



BioForum Vlaanderen

BioForum laat de biosector uit één mond spreken en organiseert campagnes en persacties.

Je kan bij ons terecht met al je vragen over biologische land- en tuinbouw. Wij willen dat iedereen bio eet en drinkt! Dat klinkt ambitieus, maar daar gaan we voor.



Bioknipsels
In- / uitschrijven

Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Zo
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28



BioForum Bioknipsels 11 - 19 maart 2009

BioForum Vlaanderen ondertekende zopas samen met de Boerenbond en het Algemeen Boerensyndicaat een samenwerkingsprotocol waarin ze zich engageren om de omschakeling naar biologische land- en tuinbouw te bevorderen en het biologische landbouwareaal in Vlaanderen uit te breiden. Dat gebeurt via het project **'Bio zoekt Boer'**. Meer hierover in deze Bioknipsels.

Veel leesplezier!
Peggy Verheyden
BioForum Vlaanderen

Consument – Algemeen

- [«Gelukkig kunnen we ons biobedrijf houden»](#)
- ["Leren gezond leven en eten"](#)
- [Food & Fun op de boerderij trekt mensen](#)
- [Hoe bio is De Biotoop?](#)
- [Bioslagerij Meert](#)
- [Manger bio ... dans les trains allemands](#)
- [NL - Help je medeshopper, stop een tasje in de TassenBol](#)

Producent – GGO

- [Bio zoekt boer](#)
- [Studiedag BioForum "Biologische groenten in Vlaanderen": verslag](#)
- [Weidegang van geiten kent nog aantal knelpunten](#)
- [Partijen werken aan biologisch varkensfokplan](#)
- [Kruiden voor kippen?](#)
- [Stof in de stal geeft stof tot nadenken](#)
- [Voersamenstelling heeft invloed op biologische leghennen](#)
- [Demonstratienamiddag "Landbouw en windenergie"](#)



Verwerker

- [Biofach viert twintigste verjaardag](#)
- [Catering – NL: La Place stapt in kant-en-klaarmaaltijden](#)

Verkooppunt

- [NL - C&A zet groot in op verkoop biologische kleding](#)
- [Tsjechië - Country Life- a success in wholesale and retail](#)
- [Oppositie tegen komt Bio Planet Leuven](#)
- [Beknibbelen op voeding vanwege crisis](#)
- [Voedselproducenten hechten meer belang aan ethiek](#)

en de Biokalender ...

CONSUMENT – ALGEMEEN

«Gelukkig kunnen we ons biobedrijf houden»

Drie jaar geleden trokken de uitbaters van het biologisch landbouwbedrijf Puur Natuur in Melsele aan de alarmbel. Een groot deel van hun grond zou toen onteigend worden. Daar waar het gemeentebestuur in 2006 een parkzone en een nieuwe gracht op het terrein van Puur Natuur wilde aanleggen, zijn de plannen hiervoor intussen aangepast. Zaakvoerders Lieve Verhelst en Rudi Hennissen kunnen hun activiteiten verderzetten. «Een hele opluchting», reageren ze.

Het gemeentebestuur van Beveren ontvouwde drie jaar geleden het ambitieuze Bijzonder Plan van Aanleg Burggravenhoek in Melsele. Het binnengebied van de Kalishoekstraat, Bruggravenstraat en Sint-Elisabethstraat moest onteigend worden voor de aanleg van een parkzone, een speelbos, een bypass van de Molenbeek en de uitbreiding van de begraafplaats.

Voor Rudi Hennissen en Lieve Verhelst van het biologisch landbouwbedrijf Puur Natuur betekende dit een zware schok. Ze verloren in één klap bijna twee hectare grond waarop ze hun biologische groenten en fruit telen. «Onze zaak kwam hiermee serieus op de helling te staan», vertellen Rudi en Lieve. «Op onze grond zou de bypass worden aangelegd voor de Molenbeek. De waterloop zou dwars over ons land kronkelen, waardoor het volledig verloren was. We zijn toen een petitie gestart die veel klanten hebben getekend. De gemeente toonde veel begrip voor onze bezwaren en eigenlijk hebben we weinig moeten aandringen om de plannen te laten hertekenen. In het nieuwe scenario verliezen we slechts een halve hectare grond. De beek zal nu parallel met het kerkhof worden aangelegd, zodat de inname van onze grond minimaal is.»

Burgemeester Marc Van de Vijver bevestigt dat er van de oorspronkelijke plannen maar weinig meer overblijft. «In de vorige

bestuurscoalitie waren er nogal uiteenlopende visies over dit binnengebied. Persoonlijk vond ik de onteigeningen veel te drastisch. De bezwaren hebben dit aangetoond. Melsele bleek geen vragende partij om dit binnengebied om te vormen tot een parkzone die in realiteit vlug één grote 'hondenwei' zou worden. Bovendien wordt op een boogscheut al een dorpspark aangelegd in de tuin van Delacave. Ook in de wijk Hagemolen en in de sportzone zijn grote groene percelen gepland. Het heeft dan ook geen zin om tuinen en akkers te onteigenen, als de mensen er niet om vragen.»

De werken voor het nieuwe tracé van de Molenbeek starten nog dit jaar. Niemand twijfelt aan het nut hiervan, want de voorbije tien jaar veroorzaakte de beek geregeld wateroverlast in de dorpskern van Melsele en in omliggende wijken. Ook de uitbreiding van de begraafplaats zal zeker gerealiseerd worden. De plannen voor de parkzone en het speelbos zijn evenwel afgevoerd. De gemeente kreeg van de minister geen toelating om de tuin van een bewoner uit de Dambrugstraat te onteigenen. De tuin moest een speelzone worden, met een doorsteek naar de koer achter jeugdhuis Djem. In de nieuwe plannen krijgen tot slot de bewoners van de Sint-Elisabethstraat ook een ontsluiting aan de achtertuin. De gemeente kocht hiervoor twee oude huizen aan, die onder de sloophamer gaan. Er wordt een nieuwbouw neergepoot, met een doorsteek naar de achtertuinen. Zo kunnen de bewoners er een garage bouwen.

Bron: Het Laatste Nieuws/Waasland, 13/03/2009



"Leren gezond leven en eten"

"Mensen komen niet gemakkelijk meer uit hun huis voor activiteiten van een vereniging", zegt Koen Wydaeghe, al tien jaar voorzitter is van VELT, een vereniging voor ecologisch leven en tuinieren. "Dat is het lot van vele verenigingen zoals de onze. Toch mogen we in Izegem niet klagen, want we hebben nog een tachtigtal betalende leden en op elke activiteit die we organiseren, komen toch een twintigtal belangstellenden af."

Koen Wydaeghe (45) is getrouwd met Els Vandenaweele en woont in de Oekensestraat 67. Het gezin heeft drie kinderen : Dee (19), Siem (18) en Sil (16). Koen werkt als onderhoudstechniker koeltechniek bij Axima in Izegem.

