



'We moeten grip krijgen op de prijsvorming'

Ook in dit nummer: **Verantwoord gebruik antibiotica: 'Gezondheid begint bij jezelf'**

Handvatten voor aanpak afwijkende geur

Marktbeeld: op duurzaamheid en kwaliteit valt veel te winnen

Economisch duurzaam

Bij zomer hoort zorgeloos genieten. Steeds meer consumenten doen dat in de tuin met hun barbecue of buitenkeuken. Daar liggen kansen. We moeten consumenten verleiden met kwalitatief goede producten, die aansluiten bij hun behoeften: lekker, gemakkelijk en betaalbaar. VION is daar – samen met u als leverancier – dagelijks mee bezig. Die inspanningen worden gewaardeerd door talloze consumenten in Nederland en daarbuiten. Steeds duidelijker wordt ook dat de samenleving meer van ons verwacht. Duurzaamheid in al haar aspecten is prominent aanwezig in de markttrends. Ook daar houden we rekening mee; dat varieert van meer dierenwelzijn in de stal tot minder zout in het vlees. In de praktijk vergt duurzaamheid een gezamenlijke inspanning van verschillende schakels in de productieketen, zoals het project ‘Samen Aanpakken’ laat zien. Voerleverancier, dierenarts, VION en varkenshouder zetten zich samen in voor gezonde dieren en verantwoord antibioticagebruik. In de meerjarenstrategie ‘Balancing the Future’ houdt VION nadrukkelijk rekening met duurzaamheid en maatschappelijke trends. Voorlieden van LTO en NVV onderschrijven in dit nummer het belang ervan. Onderscheid in de markt, zorgen voor een product dat niet inwisselbaar is, is nodig om grip op de prijsvorming te krijgen. Dan wordt duurzaamheid ook economisch duurzaam.

De redactie

Verantwoord medicijnverbruik gaat bij varkenshouders

Pascal en Esther Frank in Lievelede samen met een goed resultaat.

‘Gezondheid begint bij jezelf’

Goede biggen, aandacht voor details en regelmatig overleg met hun adviseurs. Dat zijn de ingrediënten voor het succesvol beperken van medicijngebruik op het bedrijf van Pascal en Esther Frank.

Pascal en Esther hebben een vleesvarkensbedrijf met drieduizend plaatsen in Lievelede (Gelderland). Ze zijn heel bewust bezig met het gezondheidsmanagement. “We zetten antibiotica nooit preventief in”, zegt Esther. “We gaan voor een verantwoord gebruik van geneesmiddelen”, voegt Pascal toe. “En als dieren ziek zijn moeten ze behandeld worden.”

Dat hoeft niet altijd met antibiotica, zegt hun dierenarts Gilbert van Hagen “In sommige gevallen helpen pijnstillers de dieren er doorheen. Vergelijk het maar met een paracetamolletje dat wij bij een opkomende verkoudheid gebruiken.”

Verantwoord medicijnverbruik hangt bij Pascal en Esther samen met secuur werken en aandacht voor bedrijfshygiëne. “Je kunt er heel veel zelf aan doen”, zegt Pascal: “Gezondheid begint bij jezelf.” De ondernemers wegen wekelijks in elke afdeling een aantal varkens om precies de gewichtsonwikkeling te volgen. Daarmee kunnen ze de voeding optimaliseren en hun afleverstrategie perfectioneren. Bijkomend voordeel is dat ze eventuele gezondheidsproblemen heel snel kunnen signaleren.

ERFBETREDERS

Regelmatig, twee à drie keer per jaar, bespreken de varkenshouders aan de keukentafel de stand van zaken met hun dierenarts en adviseurs van onder meer VION. Een belangrijk gegeven is een nieuw kengetal dat het niveau van medicijngebruik weergeeft. Dit kengetal drukt uit hoeveel dagen



Overleg aan de keukentafel, v.l.n.r. Esther en Pascal Frank, dierenarts Gilbert van Hagen, VION-medewerkers Gerrit Renskers en Antonio Arts.

