



Toekomstverwachtingen voor de rundvleessector

Student

Justin Lohuis

3022837



Toekomstverwachtingen voor de rundvleessector

**“Wat is het toekomstperspectief voor de komende 10 jaar voor de rundvleessector
volgens de producenten, verwerkers en retailers? ”**

Student

Justin Lohuis
3022837

Klas

4 BF, Aeres Hogeschool, Financiële bedrijfskunde

Afstudeerdocent

Dhr. E. van Dijken

Handtekening G.H. Lohuis

.....

Voorwoord

Het rapport wat voor u ligt is een onderzoek met de titel “Toekomstverwachtingen van de rundvleessector”. Het is een onderzoek geschreven als afstudeerwerkstuk voor de opleiding. Als zoon van een boerenbedrijf is de affiniteit met de veehouderij aanwezig. De doelgroep waarvoor dit onderzoek zijn de vleesproducenten van de rundvleessector. Door de aangescherpte wet en regelgeving en de toenemende maatschappelijke druk bij de vleesveehouders is deze vraag tot stand gekomen. Dit onderzoek heeft als doel om in beeld te krijgen wat de toekomstvisie is van de rundvleessector volgens de rundvleesproducenten, verwerkers en retailers.

Ten eerste wil ik Eric van dijken bedanken voor de ondersteuning bij het schrijven van het vooronderzoek. Verder wil ik de mensen bedanken die hebben geholpen om een goed onderzoek tot stand te brengen. Ten slot wil ik ook geïnterviewde bedrijven bedanken die de resultaten tot stand hebben gebracht.

Justin Lohuis
Dronten, November 2020

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting.....	5
Summary	6
1. Inleiding.....	7
1.1 Brede kader.....	8
1.2 Theoretische kader.....	9
1.2.1 Ontstaan & ontwikkelingen.....	9
1.2.2 Productieketens.....	10
1.2.3 Sectorontwikkelingen	11
1.2.4 Trends & ontwikkelingen	12
1.3 Knowledge gap	19
1.4 Afbakening.....	19
1.5 Hoofd- en deelvragen.....	20
1.6 Doelstelling	20
2. Methode.....	21
2.1 Onderzoeksdesign.....	21
2.2 Kwalitatief onderzoek.....	21
2.3 Procedure	22
2.4 Eindproduct.....	24
3. Resultaten	25
3.1 Resultaten deelvraag 1:.....	25
3.2 Resultaten deelvraag 2:	27
3.3 Resultaten deelvraag 3:	28
4. Discussie.....	30
5. Conclusie en aanbevelingen	32
5.1 Conclusie	32
5.2 Aanbevelingen	36
Bibliografie.....	37
Bijlage	39
Bijlage 1 Kenmerken verschillende vleesveerassen.	39
Bijlage 2 Interview kwalitatieve methode	41

Samenvatting

Het doel van het onderzoek is de rundvleesproducenten nieuwe inzichten te bieden die hulp kunnen bieden bij bepaalde keuzes en afwegingen die worden gemaakt voor de toekomst. De hoofdvraag van dit onderzoek is als volgt: Wat zijn de toekomstverwachtingen voor de komende 10 jaar voor de rundvleessector volgens de producenten, verwerkers en retailers

Om antwoord te krijgen op deze vraag is er een kwalitatief onderzoek uitgevoerd waarbij meerdere producenten, verwerkers en Retail bedrijven zijn geïnterviewd. De interviews zijn onderling vergeleken en opvallend is dat alle resultaten die voortvloeide uit de interviews bij de verschillende schakels met elkaar samenhangen en leidt tot een aantal belangrijke uitkomsten.

De voornaamste uitkomsten zijn samenwerken en transparantie. Samenwerken wordt gezien als een van de belangrijkste uitkomsten doordat er binnen de sector en van de consumenten een constante kwaliteit van het vlees wordt verwacht. Door samenwerkingen aan te gaan binnen de sector wordt verwacht dat een constante kwaliteit kan worden gewaarborgd. Daarnaast is transparantie ook een belangrijke uitkomst. Door het verhaal achter het vlees openlijk naar buiten te brengen kan naast de kwaliteit van het vlees ook de kwaliteit van leven worden laten zien door de sector.

Op basis van de deze uitkomsten wordt er aanbevolen om samenwerkingen binnen de sector op te zetten, dit om de sector en de consumenten te voorzien van de beste en constante kwaliteit van het vlees. Daarnaast wordt er ook geadviseerd om samen met de sector transparant te zijn naar de maatschappij en de consumenten. Laat de maatschappij kennis maken met de kwaliteit van leven en het verhaal achter het vlees.

Summary

The aim of the research is to provide beef producers with new insights that can help them with certain choices and considerations that are being made for the future. The main question of this research is as follows: *What is the future perspective for the beef sector for the next 10 years according to producers, processors and retailers?*

To answer this question, a qualitative study was conducted in which several producers, processors and retail companies were interviewed. The interviews were compared with each other and it is striking that all the results of the interviews at the various links are interrelated and lead to a number of important results.

The most important results are cooperation and transparency. Collaboration is seen as one of the most important outcomes because a constant quality of meat is expected within the sector and from consumers. By entering into collaborations within the sector, it is expected that a constant quality can be guaranteed. In addition, transparency is also an important outcome. By bringing out the story behind the meat openly, not only the quality of the meat but also the quality of life can be shown by the sector.

Based on these results, it is recommended to set up collaborations within the sector in order to provide the sector and consumers with the best and consistent quality of meat. In addition, it is also advised to work with the sector to be transparent to society and consumers. Let society become acquainted with the quality of life and the story behind the meat.

1. Inleiding

Dit rapport is geschreven naar aanleiding van de vele ontwikkelingen over het milieu, de klimaatdoelen en de discussie rondom het houden van vee.

Het rapport is opgebouwd volgens een bepaalde volgorde, beginnend met een vooronderzoek naar het probleem wat is vastgesteld. Het vooronderzoek wordt beschreven in hoofdstuk een en hoofdstuk twee. In hoofdstuk een komt het brede- en theoretische kader, hoofd- en deelvragen en de doelstelling naar voren. In het brede kader is meegenomen waarom voor dit onderwerp is gekozen en wat er afspeelt rondom de vraag. In het theoretische kader is weergegeven wat er bekend is omtrent het onderwerp. Daaropvolgend worden de hoofd- en deelvragen geformuleerd en wat de doelstelling is van dit onderzoek.

In hoofdstuk twee is de aanpak van het onderzoek beschreven, oftewel welk materiaal en welke methode is er gebruikt bij het onderzoek. Daarmee is het vooronderzoek gereed. De resultaten van het onderzoek en de discussie over de verkregen informatie volgt in hoofdstuk drie en vier. Tot slot een conclusie met de aanbeveling met betrekking tot het onderzoek.

1.1 Brede kader

In Nederland onderscheiden we twee soorten vlees namelijk blank en rood. Blank vlees komt alleen voor in de kalverhouderij. Binnen de kalverhouderij wordt er nog verschil gemaakt tussen blank- en rosévlees. Bij blank vlees krijgen de kalveren voornamelijk kalvermelkpoeder en weinig tot geen ruwvoer. Door vrijwel alleen melkpoedermelk te voeren groeien deze kalveren op met een beperkte bloedarmoede waardoor het blanke vlees ontstaat. Kalveren die gehouden worden voor rosévlees krijgen in het beginstadium ook melkpoedermelk maar naarmate van tijd krijgen ze ook ruwvoer, doordat er ruwvoer wordt gevoerd aan deze kalveren is er geen sprake van bloedarmoede waardoor het vlees meer roze is. Vleesvee (vleesrassen) wordt alleen gehouden voor de productie van rood rundvlees. Een aantal rassen wat echt gericht zijn op vleesproductie zijn bijvoorbeeld piemontese, charolais, en belgische wit-blauwen. Een ander verschil blank en rood vlees is dat de kalveren voor het blanke vlees rond de 30 weken worden geslacht. Het vleesvee voor het rode vlees wordt geslacht op ca. 18 maanden. (Os, 2017)

Als we het in Nederland hebben over vleesveehouderij dan spreken we over de roodvleessector, oftewel het houden van vleesstieren, weide- en zoogkoeien. De vleesveesector is een relatief kleine sector vergeleken met de andere veehouderijsectoren. In Nederland zijn er nog circa 4.100 van dit soort bedrijven. De meeste recente getallen laten zien dat er nog circa 230.000 dieren gehouden worden door deze bedrijven. (CBS, 2019) In de jaren '80 was er sprake van een intensieve stierenmestery waarbij de dieren vooral op rooster liepen of werden gehouden in aanbindstallen. Als we kijken naar de Nederlandse vleesveehouderij van nu, dan is de sector op een extensieve manier vee gaan houden. Verder heeft de sector zich doorontwikkeld en verduurzaamd in afgelopen jaren. De zoogkoeien in de vleesveesector lopen vanaf het voorjaar tot laat in het najaar buiten en lopen veelal op natuurgebieden die ook toegankelijk zijn voor publiek. Op deze manier onderhouden de dieren het natuurgebied en kan het publiek zien hoe haar toekomstige stukje vlees wordt gehouden. In de winter staan de koeien op stal waarbij het grootste deel op stro gehouden wordt. De stromest wordt vervolgens in het voorjaar weer als bemesting gebruikt op de grond waar de wintervoeding weer wordt gewonnen. In principe kunnen we hier spreken over een kringloop. Het vlees van de koeien wordt bijna allemaal in Nederland geslacht en vermarkt onder de horeca. Ook zijn de laatste jaren allerlei initiatieven genomen om de controleerbaarheid invulling te geven op aanvullende normen. Keten Duurzaam Rundvlees (KDR) is een van die initiatieven. Dit is opgericht om de samenwerking tussen verschillende schakels te verbeteren. Vanuit de praktijk zijn eisen opgesteld voor vleesveebedrijven, o.a. op gebied van stalinrichting, weidegang, diergezondheid en voer. (Veeteeltvlees, 2014)

1.2 Theoretische kader

1.2.1 Ontstaan & ontwikkelingen

Runderen stammen af van de uitgestorven oeros, de Bos primigenius. Grote en gevaarlijke dieren, het zal negen- tot tienduizend jaar geleden niet eens zo gemakkelijk zijn geweest om ze te temmen. Het was de moeite zeker waard, want de koe werd een van de belangrijkste huisdieren. Ze leveren veel melk, vlees en huiden en zijn sterke trekkers. Ook werden de stieren gebruikt voor religieuze rituelen en, nog steeds. (Lenstra, 2012)

Tot de tweede helft van de 20^e eeuw lag de focus in Nederland bij de dubbeldoelrassen oftewel koeien houden voor de melk en voor het vlees. Zo zijn er echte vleesrassen als Limousin en Belgisch witblauw en echte melkrassen als de Holstein-Friesian. Een dubbeldoel ras zit daar tussenin en wordt gehouden voor melk én vlees. Het is dus een robuuste meer bespierde melkkoe die na haar melkers carrière ook nog gebruikt wordt als vleeskoe. (Dirk, 2019) Door technologische ontwikkelingen, de introductie van de Holstein Friesian en de marktverschuivingen kreeg de ontwikkeling van de melk typische rassen een enorme impuls. In samenhang met die ontwikkeling van typische melkrassen, werd de vleesveehouderij eerst een neventak. Uiteindelijk werd het een gespecialiseerde bedrijfstak waarin typische vleesrassen werden gehouden zoals Piemontese, Limousin en Belgisch Witblauw.