"VELT staat voor een Vereniging voor ecologische leef- en teeltwijze", zegt Koen. "Dat gaat over alles wat met ecologisch en biologisch tuinieren te maken heeft : groenten, fruit, kruiden, klein vee, maar ook het bewaren en klaarmaken van groenten en fruit, het al dan niet vegetarisch koken, het maken van confituur, van wijn, over de geneeswijzen van kruiden in de breedste zin van het woord. Ook barbecuën is één van onze activiteiten. Ik volgde daar een opleiding voor en ik geef soms les aan verenigingen. Kortom, het is gewoon een manier van leven."

Volgens Koen Wydaeghe maken heel veel mensen geen tijd meer om zelf thuis een gezond potje eten te koken. "Op vandaag liggen er

immers in slagerijen en supermarkten hopen kant en klare maaltijden en gerechten, die de mensen alleen maar moeten opwarmen. De vermaarde kok Guy Van Cauteren van restaurant 't Laurierblad in Berlare zei me ooit en keer : mensen gaan alleen nog aan tafel als het belletje van de microgolf rinkelt !"

Bioproducten kan je volgens Koen op vandaag in volle vertrouwen kopen in winkels en supermarkten. "Er is daar een heel strenge controle op zodat je met bijna 100 procent zekerheid mag zeggen dat die producten biologisch gekweekt zijn. Ze zijn minder geforceerd en ook smakelijker. Alleen jammer dat ze veel duurder zijn, maar dat is begrijpelijk als je weet hoe die producten gekweekt worden. De consument wil en kan dat ook niet altijd betalen. Vandaar dat men best zoekt naar een gezonde mix van bio- en andere producten. Persoonlijk vind ik, dat je daar best een gulden middenweg in zoekt."

Izegem is één van de pioniersgemeenten die met een eigen afdeling van VELT begonnen. "Hier begon men onder andere met compostering op het containerpark, een activiteit die dan later verkocht werd aan de firma Sterckx in Roeselare. Ikzelf ben al 30 jaar lid, werd dan secretaris en sinds 10 jaar ben ik voorzitter. Enkele jaren geleden maakte de vereniging een soort sabbatjaar mee. Er werden wel activiteiten gepland, maar niet alles greep plaats. We hebben ons toen herpakt en er kwam een reorganisatie en een herverdeling van de taken. Naast ik als voorzitter, is Dominique Verbeke secretaris en dan zijn er nog de vier bestuursleden Johan Vannieuwenhuyse, Patrick Deprez, Daniël Gryspeerd en Eddy Casier.

VELT Izegem stelt elk jaar een programma samen waarbij er maandelijks een activiteit georganiseerd wordt. "Zaterdag 4 april bezoeken we de Provinciale Tuinbouwschool in Kortrijk. Dinsdag 19 mei geef ikzelf in de keukenklas van het Instituut de Pélichy een grilldemonstratie. Het wordt geen pensenkermis, maar werken met gamba's, vis, vlees, eigen marinades, sausen en slaatjes. Zaterdag 13 juni brengen we een bezoek aan imkerij 'De Kasteelbie' in Ingelmunster. Zondag 27 september is er een fietstocht langs landelijke wegen met bezoek aan de hoeve 'De heermijkheid van Heule', waar men aan bioteelt doet. Zondag 4 oktober is er een paddenstoelenwandeling in Ardooie Veld. Dinsdag 3 november tenslotte is er in de Plantijnzaal van de Izegemse bib een voordracht over 'Heksen en kruiden'. Ik denk dat dit toch een programma is waar een breed publiek iets aan heeft."

Je hoeft ook geen lid te zijn van der VELT om aan de activiteiten te kunnen deelnemen. "Betaal je geen lidgeld, dan betaal je iets meer voor een activiteit. Maar voor amper 25 euro lidgeld ben je lid van VELT Izegem en ook nationaal en krijg je niet alleen onze lokale informatie, maar alles wat er nationaal te doen is."

Bron: Krant van West-Vlaanderen/712



Food & Fun op de boerderij trekt mensen

Consumenten komen graag op een Food & Fun boerderij omdat het ze een goed gevoel geeft. Consumenten hebben wel een eigen beeld van

wat de boerderij is, ingegeven door nostalgische beelden. Agrarisch ondernemers kunnen de beelden die consumenten hebben deels gebruiken bij het vermarkten van hun producten en diensten. Daarnaast moet men streven naar een realistischer beeld bij de consument. Dat concludeert de Animal Sciences Group van Wageningen UR, in haar onderzoek in opdracht van de themawerkgroep Multifunctionele Landbouw en directe verkoop en gefinancierd door het ministerie van Landbouw, Natuur & Voedselkwaliteit (LNV).

Bij consumenten roept de Food & Fun boerderij positieve gevoelens op, waarbij het gevoel van buitenleven en rust, het contact met dieren en educatieve aspecten voor kinderen belangrijk zijn. Een bezoek aan de boerderij vindt plaats omdat men persoonlijke voordelen ziet: voorop staan gezondheid (Food) en genieten van de ruimte en de dieren (Fun).

Multifunctionele landbouw komt voor op gangbare en biologische bedrijven, maar relatief vaker op biologische. Opvallend is dat consumenten ervan uitgaan dat de boerderij die zij bezoeken biologisch is, vooral als het bedrijf hen een goed gevoel geeft. Ook denken zij dat vaak kleinschalige bedrijven - om het hoofd boven water te houden - Food & Fun activiteiten hebben. Verder mag de boerderij geen commerciële uitstraling hebben, is het belangrijk dat er dieren zijn, dat de boer(in) op het bedrijf woont en zichtbaar is, dat er aan de boerderij gerelateerde producten en diensten worden verkocht en het een open bedrijf is waar je hartelijk wordt ontvangen.

Met de oprichting van de Taskforce Multifunctionele Landbouw heeft de overheid deze sector duidelijk neergezet en geaccentueerd. Veel agrarisch ondernemers willen iets doen aan de groeiende kloof tussen stad en land en zijn begonnen met multifunctionele landbouw. De activiteiten variëren van agrarische kinderopvang, productie en verkoop van streekproducten, educatie, recreatie tot agrarisch natuur- en landschapsbeheer. De landbouw lijkt een manier te hebben gevonden om een oase van rust te zijn in een maatschappij waarin mensen vervreemd raken van de natuur.

'Food & Fun op de boerderij' heeft gekeken naar deze oase van rust vanuit het perspectief van de klant. Hoe beleven consumenten multifunctionele biologische landbouw? Via focusgroepen zijn consumenten van 'Food & Fun' boerderijen bevraagd over hun perceptie bij het doen van activiteiten en het kopen van producten op deze bedrijven.

Bron: Agripress, 18/03/2009



Hoe bio is De Biotoop?