“We zetten antibiotica nooit preventief in. Pas als dieren ziek zijn moeten ze behandeld worden.”

op jaarbasis een dier medicijnen heeft gekregen, omgerekend naar standaardwaarden. Daarmee kan het medicijnverbruik op verschillende bedrijven vergeleken worden. De samenwerkende dierenartspraktijken De Oosthof, waartoe Van Hagens praktijk behoort, heeft de gegevens vanaf 2008 in beeld. Daardoor kan de dierenarts laten zien dat het bedrijf van Pascal en Esther onder het gemiddelde zit. In 2009 was het niveau hier 9,3. “Het landelijk gemiddelde lag op 16 à 17.” Van Hagen kan daarmee ook laten zien dat er in 2010 een tijdelijke verhoging van de waarde was. “Toen hadden we te maken met een uitbraak van

een circo-virus. Je zag toen een stijging met ongeveer dertig procent. Daarna is het niveau weer gezakt tot 8 à 8,5.”

Tijdens de gezamenlijke sessies komt ook een analyse van gegevens uit Farmingnet op tafel. Uit die data blijkt dat de verantwoorde inzet van medicijnen samengaat met lage gezondheidskosten per varken. In het afgelopen jaar bedroegen die bij de familie Frank 37 cent, bijna 80 cent per varken lager dan het landelijk gemiddelde. “Daarmee zie je dat goed gezondheidsmanagement ook bijdraagt aan minder faalkosten en een beter saldo”, zegt VION kwaliteitsmanager Antonio Arts. “Varkenshouders die er bovenop zitten nemen dit maatschappelijke issue serieus en leggen een gezonde basis voor de toekomst”, stelt buitendienstmedewerker Gerrit Renskers. ■

Erfbetreders gaan ‘Samen Aanpakken’

VION draagt samen met andere partijen bij aan een verantwoord medicijnverbruik met een gezamenlijke cursus voor erfbetreders onder de titel ‘Samen Aanpakken’. Dit is een initiatief van VION, ZLTO, Varkens KI Nederland, Topigs en Agrifirm Feed en wordt georganiseerd door VIC Sterksel en veterinaire adviesbureau PorQ.

De planning van aanvoer, productie en afzet van varkensvlees is een complex geheel.

De planners van VION puzzelen continu met vraag, aanbod en capaciteit.

Good Farming Star-leveranciers bezoeken locatie Groenlo

Puzzelen met complexe planning

Drie leveranciers lieten zich in Groenlo bijpraten over de complexe afstemming van de vraag vanuit afnemers en de aanvoer van varkens. Ze spraken met VION-medewerkers Ina Houwers, Wilco van Dongen en Gerard Zoetbrood die verantwoordelijk zijn voor de planning van Good Farming Star.

Johan Pennings uit Aalten en Marc en Els Nabuurs uit Ottersum hebben beiden een vleesvarkensbedrijf, Joost Schrijver houdt zeugen en vleesvarkens in Nieuw Heeten. Ze produceren voor Good Farming Star en hebben daarvoor het één en ander aan moeten passen op hun bedrijf. In de productie-

wijze, maar ook op het gebied van planning. De planners van het concept leggen de varkenshouders graag uit waarom.

TIEN WEKEN VOORUIT

Uitgangspunt bij de planning is de vraag. “We plannen tien weken vooruit”, legt productieplanner Ina Houwers uit. “De vraag hangt deels af van acties bij Albert Heijn, onze afnemer. Vier weken van tevoren hebben we de definitieve verwachting en plannen we de productie van dag tot dag.” Dat moet gematcht worden met het aanbod. Samen met aanvoerplanner Wilco van Dongen legt Ina Houwers de vraag en het

aanbod van varkens volgens Farmingnet naast elkaar. Dat komt precies, vertelt hij. “Voor ons is 100 varkens meer of minder niet zoveel, maar voor Albert Heijn wel.” Daarom is het belangrijk dat Farmingnet goed en tijdig wordt ingevuld.

FLEXIBILITEIT

Toch wordt er soms geschoven met aflevermomenten. “Dat is niet te voorkomen. De omvang van het marktconcept Good Farming Star is minder groot dan bijvoorbeeld van het Good Farming Global-concept en dat vraagt om flexibiliteit bij alle partijen.” Extra uitdaging daarbij is dat de gewichten van de varkens niet te ver uiteen mogen lopen.



Tijdens de rondleiding zien de varkenshouders hoe het vlees wordt verpakt voor de winkels.



V.l.n.r.: Wilco van Dongen, Joost Schrijver, Ina Houwers en Johan Pennings.



V.l.n.r.: Joost Schrijver, Gerard Zoetbrood, Els Nabuurs, Marc Nabuurs en Wilco van Dongen.

