ketenInfo 5
BIOLOGISCH VARKENSVLEES
september 2000

Vaste basisprijs ƒ 5,38

In juli hebben de Vereniging Biologische Varkenshouders (VBV) en De Groene Weg een overeenstemming bereikt over af te sluiten afzetcontracten tussen biologische varkenshouders en De Groene Weg. Hiermee is De Groene Weg de eerste verwerker van biologische vleesvarkens die contracten aanbiedt waarin de levering- en afnameplicht, kwaliteit van het vlees en de prijs is vastgelegd.
In de VBV-ledenvergadering van juli hebben De Groene Weg en het bestuur van de VBV de overeenkomst gepresenteerd. Uitgangspunt van de onderhandelingen tussen beide partijen was om via een overeenkomst beter met elkaar zaken te kunnen doen. De contracten moeten bijdragen in de continuïteit van aanbod en afzet.
De afgesproken uitbetaalprijs per kilo geslacht gewicht is niet gekoppeld aan die van de reguliere sector. Tot het eind van dit jaar geldt een basisprijs van ƒ5,38 met kortingen en/of toeslagen voor gewicht, mager vleespercentage en vleestype. Ook is er overeenstemming over bedrijfstoeslagen. Met dit laatste worden minder kosten toegerekend aan grotere partijen vleesvarkens.
Voor meer informatie: De Groene Weg, tel: 073-5999090.

'Eerlijke prijs, Heerlijke prijs' in de praktijk

Bij de onderhandelingen over de overeenkomst tussen biologische varkenshouders en De Groene Weg was het project 'Eerlijke prijs, Heerlijke prijs' van Platform Biologica een belangrijk hulpmiddel. In dit project heeft het LEI in opdracht van de VBV, De Groene Weg en Biocomp een ketenkostprijscalculatie opgesteld (zie Keteninfo 3).
De ketenpartijen hebben door de calculatie inzicht gekregen in de kostenopbouw in de keten. Er is berekend wat het prijsniveau van consumentenproducten betekent voor de opbrengstprijs van vleesvarkens voor de varkenshouder en andersom. Het LEI kwam voor een technisch goedlopend bedrijf uit op een kostprijs van ƒ5,38 per kilo geslacht gewicht.
De ontwikkelde calculatiemethode zal de komende drie jaar ook worden toegepast in het demonstratieproject BIOVAR. Jaarlijks zal met de gegevens van de fiscale boekhouding van tien biologische varkenshouders opnieuw de kostprijs van de productie van biologische vleesvarkens worden berekend. Met alle ketenpartijen zal op basis van deze kostprijzen afspraken worden gemaakt voor een eventuele nieuwe opbrengstprijs.
Het project Eerlijke prijs Heerlijke prijs zelf wordt in september afgerond.

Biologische varkenshouderij op internet

Platform Biologica geeft sinds kort ruimte aan het project KetenManagement op haar site. Onder het adres www.platformbiologica.nl/varkens treft u nu ook algemene informatie aan over activiteiten van het project. Binnenkort zal de site worden aangevuld met nieuwe actuele informatie over ontwikkelingen in de biologische varkensvleesketen.

Ook in dit nummer:

- Flinke stimulansen voor afzet EKO-varkensvlees
- Eerste Concrete keten is klaar
- Biovar-activiteiten

Uitgave van het KetenManagement Biologisch Varkensvlees. Het KetenManagement is een initiatief van LTO, Platform Biologica, Stichting Natuur en Milieu en de Dierenbescherming naar aanleiding van het landelijk gesloten convenant "Opschaling Biologische Varkenshouderij", getekend door 22 partijen op 8 maart 1999. In het convenant bekrachtigen de partijen de intentie gezamenlijk zorg te dragen voor de opschaling van de biologische varkenshouderij.

CONVENANTPARTIJEN:
- CBL (Centraal Bureau Levensmiddelenhandel)
- Konmar Superstore
- Consumentenbond
- St. Natuur en Milieu
- Dierenbescherming
- Platform Biologica
- Rabobank Nederland
- Triodosbank
- COV (Centrale Organisa voor de Vleessector)
- Dumeco
- Hendrix Meat Group c.v.
- SturkoMeat Group BV
- Groene Weg Centrale Slagerij
- Slagerijgroep De Groen Weg
- Ver. De Scharrelslager
- Ver. Biologische Varken houders (VBV)
- PVE (Productschappen vo Vee, vlees en Eieren)
- LTO-Nederland
- Coöp. ver. van Scharrel varkenshouders / Bon Vivant
- Ned. ver. van Scharrelva kenshouders
- NAJK (Nederlands Agra risch Jongeren Kontakt)
- De Heus Brokking Koud

Flinke stimulansen voor afzet E

Het project KetenManagement heeft een aantal activiteiten opgezet om de afzetmarkt voor biologisch varkensvlees in beeld te brengen. Het betreft immers een nieuw product in het supermarktkanaal. Om het product te laten aanslaan en te laten groeien is het nodig te weten welke type consumenten aangesproken dienen te worden en wat zij belangrijk vinden. Ook is informatie nodig over de verkoop in de praktijk. Hieronder de eerste bevindingen van het aankooponderzoek, de positionering en het consumentenprofiel.



