



het weer dreigt om te slaan. Het is door open te staan voor de ander, zijn visie en beweegredenen dat je het verste komt.”

Schoonste boerenweide

Zo'n vier jaar geleden kreeg Tim de kans om nog extra aangrenzende natuurpercelen te beheren. Aangezien het om erg verwilderde percelen ging, waren ze ongeschikt voor het witblauw ras. Tim besloot andere opties te overwegen. Het inzetten van ondertussen een 25-tal Black Angus-dieren bleek de oplossing op maat. "Angussen eten zowat alles wat op een verwilderd weideperceel groeit. De percelen evolueren mooi onder hun grasbeheer terwijl de dieren goed groeien en staan te blinken in hun vel." Ook op de eigen percelen krijgt de natuur kansen. Het bedrijf viel zelfs met een eigen perceel in de prijzen als 'Schoonste boerenweide van Vlaanderen', een wedstrijd van Natuurpunt in samenwerking met het ILVO en de VLM.

In de winter komen alle dieren op stal. "Het in de kar krijgen van de Angussen lukt prima, op voorwaarde dat ze je kennen en dat je ze rustig meekrijgt. Wie achter een dier moet jagen, is eraan voor de moeite." Selectie op 'handzame' dieren blijft een aandachtspunt.

Elk zijn troeven

Het kunnen groeien op een zo'n ingantsoen, het natuurlijk kalven, de zelfredzaamheid en het uitstekende gesneden van natuurgebieden zijn om te maken troeven, maar op het einde van de rit moet er uiteraard vlees op de plank komen. "Qua grootte en lengte kan Angus met witblauw mee, zie je namelijk dat witblauwe dieren zwaarder gebouwd zijn. Zelfs het levend gewicht valt mee. Alleen is het rendement in de overgang van karkasgewicht naar verkoopbare kilo's bij witblauw veel beter. Het witblauw ras zal dus altijd op het bedrijf de overhand houden."

Het vlees van Belgisch witblauw is bovendien alom gekend. Er is een keten voor tot bij de consument. "Als veehouder ken je de waarde, al kan je die te weinig vinden. Voor



© IVAN DE CLERCK

In 2012 stapte Tim Bottu (36) in het bedrijf van zijn ouders op de huidige locatie in Linter (Vlaams-Brabant, tussen Tienen en Sint-Truiden). Er worden momenteel zo'n 25 Belgisch witblauwe dieren gehouden, goed voor zo'n 110 kalvinen per jaar.

het vlees van Black Angus is er geen specifieke keten, en blijf je in het ongewisse over de juiste afzetkanalen." Evenmin is het mogelijk om de achtergrond van het Angus-dier mee te geven aan de grossist en op die manier tot een betere waardering te komen.

Ieder zijn stiel

De oplossing: zelf afmesten en vermarkten. Daarmee startten ze in 2019. In het verleden volgde Tim een opleiding tot beenhouwer, maar vandaag laat hij het vlees versnijden. "Ieder zijn stiel. Ik heb niet de pretentie om te stellen dat ik zo goed een biefstuk kan uitsnijden als iemand die het al 25 of 30 jaar doet. Een minder gesneden biefstuk kan je bovendien maar één keer aan iemand verkopen, en dan stopt het. Dat risico wil ik niet nemen." Tim en Dorien verkopen vacuüm verpakte vleespakketten, meestal van 5 tot 10 kg. Zowel het vlees van witblauw als Black Angus vindt op die manier via de korte keten zijn afzet. Een diepvriezer is er niet; maar alle vleessoorten vinden vlot hun weg.

Andere doelgroep

"Mensen uit de buurt of wandelaars in het natuurgebied zien onze koeien en de manier waarop ze worden ingezet. Daar zitten mensen bij die niet of nauwelijks vlees eten, maar wel bij ons om Angus-vlees komen omdat ze het zo mooi vinden passen in het natuurbeheer. Het is een andere doelgroep dan de vlees voor het witblauw." Ook de verkoop van het vlees van het witblauw verdient loed. Beide vleessoorten hebben hun troeven. "Angus-vlees is moorgezamer en heeft veel smaak, maar witblauw is qua malsheid top. Vlees van een goed afgemest witblauw die smaak ook."

Drive-in

Corona bleek – zoals voor andere thuisverkopers – een stimulans voor de verkoop van vleespakketten. Samen met een collega-melkveehouder, een aardappelteler en iemand die markten deed in groenten en fruit werd vorig jaar een heuse drive-in geïnstalleerd, waarbij alles coronaveilig in de koffer geladen werd. Regionale zender ROB-tv kwam de bijzonder drive-in filmen, wat op zijn beurt voor extra bekendheid zorgde. Een Facebookpagina zorgt voor een blijvend contact met (potentiële) klanten, en er werd ook al eens geflyerd. De beste reclame echter blijft mond-tot-mond. "Zonder corona hadden we wellicht niet zo snel zo veel mensen bereikt. Als corona voorbij is, zakken we misschien terug naar een lager niveau, maar dat hoeft nog geen ramp te zijn."

Groeien in evenwicht

Witblauw zal altijd de basis blijven voor het bedrijf. Het Black Angus-gedeelte mag nog wat groeien, maar in evenwicht met de vraag die er is. "Het op een natuurlijke manier omgaan met de dieren en het beweiden zit in ons DNA. Wat we doen met Black Angus ligt eigenlijk mooi in het verlengde van wat we met het witblauw doen. We creëren een verbinding tussen landbouw, natuur en de mensen in de omgeving. Daar halen ook wij waardering en voldoening uit." ■