern kalverbedrijf.”

Nele Kempeneers

Griets ouders hebben jarenlang een melkveebedrijf gerund in het Kempense Geel. De interesse van de volgende generatie lag echter veeleer in de kalverhouderij en dus maakte de oude melkveestal in 2004 plaats voor een nieuwe kalverstal. Het kalverbedrijf werd de eerste tien jaar gerund door haar vader, zus en schoonbroer, maar in 2014 kreeg Griet de kans om het bedrijf over te nemen. “Het was al een tijdje aan het kriebelen om voltijds in het bedrijf te stappen”, vertelt ze. “Ik ben blij dat ik de sprong gewaagd heb.”

Prestaties evalueren

Vier kinderen in huis en bijna zevenhonderd kalveren in de stal. Griet Boermans heeft haar handen vol, maar zo heeft ze het graag. “Ik ben nog pas vijf jaar aan de slag als kalverhoudster en ik ben dus relatief nieuw in de sector. In het begin is dat niet gemakkelijk, want je moet de bedrijfsvoering nog onder de knie krijgen.” Intussen heeft Griet de touwtjes stevig in handen en springt haar vader af en toe bij voor het veldwerk. Griet heeft een contract bij kalverintegrator VanDrie. “Ik sluit meestal een contract van vier rondes, wat neerkomt op ongeveer twee jaar”, zegt Griet. De kalverhouder wordt betaald afhankelijk van het aantal kalverplaatsen op het bedrijf. Na afloop van elke ronde scoort VanDrie de kalverhouders op meerdere punten: gezondheid van de dieren, antibioticagebruik, uitval, gewicht, beenwerk, kleur van het vlees ... Op basis van die score worden de werkpunten of

voorwaarden voor het volgende contract besproken. “Het is dus zeker geen optie om er met je pet naar te gooien, want wie goede resultaten wil behalen, moet altijd klaarstaan om bij te sturen”, zegt Griet.

Selecteren en hergroeperen

Griet vertelt graag hoe een ronde in de kalverhouderij eruitziet. “De kalfjes zijn minstens 14 dagen oud als VanDrie ze binnenbrengt. Het zijn voornamelijk stierkalfjes afkomstig van melkveebedrijven, maar vaak zijn er ook enkele vaarzen of vleeskalveren bij. De dieren worden bij aankomst geselecteerd volgens geslacht en conditie en dan per zes ingedeeld in de ‘babyboxen’. Op drie dagen tijd zit de stal meestal vol. Die periode is voor mij heel druk, omdat elk kalf ook individueel gecontroleerd moet worden. We kijken de oormerken na, overlopen de transportlijsten, de kleur, de ademhaling ... Kalveren met pootproblemen zetten we samen en ze krijgen een mat in hun hokje. De zwakkere dieren zet ik vooraan in de stal, zodat ik ze extra goed kan opvolgen. Als een kalf last heeft van de melk die het gedronken heeft, moet je meteen ingrijpen en de zure melk ‘aflaten’. Als je wacht tot de volgende dag, is het meestal te laat.”

Misvattingen ontkrachten

Het voeder dat de kalveren krijgen wordt voorgeschreven door schema's die VanDrie opstelt. “De dieren krijgen melk vanaf dag één en tot de dag dat ze naar het slachthuis gaan. Daarnaast geef ik ze

water met elektrolyten om hun gezondheid te optimaliseren.” De eerste week krijgen de kalveren alleen melk en water. Daarna wordt het rantsoen aangevuld met een muesli van granen gemengd met gehakseld stro. Als de kalveren gezond zijn, mogen ze na ongeveer vijf weken de babyboxen verlaten en komen ze in groepjes van zes in grotere boxen. “Ik hou de gezondheid van de dieren constant in het oog. Nadat ze drie weken hier zijn, wordt er bij elk kalf bloed genomen in het oor om te kijken of alle waarden in orde zijn. Bij een ijzertekort krijgen ze bijvoorbeeld extra ijzer ingespoten. Hetzelfde gebeurt op veertien weken. Het is dus een mythe dat kalfsvlees afkomstig is van kalveren met bloedarmoede of een ijzertekort.” Nog een misvatting is dat kalveren in het donker moeten staan. “Onze moderne open stal toont meteen dat het ook anders kan. De dieren hebben veel natuurlijk daglicht en frisse lucht. Dat betekent wel dat ik in de winter soms extra moet verwarmen.”