In De Biotoop worden enkel biologische groenten en fruit gebruikt en eten de kinderen minstens drie keer per week vegetarisch. Het dagmenu op dinsdag is een groentepapje met aardappelen, Chinese kool,

knolselder, broccoli en tofu. Ouders kunnen een biologisch groentepakket mee naar huis nemen wanneer ze hun kind komen ophalen. Snoep of koekjes kunnen uitzonderlijk bij een verjaardag, maar als tussendoortje eten de kinderen doorgaans biofruit. Als er gezoet wordt, is dat met graan- of fruitsiropen of uitzonderlijk met ongeraffineerde rietsuiker.

Om de babybiljetjes zitten niet-gebleekte luiers. Door de ongebleekte celstof komen er minder schadelijke stoffen vrij en is de productie van deze luier beter voor het milieu dan de gewone gebleekte luier. De pampers bevatten geen schadelijke stoffen. Binnenkort start de crèche met een proefproject met katoenen luiers. 'Die maken de afvalberg kleiner, maar je moet ze ook milieuvriendelijk kunnen wassen. Dan moeten we nog een wasserette openhouden,' zegt Ineke Taffijn. Geen gewone shampoo of billenzalf in De Biotoop, maar ecologische verzorgingsproducten die niet getest zijn op dieren. Ook het poetsmiddel is milieuvriendelijk.

Speelgoed is vaak uit hout vervaardigd, maar als het minder duurzaam is - en de gemiddelde overlevingstijd korter is dan kunststof - wordt er gekozen voor plastic. Kinderen spelen zoveel mogelijk met tweedehands speelgoed uit de Kringwinkel.

Bron: Het Nieuwsblad/Pajottenland, 11/03/2009



Bioslagerij Meert

In ons land vind je een tiental biologische slagerijen waarvan die van Luc Meert baanbrekend werk leverde. De slagerij bestaat al drie generaties maar het was de vader van de huidige eigenaar die begon met hormonenvrij vlees. Na de BSE-crisis vond Luc dat het tijd was om een beter gecontroleerd en gesloten systeem op punt te stellen. Met succes, je kan er terecht voor een lekker stuk vlees van uitsluitend biologisch gevoede runderen. De beestjes krijgen zelfs nog de kans om op een natuurlijke manier geboren te worden, zonder keizersnede. Ook de kruidensamenstelling voor de vleesbereiding maakt Luc zelf, uiteraard zonder fosfaten en smaakversterkers.

Specialiteit van het huis: zeventig soorten huisbereide charcuterie en Lokerse paardenworst.

Info: Sterrestraat 240, Lokeren tel: 09-348.15.93

Bron: Het Nieuwsblad/Vlaamse Ardennen-Gentse Rand, 13/03/2009



Manger bio ... dans les trains allemands

Depuis février 2009, les voyageurs dans les trains allemands peuvent manger des repas complets bio. Selon le slogan „natürlich genießen“ (déguster naturellement »), la DB (Deutsche Bahn) offre de manière permanente 4 repas certifiés bio. Jusqu'en Janvier 2010, chaque mois, une autre spécialité régionale bio sera proposée. Les repas seront

composés de produits issus exclusivement de l'agriculture biologique. Pour les repas du février, le chef cuisinier Oliver Heilmeyer de Burg in Brandenburg a été engagé. En 2008, Heilmeyer a reçu une étoile chez Michelin et 16 points dans Gault Millau. Tous les mois, un autre chef cuisinier bien connu préparera les repas.

Bron: Oekolandbau, 13/03/2009



NL - Help je medeshopper, stop een tasje in de TassenBol

In steeds meer supermarkten staat ergens tussen de kassa en de uitgang een doorzichtige plastic bol op een kartonnen koker. Dat is de TassenBol, een uitvinding van Caroli Buitenhuis (44).

Hoe kwam je op het idee voor de TassenBol?

'Ik erger me al jaren aan de verspilling van plastic tassen. Die worden massaal weggegooid. Ik zit zelf ook altijd met een kast vol plastic tassen. Aan de andere kant loop ik vaak even een supermarkt binnen voor een boodschap zonder dat ik een tas bij me heb. Dan moet ik bij de kassa dus weer een tas kopen, die vervolgens weer in de kast belandt. Ik dacht: er zijn vast meer mensen met dat probleem. Eind 2004 bedacht ik de oplossing: een verzamelbak voor tassen in de supermarkt. Mensen die van hun overvloedige tasjes afwillen, kunnen ze dan in die bak stoppen en mensen die een tas nodig hebben, kunnen er gratis een uithalen.'

Leuk bedacht, maar hoe weet je dat het in de praktijk zo werkt?

'Het concept is in 2007 een half jaar getest in vijf heel verschillende supermarkten. Zowel in de Vomar Voordeelmarkt als in de Natuurwinkel werd de TassenBol goed gebruikt. In mei 2007 heeft het onafhankelijk onderzoeksbureau IVAM vastgesteld dat dankzij de TassenBol jaarlijks 184 miljoen plastic tassen kunnen worden hergebruikt. Maar dan moet de bol natuurlijk wel in zoveel mogelijk supermarkten staan.'

Zitten de supermarkten wel op de TassenBol te wachten? Met zo'n bol verkopen ze minder tasjes.

'De verkoop van plastic tassen bedraagt slechts 0,01 procent van de supermarktomsatz, dus daar liggen die bedrijven niet wakker van. Maar het heeft wel moeite gekost hen van het nut van de TassenBol te overtuigen. Een Albert Heijn-marketingmanager poeierde me een paar jaar geleden nog af met: 'Mevrouw, u komt met de tassen, gisteren kwamen ze met de melkpakken en morgen met de eierdozen. Daar doen we niet aan mee.' Maar nu ben ik toch weer in gesprek met Albert Heijn. De supermarkten beginnen zich te realiseren dat ze er niet meer mee weggkomen als ze niets aan het milieu doen. De Europese regels op het gebied van wegwerpverpakkingen worden ook steeds strenger.'

In hoeveel Nederlandse supermarkten staat al een TassenBol?

'Ongeveer zestig. Daar draait hij goed. Het zijn vooral gemeenten die het initiatief nemen voor de aanschaf van TassenBollen. Ameland was

in juli 2008 de eerste gemeente die er een aantal aanschafte. Nijmegen heeft er twee gekocht en Amsterdam en Rotterdam promoten de TassenBol ook.'

Kun je al leven van je uitvinding?

'Nee, nog lang niet. Ik heb daarom een deeltijdbaan als adviseur voor GreenWish.'

De TassenBol is van plastic. Is dat wel zo milieuvriendelijk?

'De bol en de kartonnen standaard zijn biologisch afbreekbaar en recyclebaar. Hij is ontworpen volgens het 'cradle-to-cradle'-concept, dus volkomen duurzaam.'

Bron: De Volkskrant, 14/03/2009



PRODUCENT – GGO

Bio zoekt boer

De Boerenbond, het Algemeen Boerensyndicaat en BioForum ondertekenden een samenwerkingsprotocol waarin ze zich engageren om de omschakeling naar biologische land- en tuinbouw te bevorderen en het biologische landbouwareaal in Vlaanderen uit te breiden. Dat gebeurt via het project 'Bio zoekt Boer' dat financieel gesteund wordt door de Vlaamse Overheid.