“De consument wil allemaal even grote varkenslapjes”, aldus Zoetbrood. “We moeten dus uniforme partijen leveren.” De varkenshouders begrijpen dat. “Maar, we maken nu eenmaal geen broodjes”, merkt Schrijver op. “We kunnen niet zomaar meer of minder produceren.” “We hebben maar beperkte ruimte om de planning aan te passen, net als VION”, voegt collega Johan Pennings toe.

UITDAGING

Dat is dan ook een uitdaging voor VION, net als het gescheiden houden van Good Farming Starvlees en het gangbare product. Stickers op de aanvoerdocumenten voorkomen dat verwarring

ontstaat en Star-varkens in het reguliere traject belanden. Wilco van Dongen: “De kans op vergissingen moet zo klein mogelijk zijn, dat vraagt extra handelingen van de varkenshouder.” Dat is goed om te weten, vindt Els Nabuurs. “Nu ik snap waarom we soms flexibel moeten zijn, is het geen enkel probleem om mee te werken. In overleg is veel mogelijk.”

NIEUW RITME

Ook het nieuwe afleverritme vraagt flexibiliteit van veel leveranciers. De Star-varkens worden altijd als eerste geslacht. Veel varkenshouders hebben het aflevermoment verplaatst van 's ochtends vroeg

“Nu ik snap waarom we soms flexibel moeten zijn, is het geen enkel probleem om mee te werken. In overleg is veel mogelijk.”

naar de avond tevoren. “Dat is omdat we bij Star meer handelingen verrichten”, vertelt Houwers. “Veel van het vlees moet voor de supermarkt uitgebeend en verpakt worden.” Tijdens een rondleiding door de productielocatie in Groenlo zien de varkenshouders hoe dit in zijn werk gaat en hoe het vlees van hun varkens uiteindelijk in de winkel komt te liggen. Verpakt en wel, klaar voor in de pan. ■

Steeds meer varkenshouders stoppen met castreren. Daarom zoekt VION naar mogelijkheden voor het voorkomen van vlees met afwijkende geur.

Handvatten voor aanpak afwijkende geur

Sinds 2009 controleert VION geslachte varkens op afwijkende geur. Speciaal geselecteerde en opgeleide VION-medewerkers beoordelen de geur van het vlees, nadat ze aan de slachtlijn een stukje van het karkas hebben verhit. Alle beren in Druten en Boxtel worden op deze wijze gecontroleerd.

De resultaten worden nauwkeurig geregistreerd, vertelt Lourens Heres, dierenarts en werkzaam als manager onderzoek bij VION. “Zo kunnen we bijhouden hoe vaak afwijkende geur voorkomt en of er een relatie is met andere slachteigenschappen, zoals gewicht of vetpercentage.”

OORZAKEN

Gemiddeld blijkt vier procent van alle beren een afwijkende geur te hebben. Dat is iets minder dan verwacht. Toch gaat het om grote getallen, benadrukt Heres. “Als er helemaal niet gecastreerd zou worden is twee procent van alle varkens niet geschikt voor de reguliere afzetkanalen. Dat is heel veel.” VION zoekt daarom naar nieuwe afzetkanalen voor dit vlees, maar vooral ook naar manieren om afwijkende geur te voorkomen. “We zien duidelijk dat het ene bedrijf veel meer

beren met een afwijkende geur levert dan het andere”, vertelt Heres. “Daarom denken we dat aanpassingen in de bedrijfsvoering mogelijk een rol kunnen spelen in het terugdringen hiervan.” Om mogelijke oorzaken te achterhalen heeft VION de resultaten nader onderzocht. Bij honderd bedrijven is een enquête afgenomen. Daarnaast zijn de twintig bedrijven met het laagste en het hoogste percentage afwijkende geur bezocht.

TERUGKOPPELING

De resultaten worden op dit moment in kaart gebracht en geanalyseerd. VION hoopt hierin handvatten te vinden om afwijkende geur terug te kunnen dringen. “De percentages worden via Farmingnet al deels teruggekoppeld aan de leveranciers, maar we willen varkenshouders ook kunnen adviseren hoe ze dit percentage kunnen beïnvloeden.”



Lourens Heres in Druten. Op de achtergrond wordt een geurtdetectietest uitgevoerd.

“We zien duidelijk dat het ene bedrijf veel meer beren met een afwijkende geur levert dan het andere.”

Uit de eerste resultaten blijken verschillende factoren van invloed. “Genetica speelt een rol”, zegt Heres. “Bij bepaalde rassen komt afwijkende geur meer voor en ook bij de bijproducten van de subfokkerij, de zuivere lijnen dus, komt het meer voor. Dat sluit aan bij bevindingen van fokkerijorganisaties.”

