

2L - Melkmannen: integrale concepten voor vermarkting van zuivel en vlees

Thema: Korte ketens en stadslandbouw
Moderator: Marjon Krol (ZLTO)
Sprekers: Daphne Lubbers (Melkmannen), Wilco de Zeeuw (Veld en Beek)

Verslag

De mannetjesdieren in de dierhouderij worden niet goed gewaardeerd, want ze zijn eigenlijk een restproduct. Dit betreft stierkalveren, maar ook 75.000 geitenbokjes en 45 miljoen eendagshaantjes. Een mogelijk antwoord hierop is duurmelken: langer door melken zodat er minder vaak kalveren komen. Verder zijn er initiatieven om vlees te vermarkten, maar de prijs is relatief hoog. Deze kalveren zijn niet gefokt op vleesproductie en verkopen daardoor moeilijker. Er is een duidelijk verhaal nodig. In de kippenhouderij wordt ook nagedacht over dubbeldoelkippen, zou dat efficiënt genoeg zijn? Ten slotte wordt er gedacht aan het seksen van sperma.

Bij het Melkmannen initiatief staat een kalf drie maanden bij de koe in de wei. Zo wordt 25.000 tot 30.000 liter melk omgezet in 1000 kilo vlees.

Er staat nooit op een pak melk wat er met de kalveren gebeurt, maar die gaan naar de mesterij. "Melkmannen" verkoopt kalfsvlees met een verhaal. Het doel is dat melkveehouderij en kalverhouderij - nu gescheiden sectoren- meer naar elkaar toe groeien als integraal productiesysteem.

Bij Veld en Beek willen we kringlopen lokaal sluiten en direct leveren aan leden-consumenten. We hebben koeien voor vlees en melk, groenteteelt op mest-compost en ophaalpunten dicht bij de consumenten. De dubbeldoelkoe is een gezonder dier. Bij het composteren van mest met houtsnippers komt warmte vrij waarop kasgroenten verbouwd kunnen worden. Een voordeel van kalveren bij de koe is uiergezondheid. Na 1-2 weken zullen we de kalf en koe toch scheiden. Ten slotte dragen ossen in het natuurgebied bij aan rijkdom in plantensoorten.

Er werd ter afsluiting nog een vraag geformuleerd: het model van Veld en Beek is niet voor alle melkveehouders mogelijk dus wat kunnen zij doen? Mogelijk kan "Melkmannen" een format leveren voor directe verkoop aan consumenten. Ook is het belangrijk dat consumenten weten hoe de samenhang is tussen vlees en melk: geen vlees eten is geen antwoord, als je wel melk drinkt.

Uitkomsten

1. Veel interesse vanuit consument én maatschappij in integrale aanpak.
2. Een verhaal is heel belangrijk en spreekt aan, omdat er nog veel onbekendheid is. Het is belangrijk een manier te zoeken om het helder en kort te vertellen.
3. Er zijn meerdere strategieën mogelijk, zoals CSA, verkoop vlees via meerdere stromen of kwaliteiten.

Meer informatie

Blog 'Drie dingen die vleeseters niet meer willen horen', <http://www.alleszelfmaken.nl/2016/01/drie-dingen-die-vleeseters-niet-niet-meer-willen-horen/>