De vraag naar bioproducten – zoals biologische melk, maar ook biologische groenten en fruit – is groter dan de huidige Vlaamse productie, zo blijkt uit marktcijfers. De consumptie van biologische producten neemt jaarlijks met meer dan 10% toe. De huidige oppervlakte biolandbouw bedraagt zo'n 3800 ha of 0,6% van de totale landbouwoppervlakte. Hiermee hinkt Vlaanderen ver achter op het Europees gemiddelde van 4,7%. De biologische landbouw biedt aan onze Vlaamse landbouwers heel wat kansen die op dit ogenblik onvoldoende worden benut.

Het project 'Bio zoekt boer' heeft als doel geïnteresseerde boeren en tuinders te informeren, te begeleiden en individueel te ondersteunen bij hun omschakeling naar biologische land- en tuinbouw. Het project wil de drempel naar de bioteelt verlagen door boeren in hun eigen omgeving en op basis van concreet cijfermateriaal te begeleiden in hun omschakeling naar bio. De projectmedewerker is Sofie Hoste. Zij zal de land- en tuinbouwers duidelijke informatie geven en met hen de mogelijkheden en de economische haalbaarheid nagaan van een specifieke, bedrijfsgebonden omschakeling. Boeren en tuinders die vragen hebben over de omschakeling naar biologische landbouw of over het project 'Bio zoekt boer' kunnen bij haar terecht op 0494 98 23 69 of via mail: info@biozoektboer.be.

Voor meer informatie kan u ook terecht bij de drie initiatiefnemers van

dit project:

* Algemeen Boerensyndicaat, Guy Depraetere, woordvoerder, gsm 0475 32 69 36

* Boerenbond, Joris Van Olmen, adjunct-directeur Beroepswerking, gsm 0496 69 43 67

* BioForum, Johan Devreese, voorzitter, gsm 0473 39 26 70



Studiedag BioForum Biologische groenteteelt in Vlaanderen: Van knelpunten naar een New Deal

De consumptie van biologische groenten zit in de lift. Nochtans krijgen producenten hun waar niet altijd even makkelijk afgezet. Op de studiedag Biologische groenteteelt in Vlaanderen kwamen knelpunten aan het licht en werden de mogelijkheden onderzocht om deze aan te pakken: samenwerking en open dialoog als basis voor een 'New Deal'.

Vanuit de stuurgroep landbouw van BioForum Vlaanderen, dat sinds mei 2008 producenten (Belbior), verwerkers (Probila) en winkeliers onder één koepel verenigt, is er een grote vraag naar meer samenwerking tussen producenten, klein- en groothandel en distributie. Met de Studiedag Biologische groenteteelt in Vlaanderen gaf BioForum een eerste aanzet.

Uitdagingen

Dirk Van den Broucke, aankoper groenten en fruit bij ProNatura Belgium, is al twintig jaar actief in de biosector. Hij stelt vast dat de sector in deze periode een enorme evolutie heeft doorgemaakt. "Vooral de kwaliteit van de producten is er sterk op vooruit gegaan", zegt Dirk. "We opereren ondertussen ook binnen de Europese markt. De Vlaamse producenten worden voor de keuze gesteld: willen we samen groot worden of blijven we liever klein?"

Op Europees niveau zou de sector kampen met een tekort aan biologische producten, maar Dirk relativeert dit: "Je moet je hierbij heel wat vragen stellen. Hoe groot is dat tekort? Over welke kwaliteit gaat het en over welke prijscategorie? Wie komt waar wat te kort? Om binnen de Europese markt goed te kunnen functioneren, is het belangrijk dat je met de juiste persoon op de juiste plaats goede afspraken maakt op lange termijn. Veel personeelsverloop bijvoorbeeld brengt afspraken in het gedrang, als teler moet je dan extra waakzaam zijn. Dit is zeker belangrijk in het kader van de omschakelproblematiek." In dat kader wijst hij erop dat de omschakeling naar bio onvoldoende flexibel is: "Er kan onvoldoende vlot ingespeeld worden op wisselende marktomstandigheden." Volgens Dirk moet er snel actie worden ondernomen met de oprichting van een biogrondbank. Telers winnen er ook bij als ze samenwerken, bijvoorbeeld met machinecoöperaties of op het vlak van arbeid.

New Deal

Volgens Carol Haest is er dringend een 'New Deal' nodig met afspraken tussen de gezamenlijke productie en de afzetkanalen om zowel het assortiment, de productkwaliteit als de conditionering te

verbeteren. Er moet gewerkt worden aan productgaranties, een duurzame prijspolitiek en een verzekeringssysteem bij omschakeling. Ook een goede communicatie en een verbeterde merchandising in de verkooppunten zijn onontbeerlijk. Carol Haest verwijst ook naar een code voor de gespecialiseerde handel, zoals die in Duitsland bestaat. Daar wordt via een code afgesproken dat voorrang wordt gegeven aan regionale en seizoensproducten. Op die manier wil men bijdragen aan regionale economische kringlopen en aan een ecologische, duurzame economie. Dit systeem regelt de verhoudingen met de leveranciers en geeft natuurvoeding een duidelijke identiteit. Daarom pleit Haest voor een overlegorgaan dat representatief is voor de betrokken spelers. Een werkgroep met een duidelijk omschreven taak en tijdschema moet wegen zoeken om de chaos te doorbreken.

Dat de vraag naar een 'New Deal' zich ook op microschaal afspeelt, bewijst het verhaal van de Wassende Maan, aldus Stefan Derdelinckx. De Wassende Maan werkt met drie pijlers: land, winkel en groentetassen. Binnenkort wordt daar zorg aan toegevoegd. Dankzij een duidelijke strategie en afspraken groeiden zij uit tot een mooi voorbeeld van een korte keten biologisch groentebedrijf in Vlaanderen. Uiteraard liep die evolutie niet altijd over een leien dakje, maar het verhaal van Stefan toonde aan dat er kansen en mogelijkheden zijn als samenwerking en dialoog als leidraad worden genomen.

Dialoog

Paul Verbeke, ketenmanager van BioForum, schetste hoe belangrijk het draagvlak en de communicatie tussen en binnen de verschillende geledingen van de keten zijn als basis voor een goede werking.