VOEDING

Een andere factor is voeding. Heres: “We weten alleen nog niet op welke manier deze invloed heeft. We zien bijvoorbeeld minder afwijkende geur bij brijvoer, maar dat kan allerlei oorzaken hebben. Het kan liggen aan de samenstelling van het voer, maar ook aan de wijze waarop wordt gevoerd.” Brijvoer wordt op vaste momenten gevoerd, in tegenstelling tot droogvoer. Dat heeft invloed op het gedrag en ook gedrag beïnvloedt de ontwikkeling. “Hoe meer seksueel agressief gedrag, hoe meer afwijkende geur. Beide hebben

onder andere met testosteron te maken, maar het is de vraag wat de oorzaak is en wat het gevolg.”

AANKNOPINGSPUNTEN

Hoewel er nog veel te onderzoeken is, ziet Heres in de eerste resultaten al aanknopingspunten voor concrete acties. “We gaan samen met Topigs een project beginnen voor beren met minder geur en misschien kunnen we met voerleveranciers ook iets soortgelijks opzetten. De resultaten geven in ieder geval aan op welke gebieden we het moeten zoeken en welke partijen hier een rol in kunnen spelen.” ■

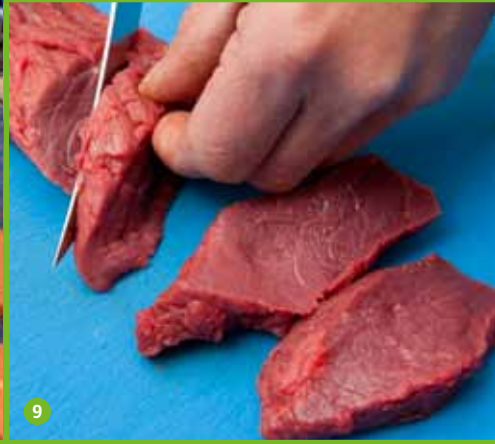


VION Retail Groenlo in zomersfeer

Als Erwin Krol zonneshijn voorspelt, leggen de supermarkten hun koelvakken vol met barbecuevlees en andere zomerproducten. VION Retail Groenlo draait dan op volle toeren om ze op tijd te beleveren met verse, gemakkelijk te bereiden en smakelijke producten. Een impressie van de werkzaamheden.

- 1 Speklapjes worden gesneden voorafgaand aan het marineren.
- 2 De Barbecueschotel de luxe, met gemarineerde speklap, worstjes (mini-chipolata), hamburger, gemarineerde filet en biefstuk.
- 3 Gemarineerde varkensfilet steak à la minute.
- 4 De hamburgers worden dagelijks vers gemaakt.
- 5 Gemarineerde Provençaalse speklapjes op de band.
- 6 7 De braadworstjes worden vers geproduceerd.
- 8 In het zomerseizoen worden behalve barbecueproducten ook andere zomerse specialiteiten geproduceerd, zoals de gepaneerde en gekruide zomerschnitzeltjes Scalopinne Pizzalola.
- 9 Biefstuk wordt voor het barbecuepakket met de hand gesneden.





“Met het vermarkten van ketenconcepten zorg je ervoor dat de binding tussen producenten en consumenten sterker wordt.”

‘We moeten grip krijgen op de prijsvorming’

In de meerjarenstrategie ‘Balancing the Future’ geeft VION zijn visie op de ontwikkelingen in de varkensvleessector. Kort samengevat: niet meer, maar beter. De organisaties van varkenshouders hebben vanuit hun perspectief een eigen visie op de toekomst van de varkenssector. De voorlieden van LTO, Annechien ten Have, en NVV, Wyno Zwanenburg, geven hun zienswijze.

De Nederlandse varkenssector is uniek met zijn vakmanschap, de infrastructuur en de kennis in de keten. Daarover zijn beide bestuurders het eens. Een andere grote plus is de nabijheid van grote afzetmarkten in West-Europa, met kapitaalcrachtige consumenten. De grote uitdaging zien ze in maatschappelijke druk op de sector en de positie op de markt.

Zwanenburg: “We zijn als sector de regie over de prijsvorming kwijt. We hebben het voortdurend gezocht in technische oplossingen en schaalvergroting. En dan bepaalt degene die het goedkoopst produceert de prijs van het varken en van het vlees.”