“De meeste mensen zijn erg geïnteresseerd in wat we doen en zijn aangenaam verrast over hoe het eraan toegaat in de moderne kalverhouderij. Ik leg hen altijd correct uit hoe het werkt. Een kalfje van 2 weken dat hier binnenkomt, is inderdaad schattig en lief. Maar de dieren die hier na 28 weken vertrekken, zijn niet klein meer. De kalversector geeft waarde aan kalveren die anders op melkveebedrijven weinig waardevol zijn. Daar mogen we trots op zijn.” ■



© NELLE KEMPEENEERS

“We moeten samen aan de dierenwelzijnskar trekken”

Vanlommel uit Olen – een van de drie Belgische integratoren op de kalvermarkt – slacht een belangrijk deel van de kalveren in ons land. Daarnaast beheren ze een veevoeder-, vee-, vlees- en huidenhandel in de kalversector. Jan Vanlommel en zijn zus Nini, de tweede generatie op het bedrijf, gunnen ons een kijk in hun activiteiten. Jan onderstreept het belang van een gezamenlijke aanpak rond dierenwelzijnslabels: “Het is hoog tijd voor een sectoroverkoepelend lastenboek, zeker voor het voortbestaan van onze hoogproductieve vleesrassen.”

Nele Kempeneers

De firma Vanlommel zette haar eerste stappen in de kalversector in 1952, toen Louis Vanlommel actief werd in de kalverhandel. Datzelfde jaar werden ook de eerste aangekochte kalveren geslacht, al gebeurde dat toen nog in een openbaar slachthuis. Pas in 1989 opende Vanlommel een eigen slachthuis op de vestiging in Olen,

vlak bij de vele Kempische kalverhouders. Vandaag is het bedrijf uitgegroeid tot een van de drie grote integratiebedrijven in de kalversector en beheert het elke schakel uit de keten. Dat stelt hen in staat om kalfsvlees te produceren op maat van de klant, van karkaskwaliteit tot verpakking. Intussen is ook de derde generatie actief in de zaak.

Alle schakels in de keten

Het startpunt in de keten is de productie van kalvervoerders. Het in Nederland gevestigde Verveka Veevoeder, dat in 2009 door Vanlommel overgenomen werd, produceert kalvermelk voor de eigen integratie zowel als voor derden. Veehandel Vanlommel, gespecialiseerd in de aankoop van nuchtere jonge kal-



veren van minimaal twee weken oud (de zogenaamde nuka's), is stap twee. De kalveren zijn bestemd voor de eigen integratie en voor verkoop aan derden. Na aankomst in een van de twee opvangcentra worden de kalveren getransporteerd naar de kalverhouderijen van de integratie. Na een mestperiode van 27 à 30 weken vertrekken de dieren naar het slachthuis in Olen, waar ze geslacht en versneden worden. Vleeshandel Vanlommel verpakt het vlees volgens de voorkeur van de klant en verdeelt het over de groothandel, de industrie, de retail en de slagerijen. Zo'n 70% van de productie is bestemd voor het buitenland. Een laatste stap in de integratie is de handel in huiden van kalfsleder.

