duiding

K. Vangoidsenhoven (Fenavian) & T. Smagghe (FEBEV)

duiding

"Je maakt geen hamburger voor minder dan de prijs van het rundvlees"

25 FEBRUARI 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:53

Lees meer over:
Interview

De persartikels over het 'vleesschandaal' zijn niet vies van een beetje sensatie. Een half woord is daarom genoeg om de twee vertegenwoordigers van de vleesindustrie op hun paard te krijgen. "Een hele sector moet boeten voor een handvol fraudeurs", betreurt Thierry Smagghe. Als gedelegeerd bestuurder van slachthuizenfederatie FEBEV stelt hij voor om de paardenlasagne in de supermarkt naast de runderlasagne te leggen. "Laat de consument kiezen, zorg dat hij weet wat hij eet en kleef een juiste prijs op beide producten." Dat zijn drie zaken waar het vandaag misloopt. Heel de vleesindustrie kreunt onder de druk op de prijzen door de grootdistributie. "Toch zijn het vaak dezelfde mensen of firma's die de boel verzieken door zich in te laten met fraude", maakt Koenraad Vangoidsenhoven (Fenavian) duidelijk waarom zijn leden-vleeswarenbedrijven boos zijn.

Dit interview is niet toevallig gekozen. Half Europa is in de ban van het 'paardenvleesschandaal'. Hoe beleven jullie, als nationale sectorfederaties van de vleesindustrie, de hele hetze?

Thierry Smagghe: De telefoon staat niet stil. Heel wat journalisten, zowel binnen- als buitenlandse pers, bestoken ons met vragen. Onze Europese sectorfederatie UECBV bracht heel de zaak goed in kaart en voorts zijn ook wij aangewezen op persartikels om ons te informeren.

Koenraad Vangoidsenhoven: Ik wil benadrukken dat het ondanks alle heisa niet om een voedselveiligheidsprobleem gaat.

Waarom werd de fraude met zulke grote hoeveelheden (paarden-)vlees niet eerder

ontdekt?
Koenraad Van Goidsenhoven: Als je de omwisseling van rund- voor paardenvlees zeer snel zou willen detecteren, moet je voortdurend DNA-analyses uitvoeren. In de huidige economische context zijn dat weinig geliefde kosten. De aankoper van het vlees kan sporadisch zelf zulke testen uitvoeren, wat bijvoorbeeld voor halal vlees al meer systematisch gebeurt.
Thierry Smagghe: Op het niveau van vers vlees is de balans sluitend. We weten hoeveel er binnenkomt en buitengaat. Dat is vandaag niet zo voor een product als pizza waar alle ingrediënten samenkomen. Maar dat geldt voor alle voedingswaren, van brood tot koekjes.



“Staat het mes op de keel, dan is het risico op fraude groter”

Is het niet vreemd dat dit anno 2013 überhaupt nog kan gebeuren? Houden jullie je hart vast of krijgt zulke fraude in België geen voet aan grond?
Koenraad Vangoidsenhoven: Vooral als het mes op de keel wordt gezet, dreigen mensen of firma’s zich te bezondigen aan fraude. Wanneer de handel normaal functioneert, iedereen zijn boterham verdient en de marge op elk product of dienst eerlijk is, dan haalt niemand zich dat in het hoofd.
Thierry Smagghe: Weet dat de distributie voortdurend op de prijzen drukt en dat de concurrentie in onze sector daardoor moordend is. Vleesbedrijven verkopen geen hamburger aan een grootwarenhuis, maar krijgen de opdracht om een hamburger te maken tegen een bepaalde prijs. Iedereen begrijpt dat je geen hamburger kan maken wanneer je daarvoor minder ontvangt dan de kostprijs van het rundvlees dat aangekocht wordt.

Lees ook:

"Boer die niet rekent, doet aan concurrentievervalsing"

Koenraad Vangoidsenhoven: Bovendien drukt de retail de prijzen verder in elkaar wanneer zij promotie wil voeren. Als een vleesverwerker ook het transport van zijn product naar de warenhuisketen nog moet betalen, is de malaise compleet. Veehouders, slachthuizen en vleesverwerkers slagen er niet in om hun kosten door te rekenen aan de volgende schakel in de keten. Eén partij slaagt daar wel in.
Thierry Smagghe: Wanneer het voor een doorsnee vleesbedrijf onmogelijk is om een hamburger te maken volgens dat recept en aan die prijs, dan is het een raadsel

waarom een ander dat wel kan. Op dat ogenblik dreigen bonafide bedrijven opzij te worden gezet door bedrijven die niet weerstaan aan de verleiding van frauduleuze winsten. Een aankoper, zoals de Franse firma Comigel in het paardenvleesschandaal, zou onraad moeten ruiken als hij een product ver beneden de marktprijs aangeboden krijgt. In gans het paardenvleesverhaal lijkt het er echter op dat enkel de prijs nog telt.