Tot slot boden workshops de telers de gelegenheid om met een expert en met elkaar in dialoog te gaan over actuele vragen rond afzet. Dion Heerkens lichtte BioPrins, één van de bestaande Nederlandse prijsinformatiesystemen voor en door telers, toe. Op een afgeschermd website wordt anoniem elke verkoopprijs van elke transactie meegedeeld, tenminste als iedere ingeschreven deelnemer dit ook effectief doet. Paul Verbeke gaf aan hoe een areaalplanning-systeem de basis kan vormen voor een betere afstemming van vraag en aanbod. Teler Rolle De Bruyne ging dieper in op het thema 'lokale afzet voor bioproducten'. Rolle pleit voor een verkoop van lokale seizoensproducten. Dat vraagt verantwoordelijkheid van iedereen: van de thuisverkoper die zijn leveranciers (kleinhandel en andere telers) hierbij betreft en overtuigt om bijvoorbeeld door aangeven van de oorsprong van de producten de keuze laat aan de koper (thuisverkoper, winkelier, consument) op basis van correcte informatie. Bijkomend moet echter ook de consument meer gesensibiliseerd worden omtrent seizoensproducten. Tenslotte, zegt Rolle, is het ook belangrijk om lokale producten in de kijker te zetten via regionale afzetprojecten.

Antoine De Paepe sloot af met een oproep aan alle telers en actoren in de keten tot blijvende samenwerking en dialoog. Vanuit BioForum worden op dit ogenblik een aantal markstudies uitgevoerd die de transparantie in de keten moeten verhogen en een basis moeten leggen

voor de te nemen keuzes. Er moet ook werk worden gemaakt van een projectenfonds dat initiatieven vanuit de ondernemers ondersteunt.

De stuurgroep onderzoekt hoe ze een vervolg kan geven aan de bevindingen van deze studiedag. Wenst u meer informatie of wil u meewerken? Mail naar an.jamart@bioforum.be of paul.verbeke@bioforum.be of bel 03-286 92 72.

Binnenkort kan u een uitgebreid verslag van deze studiedag terugvinden op de website van BioForum : www.bioforum.be



Weidegang van geiten kent nog aantal knelpunten

Weidegang is goed voor het welzijn van de geiten. Het geeft de geiten meer ruimte om natuurlijk gedrag te vertonen. Het weiden met geiten blijkt in de praktijk echter moeilijk vanwege met name arbeid, drogestofopname, maagdarmwormen, dagritme van de geit en begrazen met lammeren.

Voor brede adaptatie van weidegang in de sector is het belangrijk dat genoemde punten worden opgelost en/of geoptimaliseerd. Dat blijkt uit onderzoek van Biogeit.

Biogeit heeft onderzocht of de uitgebreide kennis die is opgedaan in Frankrijk ook toe te passen is in Nederland. Uit het onderzoek kwamen de volgende conclusies naar voren:

- De drogestofopname van melkgeiten onder Nederlandse omstandigheden is met een vergelijkbare effectieve begrazingstijd veel lager dan in Frans onderzoek.
- De effectieve begrazingstijd van melkgeiten die overdag 8 uur weidegang krijgen aangeboden en 's nachts worden bijgevoerd, is ca. 4 uur.
- Geiten nemen gedurende 1 uur effectief grazen tussen de 0,1 en 0,15 kg ds gras op. Tijdens de 8 uur weidegang op het biologisch-dynamische landbouwbedrijf Gerbranda State in Friesland namen de geiten $\pm 0,6$ kg ds gras op
- In het onderzoek kon geen verschil in opname en productie worden vastgesteld tussen omweiden en stripgrazen van de geiten.
- Lammeren die buiten worden opgefokt kunnen even snel groeien als lammeren die op stal worden opgefokt, mits ze geen last krijgen van maagdarmwormen of een andere aandoening krijgen. Om dezelfde groei te realiseren, hebben lammeren in de weide minder krachtvoer nodig. De lammeren die buiten waren opgefokt hadden uiteindelijk in december 2008 hetzelfde gewicht als de lammeren die op stal waren opgefokt.
- Melkgeiten en lammeren verschillen in hun dagritme voor graasactiviteit. Melkgeiten zijn direct na het inscharen in de ochtend het meest actief, en dat neemt gedurende de dag langzaam af. Lammeren grazen juist het minst in de ochtend en

zijn 's avonds het meest actief.

Zie voor meer informatie het [rapport Weidegang in de biologische geitenhouderij](#).

Bron: Biokennis, 13/03/2009



Partijen werken aan biologisch varkensfokplan

Varkensfokkerijorganisatie Topigs, het Institute for Pig Genetics (IPG), de Animal Sciences Group en de Vereniging van Biologische Varkenshouders bekijken samen de mogelijkheden voor een apart fokbeleid voor de biologische sector.

Dat wordt bevestigd door IPG-directeur Jan Merks en Andries van de Bogert, voorzitter van de Vereniging van Biologische varkenshouders. De biologische sector moet volgens de Europese regels op termijn fokdieren inzetten met een biologische achtergrond. Tot nu toe worden gangbare dieren ingezet.

Volgens Merks van het IPG in Beuningen zijn er verschillende mogelijkheden.

"Je zou een biologisch fokbedrijf op kunnen zetten van waaruit de varkenshouders van gelten worden voorzien. Nadeel is echter dat je heel kwetsbaar wordt. Een tweede mogelijkheid is de toepassing van rotatiekruising op de bedrijven zelf, waarbij ze voor hun eigen aanfok zorgen. Er zijn al bedrijven die zo werken."

Merks noemt bovendien het in de markt zetten van een raszuivere zeugenlijn speciaal voor de biologische markt. "Je hebt met een zuivere lijn van 4.000 tot 5.000 zeugen voldoende omvang. Het voordeel is dat je genetica krijgt die toegespitst is op de biologische omstandigheden, je hoeft niet te kruisen en hoeft minder bijproducten weg te zetten. Groot nadeel wordt wel dat deze bedrijven een administratie moeten voeren zoals andere fokbedrijven."

Bron: Agripress, 12/03/2009



Kruiden voor kippen?

In de biologische pluimveesector gebruikt men regelmatig kruidenmiddelen, en ook de reguliere pluimveehouderij past steeds meer producten op basis van kruiden toe. Wat zijn dat voor middelen en wat kunnen we ervan verwachten? Welke product te kiezen uit het ruime aanbod?

Pluimveehouders willen hun kippen graag gezond houden. De belangrijkste maatregelen zijn en blijven goede huisvesting, management, voer en vaccinaties. Soms komen er toch infecties om de hoek kijken die welzijn en gezondheid verstoren, zoals bloedluizen, wormen, coccidiose en E. coli. Dan hebben de dieren iets extra's nodig

en biologische pluimveehouders gebruiken daarvoor liefst natuurlijke middelen.

Nu antibiotica niet meer preventief mogen worden gebruikt, is er ook in de

reguliere pluimveehouderij veel belangstelling voor het gebruik van kruiden in het voer. Deze kruiden worden geur- en smaakverbeteraars genoemd, ook al kunnen ze de gezondheid vaak ook op andere manieren beïnvloeden. Niet alleen stimuleren ze de spijsvertering en stofwisseling, maar ze werken ook op andere organen, zoals die van de ademhaling, het zenuwstelsel en het immuunsysteem. Deze 'multi-target' werking is uit onderzoek bij mensen bekend.