Thermometer van de economie

“De meeste kalveren die we slachten zijn van melkveerassen, vooral Holstein, daarna volgen kruisingen tussen melk- en vleesveerassen. Die groep is voor ons het meest uitdagend om afzet te vinden. Pas op de laatste plaats vinden we kalveren van het Belgisch wit-blauw. “Als het niet goed gaat in de rundveehouderij zien we dat ook aan de nuchtere kalveren die we binnenkrijgen. Het aantal goede vrouwelijke kalveren stijgt dan, terwijl ze onder normale omstandigheden op de melkvee- en vleesveebedrijven zouden blijven.” De kalverindustrie is ook op andere manieren een thermometer voor het economisch klimaat. “We merken een grote terugval in de vraag naar kalfsleder”, zegt Johan Heylen, commercieel directeur bij Vanlommel. “Dat heeft allerlei oorzaken. In de Verenigde Staten is er veel geslacht, dus is het aanbod groot. De schoenenindustrie heeft door de opkomst van de sneaker minder kalfsleder nodig en autoproducenten als Tesla willen om dierenwelzijnsredenen geen leder meer voor het interieur van hun wagens. De voorkeur

gaat uit naar kunstleder en dus naar plastic, terwijl natuurleder perfect past in een circulaire economie en wel biologisch afbreekbaar is.”

Well&Fair

Vanlommel hecht veel waarde aan zijn kwaliteitssystemen. Het bedrijf is BCV-SGS- en IFS-gecertificeerd en heeft daarnaast zijn eigen Well&Fair-lastenboek. Externe controleorganisatie SGS werd ingeschakeld voor de controle. Daarnaast werkt Vanlommel met een eigen antibioticaregistratie, naar analogie van het AB-Register. “Op die manier kunnen we gerichter gegevens verzamelen – bijvoorbeeld op het vlak van diertypes, seizoenen of omstandigheden – en hier zowel voor ons als voor de kalverhouder een meerwaarde creëren.” Vitale kalveren zijn een belangrijke voorwaarde voor een lager antibioticagebruik. “Daarom is de minimumleeftijd van veertien dagen zo belangrijk, net als een correct biestmanagement”, zegt Johan Heylen. “Nog niet alle bedrijven beseffen hoe nuttig dat is, vooral voor de stierkalfjes die het bedrijf toch verlaten.” Vanlommel is erg trots op zijn Well&Fair-lastenboek. Het bevat regels voor de kalverhouder en voor de andere schakels in de keten, onder andere rond diergezondheid, ruwvoeder, huisvesting, training van personeel en transport. Voor Vanlommel hoeft Well&Fair ook geen exclusief lastenboek te zijn: “We zouden niet liever willen dan dat dit lastenboek overgenomen werd door andere sectoren. Het was onze bedoeling om Well&Fair te laten aansluiten bij het Nederlandse ‘Beter Leven’-label, maar die samenwerking vond geen ingang bij de noorderburen. We moeten er ons wel bewust van zijn dat ook de Belgische retail naar het ‘Beter Leven’-label lonkt en daarin is geen plaats voor keizersneden. Het is dus in het voordeel van ons Belgisch wit-

blauw dat we ons verenigen achter een eigen sterk dierenwelzijnslabel waarin dit ras wel welkom is.”

Verdoofd slachten

Bij Vanlommel worden de dieren altijd verdoofd geslacht. Op zich verandert er niets voor het bedrijf als gevolg van de nieuwe wetgeving die onverdoofd slachten in Vlaanderen verbiedt vanaf januari 2020. Toch hebben ze actief een alternatieve verdovingsmethode getest, met name elektronarcose. De modaliteiten van deze methode, waarbij het dier elektrisch verdoofd wordt, zijn al vastgelegd in Europese wetgeving. “We zijn voortrekker geweest bij het perfectioneren van de techniek van elektronarcose voor een toepassing op kalveren. We hebben samengewerkt met experts uit Nieuw-Zeeland om te bewijzen dat dit systeem effectief is en hebben zelfs een demonstratie georganiseerd. Onder andere mensen van de dienst Dierenwelzijn, experts in dierenwelzijn van hogeschool Thomas More, het FAVV en afgevaardigden uit de moslimgemeenschap waren hierbij aanwezig”, zegt Jan.