Door invloed van strengere mestwetgeving en veranderingen in het Gemeenschappelijke Landbouwbeleid van de EU is de omvang van de vleesstierenhouderij in de begin jaren 90 sterk afgenomen. In 1992 werden er in Nederland nog meer dan 490.000 stieren geslacht, dit aantal daalde in 2000 naar 154.000. Een daling van bijna 70 procent ten opzichte van 1992. Ook de jaren daarna werden er minder stieren geslacht, in 2013 waren er nog 55.500 slachtingen, ofwel 11,3 procent van het aantal slachtingen in 1992. (Bos, 2015)

Volgens CBS-statline (CBS, 2020) werden er in 2019 2,1 miljoen runderen geslacht. Hiervan zijn ruim 1,6 miljoen slachtingen afkomstig uit de vleeskalveren sector ook wel blank vlees genoemd. De andere 500 duizend slachtingen zijn volwassen runderen. Hierbij wordt geen onderscheidt gemaakt in slachtingen afkomstig uit de melkveehouderij of uit de productie van roodvlees.

Gemiddeld is het geslachte gewicht van een kalf 175 kg en het geslachte gewicht van een volwassen koe 260 kg met 'P2' (worst koe) kwaliteit. Het geslachte gewicht van een volwassen koe met 'O3' (afgemeste koe) kwaliteit ligt op 300 kg. In totaal komt dit neer op 280 miljoen kg geslacht gewicht kalfsvlees, 130 miljoen kg geslacht gewicht volwassen koeien bij 'P2' kwaliteit en 150 miljoen kg geslacht gewicht volwassen koeien bij 'O3' kwaliteit. (KWIN, 2020)

1.2.2 Productieketens

In Nederland kent men binnen de productie van roodvlees nog verschillende houderijen. Hieronder zijn vijf vleesveehouderijen uitgelicht die volgens onderzoek van Wageningen UR Livestock Research de vijf meest voorkomende vleesveehouderij typen zijn. (Bos, 2015)

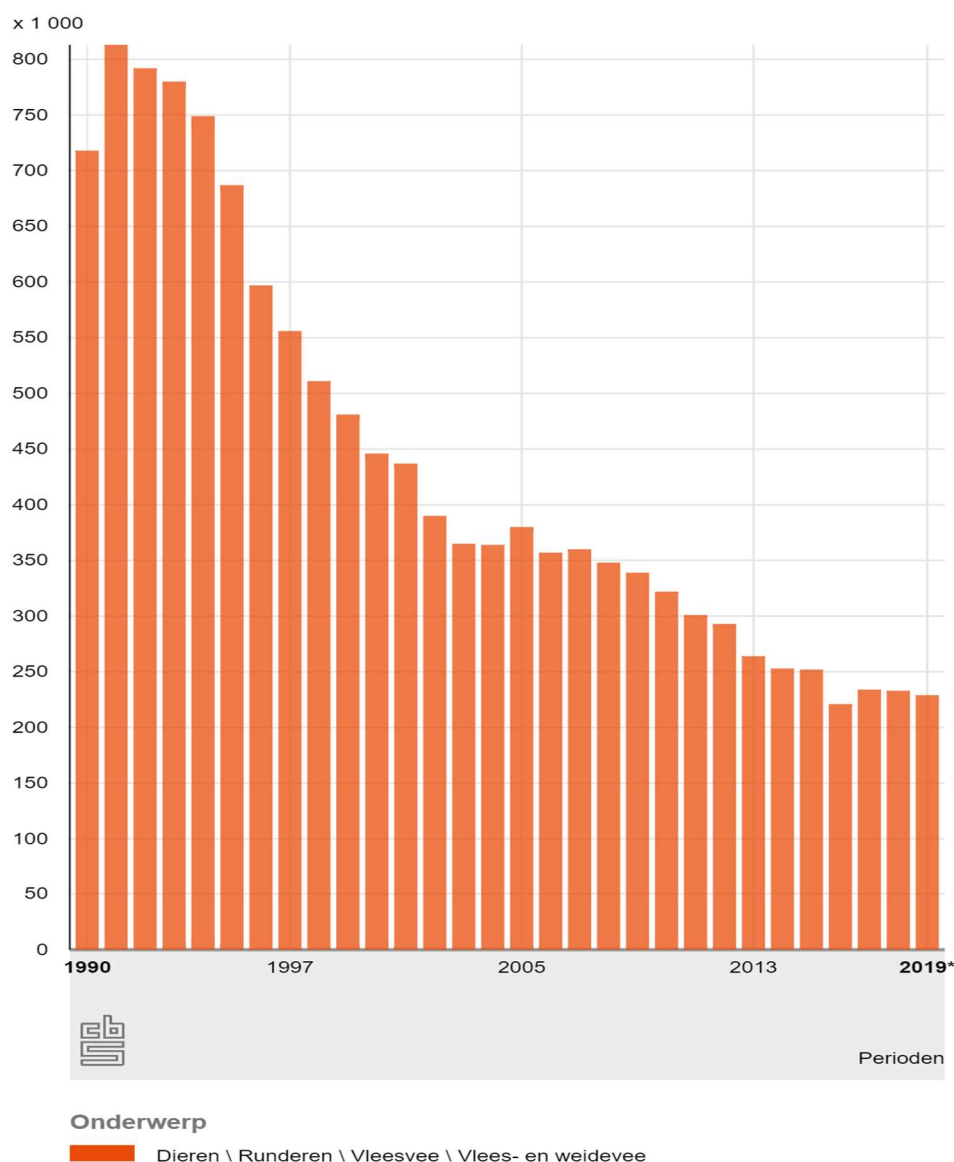
- Gangbare bedrijven zonder certificering
- Vleesproductie volgens de normen van de Keten Duurzaam Rundvlees (KDR)
- Vleesproductie volgens de normen van het Beter Leven Keurmerk (BLK)
- Vleesproductie volgens de normen van EU/SKAL (biologisch)
- Vleesproductie in natuurgebieden in Nederland

Van de 5 meest voorkomende productieketens heeft elke keten zijn kenmerken en eisen om het vlees met een bepaald certificaat te mogen produceren. Elke bovengenoemde keten stelt een aantal voorwaarden aan verschillende kenmerken zoals het rantsoen, speenleeftijd, Slachtleeftijd, weidegang en dierenwelzijn. Bij dieren die worden gehouden in voor het KDR-keurmerk moeten bijvoorbeeld minimaal 60% ruwvoer en maximaal 40% krachtvoer krijgen verstrekt. Bij een BLK twee sterren keurmerk is de minimale speenleeftijd 5 maanden. Dit zijn allemaal voorwaarden waaraan voldaan moeten worden om een bepaald keurmerk te dragen voor het vee. Alle voorwaarden en kenmerken per systeem worden weergegeven in bijlage 1.

1.2.3 Sectorontwikkelingen

Binnen de vleesveesector zijn de laatste dertig jaar interessante ontwikkelingen geweest. Hieronder is een figuur weergegeven van de landbouwtelling vanaf 1990. Mochten deze ontwikkelingen zich blijven voortzetten dan heeft dat gevolgen voor de sector in de nabije toekomst.

Landbouw; vanaf 1851



FIGUUR 1: OMVANG VLEESVEE (CBS, 2019)

In de figuur van het centraal bureau van de statistiek (CBS) laat zien dat Nederland vanaf 1992 alleen nog maar een daling kent in het aantal stuks vlees- en weide vee, ieder jaar daalt het aantal vlees- en weide vee. In 1991 telde Nederland nog ruim 800.00 stuks vlees- en weide vee tot 2003 daalde dit aantal drastisch tot ruim 350.000 stuks, ofwel een afname van 57% vervolgens bleef tot 2007 het aantal redelijk gelijk met een kleine piek in 2005. Vanaf 2008 tot het meeste recente jaar 2018 is het aantal stuks vlees- en weide vee weer verder gedaald tot net boven de 230.000. (CBS, 2019) Een oorzaak van deze daling kan zijn de slechte rentabiliteit binnen de sector door de afschaffing van de slachtpremie in 2012. Vanaf

2017 lijkt er een stabilisatie te zijn dit kan te maken hebben met de nieuwe ontwikkelingen omtrent het houden van vee waarbij het consumeren van vlees waarvan men weet dat het een goed leven heeft gehad steeds populairder wordt. Mocht deze ontwikkeling doorzetten dan zou het aantal stuks vee de komende jaren stabiel kunnen blijven. Echter is er nog veel te doen omtrent de klimaatdoelen en de CO₂ uitstoot waardoor alles nog op losse schroeven staat.

1.2.4 Trends & ontwikkelingen

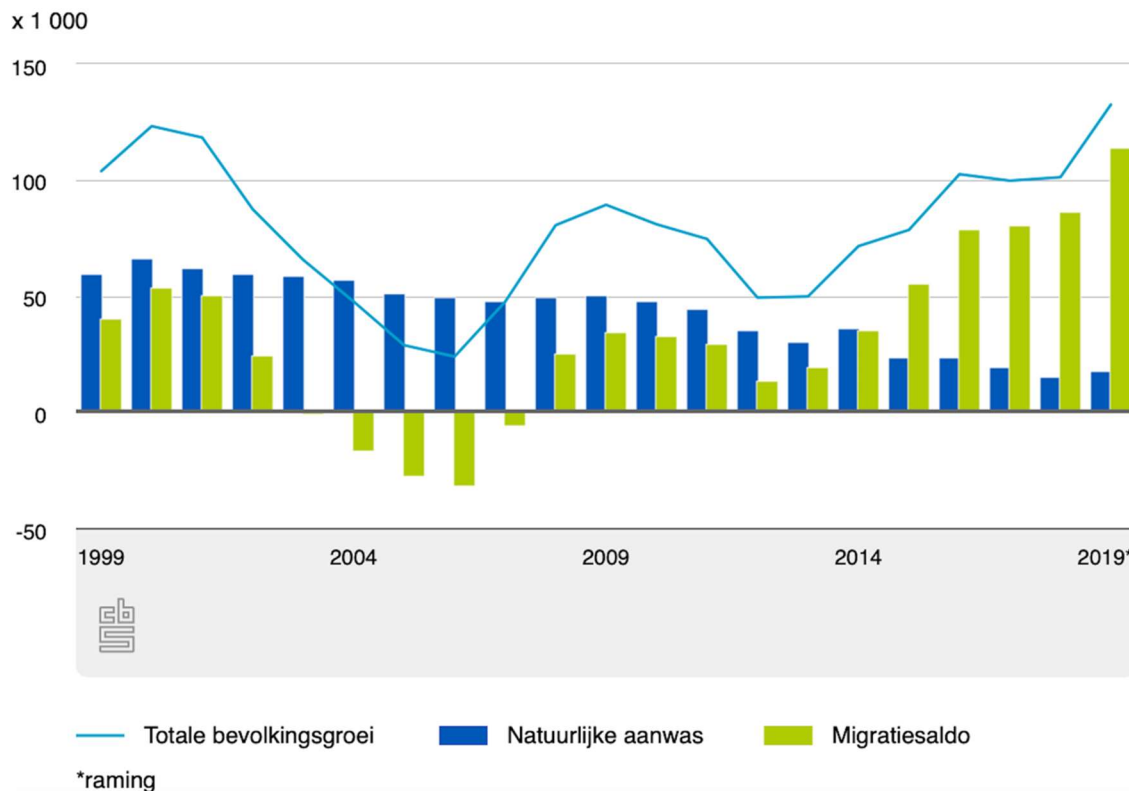
In deze paragraaf worden een aantal trends besproken. Deze trends zijn, volgens de DESTEP-methode onderverdeeld in verschillende categorieën. Per categorie worden kort de belangrijkste trends besproken. Er is gekozen voor de DESTEP-analyse om de kansen en bedreigingen van de externe omgeving waarin de sector opereert in beeld te krijgen. Als er een duidelijk beeld is van de externe omgeving kan er een strategisch beleid worden gemaakt om in de toekomst succesvol actief te zijn in haar omgeving. (Elants, 2019)

1.2.4.1 Demografisch

Uit cijfers van het Centraal bureau van de statistiek (CBS) is te zien dat de vergrijzing toeneemt. (CBS, 2019) Deze vergrijzing vindt voornamelijk plaats op het platteland.

Verder is de bevolkingsgroei in 2019 sterk toegenomen vergeleken met de voorgaande jaren. De Nederlandse bevolking nam in 2019 naar schatting toe met 132 duizend personen dit zijn er 31 duizend meer dan een jaar eerder. Hoewel de cijfers van geboorte, sterfte en emigratie vergelijkbaar zijn, groeide de immigratie wel.

In de figuur afkomstig van het centraal bureau van de statistiek (CBS) is de ontwikkeling van de Nederlandse bevolking te zien. Uit de figuur is op te maken dat de totale bevolking het laatste jaar hard is gegroeid vergeleken met de drie voorgaande jaren. Ook is te zien dat de natuurlijke aanwas de laatste jaren structureel afneemt, in tegenstelling tot het migratiesaldo. (CBS, 2020)



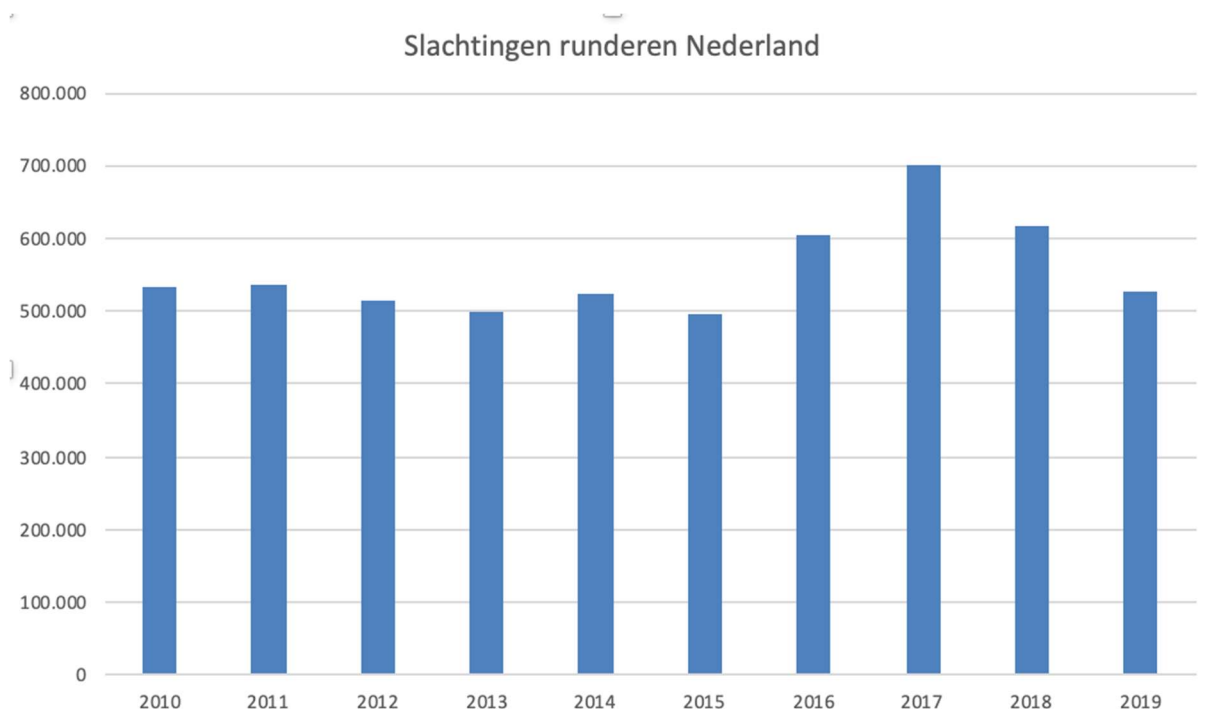
FIGUUR 2 ONTWIKKELING VAN DE NEDERLANDSE BEVOLKING

Doordat de bevolking groeit zal er meer voedsel worden geconsumeerd. Een logisch gevolg is dat het aantal vleesconsumenten ook zal stijgen, echter is niet bekend of de vraag naar importvlees stijgt of het vlees wat geproduceerd in eigen land. Omdat de vleesveesector veelal produceert voor eigen land zijn zij gebaat bij een stijging van vleesconsumptie afkomstig uit eigen land.

1.2.4.2 Economisch

Productie

Uit cijfers afkomstig van de Rijksdienst van Ondernemend Nederland is te zien hoeveel slachtingen van rundvee er hebben plaatsgevonden vanaf 2010. Onder de noemer rundvee worden ook de oude melkkoeien geschaard. Vanaf 2010 tot en met 2015 is er een lichte daling in het aantal slachtingen waarbij in 2015 het aantal slachtingen onder de 500.000 terecht komt. Een verklaring voor deze daling is de onzekerheid die heerste in Nederland over het al dan niet instellen van fosfaatrechten, dierrechten of andere begrenzings van melkproductie en vleesproductie. Zolang die uitkomst onzeker is houden de Nederlandse veehouders hun koeien vast. (Veeteeltvlees, 2015) In 2016 en 2017 steeg het aantal slachtingen met maar liefst 100.000 slachtingen ten opzichte van het voorgaande jaar. De regelgeving rondom het fosfaatreductieplan maakt dat melkveehouders veel koeien naar de slacht brengen. In het eerste kwartaal van 2017 werden er totaal ruim 215.000 koeien geslacht. In 2015 en 2014 waren dat er in dezelfde periode 144.000 en 126.000 koeien (Veeteeltvlees, 2017)



FIGUUR 3 SLACHTINGEN RUNDEREN NEDERLAND (RVO, 2020)

Inkomen

Er kan geconcludeerd worden dat er weinig economische cijfers terug te vinden zijn over de vleesvee sector in Nederland. De enigste bron die een beeld geeft is de KWIN (KWIN, 2020). De KWIN heeft dan ook een saldoberekening gemaakt. In de meest recente versie (2020) van de KWIN is te zien dat er gerekend wordt met een totale opbrengst van 2.502,- euro per dier. Hierbij is er gerekend met een geslacht gewicht van 510 kg en een opbrengstprijz van €4,91 per kg. De totale toegerekende kosten zijn €2.469,- per dier. De grootste kostenposten hierbij zijn de aanschaf van het dier en het krachtvoer wat de het dier nodig heeft om te groeien. De kosten voor de aankoop van het dier zijn € 1.950,- en de krachtvoer kosten zijn € 248,- de kosten samen bedragen al 90% van de totale toegerekende kosten. De overige kosten vloeien voort uit de overige voerkosten zoals gras, mais en stro. Het saldo bedraagt dan ook maar € 33,- per afgeleverde koe exclusief rente.

1.2.4.3 Sociaal

Het totale verbruik van vlees per inwoner van Nederland is opgelopen naar 77 kilogram in 2018. Het verbruik vanaf 2005 tot 2018 is redelijk stabiel met twee keer een uitschieter in de jaren 2009 en 2010 in deze jaren werd er 79 kilogram of meer verbruikt. Sinds 2010 is er elk jaar een kleine daling waar te nemen tot het jaar 2015. Vanaf 2015 tot en met 2017 is het verbruik nagenoeg gelijk en in 2018 is er weer een stijgende lijn naar ruim 77 kilogram. Het kalfsvlees is een van de kleinste in verbruik en is over alle jaren nagenoeg gelijk gebleven. Het rundvlees heeft van 2005 tot en met 2010 een stijgende lijn wat vervolgd wordt met een dalende lijn tot en met 2018. (WUR, 2018)

Verder is in de tabel afkomstig van het centraal bureau van de statistiek (CBS) waar te nemen dat het verbruik van varkensvlees bijna de helft is van het totale verbruik. Gevolgd door pluim- en rundvlees die de andere helft op zich nemen. De aandelen van kalfsvlees, schapen- en geitenvlees en paardenvlees zijn niet noemenswaardig aan de andere vleessoorten.

TABEL 1 VLEESVERBRUIK PER INWONER VAN NEDERLAND (CBS, 2019)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Varkensvlees	37,2	37,4	37,6	37,8	37,7	37,7	37,7	37,3	37,1	36,7	36,6	36,5	36,5	36,6
Pluimveevlees	20,7	20,8	21,5	21,6	22,5	22,5	22,1	22,0	22,3	22,5	22,1	22,2	22,1	22,5
Rundvlees	15,9	16,1	16,1	16,1	16,3	16,2	15,9	15,7	15,6	15,5	15,4	15,4	15,4	15,5
Kalfsvlees	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Schapen- en geitenvlees	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Paardenvlees	0,6	0,5	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Totaal vlees	76,7	77,1	77,8	78,1	79,1	79,0	78,2	77,6	77,5	77,3	76,7	76,6	76,6	77,2

a) Op basis van karkasgewicht (gewicht met been).

Afname vleesconsumptie

Tot in tegenstelling tot de tabel hierboven geeft een op de drie Nederlanders aan minder vlees te gaan consumeren. Hierbij geven ze als reden dat het beter is voor de natuur en economie.

Verder wordt ook het dierenwelzijn genoemd als reden door bijna de helft. (NU.nl, 2019)

Wereldwijd gezien neemt de vleesconsumptie alleen maar toe. De reden hiervan is de bevolkingsgroei die alleen maar toeneemt en de welvaartsgroei. Verwacht wordt dat de vraag naar vlees groeit met 13.5% tot 2026. De consumptiegroei neemt vooral toe in landen zoals het Midden-Oosten, Latijns-Amerika en de Aziatische landen, in West-Europa wordt een daling verwacht. (Huisman, 2019)

1.2.4.4 Technologisch

De populariteit voor vleesvervangers neemt toe en hier spelen groten levensmiddelenbedrijven op in. Doordat het vraag steeds meer toeneemt vindt er steeds meer innovatie plaats op gebied van smaak, structuur en ingrediënten.

De afgelopen vijf jaar groeide de markt voor vleesvervangers jaarlijks met gemiddeld vier procent. De ABN Amro verwacht in de komende jaren nog een grotere groei en verwacht dat de markt met tien procent zal toenemen. (ABN Amro, 2019)

Het vakblad voedingsindustrie situeert in een artikel drie mogelijk scenario's voor mogelijke ontwikkelingen van de Nederlandse markt voor vleesvervangers. In het eerste scenario wordt beschreven dat het marktaandeel voor vleesvervangers flink zal gaan stijgen doordat een grote groep consumenten bewust minder vlees eet om welzijn redenen of om het klimaat. Echter zien na een flinke groei ook een forse daling, doordat vleesvervangers toch niet zo gezond zijn als dat eerder werd gezegd. In dit eerste scenario lukt het de producenten niet om een de consumenten te blijven overtuigen.

In het tweede scenario wordt verwacht dat het marktaandeel voor vleesvervangers door blijft groeien en uiteindelijk groter zal gaan worden dan het vlees. Doordat de grote producenten de markt van de vleesvervangers betreden, komt er meer geld beschikbaar voor marketing en innovatie. Ook blijven ze de producten vernieuwen zodat de kwaliteit van de producten steeds worden verbeterd op smaak, ingrediënten en gezondheid. Er wordt gewerkt aan een uitgebalanceerd product met de noodzakelijke nutriënten. Lukt het de producenten het product lekker en gezond te maken, dan zal de consumenten de vleesvervanger omarmen. De vleesvervanger is op dit moment nog relatief duur maar als de consument de vleesvervangers omarmen zal de afzet stijgen waardoor de prijs gaat dalen en de vleesvervanger betaal zal worden voor iedereen.

In het derde laatste scenario stijgt het marktaandeel van de vleesvervanger maar stabiliseert vervolgens. In dit scenario blijft de schaalvergroting achter waardoor de prijs van een vleesvervanger hoger blijft dan dat van vlees. De vleesvervanger wordt dus niet voor iedereen betaalbaar. De ontwikkeling blijft achter en de verschillen tussen vlees en vleesvervangers blijft groot. Ook zullen de boeren in dit scenario schakelen naar een steeds diervriendelijke en duurzame landbouw. Het klopt dat de prijs dan zal moeten gaan stijgen voor vlees, maar de nieuwe diervriendelijk en duurzame manier van landbouw zal bij een grote groep consumenten de bezwaren wegnemen om geen of minder vlees te eten. (Voedingindustrie , 2020)

1.2.4.5 Ecologisch

Natuurbeheer

Nederland kent vele natuurgebieden. Elk natuurgebied vraagt om onderhoud wat op vele manieren kan worden gedaan. Nederland heeft de grote grazers (paarden & runderen) geïntroduceerd in de natuurgebieden en dit was een groot succes. De ecologische resultaten, de attractiewaarde van de kuddes en de relatief geringe kosten maken begrazing van natuurgebieden zeer aantrekkelijk zowel voor de grote grazers en de natuurgebieden (Herik, 2016). Doordat de runderen gevarieerd kunnen eten en veel kunnen bewegen komt dit ten goede van het vlees van de runderen. Op deze manier geven de natuurgebieden een ecologisch en duurzaam stukje vlees terug aan de consument. De grazende dieren worden door Nederlanders gewaardeerd.

Broeikassengassen en CO₂-footprint

Vleesvee produceert verschillende soorten van broeikasgassen. Het sterkste broeikasgas wat geproduceerd wordt is methaan. Methaan ontstaat als gevolg van pens- en darmfermentatie. De methaanuitstoot versterkt het broeikaseffect wat gevolg heeft voor de temperatuurstijging op de aarde en de verdere ontdooiing van de permafrost. Een ander belangrijk broeikasgas is lachgas, dit ontstaat bij het uitrijden van de mest die is geproduceerd door het vee in de winterperiode bij de zoogkoeien en het jaarrond bij vleeskalveren. Ten slotte het broeikasgas koolstofdioxide. Ook dit broeikaseffect veroorzaakt temperatuurstijging op de aarde. (WUR, 2018) In tabel 3 dat afkomstig is van het Rijksdienst van ondernemend Nederland (RVO) worden de CO₂ footprint per vleessoort weergegeven.

TABEL 2 CO-2 FOOTPRINT (RVO, 2014)

<i>Product</i>	<i>CO2-equivalenten/ kg eetbaar product</i>
<i>Pluimveevlees</i>	3,3
<i>Varkensvlees</i>	5,0
<i>Rundveevlees uit de zuivelketen</i>	1,4
<i>Kalfsvlees</i>	10,8
<i>Rundvlees uit de zoogkoehouderij</i>	30,0

Opvallend is dat rundvlees uit de zoogkoehouderij de grootste footprint heeft van alle vleessoorten die zijn hoofdzakelijk worden geconsumeerd in Nederland. Waarbij juist velen denken dat rundvlees uit de zoogkoehouderij relatief duurzaam geproduceerd vlees is. Ook is er te zien dat er een enorm verschil zit tussen ‘rundvlees uit de zuivelketen’ en ‘rundvlees uit de zoogkoehouderij’, dit verschil is te verklaren. Bij de zuivelketen wordt CO₂-uitstoot genomen over de geproduceerde melk en het vlees bij de slacht, bij de zoogkoehouderij wordt er alleen afgerekend over het vlees.

1.2.4.6 Politiek- Juridisch

Kringlooplandbouw

Het huidige landbouwsysteem in Nederland is gericht op afzonderlijke productieketens zoals de veehouderij en de akkerbouw. Het doel van deze ketens is zo veel mogelijk voedsel produceren tegen een zo laag mogelijke belasting van het milieu. Eerder was dit een systeem wat erg efficiënt was, maar uit nieuwe studies blijkt dat dit systeem niet optimaal benut wordt. In de kringlooplandbouw worden de akkerbouw en de veehouderij met elkaar verbonden. Hierbij worden de reststromen van de ene keten een grondstof voor de andere keten. Op deze manier bestaat er een efficiënte kringloop waarmee een groeiende wereldbevolking kan worden gevoed zonder de aarde uit te putten. (Wageningen university & Research, 2018)

De landbouwvisie van het Ministerie van Landbouw over de kringlooplandbouw werkt in het voordeel van de Nederlandse vleesveehouderij zegt Wouter Hartendorf voorzitter van vakgroep lto in een artikel voor het vakblad veeteeltvlees. Verder zegt Hartendorf dat we met een grote groep zoogkoeienhouders in ons land van nature al voldoen aan de kringlooplandbouw wensen van het Ministerie van Landbouw. Een aantal voorbeelden hiervan zijn dat Nederlandse vleesveehouders rundvlees produceren van hoge kwaliteit, dat doet op gronden waar andere sectoren geen gebruik van maken zoals akkerbouw of de melkveehouderij en hiermee dus het landschap onderhoudt en bijdraagt aan het onderhoud van de natuur en biodiversiteit. (Veeteeltvlees, 2019)

Subsidies

Bij zoogkoeien is geen specifieke subsidie bekend, echter is er op de pagina van Rijksdienst van ondernemend Nederland (RVO) wel een premie te vinden die beschikbaar is voor vee die zorgen voor begrazing van heide, duinen, kwelders en overige landen waar geen subsidie op aangevraagd kan worden. De zogeheten graasdierpremie bedraagt 2,3 miljoen euro. De premie bedraagt 153 euro per rund. (RVO, 2019)

1.3 Knowledge gap

In het theoretische kader is te lezen dat er veel bekend is over de sector zoals het ontstaan van het vleesvee, bepaalde cijfers en trends en ontwikkelingen. Verder is nog onbekend hoe andere schakels zoals de verwerkers en de retailers de toekomst zien van de rundvleessector. Iedereen heeft een bepaalde visie over een onderwerp, aan de hand van die visie kan er een bepaald beeld worden geschetst. Een visie is een kijk of mening van iemand op iets. Dit kan gaan over de visie op het leven, de ethiek of een lange termijn perspectief voor het bedrijfsleven. (Ensie, 2011) Binnen de sector wordt er vaak maar naar een visie gekeken en dat is die van de producent zelf, de visie van andere niveaus binnen de keten zijn vaak nog onbekend maar kunnen ook zeer bepalend zijn voor de toekomst van de sector.

Door goede informatie te verkrijgen bij de producenten, verwerkers en de retailers kan er een bepaald beeld worden geschetst en hierop zouden de producenten kunnen inspelen. Doordat er op drie niveaus binnen de keten informatie wordt gewonnen wordt er verwacht dat er een duidelijk beeld kan worden bepaald en hiermee de producenten kunnen ondersteunen en eventueel uitkomst kunnen bieden in de toekomst door op basis van de resultaten beslissingen te nemen.

1.4 Afbakening

Het doel van het onderzoek is om een beeld te krijgen hoe de producenten, verwerkers en de retailers de toekomst tegemoetzien voor de rundvleessector en hiermee een handvat kunnen bieden voor de producenten binnen de rundvleessector. De toekomst van een rundvleesproducent kan afhangen van vele factoren zoals de prijsevolutie, wet- en regelgeving en invloeden vanuit de maatschappij.

Het onderzoek is daarom afgebakend op 3 thema's:

1. Marktbewegingen: doordat er beperkt informatie te verkrijgen is over de markt van het rundvlees. Vaak wordt het rundvlees samengenomen met kalfsvlees waardoor moeilijk is te achterhalen hoe groot de inbreng is van rundvlees.
2. Prijsevolutie: de prijs wordt niet direct meegenomen in het onderzoek maar kan wel indirect iets toevoegen aan het onderzoek doordat de consumenten prijsgevoelig zijn.
3. Wet- en regelgeving: de laatste jaren is gebleken dat er geen toekomstbeeld te maken is op basis van wet- en regelgeving. Doordat er constant regels en wetten worden aangepast worden deze in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten

1.5 Hoofd- en deelvragen

Hieronder de hoofdvraag van dit onderzoek:

“Wat is het toekomstperspectief voor de komende 10 jaar voor de rundvleessector volgens de producenten, verwerkers en retailers?”

Om antwoord te krijgen op de hoofdvraag zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Wat zijn volgens de rundvleesproducenten de bepalende factoren voor de toekomst van de rundvleessector?
2. Waar moet volgens de verwerkers de focus liggen om in de toekomst nog kwalitatief goed vlees te produceren dat aansluit op de wens van de maatschappij?
3. Hoe groot is de invloed van de consument/maatschappij op de rundvleessector in de ogen van de retailer.

1.6 Doelstelling

Het verkrijgen van inzichten die worden verkregen uit de verschillende interviews uit verschillende niveaus binnen de keten wordt er getracht handvatten te bieden voor de rundvleessector voor een periode van 5 tot 10 jaar.

Het antwoord op de hoofd- en deelvragen zou de sector kunnen helpen om beeld te krijgen hoe de producenten kunnen inspelen op de trends en de ontwikkelingen die momenteel spelen en die zich in de toekomst gaan opdoen. De maatschappij is hierbij waarschijnlijk de grootste speler die invloed heeft op de toekomst van de bedrijven binnen de rundvleessector, de maatschappij heeft overal een mening over die snel en makkelijk verspreid wordt via social media. Tevens kiest de maatschappij ook de politiek, die op hun manier weer een beleid kunnen gaan voeren over de rundvleessector.

Het onderzoek zal duidelijkheid moeten gaan geven hoe de producenten, de verwerkers en de retailers de toekomst van de sector tegemoetzien. Hoe de toekomst van rundvleessector zich zal gaan afspelen is niet te voorspellen. De sector zal door de jaren heen nog genoeg verandering gaan doormaken. Het is daarom ook belangrijk voor de sector om te weten welke trends er momenteel spelen en welke trends er kunnen opdoen, door deze informatie te winnen via de retail kan de sector daar eventueel op inspelen en de bedrijfsstructuur op aanpassen. De deelvragen kunnen beantwoord worden door de interviews die worden afgenomen bij de producenten, verwerkers en de retailers. De uitkomst van de resultaten kan een handvat bieden voor de producenten binnen de sector.