Ten Have: “Elke efficiëntieverbetering wordt uiteindelijk doorgegeven aan de consument. Tegelijkertijd hebben wij te maken met extra investeringen als gevolg van maatschappelijke eisen. Die zorgen voor kostprijsverhoging ten opzichte van het buitenland. Die kosten kunnen we lastig vergoed krijgen uit de markt.”

Zwanenburg: “Het LEI heeft berekend dat we gemiddeld 6 euro per varken tekort komen om kostprijsdekkend te produceren. Als je dat doorrekent naar de prijs per kilo voor de consument, is dat ‘peanuts’. En toch krijgen we het niet voor elkaar! We moeten weer grip krijgen op de prijsvorming.

Wat moet daarvoor gebeuren?

Zwanenburg: “Alleen als je schaarste kunt creëren, kun je iets met de prijs doen. Bij ons in de organisatie wordt gesproken over beperking van het aanbod. We spreken daarover ook met Duitse en Deense collega’s. Die zitten met dezelfde problematiek.”

Ten Have: “Wij zeggen: als dat Europees kan, prima. Maar we zien dat voorlopig niet gebeuren. De realiteit is dat Europa niets wil weten van productiebeperking. Daar waait een liberale wind.”

Zwanenburg: “Ik wil de komende tijd deze fundamentele discussie aangaan. We gaan verder met het bespreekbaar maken van dit idee. Wat we vragen is redelijk en billijk.”

Waar liggen op dit moment de kansen?

Ten Have: “In onze optiek liggen de kansen in het vermarkten van concepten. Een concept rond het



Wyno Zwanenburg



Annechien ten Have

Beter Leven-kenmerk met 1 ster, zoals Good Farming Star, is een mooi voorbeeld. Daarmee zijn we in staat om als varkensvleesketen, samen met de retail en de Dierenbescherming, een aantal maatschappelijke eisen in een marktconcept te verwerken.”

Hoe verhoudt zich dat tot beperken van aanbod?

Zwanenburg: “Ook met het opzetten van productiesystemen waaraan niet iedereen mee kan doen, creëer je een stukje schaarste. Waar we naar toe moeten is dat we de retailers meer aan ons verbinden.

Ten Have: “Dat is ook onze insteek. Als een retailer zich aan een concept committeert, kan hij niet zo gemakkelijk uitstappen en aanbieders tegen elkaar uitspelen. En de NGO's geven ons rugdekking,

die houden de retail scherp. Je committeert een retailer alleen als je iets te bieden hebt, als je onderscheidend bent.”

Zwanenburg: “Het is ‘killing’ voor onze sector als we uitwisselbaar blijven. Dat houden we niet vol ten opzichte van de concurrentie van buiten Europa.”

Is Good Farming Star de oplossing?

Ten Have: “Dit is nog maar een begin. We moeten het stapsgewijs uitbouwen. Met alleen welzijn gaan we het uiteindelijk niet redden. We moeten ook op andere manieren betekenis geven aan marktconcepten. Smaak is bijvoorbeeld een onderbelicht aspect. Samenwerken in de keten is van groot belang bij ketenconcepten.”

Zwanenburg: “Ik zie in concepten ook een opstap

voor leveranciers om zich te organiseren en samen te produceren volgens bepaalde criteria. Daarmee kunnen ze als varkenshouders ‘bottom up’ meer grip krijgen op de prijsvorming.”

Ten Have: “Met het vermarkten van ketenconcepten zorg je ervoor dat de binding tussen producenten en consumenten sterker wordt.”

Wat kan een varkenshouder doen voor die binding?

Ten Have “Het is heel belangrijk dat je als varkenshouder beseft dat je onderdeel bent van de samenleving. Je moet communiceren met je burens.”

Zwanenburg “Kijk niet alleen in de stal hoe je die laatste big eruit kunt halen. Kijk om je heen; welk concept past bij jou, voor welke markt wil je produceren.” ■

Duurzaamheid en kwaliteit bepalen steeds meer de consumententrends. De invulling verschilt sterk per markt. Daardoor is productontwikkeling en verscheidenheid in de keten nodig.

Op duurzaamheid en kwaliteit valt veel te winnen

De Nederlandse markt vraagt om aandacht voor dierenwelzijn. Britten vragen om minder zout en steeds meer kritische burgers hebben zorgen over de impact van vleesproductie op het milieu. Het zijn allemaal aspecten van het brede begrip duurzaamheid.