De Belgische agrovoedingsindustrie zwaait trots met traceerbaarheid en voedselveiligheid. Is het frustrerend dat er imagoschade is door producten die ook in ons land ingevoerd werden?
Thierry Smagghe: Het is vooral frustrerend dat de volledige sector moet boeten voor een handvol malafide bedrijven.
Koenraad Vangoidsenhoven: Frustrerend is voor mij de wijze waarop de pers omgaat met het 'paardenvleesschandaal'. De etiketfraude met paardenvlees kan je vergelijken met de zwendel in bijvoorbeeld namaakkleding. Containers vol namaakproducten komen toe in de haven van Antwerpen. Meer dan een kleine, sporadische melding in de krant krijgt dat niet. Ook niet als het over nepgeneesmiddelen gaat, terwijl dat net zoals voeding van belang is voor onze gezondheid.

Is vlees misschien 'gevoeliger' voor fraude dan andere voedingsproducten?
Koenraad Vangoidsenhoven: Dat zou ik zo niet stellen. Hoeveel bananen kregen niet onterecht een 'Chiquita'-sticker. Denk ook aan het melamineschandaal in China, de methanol in Italiaanse wijn of het Poolse strooizout dat in voedingswaren dreigde terecht te komen. In al die gevallen was de volksgezondheid in gevaar en toch kreeg dat minder persaandacht dan het voor de voedselveiligheid onschuldige paardenvleesschandaal.
Thierry Smagghe: Eender welk 'luxeproduct' is gevoelig voor fraude. In het voedingssegment kan je vlees, en dan vooral rundvlees, beschouwen als een luxeproduct. Van alle horloges is het ook een dure Rolex die het meest wordt nagemaakt.



"Leg paardenlasagne in het winkelrek naast runderlasagne"

Kunnen we er lessen uit trekken? Het probleem detecteren is gelukt, maar zouden we het in de toekomst ook kunnen voorkomen?
Thierry Smagghe: Fraude kan je niet uit de wereld helpen, om het even in welke sector.

Ik leer er vooral uit dat we consumenten de keuze moeten bieden op basis van correcte etiketten en correcte prijzen. In de supermarkt zou in de toekomst de paardenlasagne naast de runderlasagne moeten liggen. Elk product is wat het is en het één zal duurder zijn dan het ander.
Koenraad Vangoidsenhoven: Een vleesbedrijf garandeert via autocontrole de voedselveiligheid, maar voor de maatschappij is dat geen garantie tegen fraude. Tenzij je beschikt over een systeem met 100 procent traceerbaarheid zoals de kwaliteitscontrole op vlees van bepaalde keurmerken. Elke in- en uitgaande kilo vlees wordt dan geregistreerd. Onze leden, de vleeswarenbedrijven, zijn boos omdat het vaak dezelfde mensen zijn die zich inlaten met frauduleuze praktijken. Strengere straffen lijken op zijn plaats. Ik sluit een beroepsverbod niet uit voor wie ernstig en doelbewust buiten de lijnen kleurt.

Uit het voorval blijkt dat een ingrediënt als paardenvlees een lange reis aflegt, waarbij de voedselketen nog complexer wordt. Is dat wel wenselijk?
Thierry Smagghe: Om de huidige wereldbevolking van zeven miljard mensen te voeden, moet je (vlees-)producten die omwille van gewoonte of geloof in één werelddeel niet gegeten worden, exporteren naar een ander werelddeel. We kunnen het ons niet permitteren om al dat voedsel weg te gooien. De verschillende delen van een runder- of varkenskarkas moet je in minstens vijf landen afzetten, wil je een dier economisch efficiënt vermarkten. De poten en oren van het varken zijn bijvoorbeeld geliefd in China. Deze globalisering is inherent aan de huidige wereldeconomie. Tomatensaus, koffie, schoenen en t-shirts reizen allemaal de wereld rond.

De één zijn dood is de ander zijn brood. Britten stappen vaker een kleine beenhouwerij binnen op zoek naar lokaal kwaliteitsvlees. 'Klein' wordt hier automatisch geassocieerd met 'kwaliteitsvol'. Is dat een bedreiging voor jullie sectoren?
Thierry Smagghe: Wanneer de mensen op zondag zelf willen koken, gaan ze vlees kopen bij de beenhouwer. Maar de 20 andere maaltijden die een mens op een week verorbert, komen van 'de industrie'. Volgens mij zorgt dat voor een goed evenwicht. Kleine en volgens mij lovenswaardige initiatieven houden de agrovoedingsindustrie wakker. Maar willen we helemaal terug naar kleinschalige en lokale productie, dan moet iedereen terug boer worden. Zo voed je geen zeven miljard mensen.



“Drijf oorsprongsetikettering te ver door en je moet bij elke pizza een telefoonboek geven”

Test-Aankoop en diens Europese evenknie BEUC pleiten voor een uitbreiding van de herkomstvermelding.
Koenraad Vangoidsenhoven: Voor vleeswarenbedrijven is dat niet haalbaar. We halen de grondstoffen voor één vleesproduct uit verschillende landen. Het spek voor salami’s wordt bijvoorbeeld aangekocht in Italië. De administratie zou enorm zijn en de consument zou het overzicht verliezen. Doe de proef op de som en dan merk je hoe weinig mensen effectief het etiket van voedingswaren in de supermarkt lezen.
Thierry Smagghe: Op vers onverwerkt vlees geeft het BE-nummer aan dat het dier geslacht is in een slachthuis in ons land. Meestal gaat het dan om vlees van een Belgisch varken of rund. In volle varkenscrisis plaatste de grootdistributie een Belgisch vlaggetje bij varkensvlees. Dat zouden ze continu mogen doen voor vers vlees. Bij vleeswaren zouden de supermarkten kunnen aangeven dat een bepaald (hoog) percentage ingrediënten uit België komt. Zo’n initiatief moet van de grootwarenhuisketens zelf komen want de Europese regels zijn streng voor dat soort promotie vanuit de sector.

De veehouderij en vleesindustrie in ons land is exportgericht. Zouden we in onze eigen voet schieten met meer regels en duidelijkheid omtrent de oorsprong van voedingsmiddelen?
Thierry Smagghe: Daar noem je de reden waarom de vleesindustrie er niet voor gewonnen is. Ons land is netto-exporteur van vlees en vleesproducten.

Als voeding emotie is, dan spant vlees de kroon. Maken jullie je druk over kritiek op vleesproductie en -consumptie?
Koenraad Vangoidsenhoven: Wat ons zorgen baart, is dat de mensen achter de anti-vleeslobby zich profileren als de nieuwe profeten. Nochtans hebben ook zij hun eigen belangen, met name leden- en fondsenwerving. Toch worden zij klakkeloos geloofd, terwijl men de boodschappen van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing als bevooroordeeld bestempelt.


kalfsvlees1.j

Thierry Smagghe: Wij zijn fier op ons product en willen dat ook uitdragen naar de buitenwereld. Promotie voor vlees hoeft niet ‘soft’ te zijn omdat anderen pleiten voor vleesmindering. Als we het debat inhoudelijk willen voeren, hebben we nood aan een instantie die er neutraler en kritischer tegenover staat dan wijzelf. Maar gaat het om

promotie en is er een BV die zich uit tegen vlees, wel plaats er dan een bekende sporter tegenover die duidelijk maakt dat hij zijn medailles te danken heeft aan de eiwitten in vlees. Vlees is en blijft een basisbestanddeel van onze voeding.

Uit de imagostudie van VILT blijkt een bezorgdheid dat mensen niet meer weten waar hun voeding vandaan komt. Merken jullie dat mensen niet vertrouwd zijn met het productieproces van hun stukje vlees? Staan mensen wel open voor info op dat vlak?
Thierry Smagghe: Jongeren laten zich inderdaad ontvallen dat vlees van de supermarkt komt en melk van de paarse Milka-koe. Voor een stuk hebben we dat aan onszelf te danken. Er is een totale loskoppeling tussen het dier en het stuk vlees op ons bord. Mensen willen niet meer geconfronteerd worden met het slachtproces. Het slachten van dieren werd daarom toevertrouwd aan slachthuizen. Dat is een grote vooruitgang op het vlak van 'geciviliseerd' slachten en dierenwelzijn, maar knipt de band tussen het dier en het vlees op ons bord wel door. Moslims zijn zich daar beter van bewust.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy

Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada