

De korte keten of directe verkoop van producent naar consument heeft de wind in de zeilen. Met welk onderscheidend verhaal of welke toegevoegde waarde verleiden vleesveehouders hun klanten?

deel 1 Ras
deel 2 Voeding
deel 3 Dierwelzijn
deel 4 Locatie
deel 5 Smaak

deel 6 Klimaat
deel 7 Natuurbeheer
deel 8 Maatwerk
deel 9 Bio
deel 10 Samenwerking



‘Het belangrijkste is het verhaal achter het vlees’

BEDRIJFSPROFIEL



namen	• Sytze en Alma van der Goot-Feunekes
plaats	• Eelde
aantal dieren	• 450 limousinrunderen en 100 herefords, Schotse hooglanders en 'limolanders', 50 texelaar-fokooien, 20 schoonebeker heideschappen en 20 exmoorpony's
grond	• 500 ha natuurgrond, 15 ha rogge, gerst en haver en 6 ha haver en gerst (geheleplantsilage)
vleesomzet	• circa 60 geslachte runderen per jaar
prijs/kg	• 6,00 euro per kg geslacht gewicht

Naast het biologische aspect is ook de traceerbaarheid een merkwaarde waar limousinhouders Sytze en Alma van der Goot-Feunekes mee naar buiten treden. De veehouders verkopen het vlees via slagers, waardoor ze tijd overhouden om het verhaal achter het vlees met de burger te delen.

TEKST QUINTEN VAN OOIJEN

Tegen de stad Groningen aan ligt de biologische vleesveehouderij 't Hoogeveld van Sytze en Alma van der Goot. Al 25 jaar beheren ze met zo'n 200 limousinmoederdieren en 250 stuks jongvee 500 hectare van het natuurgebied de Onlanden. Daarnaast lopen er nog zo'n honderd herefords, Schotse hooglanders en 'limolanders'. Die laatste zijn een fokcreatie van Sytze. 'De Schotse hooglander is keihard en kan jaarrond buiten lopen, maar is niet echt beveleesd. Door te kruisen met een limousinstier krijg ik runderen die rond de drie tot vier jaar een geslacht gewicht hebben van 450 kilogram met mooi doorregen vlees', vertelt Sytze.

Traceerbaarheid krachtigste merkwaarde

Alle dieren worden biologisch gehouden en geweid op natuurgrond. De mest wordt uitgereden over het eigen land en het ruw- en krachtvoer wordt van eigen land gewonnen. De misschien wel belangrijkste merkwaarde is echter dat de veehouders al 25 jaar lang transparant zijn over hun boerderij richting de burger. 'Ze kopen ons vlees niet zozeer omdat het biologisch is, maar omdat het traceerbaar is', stelt Sytze. Om de brug tussen de boer en de burger te slaan hebben de veehouders een kijkstal gebouwd, geven ze rondleidingen en organiseren ze excursies met vaak een aansluitende barbecue. Sytze: 'De focus op deze boerderijeducatie vinden we belangrijker dan het zelf verkopen van het vlees. Het vlees vindt de weg naar de consument toch wel.'

Huisverkoop van vlees deden Sytze en Alma eerder wel. Vijftien jaar lang werd vanuit de bijkeuken een deel van het vlees in kleine verpakkingen verkocht. 'Dat liep heel aardig', vertelt Alma. De veehouders werkten samen met andere lokale boeren, waardoor ze naast vlees ook biologische groenten en biologische streekzuivel konden aanbieden. 'Het concept was heel schattig en het contact met de klanten was leuk, maar qua arbeid was het niet rendabel', licht ze toe. De veehouders stopten hier daarom in 2014 mee en kozen ervoor om het vlees volledig af te zetten via biologische slagers.

Elke week gaat er een koe van 't Hoogeveld naar de bio-

logische slagerij De Groene Weg. 'We hebben een goede band met de slager', geeft Sytze aan. Hij vindt het fijn dat de slagerij het verhaal van de boerderij naar buiten brengt. In de slagerij hangt een grote foto van Sytze met zijn koeien. Ook maakte de slagerij een video van de boerderij. Deze samenwerking vindt Sytze erg belangrijk. Bovendien is het een voordeel dat de slagerij, die in de binnenstad zit, niet veraf ligt van het natuurgebied waar de runderen lopen. 'Doordat het natuurgebied aan de stad Groningen grenst, kan de slager tegen zijn klanten zeggen: 'Als je de koeien wilt zien, fiets je het natuurgebied in. Van de bruine koeien die je ziet lopen is het vlees afkomstig', licht Sytze toe. Ook de limolanders worden door de Groene Weg geslacht en verkocht.

Weet welke koe je eet

Iedere maand wordt er daarnaast een koe afgezet via Heerlijk Eerlijk Vlees. Ook daar staat transparantie centraal. Het vlees wordt online in vleespakketten aangeboden. Zodra een hele koe is verkocht, wordt het rund geslacht. Het vlees wordt aan de klant geleverd in een tas met daarop een magneet met de foto van de koe waarvan het vlees afkomstig is. 'Ik zou denken dat dit confronterend is, maar de klanten vinden het geweldig', vertelt Alma. Op de website van deze slagerij wordt ook de naam, het oornummer en een foto van de koe die geslacht gaat worden, geplaatst. De Schotse hooglanders en herefords worden ook via biologische slagers afgezet. De stieren vinden hun weg in de reguliere stierenmestrij. Sytze: 'De biologische huisvestingsregels zijn voor een stierenmester niet haalbaar. Dat is jammer, want er is wel vraag naar dit biologische kwaliteitsvlees.' Sytze en Alma zien de toekomst van hun bedrijf positief in. 'Als deze manier van boeren geen toekomst heeft, dan weet ik het ook niet meer. Er komt steeds meer natuurgrond in Nederland. Die grond moet beheerd worden. Zoogkoeien zijn daar erg geschikt voor. Het is belangrijk dat de natuurgronden zo worden ingericht dat er nog iets op geproduceerd kan worden op een natuurlijke manier. Dat is natuurinclusief boeren', aldus Sytze. |