GfK Panel Services Benelux, het toonaangevende onderzoeksbureau dat de consumentenmarkt onderzoekt, registreert in haar *consumerscan* de aankopen van levensmiddelen van 4500 Nederlandse huishoudens. Sinds januari van dit jaar neemt zij mede op verzoek van Platform Biologica nu ook de aankoop van EKO-vlees mee. De gegevens zijn nog niet geheel betrouwbaar. GfK verwacht dat dit eind 2001 wel het geval is. De eerste indicaties:

- De marktpenetratie (het aandeel huishoudens dat minimaal één maal het product heeft gekocht) van EKO-varkensvlees is opgelopen tot ruim 9% en die van EKO-rundvlees tot 4%.
- Het percentage herhalers (het aandeel huishoudens dat het product opnieuw koopt) is voor EKO-varkensvlees 34% en voor EKO-rundvlees 40%. Deze 'herhalers' van biologisch varkens- en rundvlees zijn beide goed voor ruim 70% van het verkochte volume.
- Het geschatte marktaandeel is ongeveer 1% voor EKO-varkensvlees en 2% voor EKO-rundvlees.
- Het EKO-vlees is 20 tot 30% duurder dan het reguliere vlees.
- De supermarkt als afzetkanaal voor EKO-vlees is in opkomst. Ongeveer 66% van het EKO-varkensvlees is gekocht in supermarkten. Van het EKO-rundvlees is 50% in de supermarkt gekocht.

Uit een nadere analyse van de aankopen blijkt dat consumenten die EKO-vlees kopen iets vaker stedelingen zijn. Ook zijn de kleinere huishoudens (1- en 2-persoonshuishouden) relatief meer vertegenwoordigd, met name de huishoudens zonder kinderen waarbij de vrouw ouder is dan 35 jaar en met name ouder dan 55 jaar. 'Kritische' consumenten zijn relatief sterk vertegenwoordigd onder de EKO-vleesconsumenten. Deze groep vertegenwoordigt 18% van de Nederlandse huishoudens.

Positionering

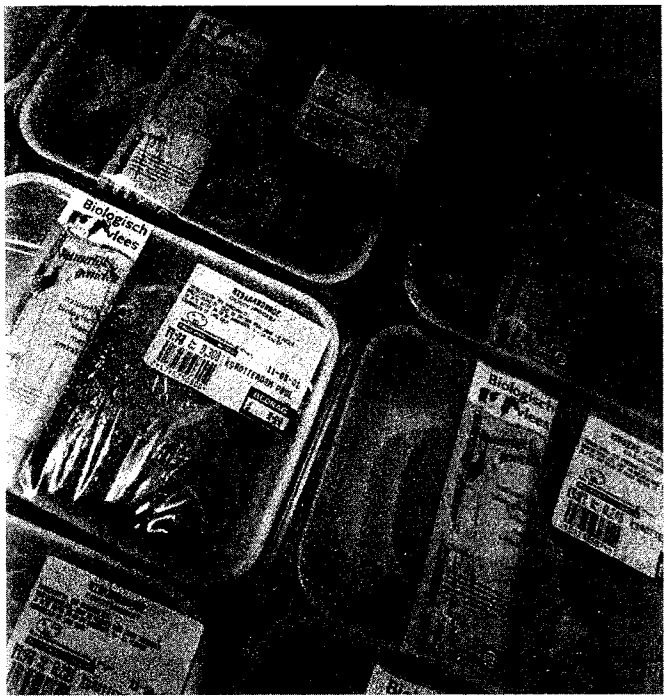
In samenwerking met het Voorlichtingsbureau Vlees werkt Platform Biologica een positionering uit voor EKO-vlees. 'Positioneren' betekent haarscherp weerge-

Eerste 'concrete keten' is klaar

Het KetenManagement heeft het ministerie van Landbouw een eerste uitwerking van een 'concrete keten' voorgelegd met het verzoek de toegezegde garantstelling voor omschakelende varkenshouders operationeel te maken. Er zullen nog meer concrete ketens volgen.