Kansen voor export

In ons land is het thuisverbruik van kalfsvlees beperkt: in 2018 maakte kalfsvlees 3,3% uit van het vlees dat thuis geconsumeerd werd. Dat cijfer is over de voorbije jaren stabiel tot licht dalend. Over de consumptie buitenshuis zijn er geen gegevens. Wat de export betreft, zit Vanlommel op hete kolen. Johan Heylen: “Er zijn nog heel wat niet-Europese landen waar we graag naar zouden exporteren. Ik denk bijvoorbeeld aan Japan, China en de Verenigde Staten. Onze noorderburen hebben die markten al ontdekt, maar in België hebben we daar jammer genoeg nog geen toegang.” ■



Copyright Boerenbond



Kalfsvlees moet opnieuw plaats aan tafel veroveren

Terwijl het thuisverbruik van rundvlees afgelopen jaar stabiel bleef, ging de consumptie van kalfsvlees achteruit. “Niet omdat mensen het geen goed product vinden, maar omdat ze er gewoon niet aan denken”, zegt Anoenk Van Wouwe, promotiemanager Vlees bij VLAM. En dus werd een campagne uitgewerkt om kalfsvlees meer onder de aandacht te brengen.

Nele Kempeneers

‘1 goed idee voor 1000 goede ideeën.’ Die slogan van de campagne voor kalfsvlees wil de consument eraan herinneren dat kalfsvlees zeer veelzijdig en trendy is om mee aan de slag te gaan. “We merken dat mensen al vrij goed overtuigd zijn van de kwaliteiten van kalfsvlees, maar dat het product wat op de achtergrond geraakt is”, zegt Anoenk Van Wouwe. Zelfs in Italië, waar kalfsvlees nog beter ingebed is in de eetcultuur, gaat het thuisverbruik achteruit. Het is dus tijd voor actie. Die is er in de vorm van een campagne waar België, Italië en Frankrijk hun schouders onder zetten met de steun van Europese middelen.

Kalfsvlees in de kijker

“De campagne werd vorige maand gelanceerd en zal drie jaar lopen. Haar doel is om het belang van kalfsvlees te versterken, de aanwezigheid in verkooppunten te bevorderen en de 25- tot 49-jarigen aan te zetten om kalfsvlees te kopen en te consumeren.” In België zal dat zich vooral vertalen in meer zichtbaarheid in de supermarkt en bij de slaggers. De website gekopkalfsvlees.be zal interessante informatie bieden over kalfsvlees, er komt een receptenboekje en heel wat aandacht op de sociale media. “Via de sociale media kunnen we onze boodschap heel breed en snel verspreiden. Ze laten ons toe om de boodschap gericht in te zetten. We

gaan een samenwerking aan met jonge talentvolle chefs, die graag met lokaal kalfsvlees werken en hopen zo heel wat (hobby-) koks te inspireren. We zullen ook bloggers aanspreken die onze boodschap via hun netwerk kunnen verspreiden.” Maar er start dit jaar ook een nieuwe campagne voor Belgisch rundvlees in het algemeen. Die zal focussen op in goed gezelschap genieten van goed rundvlees van bij ons.

De boer als ambassadeur

De campagne wil ook de consument informeren over het productieproces. Op gekopkalfsvlees.be staan heel wat weetjes over kalfsvlees en alles wat erbij komt kijken – diergezondheid, voeder, duurzaamheid, voeding en gezondheid ... Maar ook de manier waarop kalveren worden gekweekt en afgemest komt aan bod. “Omdat de consument graag de producent aan het woord hoort, zijn we nog op zoek naar kalverhouders die willen meewerken aan een kort filmpje of artikel waarin ze vertellen over hun passie. De mensen kennen de kalversector is niet zo goed, al is hij zeer innovatief. We zijn daar trots op en die boodschap willen we overbrengen naar de consument.” Kalverhouders die willen vertellen over hun bedrijf en hun passie mogen contact opnemen met Anoenk Van Wouwe van VLAM via anoek.vanwouwe@vlam.be. ■