Het preventief en gezondheidsbevorderend effect van kruiden is niet gemakkelijk aan te tonen. Er zijn (nog) geen kruidenpreparaten ontwikkeld die ziektes bij pluimvee net zo effectief aanpakken als geregistreerde geneesmiddelen. Wel lijkt het preventief gebruik van kruiden ervoor te zorgen dat de productie minder lijdt onder stress en/of infecties. Goede kruidenproducten geven meer productie zekerheid doordat ze dieren gezonder houden. Net als bij chemische middelen is het belangrijk de juiste dosering te gebruiken.

Wat betreft genezing zijn er zeker antibiotisch werkzame kruiden bekend, maar het zal nog lang duren voordat kruiden als diergeneesmiddel geregistreerd zijn. Daarvoor moet er allereerst een andere wetgeving komen die beter toegesneden is op het gebruik van kruiden.

Van 2006-2008 is voor de biologische veesector het Fyto-V-project uitgevoerd, gefinancierd door LNV. Voor dit project is veel informatie verzameld over kruidenpreparaten en zijn enkele veelbelovende middelen onderzocht. Ook is aandacht besteed aan wetgeving en onderwijs.

Zie www.fyto-v.nl.

Meer informatie: Monique Bestman, Louis Bolk Instituut,
m.bestman@louisbolk.nl

[Klik hier voor het BioKennisbericht Pluimveevlees en eieren # 6](#)

Bron: Biokennis, 17/03/2009



Stof in de stal geeft stof tot nadenken

Biologische varkenshouders werken vaak langdurig in de stal vanwege de grote zorg voor de dieren. Daarnaast is strooisel een vereiste in de biologische varkenshouderij. Deze zaken leiden er toe dat biologische varkenshouders aan hoge stofconcentraties worden blootgesteld. Wageningen UR onderzoekt samen met de biologische varkenshouders hoe stofconcentraties en stofbelasting in de stal te verlagen zijn.

Stofconcentraties in varkens- en pluimveestallen liggen een factor 10 tot 200 maal hoger dan in de buitenlucht. De belangrijkste bronnen van stof in varkensstallen zijn: huidschilfers, gedroogde mest, voer, strooisel en micro-organismen. Welzijnsvriendelijke huisvestingssystemen met strooisel hebben over het algemeen een hogere stofproductie dan systemen zonder strooisel. Uit epidemiologisch onderzoek blijkt dat gezondheidsklachten van de luchtwegen vaker voorkomen bij varkenshouders dan bij andere beroepsgroepen. Dit pleit voor een aanpak van het stofprobleem bij de bron, zodat de stofconcentratie in de stal wordt verlaagd.

Wageningen UR heeft metingen verricht naar de stofbelasting van varkenshouders op drie biologische varkensbedrijven. In december en januari hebben varkenshouders gedurende verschillende werkdagen een DustTrak apparaat bij zich gedragen tijdens hun werkzaamheden in de stal. Deze draagbare monitor meet per werkhandeling de concentratie fijnstof (stofdeeltjes kleiner dan 10 micrometer ofwel PM10). Daarnaast hielden de varkenshouders een logboek bij waarin zij de werkhandelingen en tijdsduur noteerden. Verder zijn beschrijvingen gemaakt van de drie bedrijven. De resultaten van de stofmetingen verschijnen in augustus in een rapport. Daarnaast stelt Wageningen UR adviezen op hoe stofconcentraties en -belasting in de biologische varkensstal te verlagen zijn. Hiervoor maken de onderzoekers gebruik van de resultaten van het lopende onderzoek naar stofreductie in de reguliere pluimveehouderij. Het rapport en de flyer met adviezen voor verlaging van stofconcentratie en -belasting in de biologische varkenshouderij verschijnen op de website bioKennis.

Meer informatie: Albert Winkel, Animal Sciences Group van Wageningen UR, albert.winkel@wur.nl

Bron: Biokennis, 15/03/2009



Voersamenstelling heeft invloed op biologische leghennen

Goede voeding is belangrijk voor (de prestaties van) biologische leghennen. Kennis en inzicht in de voederwaarde van grondstoffen is noodzakelijk om een goed rantsoen samen te stellen. De voederwaarde van biologische grondstoffen wijkt vaak af van gangbaar geteelde gewassen. Ook de energiebehoefte van biologische leghennen wijkt af van die van gangbaar gehuisveste hennen.

Boskippen hebben een hoge behoefte aan voedselzoekgedrag, zoals eten en foerageren. Ze besteden hieraan ongeveer 60% van hun actieve tijd. In de huidige huisvestingssystemen voor leghennen komt voergericht gedrag echter duidelijk minder voor. In plaats daarvan besteden hennen tijd aan verenpikgedrag. Dit leidt tot schade aan het verenkleed en zelfs tot kannibalisme.

Door tijdens de opfokperiode de juiste voedingsstrategie toe te passen, kan het verenpikgedrag tijdens de legperiode duidelijk verminderen.

Uit onderzoek van ASG blijkt dat hennen minder verenpikgedrag vertonen als ze meer tijd kunnen besteden aan voedselzoekgedrag. Ook nam het verenpikken af als de hennen een meer verzadigend voer kregen. Deze voeraanpassingen waren echter alleen succesvol zolang het verenpikgedrag nog niet in een eerder stadium was aangeleerd. Opmerkelijk was dat het verstrekken van 15% verdunde voeders tijdens de opfokperiode zorgde voor aantoonbaar minder schade aan het verenkleed tijdens de legperiode. Verstrekking van verdund voer had overigens geen negatief effect op de legprestaties en eikwaliteit.

Biologisch gehouden leghennen hebben een hogere energiebehoefte voor onderhoud dan gangbaar gehouden henen. Dat komt ten eerste doordat biologische hennen meer bewegingsvrijheid hebben. Bovendien zijn de dieren actiever dan hennen in kooien. Ook hebben biologische hennen meer energie nodig voor het op peil houden van hun lichaamstemperatuur. De omgevingstemperatuur varieert meer en is gemiddeld genomen lager dan in een gangbare stal.

Er zijn geen aanwijzingen dat de eiwitbehoefte van biologische hennen verschilt van die van gangbaar gehouden hennen. Dit leidt dus tot een hogere energie-eiwitverhouding in het rantsoen van biologische hennen. Binnenkort wordt nieuw onderzoek gestart om deze gewijzigde inzichten nauwkeuriger te kunnen onderbouwen.

Meer informatie: Marinus van Krimpen, ASG van Wageningen UR,
marinus.vankrimpen@wur.nl

[Klik hier voor BioKennisbericht Pluimveevlees en Eieren 5](#)

Bron: Biokennis, 12/03/2009



Demonstratienammiddag "Landbouw en windenergie"

In het kader van het project 'Enerpedia' organiseert Proclam vzw een demonstratienamiddag "Landbouw en windenergie". Deze demonamiddag gaat door op dinsdag 7 april in Terneuzen, Zeeland. Enerpedia wordt gerealiseerd door POVLT (Proclam vzw) met steun van IWT Eandis, Ecostream, Electrabel Suez, Evelop, New Holland Agriculture. Enerpedia is een initiatief van LCG vzw, PCA vzw en VEVA vzw. Planet Eco werkt ook mee aan deze demonamiddag.