Concrete ketens zijn samenwerkingsverbanden van varkenshouders met verwerkers en een supermarkt of een ander afzetkanaal. In een ketenovereenkomst leggen de partijen concreet vast welke activiteiten zij de komende drie jaar zullen uitvoeren om de groei van de biologische vleesafzet te bewerkstelligen. Het kan gaan om activiteiten als promotie, volumeplanning, prijsvorming, afname- en leveringsplicht en assortimentsontwikkeling. Als tegenprestatie voor de overeenkomst krijgen de omschakelende varkenshouders de garantstelling dat zij een deel van de investeringen terugkrijgen wanneer zij na drie jaar door tegenvallende marktomstandigheden genoodzaakt zijn om te stoppen met de biologische productie. Het ministerie van landbouw heeft de garantstelling toegezegd. Door de garantstelling is de keten verzekerd van 'grondstoffen' en kan de keten activiteiten ontplooien zoals promotie en assortimentsontwikkeling.

KO-varkensvlees



De Jong & Van Es Fotografen

ven waar je bij de introductie en verbreding van het product EKO-vlees op moet letten. Dit zal worden weergegeven in een communicatieplan. De professioneel uitgevoerde positionering wordt afgestemd met belangrijke stakeholders.
Een uitwerking van het plan is een meerjarige voorlichtingscampagne. Deze is momenteel in voorbereiding. Zonder een eenduidige communicatie over EKO-vlees wordt duurzame verkoop moeilijk. Juist een product als EKO-vlees met niet direct zichtbare 'values' en een hogere prijs vraagt een communicatieve ondersteuning, gericht op de doelgroep. Consumentonderzoek geeft ook steevast aan dat de consument meer wil weten en geïnformeerd wil worden (zie profielschets consument).
De kosten van de campagne zullen voorgelegd worden aan het ministerie van LNV. In haar beleidsnota 'Een biologische markt te winnen' van september 2000 stelt zij de komende jaren 9,1 miljoen gulden beschikbaar voor publieksvoorlichting.

Profielschets consument

Als onderdeel van de positionering van biologisch varkensvlees in de supermarkt heeft de leerstoelgroep Marktkunde en consumentengedrag van Wageningen Universiteit een profielschets van consumenten opgesteld. 164 Consumenten in verschillende supermarkten zijn geïnterviewd. In het onderzoek zijn drie groepen consumenten onderscheiden: consumenten die al biologisch varkensvlees eten (25%), potentiële consumenten (34%) en consumenten die dat nu niet en ook niet in de toekomst zullen doen (41%).
Uit het onderzoek kwam naar voren dat álle 164 consumenten biologisch varkensvlees te duur vinden. Echter zijn de consumenten die al biologisch vlees kopen bereid deze hogere prijs te betalen. Van de potentiële EKO-consumenten zegt slechts 2 procent dat een lagere prijs hen zou stimuleren tot aankoop over te gaan.
De onderzoekers suggereren dat informatie over biologisch varkensvlees en de bekendheid van het EKO-keurmerk hen over de streep zou kunnen helpen. Bij de niet-EKO-consumenten zal een prijsdaling wel een effect ressorteren: 25% wil er dan wel over nadenken.
EKO-consumenten relateren hun keuze voor biologisch varkensvlees aan hun leefwijze: ze zijn in het algemeen bewuster bezig met gezondheid en de natuurlijkheid van hun voeding. Opvallend is dat hoewel EKO-consumenten beter geïnformeerd zijn dan de andere twee groepen, zij toch nog geïnteresseerd zijn in meer informatie. De vraag die iedereen beantwoord wil zien: waarom kopen mensen geen biologisch vlees? De prijs is al genoemd, maar nog belangrijker zijn gewoonten en gebrek aan informatie.
Een uitgebreidere samenvatting zijn weergegeven in het septembernummer van Ekoland en in het vakblad Meat&Meal Management.

Publicaties

- De concurrentiepositie van de Nederlandse biologische varkenshouderij in de Europese Unie, Wageningen UR, Leerstoelgroep Agrarische bedrijfseconomie. Verkrijgbaar bij Platform Biologica
- Regelgeving varkenshouderij is een chaos. Eenheid binnen de EU is ver te zoeken. Vakblad Ekoland nr. 6, juni 2001
- Profiel van de consumenten van biologisch varkensvlees, Wageningen UR, Leerstoelgroep Marktkunde en Consumentengedrag. Verkrijgbaar bij Platform Biologica
- Wie eet de EKO-karbonade. Vakblad Ekoland nr. 9, september 2001
- Campagne EKO-vlees noodzakelijk. Een profiel van consumenten van biologisch varkensvlees. Meat& Meal Management nr.7, 7 september 2001

* *Rapporten van het Platform kunt u bestellen door te bellen naar 030-2339970 of te mailen naar: info@platformbiologica.nl*

Biovar biedt kennis aan varkenshouders

In Biovar wordt kennis verzameld door en voor varkenshouders. Tien biologische varkenshouders en onderzoekers leveren de komende drie jaar technische en economische kengetallen aan via de Biovar-studieclub. Op het programma staat dit najaar::

Excursies

Vanaf september kunnen belangstellende varkenshouders terecht bij de volgende demonstratiebedrijven:

- fam. Van Leeuwen te Buren (Gld), gesloten bedrijf met 80 fokzeugen en 600 vleesvarkensplaatsen,
- fam. Sloetjes te Winterswijk (Oost-Gelderland), gesloten bedrijf met 120 fokzeugen en 900 vleesvarkensplaatsten,
- fam. Donkers te Uden (NB), gesloten bedrijf met 40 fokzeugen en 200 vleesvarkensplaatsen,
- Praktijk Centrum Raalte (Ov), onderzoekslocatie met 25 fokzeugen en 100 vleesvarkensplaatsen. Het aantal zeugenplaatsen groeit naar 100, de bedrijfsvoering wordt gesloten.

Op afspraak kunnen via Agro Eco Consultancy (tel: 0318-420405) excursies en rondleidingen worden georganiseerd.

Studieclubs voor varkenshouders

Biovar-studieclub: 18 september en 20 november

Studieclubs voor biologische varkenshouders:

- Regio Zuid door (Z)LTO, Carolien van der Weijden, tel: 013-5836339
- Regio Noord-Oost door (G)LTO, Han Swienink, tel: 0570-628072

Studieclub voor varkenshouders met interesse in omschakelen:

- Regio Zuid door (Z)LTO, Elvera naalden, Tel: 040-2587117
- Regio Noord-Oost door (G)LTO, Han Swienink, tel: 0570-628072

Cursussen

Oriëntatiedagen en groepscursussen voor varkenshouders en adviseurs worden op maat verzorgd door Praktijkcentrum Raalte (tel: 0572-352174).

Meer informatie: www.platformbiologica.nl/varkens

Agenda

- **26 september.** Advieswerkgroep Biologische Varkenshouderij
- **25 oktober, 14.00 uur.** Convenantgroep Opschaling Biologische Varkenshouderij

Niet aan te slepen!



De vraag van consumenten naar biologisch varkensvlees groeit flink. Supermarkten en verwerkers krijgen het vlees niet aangesleept. En toch neemt de biologische varkensproductie maar mondjesmaat toe.

Vreemd? Nee, logisch. In KetenInfo 1 gaven we al aan dat een varkenshouder die voor de beslissing staat om om te schakelen echt veel moet investeren én bovendien een definitieve keus maakt. Een weg terug is er eigenlijk niet. Dus ook al is de markt uitermate gunstig, de echte ondernemer vraagt meer dan alleen een goede prijs voor het komende halfjaar. Hierin onderscheidt de ondernemer zich van de avonturier. Een biologische akkerbouwer met nog gangbare varkens weet het goed te verwoorden. Wanneer hij zijn varkens omschakelt zet hij zijn hele akkerbouwbedrijf op het spel.

Supermarkten, voorverpakkers en slachterijen zijn intussen bereid om volop te investeren in de verdere ontwikkeling van een assortiment biologisch varkensvlees (zie nieuws concrete keten). De eerste 'concrete keten' is klaar en varkenshouders kunnen nu dus omschakelen.

September belooft een mooie maand te worden, als minister Brinkhorst met de toegezegde 'garantstelling' voor deze eerste concrete keten komt. Dan kunnen we echt aan de slag. Want: de consumentenmarkt is verkend, de voorlichtingscampagne voor consumenten is in voorbereiding en via BIOVAR krijgen omschakelaars een deskundige begeleiding.

Als alles goed gaat laat onderzoeksbureau GfK ons vanaf eind 2002 mooie groeicijfers uit de consumentenmarkt zien. Ik verheug me er nu al op.

Uitgave-gegevens

KetenInfo 5, september 2001
Bijdragen: Ria Dubbeldam, Maurits Steverink
Eindredactie: Ria Dubbeldam; Bureau voor Beeld
Oplage: 2600 exemplaren
Opmaak: Grafisch Atelier Wageningen
Druk, bindwerk en verzending:
Wezo Grafisch Centrum Zwolle
ISSN: 1567-9985
Redactie-adres:
Platform Biologica, Postbus 12048, 3501 AA Utrecht,
tel: 030 - 233 9970, fax: 030 - 230 4423
e-mailadres: steverink@platformbiologica.nl

Overname van gegevens uit deze KetenInfo is toegestaan met bronvermelding.