Deze term komt steeds meer voor in consumententrends op alle belangrijke afzetmarkten voor varkensvlees. Duurzaamheid is een containerbegrip: op iedere markt is de invulling anders, aldus Jos Havekotte, Innovatiemanager bij VION Food Nederland. Een aantal van die trends heeft invloed op de hele productieketen. VION vertaalt die samen met zijn leveranciers in marktconcepten. Zo werken leveranciers van het marktconcept Good Farming Star volgens een hogere standaard voor dierenwelzijn voor de Nederlandse retail. Dat vereist aanpassingen in de bedrijfsvoering van de betrokken varkenshouders. De varkens krijgen bijvoorbeeld meer ruimte en de beren worden niet gecasteerd.

BOERENERF

De varkenshouder heeft een belangrijke rol, want het onderscheid wordt gemaakt op het boerenerf. Bovendien heeft de bedrijfsvoering invloed op de kwaliteit. Door het werken met ongecastreerde mannelijke varkens, is er een kans op vlees met afwijkende geur. Genetica, huisvesting en voeding lijken van invloed hierop te zijn. VION doet hier onderzoek naar. Wanneer varkenshouders in staat zijn om afwijkende geur verder terug te dringen, dalen de kosten in de keten. Ook research & development van VION doet het nodige aan onderzoek om vlees met afwijkende geur te behandelen." Denk aan zouten, roken,



Hybride product op de Duitse markt Hackplus, gemaakt van gehakt en plantaardige eiwitten.

drogen of koken. Er zijn ook mogelijkheden om afwijkende geur te maskeren en te camoufleren met kruiden.”

In een aantal markten wordt duurzaamheid vertaald naar gezondheid voor de consument. Zo is in de VS en Groot-Brittannië zout een hot item. Er wordt zelfs gewerkt aan strengere wetgeving op dit punt. VION is er nu al in geslaagd om dertig procent minder zout in de eindproducten te verwerken, zonder in te leveren op smaak. In Nederland is de trend naar minder zout ook al zichtbaar. Maar in Duitsland nog helemaal niet.

Ook de aandacht voor de invloed van vleesproductie op het milieu neemt toe, met name in de VS en West-Europa. Door deze ontwikkelingen groeit de belangstelling voor alternatieven, bijvoorbeeld hybride producten: vlees gemengd met eiwitten op plantaardige basis. Hybride producten liggen nu al in het schap van de supermarkt en zullen aan belang winnen. Havekotte: “Die producten bestaan nog steeds voornamelijk uit vlees: de meeste mensen blijven gelukkig liefhebbers van vlees.”

Voor de foodservice-markt: de biologische gehaktbal met minder vet, gemaakt van varkens- en rundergehakt en plantaardige vezels.



VLEESKWALITEIT

Op de markt zijn overigens ook geheel andere trends zichtbaar. Tot voor kort waren kant-en-klaar producten zeer populair. Nu willen consumenten meer zelf doen. Zodat het succes van een maaltijd ook afstraalt op de kok. Havekotte: “Ook daar speelt VION op in, met de ontwikkeling van nieuwe producten. Door producten te verkopen samen met bereidingswijze en bijbehorende ingrediënten. Dat doen we in nauw overleg met de retail.” Tot slot is er de voortdurende vraag naar een

betere vleeskwiteit. De Japanse markt is daarvan een goed voorbeeld. Ook hier hebben alle schakels in de keten een rol. Heel veel factoren zijn van invloed op de vleeskwiteit: genetica, rantsoen, transport, slachtproces. “Daar valt nog heel veel te winnen”, voorziet Havekotte, “ook door de varkenshouders.” ■

“De meeste mensen blijven gelukkig liefhebbers van vlees.”

Hoe kun je ondernemen in harmonie met je omgeving?

Anton Gijsen is commercieel medewerker binnendienst bij VION en voorzitter van de Limburgse plattelandscoöperatie Peel & Maas regio (www.mcpm.info). In beide functies merkt hij dat intensieve veehouderij onderwerp van maatschappelijke discussies is. Hoe kunnen individuele varkenshouders onder dergelijke omstandigheden in harmonie met hun omgeving opereren?



