

Rundvleesproductie dingt naar de gunst van consument

Vergeet even de moeilijkheden waar vleesveehouders vandaag mee kampen en focus op het wensbeeld van de sector. Waar willen we naar toe? Bij het opstellen van de roadmap 'Veerkrachtige vleesveehouderij' hebben Innovatiesteunpunt en Boerenbond de andere betrokkenen ingeprent dat ze zich door die vraag mogen laten leiden. Eigenlijk verlangen vleesveehouders niet veel meer dan andere werkende Vlamingen, namelijk waardering voor wat ze beroepshalve met veel passie en vakmanschap doen. En noodzakelijkerwijze ook: "Een consument die zich aangesproken voelt door het resultaat van dat werk, rundvlees." Bijzonder is de denkpiste om de vermarktbare outputs van een vleesveebedrijf breder open te trekken dan vlees alleen.

🕒 25 SEPTEMBER 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:51

Lees meer over:
rundveehouderij



Vergeet even de moeilijkheden waar vleesveehouders vandaag mee kampen en focus op het wensbeeld van de sector. Waar willen we naar toe? Bij het opstellen van de roadmap 'Veerkrachtige vleesveehouderij' hebben Innovatiesteunpunt en Boerenbond de andere betrokkenen ingeprent dat ze zich door die vraag mogen laten leiden. Eigenlijk verlangen vleesveehouders niet veel meer dan andere werkende Vlamingen, namelijk waardering voor wat ze beroepshalve met veel passie en vakmanschap doen. En noodzakelijkerwijze ook: "Een consument die zich aangesproken voelt door het resultaat van dat werk, rundvlees." Bijzonder is de denkpiste om de vermarktbare outputs van een vleesveebedrijf breder open te trekken dan vlees alleen. Richt je op wat je wel wil, in plaats van op wat je niet wil. Naar aanleiding van de aanzet die de provincie Limburg gaf om een toekomstbeeld uit te werken voor de noodlijdende vleesveehouderij introduceerde het Innovatiesteunpunt de zogenaamde omdenkstrategie. "Om te kunnen geraken waar we willen zijn, moeten we met dromen en behoeften in gedachten aan de slag gaan", klinkt het. Zo zijn veehouders, bedrijven en organisaties uit de keten uitgekomen bij vijf centrale thema's: consument en trends, hefbomen voor de veehouder, weerbaarheid van vleesveebedrijven, ketenwerking versterken en marketing.

"We willen nauw verbonden zijn met consumenten, zodat we als sector mee kunnen evolueren met hun aankoopgedrag en inspelen op hun behoefte", staat te lezen in de [roadmap](#). In Vlaanderen en bij uitbreiding de westerse wereld is er een trend naar minder vleesconsumptie, een bewustere vleesconsumptie en een groeiende markt voor alternatieven zoals vleesvervangers. De sector zou graag laten onderzoeken wat de impact wordt van bijvoorbeeld kweekvlees. En vervolgens een visie uitbouwen rond de sterkte van een traditioneel product als rundvlees ten aanzien van deze nieuwe trends.

De vraag naar meer onderzoek keert ook weer wanneer het gaat over het type vlees dat de consument het liefst lust. Wat is het ideale intramusculaire vetgehalte, en de ideale vleestextuur? En, meer algemeen, welk type en hoeveel vlees zoekt de consument? Kiezen ze op basis van voedingseigenschappen, of laten ze zich leiden door dierenwelzijn en milieu-impact?

Passie is wat vleesveehouders drijft, maar op het einde van de maand moet er ook wat aan verdiend zijn. Dat blijkt bijzonder moeilijk in deze deelsector van de landbouw, en het zijn alleen de bedrijfsleiders die constant perfectie nastreven die een lage productmarge overhouden. Heel wat toekomstgerichte bedrijven zijn al zeer bewust bezig met genetica, gezondheid, vruchtbaarheid, voeding en groei en met de bedrijfseconomische cijfers.

Dat is een noodzaak voor alle producenten, want het toont aan waar er nog ruimte is voor individuele verbetering. Met dat doel zijn de bestaande tools en de goede praktijken samengebracht in een handige checklist die een veehouder toelaat om per thema meer informatie te vergaren en te verifiëren wat hij al dan niet reeds onderneemt op dat vlak.

Na de voorstelling van de roadmap in Sint-Truiden maakte Het Belang van Limburg de bedenking dat de ‘ideale vleesveehouder’ een soort superman moet worden met talent voor bedrijfseconomie, marketing en wetenschap. “Die bedenking is zeker waar”, reageerde Raf Steegmans, consultant voor vleesveehouderij bij Boerenbond. “Er wordt veel gevraagd. Maar er moet ook echt wel iets gebeuren. In tien jaar tijd is een derde van de vleesveeboeren gestopt. In Limburg zijn er nog maar zo’n 13.000 zoogkoeien. Tien jaar eerder waren er dat dertig procent meer. Vandaar deze roadmap.”

Vooraf ook omdat het wit-blauwe ras, de Belgische vleeskoe bij uitstek, in vergelijking met de Ierse en Zuid-Amerikaanse rassen op meerdere fronten beter scoort. “Qua stikstofuitstoot bijvoorbeeld”, zegt Steegmans. “Per kilogram heeft ons witblauwvlees ook de helft minder CO₂-uitstoot veroorzaakt dan een Zuid-Amerikaanse steak. Een Ierse steak heeft een derde meer CO₂. Ook krijgt ons vleesvee veel restproducten uit de suiker- en bierindustrie te eten, waardoor er minder krachtvoeder en grassen nodig zijn. Ook dat is duurzamer. Dat is allemaal wetenschappelijk onderzocht. En toch ligt ons Belgisch rundvlees anoniem in de rekken. Als een soort wit product. Dat kan veel beter.”

Boerenbond en Innovatiesteunpunt adviseren verder meer communicatie en transparantie in de vleesketen. Van veeboer, via veekoopman, slachthuis, groothandel, slagerij of warenhuis tot bij de consument. “Ook in de prijsvorming”, zegt Steegmans. “Die kan transparanter. Veeboeren willen daarover meer duidelijkheid. De veekoopman, de groothandelaar en de slager verdienen er nog wat aan, maar de vleesveehouder niet.” In de roadmap wordt de suggestie gedaan van differentiatie in vleesproductie en -afzet. Bedrijven dienen geïnspireerd te worden op dat vlak zodat het Innovatiesteunpunt zijn beproefde recept van ‘inspiratietours’ wil toepassen, bijvoorbeeld rond lokale labels en het vermarkten van andere rassen dan wit-blauw. Interessant is ook de denkpiste om andere outputs dan vlees op te waarderen, zoals landschapsbeheer, behoud van grasland en bodemverbetering door stalmest.

Bron: eigen verslaggeving / Het Belang van Limburg

Beeld: Johan Vanneste

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
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 twitter page: https://twitter.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>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra