nieuws

"Varkenshouders moeten voedselproducenten worden"

nieuws

“Er is geen crisis in de varkenshouderij, er is alleen een nieuwe werkelijkheid.” Met die woorden begon Daniel Deboel van Eagle Consult zijn spraakmakende voordracht tijdens de studiedag ‘Nichemarkten en alternatieve afzet voor varkensvlees’, georganiseerd door het Departement Landbouw en Visserij. Volgens hem is er de afgelopen jaren veel te sterk gefocust op productiegetallen, voederconversie en vleespercentage. “Dit heeft enkel geleid tot overproductie en smaakverlies. Het is tijd dat varkenshouders voedselproducenten worden”, aldus Deboel.

24 NOVEMBER 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:24

Lees meer over:
marketing



“Er is geen crisis in de varkenshouderij, er is alleen een nieuwe werkelijkheid.” Met die woorden begon Daniel Deboel van Eagle Consult zijn spraakmakende voordracht tijdens de studiedag ‘Nichemarkten en alternatieve afzet voor varkensvlees’, georganiseerd door het Departement Landbouw en Visserij. Volgens hem is er de afgelopen jaren veel te sterk gefocust op productiegetallen, voederconversie en vleespercentage. “Dit heeft enkel geleid tot overproductie en smaakverlies. Het is tijd dat varkenshouders voedselproducenten worden”, aldus Deboel.

Als psycholoog is de man naar eigen zeggen al 37 jaar gepassioneerd bezig met varkenshouderij. Na zelf eerst een carrière met tal van commerciële functies te hebben uitgebouwd, specialiseerde hij zich met zijn bedrijf Eagle Consult in de commerciële begeleiding van KMO’s. Hij mag onder meer Gandaham en AVEVE Retail tot zijn klanten rekenen. Hij verwittigde de aanwezigen meteen dat hij kritisch en scherp uit de hoek zou komen, maar dat hij dit doet omdat hij wil dat het goed gaat met de varkenshouders: “Ik streef ernaar dat jullie succesvol zijn.”

“De vraag die op ieders lippen brandt, is of de varkenshouderij nog een toekomst heeft in Vlaanderen”, stak Deboel van wal. Volgens hem is de varkensprijs de afgelopen tien jaar eigenlijk alleen maar gedaald en is het dieptepunt nog niet bereikt. Toch wil hij niet doemdenken. “Ik wil niet spreken over een crisis, wel over een nieuwe werkelijkheid waaraan de varkenshouders zich moeten aanpassen. Er is momenteel een overproductie en de focus op productie heeft alle aandacht weggeleid van de smaak van het vlees en van de gezondheid van de dieren. Soms word ik gevraagd om te spreken op informatiesessies over 40 biggen per zeug. Ik weiger dat pertinent. Waarom zou ik dat doen? Het zal de varkenshouder alleen maar minder geld opleveren.”

Daniel Deboel is ervan overtuigd dat de consument bereid is te betalen voor smaak en kwaliteit, hoewel vaak het tegendeel wordt beweerd. Daarvoor verwees hij ook naar de voordracht van professor Wim Verbeke (UGent) die tijdens de studiedag de evolutie schetste van de eisen die er worden gesteld aan voeding. Waar rond de eeuwwisseling vooral veiligheid en gezondheid belangrijk waren, zien we nu dat het belang van duurzaamheid en authenticiteit steeds toeneemt. “Maar een constante tijdens al die jaren is

dat vlees vooral ook lekker moet zijn", stelt Verbeke. "Smaak heeft terrein teruggewonnen op gezondheid. Het is steeds meer een dominante factor aan het worden."
De toekomst die Deboel voor de varkenshouderij ziet, is vierledig. "30 procent zal stoppen omdat het geen opvolging heeft of omdat er geen middelen zijn om te investeren en 30 procent zal gaan produceren voor een integrator. Daar is op zich niks mis mee als dat betekent dat er een inkomen voor het gezin kan verworven worden, want dat is uiteindelijk waar we het allemaal voor doen." De overige varkenshouders zullen volgens hem hun vermarkting zelf in handen moeten nemen. "Ik geloof heel sterk in die zelfvermarkting, maar voorwaarde is wel dat je evolueert van varkenshouder naar voedselproducent."
Volgens hem kan zowat 30 procent van de varkenshouders hoeveslager worden. "Slager is een echt knelpuntberoep aan het worden. Elk jaar zijn er tien procent minder. Ik zou durven stellen dat elke gemeente recht heeft op een hoeveslagerij. Ik geloof dat daar ruimte voor is. Maar als je hiervoor kiest, moet je er wel volledig voor gaan en focussen op beleving. Je moet mensen als het ware een totaalervaring aanbieden: ze moeten de dieren kunnen zien, ze moeten kunnen proeven, er moet een verhaal aan vast zitten en dat verhaal wordt best door de varkenshouder zelf verteld. Idealiter bied je ook meer aan dan alleen vlees: je zorgt best voor een breed assortiment met bijvoorbeeld ook zuivel, groenten en fruit en zelfs wijn. Ook hoevetoerisme past helemaal in dit plaatje."
De overige tien procent ziet Deboel evolueren naar conceptlabels, zoals we die nu al kennen onder de naam Duroc d'olives of Brasvar. "Wie denkt dat de markt met deze twee concepten al is ingenomen, heeft het mis. In Nederland bestaan er 12 zelfvermarkters met een eigen 'conceptvarken'. Zij hebben intussen 28 procent van de slagersmarkt in handen en dat doet grote spelers zoals VION die ziekelijk bezig zijn met de laagste prijs, pijn." Eagle Consult heeft onder meer het concept Duroc d'olives mee in de markt gezet. "Vandaag worden er 1.400 varkens onder dit label geslacht en krijgt de varkenshouder 1,60 euro per kilo Duroc d'olives-vlees", weet Daniel Deboel.
Bij de ontwikkeling van een 'conceptvarken' moet men steeds vertrekken vanuit de consument en moet er gefocust worden op smaak, kwaliteit en duurzaamheid. "Belangrijke smaakbepalers zijn de genetica van het varken en het veevoeder. Zo werk ik voor de ontwikkeling van nieuwe conceptlabels samen met Kristel Fierens, Animal Nutrition Master aan de Universiteit Wageningen. Zij bestudeerde het voedingspatroon van een wild varken en combineert dit met de moderne voedingstechnologie. Op die manier kunnen we productiviteit, gezondheid en smaak combineren", legt Deboel uit.
Naast smaak moeten er ook rond duurzaamheid weloverwogen beslissingen genomen worden. "Werken met grondstoffen van eigen bodem, minimaal gebruik van antibiotica en veel aandacht voor dierenwelzijn zijn belangrijk. Dat zijn thema's die de consument bezighouden. Via moderne technologie moet er ook perfecte traceerbaarheid en voedselveiligheid gegarandeerd worden. Al die parameters moeten juist zitten", klinkt het. Maar Deboel wijst erop dat dit niet voldoende is. "Er moet ook gekozen worden voor de juiste sfeerzetting en dat moet uitgedragen worden naar de buitenwereld."
Marketing is daarom één van de grootste kostenposten van een zelfvermarkter. "Er moet promotiemateriaal ontworpen worden, je moet aanwezig zijn op het web en op sociale media en deelname aan beurzen en aanwezigheid op markten is onontbeerlijk om naambekendheid te verwerven", zegt Daniel Deboel. Hij wijst erop dat je als varkenshouder ook zelf de baan op moet. "En daar moet echt tijd voor gemaakt worden. Dat kan niemand anders, want de boer vormt het succes van het verhaal. Hij moet het verhaal achter zijn product vertellen, het product voorstellen en laten proeven bij mogelijke afnemers."
Als het goed wordt aangepakt, dan kan de varkenshouders volgens hem 50 eurocent per kilo meer krijgen voor zijn varken dan de reguliere marktprijs. "Maar dat is niet alles. Een winst van drie procent van de omzet uit de vermarktingsactiviteiten komt daarbij. Dat is het principe van waaruit wij vertrekken vooraleer we zo'n conceptvarken in de markt zetten", zegt Deboel. Hij maakte ook een volledige berekening voor de toehoorders. Daarbij laat hij zien dat het mogelijk is om vanaf 17 varkens per week break-even te draaien. Hij wijst er echter ook op dat er ruim 100.000 euro aan investering nodig is in de eerste drie jaar. "En daar bovenop vergt het vijf jaar keihard werken, maar wel met een zeer grote kans op succes."

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