Deze demonamiddag gaat door op dinsdag 7 april in Terneuzen, Zeeland tussen 12u en 17u. De middag richt zich naar land- en tuinbouwers met een grote vraag naar elektriciteit. We laten jullie kennismaken met de werking en mogelijkheden van een windturbine op een landbouwbedrijf en een windturbinepark. Na een praktische toelichting volgt een bedrijfsbezoek aan een landbouwer met een kleinschalige windturbine, een bezoek aan een windturbinepark met grootschalige turbines en een rondleiding op het testveld kleinschalige windturbines in Schoondijke.

Het programma ziet er als volgt uit:

10u20: Vertrek met bus 1 vanuit Kortrijk (carpoolparking)
11.00u: Vertrek met bus 2 vanuit Gentbrugge (carpoolparking)
12.00u: Ontvangst met broodjeslunch in Hoek (Terneuzen) op het
landbouwbedrijf van de familie Cijssouw (Lovenweg 1)
12.30u: Kadering Enerpedia door K. Mermuys, Proclam
12.40u: Praktische toelichting rond grote en kleine windturbines door
K. Dehertog, Evelop; T. De Kegel, Planet Eco & K. Mermuys, Proclam
vzw
14.00u: Bezoek kleinschalige windturbine op het landbouwbedrijf van
de familie Cijssouw
14.30u: Vertrek bezoek windturbinepark 'Koegorspolder' in Terneuzen
15.45u: Vertrek bezoek testveld kleinschalige windturbines in
Schoondijke
18.15u: Aankomst met bus 2 in Gentbrugge
18.40u: Aankomst met bus 1 in Kortrijk

Deelname: € 10, op voorhand te storten op rekeningnummer 738-
6130802 (mededeling: wind). Inschrijven is verplicht voor 1 april bij:
ludwina.peccue@west-vlaanderen.be of tel 051/27 33 85 of fax 051/24
00 20.

Bron en info: Kelly Mermuys, 051/27.33.81



VERWERKER

Biofach viert twintigste verjaardag

In 1989 werd de Biofachbeurs geboren. Haar ouders waren Hagen
Sunder, Hubert Rottner en Jürgen Ries. Zij waren er ook deze maal bij
en ze vertelden tijdens de openingsceremonie hoe alles gegroeid is. Ze
zijn blij dat ze de beurs uit handen gaven aan professionele
beursorganisatoren. Zo kon Biofach uitgroeien tot wat ze nu geworden
is: de belangrijkste beurs in de wereld voor de handel in biologische
producten.

Van kind naar tiener

Als voorzitter van Ifoam, 'de wereldwijde organisatie voor de
biologische teelt, mocht Katherine DiMatteo de beurs openen. Ze
gebruikte het beeld van het kind Biofach dat nu een tiener geworden
was en onderstreepte het belang van dergelijke beurzen voor de groei
van de handel in biologische producten. Het resultaat mag er dan ook
zijn. De beurs brengt niet minder dan 2774 standhouders bijeen, uit
129 landen die alle continenten vertegenwoordigen. Net omdat ze alle
schakels uit alle regionen van de wereld samenbrengt, is deze beurs zo
interessant. Ze stimuleert de verdere groei van de biologische
productie. Wijze woorden van mevrouw DiMatteo.

Stad Nürnberg geeft bio een ereplaats Burgervader Ulrich Maly van de
thuisstad van Biofach ziet het groot met bio. Als je de wereldbiohandel

samenbrengt, dan kun je ook niet achterblijven in het stimuleren van het verbruik van bioproducten. Daarom stelt hij een programma voor om binnen een drietal jaren te groeien tot 50% bioschoolmaaltijden. Hij belooft bio prominenter in te zetten in alles wat de stad organiseert en zo bio voor te leven. Een pikant detail is wel dat hij het grondgebied van Nürnberg ook ggo-vrij wil houden; dat vindt hij belangrijk als je inzet op bio. Omdat bioproducten een hoger prijskaartje hebben, wil hij uitzoeken wat men kandoen om ook gezinnen met een lager inkomen van bio te laten genieten.

Klimaatverandering bestrijden met biolandbouw Europees landbouwcommissaris Mariann Fischer Boel gaat hard voor de biologische landbouw, die volgens haar de klimaatverandering helpt bestrijden. Tijdens haar toespraak bij de opening vertelde ze trots dat de Europese Commissie de laatste jaren hard gewerkt heeft aan de regelgeving voor de biologische landbouw, zo kwamen er in 2008 uitvoeringsbesluiten bij de verordening van 2007. Vorig jaar werd ook, in uitvoering van het al wat oudere bio-actieplan van de EU, het promotiemateriaal voorgesteld dat alle landen gratis mogen gebruiken in campagnes. Er wordt eveneens gewerkt aan uitvoeringsbesluiten voor de productie van wijn uit biologisch geteelde druiven en voor de aquacultuur. Beide worden verwacht klaar te zijn eind 2009.

Uiteraard wenst Fischer Boel de organisatoren het beste met de twintigste verjaardag van de beurs, toch ziet zij heel wat uitdagingen voor de nabije toekomst. De prijzen van bioproducten blijven haar zorgen baren. Ze zijn niet alleen hoger dan voor de gangbare producten; omdat ze ook behoorlijk instabiel zijn, loopt de ontwikkeling van de markt moeilijker.

Mariann Fischer Boel vraagt ook iedereen om mee te werken aan de ontwikkeling van het nieuwe EU-logo voor de biologische producten, dat in juli 2010 in gebruik zou moeten komen. Dit jaar wordt er een wedstrijd uitgeschreven voor studenten van kunstacademies; de beste inzendingen worden aan het grote publiek getoond en iedereen zal zijn voorkeur kunnen uitspreken. Ze rekent op een brede reactie vanuit de landbouw.

Deens minister van Landbouw Eva Kjer Hamen had alle redenen om trots te zijn, want Denemarken werd voor deze Biofach uitgekozen als 'Land van het jaar'.

Het land kan goede adelsbrieven voorleggen als het gaat om productie en consumptie van bioproducten, enkel de Zwitsers consumeren nog meer dan de Denen. Denen kopen jaarlijks voor 80 euro aan bioproducten, of 6,5% van de totale bestedingen aan levensmiddelen; hiermee besteden ze meer dan iedere Oostenrijker of Duitser. Naast een belangrijk aandeel van bio in de grootwarenhuizen (goed voor 75% van de verkoop), groeit ook het gebruik van bio in Deense restaurants.

Toch stelt ook zij zich vragen bij de internationalisering van de biohandel. Kan het wel dat bioproducten met het vliegtuig vervoerd

worden? Voor het klimaat is dat zeker geen goede zaak, maar ze wil deze vraag laten beantwoorden door de consument: als hij dat wil, dan moet de biohandel hierop inspelen.