2. Methode

2.1 Onderzoeksdesign

Binnen een onderzoek kunnen er twee methoden worden onderscheiden. Het kwantitatieve onderzoek en het kwalitatieve onderzoek. (Saunders, 2015) Een kwantitatief onderzoek is gebaseerd op hoeveelheden. Je verzamelt op een manier de data en deze resultaten worden uitgedrukt in cijfers. De meest gangbare opvatting van een kwalitatief onderzoek is dat je je open opstelt voor dat je in het onderzoeksveld tegenkomt, er wordt dus geobserveerd en er wordt niet gestructureerd gewerkt. (Baarda, Dit is onderzoek, handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek, 2014) Om de juiste informatie te kunnen verzamelen voor dit onderzoek is er gekozen voor een kwalitatief onderzoek. Een kwalitatief onderzoek draait om een bepaald vraagstuk of onderwerp inzichtelijk te maken. Het gaat hierbij vooral om de achterliggende meningen, motivaties, wensen en behoeften. Dit zal gedaan worden door een aantal interviews af te nemen bij verschillende producenten, verwerkers en de retailers. Doordat er verschillende niveaus binnen de keten zijn mee genomen in het onderzoek worden er meerdere kanten van het vraagstuk belicht. Hier is voor gekozen om een zo goed mogelijk beeld te creëren. Van de interviews die worden afgenomen, worden geluidsopnames en aantekeningen gemaakt. Vervolgens worden van deze gesprekken transcripten gemaakt, dit zijn samenvattingen met de belangrijkste informatie omtrent het vraagstuk. Van elk interview worden de belangrijkste onderwerpen meegenomen en uitgewerkt in de resultaten.

2.2 Kwalitatief onderzoek

Bij een kwalitatief onderzoek wil je erachter komen wat mensen weten, denken, voelen en willen over een betreffend onderwerp. Bij een kwalitatief onderzoek wil je geen standaard ja/nee-antwoorden. Je wilt de mensen vragen stellen waarbij de geïnterviewde getriggerd raakt om zijn ervaringen en meningen te delen. (Baarda, Basisboek Kwalitatief onderzoek, 2018) In eerste instantie is het belangrijk om je onderzoeksdoelen voor ogen te houden. Het onderzoeksdoel in dit onderzoek is om op een goede manier vlees te produceren waarbij sector en de consument elkaar treffen. De voorkennis in het onderwerp is belangrijk voor de structuur van de interviews dus zullen worden afgenomen. Doordat er binnen het onderzoek niet specifiek gezocht wordt naar een bepaald antwoordt maar deze laat afhangen van de resultaten die voortvloeien uit de interviews die worden afgenomen bij de bedrijven zal er gekozen worden voor een ongestructureerd interview, door een ongestructureerd interview te houden worden zij geleid door een aantal onderwerpen waarover vrijgesproken kan worden. Op deze manier kunnen er veel nieuwe inzichten bekend worden die bij een gestructureerd minder of niet aan bod zouden komen. Voor verdere opbouw van de interviews zie bijlage 2.

Alvorens de interviews worden afgenomen bij de hieronder genoemden bedrijven binnen de sectoren wordt er eerst een interview afgenomen bij de COV (de centrale organisatie voor de vleessector) dit wordt gedaan om eerst achtergrondinformatie in te winnen om deze weer als input bij de andere interviews te gebruiken.

De Centrale Organisatie voor de Vleessector (COV) is een slagvaardige organisatie die de collectieve belangen behartigt van werkgevers in de Nederlandse vleessector, zowel nationaal

als internationaal. De leden van de COV zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor circa 90% van de totale Nederlandse omzet van vlees. In waarde uitgedrukt bedraagt deze omzet jaarlijks ruim 8 miljard Euro. (COV, 2020)

2.3 Procedure

Deelvraag 1: Wat zijn volgens de rundvleesproducenten de bepalende factoren voor de toekomst van de rundvleessector?

Om deze vraag te beantwoorden zijn er vier interviews afgenomen onder de producenten. De interviews zijn afgenomen middels een ongestructureerd interview dit houdt in dat het een informeel gesprek is waarbij de hoofdvraag van de het onderzoek centraal staat, maar er zijn wel een aantal onderwerpen die worden gevolgd om de juiste en nuttige informatie te verkrijgen. Een aantal onderwerpen die hieronder vallen zijn achtergrondinformatie over de onderneming, duurzaamheid van de vleesveehouderij en de noodzakelijke veranderingen die doorgevoerd zouden moeten worden. De interviews zijn afgenomen bij vier producenten verdeeld over het land, Hiervoor is gekozen om een goed objectief beeld te krijgen. De vier producenten zijn allen afkomstig uit de vijf meest voorkomende productieketens van vleesvee. De bedrijven die zijn gekozen voor de interviews zijn allen afkomstig uit de lijst met de meest voorkomende productiesystemen. Er is geprobeerd om uit verschillende productiesystemen een bedrijf te vinden waarbij er ook rekening mee gehouden is om niet alle bedrijven uit dezelfde regio te nemen.

Koops Vleesvee; is een bedrijf met een vleesvee gevestigd in Eexterveen. Het bedrijf verkoopt vlees van eigen gefokte koeien, die Piemontees. De koeien lopen van voorjaar tot najaar in het natuurgebied Hunzedal. Het vleesras onderscheidt zich door het lage cholesterolgehalte en superieure vleeskwaliteit.

Heijdra Vleesvee; is een veelzijdig bedrijf met als thuisbasis een duurzame rundveehouderij in IJsselstein. Het bedrijf koopt volwassen runderen op bij veehouders in Nederland en de buurlanden. Hier verblijven de dieren een aantal maanden voordat ze naar de slager gaan. De dieren worden gehouden in een comfortabele ruime hellingstal op stro.

Vit's Vleesveehouder; is een bedrijf uit Oldenzaal in Twente. Het is een bedrijf waarbij de koeien worden gemest in ruime diervriendelijke stallen. De runderen liggen hierbij op een dikke laag stro. Het bedrijf beschikt tevens zelf over de slachterij waarbij ook vee wordt geslacht van andere veehouders.

Harry's Farm; is een bedrijf uit Enter in Twente. Het is een bedrijf waarbij de koeien worden gehouden in een natuurgebied rondom Enter (Enters Reggedal) de koeien groeien hebben hier ruimte en groeien op via de natuurlijke manier. In de wintermaanden worden die op stal gehouden.

Deelvraag 2: Waar moet volgens de verwerkers de focus liggen om in de toekomst nog kwalitatief goed vlees te produceren dat aansluit op de wens van de maatschappij?

Om deze vraag te beantwoorden zijn er interviews afgenomen bij de verwerkers. Ook dit is gedaan middels een ongestructureerd interview, ook hier stond de hoofdvraag weer centraal, maar ook weer met dezelfde onderwerpen als bij de producenten. De verwerkers die geïnterviewd zijn opereren door het hele land en zijn ook afkomstig uit verschillende delen van het land. Hiervoor is gekozen om een goed objectief beeld te krijgen. Hieronder de lijst met bedrijven die geïnterviewd zijn.

Vit's Rundvlees Twente; is een bedrijf uit Oldenzaal in Twente. Het verzorgt de slacht voor zowel eigen kudde als voor andere vleesveehouders. Kwaliteit staat hierbij hoog in het vaandel. Het bedrijf vindt belangrijk waar het vlees vandaan komt en waarbij een korte transparante keten, waarin dierenwelzijn gegarandeerd is.

Bolscher, meer dan vlees; is een bedrijf uit Enschede in Twente. Het is een bedrijf met 80 werknemers die maar een doel voor ogen hebben, het leveren van de mooiste producten. Het bedrijf verwerkt vlees uit de hele wereld waarbij het gespecialiseerd is in het roodvlees. Het bedrijf levert door het hele land aan vele horeca 's

Van der Holst; is een bedrijf uit de Sassenheim gelegen in de bollenstreek. De bollenstreek is tevens ook het afzetgebied van van der Holst. Het bedrijf is opgericht in 2000 waar zij met een paar man personeel een eigen uitbeenderij zijn begonnen. In een korte tijd is het bedrijf uitgegroeid tot 40 medewerkers. Van der Holst levert hoofdzakelijk aan de Horeca.

Jan Zandbergen; is een bedrijf uit Veenendaal. Het bedrijf houdt zich hoofdzakelijk bezig met verwerken van vlees uit Australië, USA en Zuid-Amerika. Verder beschikken ze over een eigen productieomgeving en hebben ze eigen merken. Het bedrijf telt 270 medewerkers.

Deelvraag 3: Hoe groot is de invloed van de consument/maatschappij op de rundvleessector in de ogen van de retailer.

Om antwoord te krijgen op deze vraag zijn er wederom interviews gehouden voor deze vraag zijn er Retail bedrijven geïnterviewd. Binnen de retail zijn er verschillende niveaus te onderscheiden denk aan een supermarkt, slagerij en de horeca. Er zijn interviews afgenomen op elk niveau binnen de Retail. Er is gekozen voor een ongestructureerd interview. Hieronder de lijst met bedrijven die geïnterviewd zijn.

Niek van de Vlis; is een slagerij en cateringspecialist waarbij kwaliteit, vakkennis en herkomst een belangrijke rol spelen. Het bedrijf is gevestigd in Dronten. Verder verwerkt het bedrijf vlees voor direct verkoop aan consumenten maar ook voor bedrijven zoals de horeca.

Ribhouse Texas Epe; is een van de zes restaurant wat het concept Ribhouse Texas kent. Het eerste restaurant werd in 1990 geopend in Geesteren (Overijssel). Alle restaurant zijn ingericht met originele verzamelingen op het gebied van rodeo, country en western.

Jumbo; is een van de grootste supermarktketens met filialen door het hele land. Het is gekenmerkt aan de felgele kleuren en de slogan 'Hallo Jumbo'. De supermarktketen heeft 80.000 medewerkers verdeeld over 650 winkels. Verder heeft Jumbo een jaaromzet van 7,817 miljoen euro en een marktaandeel van meer dan 20 procent.

2.4 Eindproduct

Om een duidelijk beeld te krijgen over de toekomst van de rundvleesproducenten is het belangrijk dat er bij de interviews de juiste vragen worden gesteld en de juiste informatie wordt verkregen bij de geïnterviewde. In dit eindverslag zullen de gevonden resultaten beschreven worden en uitgesplitst worden per deelvraag. Uiteindelijk wordt er een conclusie getrokken over het vraagstuk door aan te geven welke trends en ontwikkelingen er momenteel spelen en zich opdoen

3. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de interviews weergegeven. De resultaten worden per deelvraag weergegeven. De resultaten zijn tot stand gekomen door interviews af te nemen bij verschillende schakels uit de keten.

3.1 Resultaten deelvraag 1:

In de interviews is veel informatie verkregen. Wat duidelijk werd dat ieder bedrijf zijn eigen visie heeft en ieder bedrijf heeft zijn eigen ideeën heeft over hoe we het beste vlees kunnen produceren. In het interview was ook de vraag opgenomen over de bepalende factoren voor de toekomst voor de rundvleessector volgens de rundvleesproducenten. Hieruit kwamen de volgende antwoorden naar voren.

Constante kwaliteit

Continuïteit is voor elk bedrijf belangrijk zowel in de bedrijfsvoering als de kwaliteit van het vlees. Dat het vlees altijd van goede kwaliteit moet zijn is vanzelfsprekend. Echter heeft elk bedrijf een andere opvatting van kwaliteit, bijvoorbeeld kiest de ene producent voor een hoger vetpercentage dan een andere in het vlees. Dit is een keuze maar beide producten kunnen hierdoor nog wel van goede kwaliteit zijn.

Belangrijk is dat de producent constant is in zijn kwaliteit vlees. Elke levering moet de kwaliteit hebben die verwacht wordt.

Een slager, groothandel of verwerker is gebaat bij een constante kwaliteit van de geleverde producten omdat dit ook verwacht wordt van diezelfde slager, groothandel of verwerker door de consument.

Een consument koopt een product met een bepaalde verwachting als het product te vaak varieert is de kans aanwezig dat zijn gaan switchen van slager, groothandel of verwerker.

Transparant:

Het verhaal achter het produceren van vlees wordt steeds belangrijker. Consumenten willen de herkomst van het vlees weten en hoe de dieren zijn gehouden voordat zij als vlees terecht komen op het bord van de consument. Hierdoor wordt het voor de producenten belangrijk dat zij zich open gaan opstellen richting burger en consument.

Daarbij is elke producent overtuigd dat zij duurzaam produceren waardoor het nog belangrijker is om dit verhaal bekend te maken bij de consumenten en op deze manier een concurrentie aan te gaan met importvlees.

Echter zijn de meeste consumenten nog nooit op een boerderij geweest waar de dieren worden gehouden, doordat de producent zijn dieren verkoopt aan een slager of verwerker heeft de producent vaak geen tot weinig contact met de consumenten. Het daarom is moeilijk voor de producent om het verhaal over te brengen richting de consument en burger.

Een belangrijk punt is hierbij dat alle schakels in de keten van producent tot horeca het verhaal kennen van de productie van vlees en het verhaal kunnen overbrengen richting de consument.

De ervaring van de producenten is nu nog vaak dat de Retail niet de kennis heeft over het proces van geboorte tot aan de slacht van het dier en daardoor het verhaal bij het serveren van het stukje vlees niet kan overbrengen

Import:

Jaarlijks wordt er voor 40 procent aan vlees geïmporteerd. De landen waaruit geïmporteerd kennen ze niet de strenge wet- en regelgeving die Nederland hanteert waardoor concurreren bijna onmogelijk is

Samenwerking:

Dit is een verlengstuk van de import en de constante kwaliteit. Als de producenten van Nederland in de toekomst de import willen gaan vervangen door eigen productie wordt samenwerken onvermijdelijk. Producenten zullen moeten gaan samenwerken met mesters. Hierbij zullen producenten de koeien opfokken voor de mesters en kan de mester zijn focus houden op het afmesten waardoor er constante kwaliteit kan ontstaan. De Vit is al een samenwerking aangegaan. Zelf houden zij dieren en mesten deze af. Verder zijn er meerdere producenten aangesloten bij dit concept en verkopen samen onder de naam Vit hun vlees aan de Horeca en kwaliteitslagers.

Bereiken supermarkten:

Het meeste vlees wordt verkocht via supermarkten. Ook worden hier de delen van de koe verkocht die niet in een restaurant worden verkocht. Een supermarkt wilt net als de horeca en slagers een constante kwaliteit. Doordat de supermarkt in grote aantallen werkt is het voor de Nederlandse producenten op te voldoen aan de grote vraag waarbij de kwaliteit altijd constant is. Om in de toekomst de supermarkten te kunnen bereiken zal samenwerken belangrijk worden. De samenwerking is belangrijk voor de constante kwaliteit en het voldoen aan de vraag van de supermarkten.

3.2 Resultaten deelvraag 2:

Voor deelvraag twee zijn er verschillende verwerkers geïnterviewd. Ieder bedrijf heeft zijn eigen verhaal en visie over de toekomst van vleesverwerkingen en de al gehele rundvleessector. In het interview was ook de vraag opgenomen waar de focus moet liggen om in de toekomst nog kwalitatief goed vlees te produceren dat aansluit op de wens van de maatschappij. Uit deze vraag kwamen de verschillende antwoorden. Hieronder zijn de resultaten weergegeven.

Specialiseren

Een producent moet voor zichzelf een productiedoel stellen. Voor welke branche wil de producent gaan produceren. Is dit voor een slagers, restaurants of een groothandel? Iedere branche heeft namelijk zijn eigen wensen voor een stukje vlees. Ook moet zij zich gaan specialiseren op een bepaald ras. Iedere ras is anders, de verwerkers krijgen te maken met maken met elk ras van Belgisch witblauw tot black Angus. Ieder ras vraagt een andere manier van opfokken en afmesten en dat zie je terug in het vlees. Als een producent zich richt op een ras dan kan hij zich daarop focussen en dus ook bijvoorbeeld 10 black Angus koeien afleveren i.p.v. 10 koeien van meerdere rassen. Op deze manier kan een uniforme kwaliteit worden gerealiseerd en dit is wat verwerkers graag willen.

Afzetmarkt

Voor de producent wordt het in de toekomst belangrijk om te weten voor welk segment zij het vlees willen produceren. Hierboven werd al genoemd dat specialiseren in een bepaald ras belangrijk wordt voor een constante kwaliteit daarnaast komt er ook bij dat het belangrijk wordt om te weten waar een producent zijn vlees wil gaan afzetten. Van der Holst een vleesverwerker in de bollenstreek ziet steeds meer nieuwe ontwikkelingen. Er ontstaat een complete markt voor vlees met een verhaal, hierbij kan en wordt er ook meer betaald voor dit soort vlees. Het wordt belangrijk voor een producent dat zij weten waar zij hun vlees willen gaan afzetten en hierop kunnen gaan inspelen. Als een producent weet waar zij het vlees wil gaan afzetten dan kan er rekening worden gehouden met het maken van bepaalde kosten.

3.3 Resultaten deelvraag 3:

Voor deze deelvraag zijn de Retail bedrijven geïnterviewd. De vraag die centraal stond voor de bedrijven luidt als volgt: Hoe groot is de invloed van de consument/maatschappij op de rundvleessector in de ogen van de retailer. Na aanleiding van deze interviews zijn er weer een aantal uitkomsten verkregen die hieronder zijn weergegeven.

Prijs/Kwaliteit:

De prijs en kwaliteit moeten gepaard gaan met elkaar. Je ziet dat klanten van de horeca en de slagers vaak bereid zijn extra te betalen voor een stukje vlees. De reden hiervan is dat het vaak geen alledaagse consumptie is. In de horeca worden veelal de luxere delen van de koe geserveerd en geconsumeerd. Hierbij wordt ook een hogere kwaliteit verwacht dat op zijn beurt ook meer mag kosten. Ook de vraag naar herkomst en het verhaal achter het vlees worden steeds belangrijker binnen de horeca. Het meeste vlees wordt nog steeds verkocht in de supermarkt waarbij de prijs boven de kwaliteit wordt gesteld. Daarom is het ook moeilijk om een rendement te halen uit houden van luxere vleesrassen uit een natuurgebied of met bijvoorbeeld een beter leven keurmerk. De extra kosten die worden gemaakt voor duurzaamheidsmaatregelen gaan vaak niet gepaard met de extra opbrengsten. Voor de luxere onderdelen van deze koeien wordt wel een meerprijs betaald alleen wordt deze meerprijs niet betaald voor de standaard onderdelen zoals de worst en het gehakt. Voor deze onderdelen is de consument niet bereid meer te betalen dan voor de normale worst waar niet het predicaat beter leven op zit of waarbij de koeien in een natuurgebied hebben gelopen. Vaak heeft op deze onderdelen de prijs voorrang ten opzichte van kwaliteit

Duurzaamheid/milieu

De druk van de maatschappij wordt ook steeds groter. De maatschappij verlangt ook van de vleesveesector dat zij duurzamer gaan produceren en milieubewuster omgaan met de natuur. Elke aanpassing of extra maatregel hiervoor gaan gemoeid met extra kosten die vaak niet terug te vinden zijn in een extra opbrengstprijs. De maatschappij is in veel gevallen dan ook niet bereid om extra te betalen voor het vlees wat duurzaam of milieubewust is geproduceerd.

Dierenwelzijn

Hetzelfde geldt voor het dierenwelzijn. De maatschappij dringt ook steeds meer aan op een beter dierenwelzijn voor de dieren in Nederland. De dierenbescherming streeft met het beter leven keurmerk naar een beter dierenwelzijn. Het keurmerk beschikt over drie sterren. Bij elke ster zijn er extra maatregelen genomen voor een beter dierenwelzijn. Producenten sluiten zich aan bij het keurmerk en voeren deze maatregelen door. In supermarkten kan er gekozen worden tussen deze soorten vlees. Alleen wordt er nog steeds het meeste traditionele vlees. Voor de consument heeft de prijs voorrang op het de kwaliteit.

Rendement

Uiteindelijk draait het om rendement, het vlees moet kunnen worden afgezet en het moet voldoen aan de prijs/kwaliteit van de consument. De consument moet de beleving hebben dat die meer over heeft voor een stukje vlees waar een verhaal achter zit. Tegenwoordig is de keus zo groot in vlees waarbij de dieren op een duurzame manier zijn gehouden en een goed leven hebben gehad dat het steeds moeilijker wordt om je hierin nogmaals te onderscheiden. Het verhaal moet dus kloppen op gebied van duurzaamheid maar de afzet moet ook worden gehaald. Als het verhaal klopt maar de afzet is er niet dan wordt het moeilijk om je bedrijf nog rendabel te maken.

4. Discussie

In dit hoofdstuk worden per deelvraag de belangrijkste resultaten besproken. Verder volgt een reflectie op het uitgevoerde onderzoek.

Het doel van het onderzoek is de rundvleesproducenten nieuwe inzichten te bieden gericht op het maatschappelijk vlak die steun kunnen bieden bij bepaalde keuzes voor de toekomst. Met behulp van de deelvragen wordt er gezocht naar het toekomstperspectief voor de rundvleesproducenten voor de komende 10 jaar.

Wat zijn volgens de rundvleesproducenten de bepalende factoren voor de toekomst van de rundvleessector?

Uit het onderzoek komen drie belangrijke factoren naar voren die in de toekomst een grote rol kunnen gaan spelen. Samenwerken, transparantie en een constante kwaliteit worden genoemd als de belangrijkste factoren. Door samen te werken binnen de sector en keten kan er meer bereikt worden en kan de constante kwaliteit beter worden gewaarborgd. Transparantie is belangrijk doordat de vraag van de maatschappij en de consument naar de herkomst van het vlees groter wordt.

Waar moet volgens de verwerkers de focus liggen om in de toekomst nog kwalitatief goed vlees te produceren dat aansluit op de wens van de maatschappij?

Bij deze vraag worden ook twee belangrijke aspecten genoemd die belangrijk worden voor in de toekomst. Specialiseren en het kiezen van een afzetmarkt worden hier genoemd. Specialiseren wordt belangrijk om in de toekomst steeds een constante kwaliteit te behalen. Door je te specialiseren op een bepaald ras kan een constante kwaliteit worden behaald. Verder is het kiezen van een afzetmarkt ook belangrijk met het oog op het maken van bepaalde kosten.

Hoe groot is de invloed van de consument/maatschappij op de rundvleessector in de ogen van de retailer.

Hierbij was de vraag niet of de invloed groot was maar waarop de invloed groot was. De prijs/kwaliteit, duurzaamheid/milieu en het dierenwelzijn zijn de belangrijkste punten waarop de maatschappij en de consument invloed heeft. Doordat de vraag groter wordt naar het verhaal en de herkomst van het vlees is de kwaliteit van het vlees niet alleen belangrijk. De kwaliteit van het leven wordt ook steeds belangrijker, daarbij wordt binnen de horeca ook een meerprijs betaald voor dit soort vlees alleen blijven minder geserveerde onderdelen achter en hierbij wordt geen meerprijs betaald. Verder wordt moet er steeds meer worden gedaan aan duurzaamheid/milieu en dierenwelzijn waarbij extra kosten worden gemaakt die vaak niet terug te vinden is in een hogere opbrengstprijs.

Resultaten ten opzicht van de literatuur.

Als de resultaten worden vergeleken met de literatuur dan kan er geconcludeerd worden dat dit nogal uiteenloopt. Veel aspecten die zijn aangesneden in de literatuur worden niet benoemd door de geïnterviewde en vinden we niet terug in de resultaten. De literatuur laat wel zien dat het Nederlandse volk het waardeert als zij vee zien lopen in natuurgebieden. Verder vinden we ook terug dat overheid stuurt op kringlooplandbouw en hierbij ook samenwerkingen benoemd om de kringloop rond te maken, echter hebben deze samenwerkingen niet direct invloed op de constante kwaliteit van het vlees wat genoemd wordt in de resultaten

Reflectie

Het onderzoek is uitgevoerd aan de hand van verschillende interviews die zijn afgenomen bij verschillende schakels in de sector. Het onderzoek is redelijk tot goed verlopen. Niet alle bedrijven die op voorhand waren genoemd konden worden geïnterviewd door uiteenlopende redenen. Er is vervolgens gezocht naar plaatsvervangende bedrijven om het onderzoek te voorzien van genoeg informatie. Er is gekozen voor interviews waarbij een aantal onderwerpen centraal stonden, er waren geen specifieke vragen zoals in een enquête. Achteraf gezien is dit een goede stap geweest doordat er op deze manier niet gezocht werd naar een bepaald onderwerp maar alle geïnterviewde vrij liet. Alle geïnterviewde kwamen vaak tot dezelfde resultaten zonder dat er gestuurd werd richting een antwoord. Een punt van aandacht in het onderzoek was deelvraag drie, deze deelvraag was een vraag die makkelijk met ja of nee kon worden beantwoord. Echter heeft deze vraag het onderzoek niet belemmerd doordat er door de geïnterviewde werd benoemd op welke wijze deze invloed wel of niet groot was. Verder was het idee om de interviews fysiek af te nemen, dit is echter niet gelukt door de regels die gelden met betrekking tot het corona virus. Er is daarom gekozen om de interviews telefonisch af te nemen. Het voordeel van een telefonisch interview is dat het gesprek meer 'to the point' is, maar bij een fysiek interview heb je een beter beeld bij persoon en zou er eventueel nog meer uit te halen zijn. Tot slot kan er gekeken worden naar een goed onderzoek waarbij alle schakels in de keten aan het woord zijn gekomen en allemaal een bijdrage hebben kunnen leveren voor een hoopvolle toekomst voor de rundvleessector

5. Conclusie en aanbevelingen

5.1 Conclusie

Het doel van het onderzoek is de rundvleesproducenten nieuwe inzichten bieden gericht op het maatschappelijk vlak die steun kunnen bieden bij bepaalde keuzes voor de toekomst. Middels de achtergrondinformatie, de resultaten en de discussie kunnen de deelvragen en de daar bijhorende hoofdvraag worden beantwoord.

Wat zijn volgens de rundvleesproducenten de bepalende factoren voor de toekomst van de rundvleessector?

Uit het onderzoek komen op deze deelvraag drie duidelijke aspecten naar voren

- Constante kwaliteit
- Samenwerken
- Transparant

Uit het onderzoek wordt duidelijk dat een behalen van een constante kwaliteit erg belangrijk is voor de hele keten. Een constante kwaliteit wordt verwacht van producent door de verwerker en van wordt tevens verwacht van de horeca en slager door de consument. Deze constante kwaliteit kan worden gehaald wordt door samenwerken binnen de keten. Zo zijn er al aantal van deze samenwerkingen bekend zoals Vit. Door een samenwerking kan de constante kwaliteit worden gewaarborgd maar kan ook op een grotere schaal worden geleverd waardoor er grotere en meerdere bedrijven kunnen worden bereikt. Verder kan geconcludeerd worden dat transparantie zeer belangrijk is. Producenten zijn overtuigd van hun duurzame produceren maar brengen deze boodschap vrijwel niet over richting de consument. Door transparant te zijn en samen met de keten het verhaal achter het vlees over te brengen richting de consument en burger kan er meer respect richting de keten ontstaan waardoor dit de aankoop van Nederlandse geproduceerd vlees kan bevorderen.

Waar moet volgens de verwerkers de focus liggen om in de toekomst nog kwalitatief goed vlees te produceren dat aansluit op de wens van de maatschappij?

Uit het onderzoek komen op deze deelvraag twee duidelijke aspecten naar voren.

- Specialiseren
- Afzetmarkt

Uit het onderzoek worden bovenstaande punten genoemd als aspecten die belangrijk zijn om in de toekomst nog kwalitatief goed vlees te produceren die aansluit op de wensen van de maatschappij. Ten eerste wordt specialiseren een belangrijk punt. Doordat elk ras zich anders ontwikkeld bij een bepaald soort voeding is het moeilijk om een constante kwaliteit te creëren als elk ras zich anders ontwikkeld. Om de kwaliteit hoog en constant te houden wordt er gezegd dat het belangrijk is voor de producent om zich te focussen op een soort ras dat het beste in het beeld van de producent pas of waar de vraag van de verwerkers het grootste naar is. Verder werd duidelijk dat er in het westen van het land steeds meer nieuwe markten ontstaan. Waar vlees met een verhaal in het oosten en noorden een leuke toevoeging is op de huidige menukaart, ontstaan er in het westen ware markten met grote vraag naar vlees met een verhaal. Het wordt voor een producent dus belangrijk om naast de keuze voor een specialisatie ook een keuze te maken voor welke markt de producent wil gaan produceren. Door te kiezen voor een bepaalde markt kan rekening worden gehouden met maken van bepaalde kosten.

Hoe groot is de invloed van de consument/maatschappij op de rundvleessector in de ogen van de retailer.

Uit het onderzoek naar deze deelvraag komen 3 aspecten naar voren

- Duurzaamheid/milieu
- Dierenwelzijn
- Prijs/kwaliteit

Een snelle conclusie is dat de invloed van de consument en de maatschappij groot is op de rundvleessector en de algemene vleesveesector. Hierboven zijn een aantal aspecten weergegeven die deze invloed wordt vertaald richting de sector. Ten eerste is de hele maatschappij geen consument, maar een groot deel van de maatschappij heeft wel een mening over de rundvleessector en de hele agrarische sector in zijn algemeen. De maatschappij hecht steeds meer waarde aan het milieu, duurzaamheid en dierenwelzijn. Deze gevolgen zie je terug in de vleesveesector en de rundvleessector. Er wordt steeds meer verlangen van de producent op gebied van milieu, duurzaamheid en dierenwelzijn. Producenten moeten steeds meer maatregelen nemen om nog te voldoen aan nieuwe wetten en eisen, al deze eisen brengen ook extra kosten. Echter wegen de kosten vaak niet af tegen de extra opbrengsten. Ofwel de kostprijs stijgt en de opbrengstprijs blijft gelijk of stijgt niet in verhouding met de kostprijs. Ook consument verlangen steeds meer. Klanten die hun vlees consumeren bij de horeca verlangen alleen nog de beste kwaliteit zowel kwaliteit van het vlees als de kwaliteit van het leven van het dier voor deze terecht kwam op het bord van de consument. Voor deze kwaliteit is een klant bereid meer te betalen, echter blijft een verwerker vaak zitten met de onderdelen die vrijwel niet worden verkocht in de horeca zoals de worst. Voor deze onderdelen geldt vaak dat deze voor een gelijke prijs worden verkocht vergeleken met een worst waarbij de kwaliteit van leven niet direct bekend is. Door de invloeden van de consument en de maatschappij worden producenten verplicht aan nieuwe milieu, duurzaamheid en dierenwelzijn eisen te houden die vaak meer kosten dan opbrengsten met zich mee brengen

Wat zijn de toekomstverwachtingen voor de komende 10 jaar voor de rundvleessector volgens de producenten, verwerkers en retailers?

De belangrijkste resultaten zijn behandeld en hierop zijn een aantal conclusies getrokken. Als er terug wordt gekeken naar de hoofdvraag van het onderzoek kan er een antwoord worden geformuleerd aan de hand van de bijbehorende deelvragen.

Het belangrijkste punt wat wordt genoemd is de constante kwaliteit waarborgen. Doordat elke schakel van producent tot en met consument een bepaalde kwaliteit wordt verwacht wordt dit een van de belangrijkste punten voor in de toekomst. Door je als producent te specialiseren in een bepaald ras kan deze constante kwaliteit eerder en makkelijker worden behaald.

Verder worden samenwerkingen ook als een belangrijk punt genoemd om de kwaliteit te halen die wordt verlangd maar ook om efficiënter te produceren waarbij de kostprijs ook kan worden gedrukt.

Transparantie wordt ook belangrijk. Het verhaal achter het vlees wordt steeds belangrijker en binnen de horeca willen de consumenten vaak de herkomst van hun vlees weten. Door transparant te zijn richting de consument kan er meer respect ontstaan voor de sector en dit kan de consumptie van Nederlands geproduceerd vlees bevorderen.

Overige punten zijn de invloed van de consument en de maatschappij. De invloed hiervan is groot en er wordt steeds meer verlangen van hen. Voor de producent heeft dit invloed op milieu, duurzaamheid en dierenwelzijn. Regels worden aangescherpt wat vaak meer kosten dan opbrengsten met zich mee brengt.

5.2 Aanbevelingen

Aan de hand van bovenstaande conclusies kunnen er een aantal aanbevelingen worden gedaan richting de producent binnen de rundvleessector.

Samenwerken

Dit is het voornaamste punt die een positief effect kan hebben op de toekomst van de rundvleessector. Door samenwerkingen aan te gaan kunnen er grotere partijen worden bereikt. Door samen te werken kunnen er nieuwe schakels ontstaan in de keten maar kan er ook worden gespecialiseerd door de producenten en verwerkers. Waarbij er nu nog producenten zijn die opfok, afmesten en de verwerking nog voor eigen rekening nemen. Door samenwerkingen in de toekomst kunnen deze schakels worden opgeknipt tot 3 gespecialiseerde schakels waarbij er vervolgens een constante kwaliteit in elke schakel kan worden behaald.

Transparant

De vraag naar een verhaal en de herkomst van het vlees wordt steeds groter, door transparant te zijn hierover kan er een bepaalde relatie ontstaan tussen de sector en de maatschappij, wat vervolgens de consumptie van het Nederlandse vlees kan bevorderen. Het is daaro belangrijk om samen met de gehele sector in gesprek te gaan en te kijken hoe de Nederlandse rundvleessector goed op de kaart te zetten. Het is hierbij belangrijk dat alles schakels meewerken in dit proces en dat de krachten worden gebundeld.

Bibliografie

- ABN Amro. (2019, April 11). *Meer innovatie zorgt voor groei van vleesvervangers*. Opgehaald van ABN Amro: <https://insights.abnamro.nl/2019/05/meer-innovatie-zorgt-voor-groei-van-vleesvervangers/>
- Baarda, B. (2014). *Dit is onderzoek, handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Baarda, B. (2018). *Basisboek Kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Boerderij. (2018, Juni 18). *meerprijs beter leven-vlees te laag*. Opgehaald van Boerderij: <https://www.boerderij.nl/Home/Blogs/2018/6/Meerprijs-Beter-Leven-vlees-te-laag-297498E/>
- Bos, B. (2015). *De relatieve duurzaamheid van de Nederlandse*. Wageningen : Wageningen UR Livestock Research.
- CBS. (2019, 12 16). *De bevolkingspiramide laat de bevolkingsopbouw van Nederland op 1 januari zien voor de periode 1950-2060*. Opgehaald van cbs: <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/bevolkingspiramide>
- CBS. (2019, November 19). *Landbouw; vanaf 1851*. Opgehaald van CBS: <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/71904ned/table?ts=1580307178320>
- CBS. (2020, Januari 3). *Bevolking groeit naar ruim 17,4 miljoen inwoners*. Opgehaald van CBS : <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/01/bevolking-groeit-naar-ruim-17-4-miljoen-inwoners>
- CBS. (2020, 07 07). *Vleesproductie; aantal slachtingen en geslacht gewicht per diersoort*. Opgehaald van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/7123slac/table?fromstatweb>
- COV. (2020). Opgehaald van De Centrale Organisatie voor de Vleessector (COV) is een slagvaardige organisatie die de collectieve belangen behartigt van werkgevers in de Nederlandse vleessector, zowel nationaal als internationaal. De leden van de COV zijn gezamenlijk verantwoordelijk
- Dirk. (2019). *Wat is een dubbeldoel koe?* Opgehaald van dubbeldoelvlees: <https://dubbeldoelvlees.nl/over-dubbeldoel/>
- Elants, M. (2019). *Destep analyse*. Opgehaald van <https://www.marketingmodellen.com/destep-analyse/>
- Ensie. (2011, November 3). *Visie*. Opgehaald van ensie: <https://www.ensie.nl/redactie-ensie/visie>
- Herik, V. d. (2016). Opgehaald van <https://www.ark.eu/sites/default/files/media/Begrazing/Grote%20grazers%20aanvaardbare%20risicos.pdf>
- Huisman, E. (2019). *de veeteelt op de schop*. Vlissingen: HZ academie.
- Kaldenburg. (2020). *natuurvlees Nederland*. Opgehaald van natuurvlees Nederland: <https://www.natuurvlees-nederland.nl/over-natuurvlees/>
- KWIN. (2020). *kwin 2020-2021 kwantitatieve informatie veehouderij*. wageningen: wageningen livestock research.
- Lenstra, H. (2012). *DNA-onderzoek vertelt ons de geschiedenis van het rund*. Opgehaald van <https://edepot.wur.nl/7378>
- NU.nl. (2019, februari 14). *Een op de drie Nederlanders is in 2018 minder vlees gaan eten*. Opgehaald van nu.nl: <https://www.nu.nl/klimaat/5687753/een-op-de-drie-nederlanders-is-in-2018-minder-vlees-gaan-eten.html>
- Os, J. v. (2017, mei). *Rekenregels rundvee voor de*. Opgehaald van <https://library.wur.nl/WebQuery/wurpubs/fulltext/413579>

- Peet, G. v. (2018). *Feiten en cijfers over de Nederlandse veehouderijsectoren 2018*. Wageningen university & research.
- RIVM. (2016). *Veehouderij en gezondheid omwonenden*. Opgehaald van RIVM: https://www.rivm.nl/publicaties/veehouderij-en-gezondheid-omwonenden#abstract_en
- RVO. (2014, Maart). *Energie en klimaat in de Agrosectoren*. Opgehaald van RVO: <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2014/05/energie-en-klimaat-in-de-agrosectoren.pdf>
- RVO. (2019). *Graasdierpremie*. Opgehaald van RVO: <https://www.rvo.nl/onderwerpen/agrarisch-ondernemen/gemeenschappelijk-landbouwbeleid/graasdierpremie-2019>
- RVO. (2020). *Regels voor huisvesting en verzorging van dieren*. Opgehaald van RVO: <https://www.rvo.nl/onderwerpen/agrarisch-ondernemen/dieren-houden/dierenwelzijn/regels-voor-huisvesting-en-verzorging>
- RVO. (2020). *Runderslachtingen*. RVO.
- Saunders, M. N. (2015). *Methoden en technieken van onderzoek*. Amsterdam: Pearson Benelux.
- Sikkema, a. (2019, oktober 3). *hoe halveren we de stikstofuitstoot in de veehouderij*. Opgehaald van resource wur: <https://resource.wur.nl/nl/show/Hoe-halveren-we-de-stikstofuitstoot-in-de-veehouderij-Pak-vooral-de-koeienstal-aan.htm>
- Stevens, R. (2015, september 3). *inkomen uit zoogkoe blijft moeizaam*. Opgehaald van boerderij.nl: <https://www.boerderij.nl/Rundveehouderij/Achtergrond/2015/9/Inkomen-uit-zoogkoe-blijft-moeizaam-2679567W/>
- Veeteeltvlees. (2014). *Naar meer natuurlijke geboorten*. veeteeltvlees.
- Veeteeltvlees. (2015, Juni 08). *Nederlandse runderslachtingen gedaald met één derde*. Opgehaald van <http://www.veeteeltvlees.nl/nieuws/economie/2015/nederlandse-runderslachtingen-gedaald-met-één-derde>
- Veeteeltvlees. (2017, April 10). *Rundveeslachtingen in Nederland breekt record*. Opgehaald van <http://www.veeteeltvlees.nl/nieuws/economie/2017/rundveeslachtingen-nederland-breekt-record>
- Veeteeltvlees. (2019, juli 11). *LTO ziet volop kansen voor de vleeshouderij*. Opgehaald van veeteeltvlees: <http://www.veeteeltvlees.nl/nieuws/vleesvee/2019/lto-ziet-volop-kansen-voor-de-vleesveehouderij>
- Voedingindustrie . (2020, februari 6). *De toekomst van vleesvervangers*. Opgehaald van vakblad voedingindustrie: <https://vakbladvoedingsindustrie.nl/nl/artikel/de-toekomst-van-vleesvervangers>
- Wageningen university & Research. (2018, september). *Kringlooplandbouw*. Opgehaald van Wageningen university & Research: <https://www.wur.nl/nl/Dossiers/dossier/Kringlooplandbouw.htm>
- WUR. (2018). *Feiten en cijfers over de Nederlandse veehouderijsectoren 2018*. WUR. Opgehaald van <https://edepot.wur.nl/464128>

Bijlage

Bijlage 1 Kenmerken verschillende vleesveerassen.

	<i>Gangbaar vlees</i>	<i>KDR</i>	<i>BLK 2**</i>	<i>SKAL</i>	<i>Natuurgebieden</i>
<i>Dominante rassen</i>	BDA, LI, BWB, VBR	BWB, VBR	BdA, LI, PM	BdA, LI	LI, MRIJ, Brand-rood, Witrik, Lakenvelder, Blaarkop
<i>Systeem</i>	Zoogkoeien en vleesstieren	Zoogkoeien en vleesstieren	Afmesten van broutards van zoogkoeien	Zoogkoeien	Zoogkoeien en ossen
<i>Belangrijkste houderijvormen</i>	Variabel; Hellingstal, potstal, grupstal, ligboxenstal	Variabel; Hellingstal, potstal, ligboxenstal	Vooraf potstal en hellingstal	Vooraf potstal	Natuurgebieden en potstal
<i>Slachterijleeftijd</i>	18-30 maanden	18-26 maanden	24-27 maanden	18-36 maanden	24-30 Maanden
<i>Speenleeftijd</i>	0 of 3 maanden	0 of 3 maanden	Minimaal 5 maanden, praktijk 6- 8 maanden	Minimaal 3 maanden (Volgens skal) praktijk veel langer	SKAL- criteria; minimaal 3 maanden; praktijk veel langer
<i>Rantsoen</i>	Ruwvoer circa 60% overige krachtvoer	Minimaal 60% ruwvoer; max 40% krachtvoer ; geen stampvoederdering	Minimaal 60% ruwvoer; max 40% krachtvoer; geen stampvoederdering	Biologisch gecertificeerd ruwvoer (max 40%) en krachtvoer	Krachtvoer in afmestfase stieren, hoofdzakelijk bijproducten
<i>Geslacht gewicht (gem)</i>	411 kg	450-500 kg	450-500 kg	400 kg	Onbekend
<i>Soortenrijkdom lokaal</i>				Extensiever landgebruik; geen kunstmest toegestaan; in de praktijk (ook) natuur-begrazing	Natuur-begrazing; instandhouding zeldzame runderrassen

<i>Weidegang</i>	Bij zoogkoeien	Bij zoogkoeien	Alleen bij zoogkoeien in buitenland; stieren vanaf 1 jaar op stal	Ja	Ja, vrijwel jaarrond, maar meestal niet in de afmestfase
<i>Opstallen</i>	's Winters en tijdens afmestfase	's Winters en tijdens afmestfase	's Winters en tijdens afmestfase	's Winters, en (max 20% van leven) tijdens afmestfase	Ja, maar onduidelijk hoeveel bedrijven
<i>Dierenwelzijn</i>	Wettelijke eisen; nog regelmatig op roosters en bij kleinere bedrijven soms nog aangebonden	Meeste eisen identiek aan BLK 2** behalve speenleeftijd	Uitgebreide set aan welzijnseisen	Meesten eisen identiek aan BLK 2**; verschillen; uitloop voor stieren Afmestfase; min. opp. binnen iets minder; 50% Dicht oppervlak; speenleeftijd 2 mnd. eerder	Natuur- begrazing

Verklaring afkortingen: BdA = Blonde d'Aquitane; LI = Limousine; BWB = Belgisch Witblauwe; VRB = Verbeterd Roodbont; PM = Pimontese; MRIJ = Maas, Rijn, IJssel.

Verklarende woordenlijst op de tabel

- Stampvoeding: dit is een rantsoen wat voor meer dan 40% bestaat uit krachtvoer, hierbij is het doel dat de dieren sneller groeien.
- Broutards: een bepaald koeienras
- Hellingstal: een doorontwikkelde potstal

Bijlage 2 Interview kwalitatieve methode

Onderwerpen die centraal staan tijdens het interview

- Achtergrond van het type bedrijf
- Bepalende factoren voor de toekomst
- Waarborgen van de kwaliteit
- Noodzakelijke veranderingen op bedrijfs- en sectorniveau

Om antwoord te krijgen op de onderzoeksvraag zijn er in totaal 11 interviews gehouden binnen de sector van de rundveehouderij. Hiervan zijn vier interviews gehouden bij de producenten, vier interviews bij de verwerkers en drie interviews bij retailers. De bedrijven bevinden zich door een groot deel van Nederland, dit is gedaan om de een objectief beeld te krijgen. De interviews die zijn afgenomen zijn ongestructureerd. In het onderzoek was het bedoeling om de interviews fysiek af te nemen bij de bedrijven op locatie, echter door de maatregelen met betrekking tot het coronavirus stond niet elk bedrijf open voor een fysiek interview. Er is daarom gekozen voor telefonische interviews. Resultaten die uit het onderzoek voortvloeien zullen worden gebruikt om een onderzoeksresultaat te krijgen op de onderzoeksvraag. Het onderzoeksresultaat zal dienen voor de het afstuderen aan de Aeres Hogeschool te Dronten. Ook kunnen de resultaten worden gebruikt voor de sector.