“Veel agrarische ondernemers zijn met het eigen bedrijf bezig, zonder veel rekening te houden met de gevolgen voor de omgeving. Dat zie je niet alleen bij varkenshouders; ook in andere sectoren. Neem de aspergetelers in Midden-Limburg. Voor de regio is de teelt heel belangrijk, maar er is ook maatschappelijke kritiek. Bijvoorbeeld rond de

huisvesting van seizoenskrachten. Of het gebruik van plastic. Enige tijd geleden heeft een aantal telers, onder de vleugels van plattelandscoöperatie Peel & Maas, de handen ineen geslagen en het Aspergegilde opgericht. Het gilde streeft naar trotse ondernemers; naar een transparante bedrijfsvoering en een sector die de dialoog zoekt met de omgeving.

“Het Varkensgilde denkt bijvoorbeeld ook aan een grote barbecue op het moment dat de gemeenteraad met zomervakantie gaat.”

Het gilde is een fantastisch vehikel om regionale verbindingen tot stand te brengen. Ieder voorjaar opent het Aspergegilde het seizoen met een groot feest. Dat zorgt niet alleen voor veel positieve publiciteit, het vergroot ook de maatschappelijke betrokkenheid bij de sector. En je ziet dat leden van het gilde elkaar aanspreken op problemen. Nu staan varkenshouders in de gemeente Peel en Maas op het punt een Varkensgilde op te richten. Met in grote lijnen dezelfde doelstellingen als het Aspergegilde. Er liggen in de regio veel aanknopingspunten. Zo wil de provincie Limburg in 2020 de meest duurzame intensieve veehouderij van Nederland hebben. Voor het Varkensgilde een mooi vertrekpunt. Maar het Varkensgilde denkt ook aan een grote barbecue op het moment dat de gemeenteraad met zomervakantie gaat. De kern is: ga maatschappelijke discussies niet uit de weg, wees trots op je vak en opereer met open vizier. En organiseer je: samen met andere ondernemers sta je sterker en beschik je over meer kennis en middelen.” ■



Prettig weekend

Wim Busser vleesjournalist

Ik weet niet of u het ook al weet, maar het is toch echt de bedoeling dat de varkenshouder zelf aan de slag gaat met de promotie van zijn sector. De campagne 'Stap in de stal' en het event 'Het weekend van het varken' worden dit jaar voor de vijfde maal georganiseerd.

Alle varkenshouders die meedoen, krijgen ondersteuning en training in het uitdragen van het verhaal van de Nederlandse varkenshouderij. U wordt zelfs gecoacht in het voeren van de dialoog met het publiek. De Nederlandse varkenshouders moeten één en hetzelfde geluid laten horen en kunnen onder meer met een gepast antwoord op de vraag 'kan een varken achteruit lopen?' bijdragen aan versterking van de Nederlandse varkenshouderij.

Ik loop een grote kans dat u het niet met me eens bent, maar ik ben nu eenmaal vleesjournalist. Promotie van de varkenshouderij moet volgens mij in relatie staan met vlees, de reden van het varkensbestaan. Als het alleen maar gaat om de dieren, kunnen de stalbezoekende ouders met kinderen beter naar de kinderboerderij gaan. Uit eigen ervaring weet ik dat konijntjes meer aantrekkingskracht op kinderen hebben dan varkens.

De organisatoren van Stap in de stal en Het weekend van het varken hebben blijkbaar oog voor mijn overweging, want een mogelijke samenwerking met lokale slaggers staat ook in hun draaiboek.

Ik zie het voor me. Een ladder met een opengeklapt varken tegen de stal en de slager die met een aanwijsstok in de hand aan de stadsjuffers uitlegt waar de karbonade en het varkenshaasje zitten.

Ik wens u en uiteraard het varken alvast een prettig weekend. ■

> Vers



De barbecuetrends van 2011

De tuin is steeds meer een verlengstuk van de keuken en de eetkamer. Consumenten geven sinds 2005 structureel meer uit aan buitenkeukens, barbecues en terrasverwarmers.

In 2010 is de verkoop van barbecues en buitenkeukens met maar liefst 9% gestegen. Nieuwe producten voor op de barbecue zorgen ervoor dat we steeds meer consumenten aanspreken.

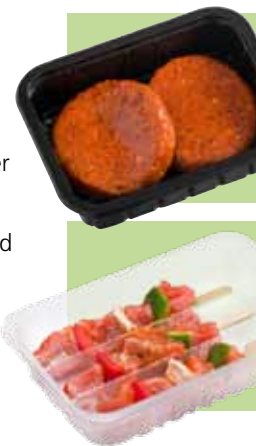
LEKKER

Buiten eten we wat we lekker vinden. Mannen houden van ouderwets lekkere spareribs of een stoere grote burger, zoals de nieuwe hamburger Argentina, pittig gemarineerd en met een lichte rooksmak.

Vrouwen geven de voorkeur aan een verfijnd stukje, subtiel gemarineerd mager vlees of een sateetje. Nieuw in het assortiment voor deze zomer zijn de verse premium varkenssaté en varkens-shaslick met paprika, ui en spek.

SNEL EN GEMAKKELIJK

Het zomerassortiment sluit aan op de blijvende trend naar snel te bereiden à la minute producten. Zo is er een ruim assortiment aan nieuwe chipolata's, procureurlapjes en karbonades. Allemaal met heerlijke zomerse kruiden en marinades. ■



Favoriet gerecht van...

Miranda Lueb-Schiphorst

Te midden van het gemengde veehouderijbedrijf, haar eigen reclamebureau en gezin maakt Miranda Lueb tijd voor het avondeten. "Zes dagen per week kook ik zelf, meestal een traditioneel Hollands gerecht. Op zondag bakken we frietjes", laat Miranda weten.

Samen met haar man Paul en haar schoonmoeder heeft Miranda een bedrijf met vleesvarkens en melkkoeien in Zevenaar. Ze werkt niet alleen mee in het veehouderijbedrijf, maar runt daarnaast een mediabureau. Voor diverse uitgeverijen doet Miranda onder meer de acquisitie van advertenties in bladen, tijdschriften en websites.

Met drie kinderen erbij een druk bestaan.

Het gezin bestaat uit dochter Nicky (9) en zoontjes Chris en Koen (7). "Nicky komt nu op de leeftijd dat ze koken en bakken leuk vindt, ze helpt dan ook steeds vaker mee. We vinden het heerlijk als er mensen bij ons eten. De gezelligheid en de sfeer, de lekkere geur. De kinderen lusten best

veel, maar we eten weinig aparte gerechten. Schnitzels doen het bij ons goed. Het meeste varkensvlees komt van onze eigen varkens. De slager slacht ons varkentje, het vlees vriezen we in. Zo weten we waar ons vlees vandaan komt, dat vind ik belangrijk om de kinderen mee te geven." ■



Schnitzels uit de oven met krieltjes en ijsbergsla

Ingrediënten voor 4 personen

- 1 kilo krielaardappeltjes
- 4 schnitzels
- 1 krop ijsbergsla
- 3 eieren
- 200 gram champignons
- 1 ui
- paneermeel
- vloeibare bakboter (bij voorkeur light)
- snoeptomaatjes
- komkommer
- peper, zout, paprikapoeder

Vorbereiding

Verwarm de oven op 185 graden. Klop 1 ei los in een platte schaal. Snij de ijsbergsla en laat dit na het wassen uitlekken.

Bereiding

Vlees: Kruid de schnitzels met peper en zout en paprikapoeder. Daarna de schnitzels door het losgeklopte ei halen en paneren. Verwarm de koekenpan met bakboter (niet te warm) en bak de schnitzels goudbruin aan. Daarna in de ovenschaal in 20 minuten in de oven gaar laten worden.

Aardappeltjes: Doe vloeibare boter in de wokpan en laat dit niet te warm worden, de krieltjes er in en bestrooien met zout en paprikapoeder. Laat het lekker bakken.

Snij de champignons, snipper de ui fijn en bak dit in een verwarmde koekenpan met boter, klein snufje peper en zout er over, kort aan. Gebruik voor de ijsbergsla een frisse tuinkruidendressing, garneer de sla met een gekookt eitje, snoeptomaatjes en plakjes komkommer. Voor de kleintjes een schaalje appelmoes erbij.

Miranda Lueb-Schiphorst geeft het vleesmes door aan collega Marja Boudewijns in Valkenswaard.

Provisie is een periodiek verschijnende uitgave van VION Farming B.V.

Provisie informeert varkenshouders en overige relaties van VION Farming over marktontwikkelingen en andere zaken op het gebied van houderij en vleeskwiteit.

Redactie

VION Farming B.V.
VION Food Nederland B.V.,
afdeling Communicatie

VION Farming B.V.

Postbus 380
5280 AJ Boxtel
Tel.: 0411 - 658 555
Fax: 0411 - 658 576
provisie@vionfood.com
www.vionfood.nl

Productie

JEEN bureau voor
communicatie, Arnhem

Fotografie

Marcel Bekken
Albert Brunsting
VION Food Nederland B.V.

Het overnemen van artikelen is toegestaan onder bronvermelding.

Juni 2011