

# “Van een slachthuis kun je nooit een mooi filmpje maken”

*NAJK-leden en -partners over de toekomst van dierenwelzijn*

**Dierenwelzijn is een term die de laatste decennia niet meer van de agenda's is weg te denken. Onder druk van wetten en regels hebben veehouders al grote stappen gemaakt op het gebied van dierenwelzijn en voldoen ze vaak ook aan bovenwettelijke eisen die marktconcepten of kwaliteitssystemen opleggen. Dat maakt dat de dierenwelzijnslat in Nederland behoorlijk hoog ligt. Toch wil de maatschappij meer. Nog hogere eisen voor dierlijke producten, maar het liefst voor dezelfde – of een lagere – prijs. Met de partners van NAJK gingen NAJK-bestuurders en leden in gesprek over deze ontwikkeling.**

Tekst: Ellen van den Manacker Beeld: Jared Wolffensperger en Lana de Rijk.

## **Verschillende belangen**

Eén definitie voor dierenwelzijn is niet te geven. De denkwijze van de publieke opinie, de politiek en veehouders over dierenwelzijn kunnen mijlener uit elkaar liggen. Deels door verschillende belangen, maar ook door onwetendheid. Zo geeft Reinder Jan Wagevoort, bestuurder bij het HAJK en tevens werkzaam bij een melkveehouder, aan: “Bewuste consumenten kiezen voor weidemelk, een scharrelei of het Beter Leven Keurmerk. Terwijl boeren bij dierenwelzijn bijvoorbeeld denken aan dikke hakken en het voorkomen daarvan.”

## **Niet hapklaar**

Dat dierenwelzijnsnormen niet hapklaar op een presenteerblaadje aan te reiken zijn, legt veearts en GraJK-lid Paulien de Weerd uit: “Discussies over dierenwelzijn zijn lastig, omdat er veel verschillende parameters zijn. Het streven naar een bepaald doel kan juist weer nadelen hebben voor andere aspecten van dierenwelzijn.” Ook Janne van Rooij van ForFarmers ziet dat dierenwelzijnsnormen in de pluimveesector elkaar kunnen bijten: “Haantjes mogen binnenkort niet meer gedood

worden als ze uit het ei komen. Om er toch aan te verdienen zullen pluimveehouders de haantjes in korte tijd opfokken, om vervolgens alsnog te slachten. Ook daar zal de consument uiteindelijk wat van vinden.”

## **EEN CONSUMENT HEEFT**

*vaak twee  
GEZICHTEN, ZONDER HET  
zelf te weten*

**- JEROEN VAN DEN HURK (RABOBANK)**

## **Schokkende filmpjes**

Transparantie kan volgens de NAJK-partners een deel van de onwetendheid over de veehouderijsector wegnemen. Daarentegen dragen schokkende filmpjes van actiegroepen die stallen binnendringen niet bij aan het beeld

van de buitenwereld. “Van een slachthuis kun je nooit een mooi filmpje maken”, noemt Erwin Ros van Royal Reesink als voorbeeld. “We kunnen het goed uitleggen, alles volgens de regels doen en soms zelfs beter. Sommige onderwerpen zijn voor de burger gewoon lastig te verteren. Steeds meer boeren ervaren daarvoor opstand bij een vergunningaanvraag. Het blijft belangrijk dat veehouders hun persoonlijke verhaal verkondigen en contact houden met de mensen in hun nabije omgeving. Zorg voor meer zicht in de stal, geef rondleidingen en host kinderveestjes. Hierdoor ontstaat begrip en acceptatie.”

## **De rol van de supermarkt**

Niet alleen de boeren moeten werken aan transparantie. Ook in de supermarkt is nog een slag te slaan. Aan vlees, zuivel of eieren zelf is bijvoorbeeld niet te zien hoe een dier geleefd heeft. Een keurmerk kan hierbij uitkomst bieden. Toch kiest het gros van de samenleving met zijn portemonnee. Jeroen van den Hurk van de Rabobank licht toe: “Een consument heeft vaak twee gezichten, zonder het zelf te weten. Als de consument bijvoor-

beeld een pak melk in de supermarkt koopt, gaat hij er ongeacht de prijs vanuit dat de koe een goed leven heeft gehad. Dus kiest de consument voor het goedkoopste pak."

### De consument verleiden

Er moet dus een vertaalslag gemaakt worden om de consument te verleiden om meer te betalen voor de inspanning die veehouders leveren voor een hoger dierenwelzijn. Keurmerken sturen daarin, maar zijn blijkbaar nog niet voldoende. Dagelijks NAJK-bestuurder Tim van der Mark vindt het een gemiste kans dat de agrarische sector geen initiatief creëert waarin integraal wordt gekeken naar dierenwelzijn. "Een initiatief met een goed verdienmodel dat de consument aanzet tot een bewuste keuze, kan uitkomst bieden", aldus de jonge varkenshouder.

### Verantwoordelijkheid

De consument moet meer daad bij het woord voegen, vindt AJF-bestuurslid en rundveedierenarts Jessica Knol. "Dierenwelzijn is een veelbesproken onderwerp. Er is genoeg voorlichting via diverse kanalen geweest in de afgelopen jaren. De consument moet dus ook verantwoordelijkheid voor dierenwelzijn nemen door het bewust kopen van voedsel." De aanwezigen, waaronder Hans Scholte van Flynth, knikken instemmend. Scholte: "De consument is via het betalen van een wel of niet fatsoenlijke prijs medeverantwoordelijk voor het welzijn van de dieren in de stal."

### License to sell

Erwin Ros van Royal Reesink oppert dat er naast een 'license to produce' ook een 'license to sell' moet komen: "Supermarkten mogen daarin alleen maar producten verkopen die aan bepaalde standaarden voldoen. Nu mogen supermarkten naar mijn idee geïmporteerde producten verkopen die ver onder de Nederlandse standaard en prijs geproduceerd zijn." Als aanvulling benadrukt Melissa van de Kam van Interpolis dat een gelijk speelveld dan wenselijk is, zowel vanuit import als export. Het is haars inziens niet uit te leggen dat een supermarkt aan Nederlands vlees andere dierenwelzijnseisen stelt, dan aan vlees dat uit het buitenland komt.

### Verdienmodel

Het nastreven van een hoog niveau van dierenwelzijn vraagt aanpassingsvermogen en veerkracht, maar ook om een verdienmodel. De realiteit is dat de markt de plus die boeren keer op keer leveren niet vergoedt. "Daar is ook onderzoek naar geweest", vertelt Tim van der Mark, "daaruit bleek dat de sector wel aan veiligheid wil doen, maar de kosten die daaruit voortkomen niet terugverdient. Ook subsidies spelen daar niet op in. Natuurlijk willen wij ook geen hittestress bij dieren en stalbranden voorkomen, maar het moet ook vanuit de



markt komen om die slag te kunnen maken." Melissa van der Kam van Interpolis is het daar niet mee eens. "Agrarische ondernemers hebben ook een eigen verantwoordelijkheid te nemen. Als het gaat om stalbranden voorkomen, stel ik weleens de vraag: 'Wat mag het kosten om bedrijfsmatig stil te staan?' Vanuit dat perspectief wordt de rekensom anders. Er is dan meer bereidheid om te investeren in veiligheid, omdat de ondernemer er ook andere voordelen in ziet", zo stelt ze.

### Kennisoverdracht

Toeleveranciers kunnen volgens de meeste aanwezigen ook een rol spelen in het niveau van dierenwelzijn. Reinder Jan ziet de rol van toeleveranciers anders. In zijn ogen willen toeleveranciers ook geld verdienen aan agrarische bedrijfsvoering. DeLaval antwoordt daarop: "Wij spelen in op de vraag van de ondernemer en het overdragen van onze kennis. Neem bijvoorbeeld hittestress bij dieren. De afgelopen jaren zijn er erg hete zomers geweest. Die hadden effect op de dieren. Daar hadden wij in Nederland nog nooit mee te maken gehad, maar in bijvoorbeeld Zuid-Europese landen wel. De kennis die wij als DeLaval daar hebben zitten, zetten we in Nederland in. De boer moet zelf weten wat hij met die kennis doet", legt Davy te Bokkel uit. Janne van Rooij van ForFarmers vult aan: "Wat wij ook vaak

doen is uitrekenen voor de ondernemer wat een verduurzamingsslag oplevert. Want natuurlijk kosten investeringen tijd en geld, maar het levert vaak ook wat op."

Kortom: om de dierenwelzijnslat nóg hoger te leggen in Nederland zullen niet alleen de veehouders een hogere prijs moeten betalen, ook de consument, producent, supermarkt en toeleveranciers zullen een 'duit' in het zakje moeten doen. 📌

## BIJEENKOMST

Deze discussiebijeenkomst met het thema 'Toekomst Dierenwelzijn' is tot stand gekomen met medewerking van Davy te Bokkel (DeLaval), Erwin Ros (Royal Reesink), Janne van Rooij (ForFarmers), Jeroen van den Hurk (Rabobank), Melissa van de Kam (Interpolis), Hans Scholte (Flynth), Tim van der Mark (NAJK-bestuur, varkenshouder), Jessica Knol (AJF-lid, rundveedierenarts), Paulien de Weerd (GrAJK-lid, veearts), Reinder Jan Wagevoort (Bestuurslid HAJK), Marije Klever (NAJK-bestuur, melkveehouder).