Duits minister van Landbouw Ilse Aigner, opvolgster van Renate Künast die bio sterk ondersteunde in Duitsland, is ervan overtuigd dat bio nu al uit de niche gestapt is. Bio hoeft niet tegen de gangbare productie te zijn, maar kan best verder ontwikkelen samen met de rest. Zij hoopt dat Biofach verder haar rol als trendsetter voor de bio kan waarmaken en wenst de organisatie veel vreugde met de twintigste editie.

Bron: Agripress, 13/03/2009



Catering – NL: La Place stapt in kant-en-klaarmaaltijden

La Place, de horecaformule van V&D die in Nederland 215 verkooppunten heeft, waaronder restaurants, begint dit jaar een uitgebreide proef met de verkoop van kant-en-klaarmaaltijden. Mensen willen vers en biologisch, maar niet lang de keuken in. Uit onderzoek blijkt dat warenhuizen die voedingsmiddelen verkopen, steeds meer consumenten trekken. Dit jaar breidt La Place haar cateringactiviteiten verder uit, onder meer naar schoolkantines. Ook het thuisbezorgen is een nieuwe poot van La Place.

Dat zegt Paul Bringmann, directeur van La Place in een interview met deze krant. „Vroeger waren de supermarkten dé trekker naar een warenhuis, maar de supers in V&D sloegen niet aan. Nu is vers de lokker. Mensen willen vers en biologisch, maar niet lang de keuken in." Uit onderzoek blijkt dat warenhuizen die voedingsmiddelen verkopen, steeds meer consumenten trekken, de HEMA voorop. Ging in 2005 nog 43,3 procent van de bezoekers wat eten bij het warenhuis, in 2008 was dat gestegen naar 46,5 procent. En bij supermarktketens als Albert Heijn is de verkoop van kant-en-klaarmaaltijden de afgelopen jaren explosief gestegen.

Dit jaar breidt La Place haar cateringactiviteiten verder uit, onder meer naar schoolkantines. Ook het thuisbezorgen is een nieuwe poot van La Place.

Hij loopt trots rond in Villa Dreefzicht, Haarlem. Werklieden leggen de laatste hand aan het gerestaureerde pand. De villa, die morgen open gaat, is het nieuwste paradepaardje van La Place-directeur Paul Bringmann (60). Hiermee wordt de nieuwe generatie van de succesvolle formule ingeluid: iets chiquer en minder traditioneel.

Bringmann vertelt: „'Sharing', het met elkaar delen van grotere porties, is belangrijk bij deze La Place nieuwe stijl. De trend is dat mensen minder grote porties eten en veel willen proeven. In de VS, waar ik vaak kom, is dat heel populair." Vijf à zes jaar geleden maakte Bringmann met La Place de omslag van een Fransgetinte keuken naar

Italiaans en wokgerechten. „Nu gaan we meer op de multiculturele toer met de toevoeging van Thaise en Sri-Lankaanse kraampjes. Ook hebben we klassieke desserts, zoals crème brûlée en tarte tatin. Biologische groenten worden belangrijker: die kopen we zo veel mogelijk bij boeren uit de regio. We gaan groenten óók als hoofdgerecht verkopen: gebleken is dat bijvoorbeeld allochtonen daarvan houden."

Dertig à veertig procent van de producten is nu biologisch. En vanuit Villa Dreefzicht zal, voor het eerst in de geschiedenis van La Place, over een paar maanden ook aan huis worden bezorgd. „Die service zal bij gebleken succes dit jaar worden uitgebreid naar andere vestigingen. In deze tijd van crisis zijn wij minder kwetsbaar. Casual dining tegen een lage prijs, daar zijn veel mensen nu naar op zoek. Wij hebben sinds kort ook een driegangenmenu voor tien euro."

La Place maakt onderdeel uit van Vroom&Dreesmann (Maxeda). Bringmann stond aan de wieg van inmiddels diverse eetformules. Er komen jaarlijks meer dan 35 miljoen gasten en er werken 5000 medewerkers.

Bringmann begon er in 1987, na 12,5 jaar manager te zijn geweest van de self-service-restaurants van de supermarkten van Maxis. Die vielen destijds onder Koninklijke Bijenkorf Beheer. „Ton Dreesmann vroeg in een advertentie een topmanager voor de horeca. 'Ik ga toch niet voor dat traditionele bedrijf werken', was mijn primaire reactie. Maar ik zag er ook wel een uitdaging in. V&D had net een zware reorganisatie achter de rug en Dreesmann wilde de restaurants opnieuw opzetten. Toen werden vooral kroketten en hamburgers geserveerd. Ik kreeg 30.000 gulden om bij de V&D in Nijmegen een experiment te doen. Ik wilde de restaurants transparant maken, sloot de keukens en haalde het personeel naar voren om voor de ogen van de klanten gerechten te bereiden. De naam moest aan een markt doen denken: het werd La Place. Ook wilde ik het personeel zelf opleiden."

Daarna kwamen er ook broodafdelingen bij de V&D's, broodjeszaken (Panini) en zouden er eigen La Place-producten verkocht gaan worden. Een nieuwe weg sloeg La Place in met de catering. „De kiem ligt in Maastricht. Daar stond in 1989 de HEMA op het Preuvenemint. 'Dat zal toch niet waar zijn', dacht ik. Het volgende jaar zijn we begonnen in een hoekje van het Vrijthof.

Inmiddels zijn we zo gegroeid dat we jaarlijks vijftig evenementen doen, waaronder de Hiswa, de Libelle Zomerweken, Lowlands en de catering van het Gelredome. Ook hebben we onze vleugels uitgeslagen naar de bedrijfskantines. Met scholen zijn we in gesprek. Vanaf april gaan we de horeca van Duinrell in Wassenaar doen."

Betekent dit 'vreemdgaan' ook een verwijdering van het warenhuis en mogelijk verkoop uit de Maxeda- groep, zoals eerder bij de HEMA gebeurde? Bringmann ontkent dat: „La Place is een heel rendabel onderdeel van V&D. Dit jaar beginnen we met een grootschalige test

met de verkoop van kant-en-klaarmaaltijden bij de warenhuizen."

Bron: Algemeen Dagblad, 14/03/2009



VERKOOPPUNT

NL - C&A zet groot in op verkoop biologische kleding

C&A zet over een week in de winkels en bij Wehkamp.nl fors in op de verkoop van kleding van biologische katoen. In Nederland gaat het om 400.000 artikelen, van sokken en ondergoed tot bovenkleding.

„Wij zien in de crisis geen enkele reden om verantwoord ondernemen op een lager pitje te zetten," zegt Edwin Fafié C&A.

„Wij kunnen groot inkopen, waardoor de prijzen laag blijven. De betaalbaarheid staat voorop. De biologische kleding is bij ons even duur als de andere kleding. