

Nu ook rosékalfsvlees met Beter Leven

Na de introductie van Beter Leven kalfsvlees in 2009, lanceert Hans Roerink uit Enschede rosékalfsvlees met een Beter Leven-ster. Deelnemende kalverbedrijven worden deze maand gescreend. Begin 2012 zal het eerste vlees beschikbaar zijn. Roerink: "Er is vraag naar duurzaam geproduceerd vlees."

IN JANUARI 2009 kondigen VanDrie Group en de Dierenbescherming aan dat ze kalfsvlees op de markt gaan brengen met een Beter Leven-ster. Het concept heeft in bijna drie jaar tijd veel positieve bijval gekregen. Het heeft ook veel veranderd bij supermarkten en de *out of home* markt (horeca, instellingen, catering en industrie). Beter Leven is voor hen een merk geworden waarmee ze graag koketteren: supermarkketens laten het beeldmerk prominent terugkomen in hun campagnes en restaurants zetten de naam op hun menukaarten.

De stap van VanDrie Group, maar ook die van andere partijen zoals Vion (varkensvlees), Unox (rookworsten) en Volwaard (pluimveevlees), hebben tevens de vraag naar rosékalfsvlees met een Beter Leven-ster aangewakkerd. Voor Hans Roerink - van de gelijknamige grossier uit Enschede - was het de reden om samen met zijn vaste leverancier BKC Frysfee de mogelijkheden te onderzoeken voor het optuigen van een concept rosékalfsvlees met een Beter Leven-ster. Roerink is al meer dan 25 jaar actief in de verwerking van kalfsvlees en richt zich met name op de binnenlandse markt.

De verkenning die beide partijen hebben uitgevoerd, heeft half november 2011 tot de toekenning van een

BKC Frysfee verantwoordelijk voor de kalverhouderij en werkt samen met 150 roséveeskalfverhouders die samen ongeveer 40.000 dierplaatsen hebben.



Roerink is al meer dan 25 jaar actief in de verwerking van kalfsvlees en richt zich met name op de binnenlandse markt.

Beter Leven-ster geleid. Daarna zijn bijna veertig bedrijven gescreend of ze in aanmerking komen voor dit concept. Begin 2012 zal het eerste rosékalfsvlees met één ster geleverd worden.

Roerink schat in dat hij met dertig kalveren in de week begint. Dat is nog geen 10 procent van de gemiddeld 350 kalveren die hij wekelijks kleinsnijdt. De grossier denkt daarna het concept snel op te kunnen schalen. "Het is zelfs niet ondenkbaar dat op termijn alle dieren onder dit concept geleverd worden."

Extra eisen

De Dierenbescherming stelt wel extra eisen aan de houderij. Zo mogen dieren niet langer dan acht uur of 500 kilometer als nuchter kalf op transport hebben gezeten.

Het transport moet gebeuren met klimaatwagens. Ook wil de Dierenbescherming dat alle dieren van allround rosébedrijven komen die zowel opfok als afmest doen, dus zonder tussenkomst van startbedrijven. De kalveren hebben met dit houderijsysteem minder reis- en stressmomenten, vindt de Dierenbescherming. Allround bedrijven zijn er echter nog niet veel. Het is een punt dat de combinatie Roerink/BKC Frysfee nog niet helemaal voor elkaar heeft. Samen met de Dierenbescherming is een verbetertraject opgesteld waarin toegewerkt wordt naar een situatie dat alle deelnemers voldoen aan de combinatie opfok/afmest. Wat betreft de welzijnsvloeren is met de Dierenbescherming afgesproken dat kalveren op termijn op een vloer liggen die is voorzien van een kunststof mat of rubber toplaag. Deze aanpassing loopt synchroon met het landelijk onderzoek en de afspraken die daaruit voortvloeien. Van Roekel: "We willen best vooruit lopen op de markt. Maar te ver voor de muziek uit lopen, is risicovol. Stel dat we nu de verkeerde vloeren kiezen? Dat kunnen wij en onze kalverhouders ons niet permitteren." De slachterij en de vleesverwerking moeten ook aan extra eisen voldoen voordat de Beter Leven-ster op de verpakking mag worden gedrukt.

Marktpotentie

Roerink en Van Roekel zien veel marktpotentie voor het vlees met een ster. Het thema duurzaamheid speelt

BKC FRYSFEE

De integratie Hans Roerink/BKC Frysfee is ruim 10 jaar geleden gestart met het selecteren, slachten en verwerken van roséveeskalfen voor de binnenlandse markt. Hierbij is BKC Frysfee verantwoordelijk voor de kalverhouderij en Hans Roerink voor de slachting en vleesverwerking. Anders dan de naam doet vermoeden hebben deze bedrijven geen relatie met de vleesverwerker BKC international in Olst.

BKC Frysfee is ontstaan uit een samenwerking tussen BKC Holland uit Ochten (Gld) en W. Nicolay b.v. uit Balk (Fr). BKC Frysfee werkt samen met 150 roséveeskalfverhouders die samen ongeveer 40.000 dierplaatsen hebben. De samenwerkingsvormen zijn verschillend. Er zitten vrije kalverhouders tussen, kalverhouders met een semicontract - dat gebaseerd is op winstdeling - en kalverhouders met een vast contract. Het streven van BKC Frysfee is om professioneel samen te werken met kalverhouders, toeleveranciers en vleesafnemers waardoor de kwaliteit en continuïteit gewaarborgd wordt.

enorm in de Nederlandse markt. Maar ook internationaal gaat het onderwerp steeds meer leven. Roerink vindt het Beter Leven-concept een mooie stap tussen gangbaar en biologisch vlees in. De Nederlandse markt zal bediend worden met rosékalveren jonger en ouder dan acht maanden. Als de afzet in het buitenland gaat lopen, zullen deze volgens Roerink voorzien worden van met name jonge rosés omdat oude rosés in de belangrijkste afzetlanden voor rosékalfsvlees - Duitsland en Frankrijk - niet over het predicaat kalfsvlees beschikken. Ook de rosékalverhouders zijn er klaar voor, constateert Van Roekel. Tot voor enkele jaren geleden werd de sector volgens hem vooral gekenmerkt door premiejagers die rosékalveren hielden als neventak. Nu zijn het professionele bedrijven, die kalveren houden als hoofdactiviteit en die bereid zijn afspraken te maken met handelaren en slachterijen. "Het is allemaal minder handelsgericht en meer ketengericht. Hierop kunnen we verder bouwen." ■

WINSTDELING GOED VOOR SECTOR

BKC Frysfee werkt steeds vaker met semicontracten. Deze vorm van samenwerking is gebaseerd op een winstverdeling. Er zitten volgens directeur Wim van Roekel verschillende voordelen aan deze contractvorm. Kalverhouders dragen meer verantwoordelijkheid en er is meer geld te verdienen dan met een volledig contract. "We zien dat deze ondernemers het extra geld direct weer investeren in hun bedrijf. Dat is natuurlijk goed voor de sector. Hierdoor blijven ze hun bedrijven ontwikkelen en komen ze in aanmerking voor mooie concepten zoals Beter Leven."

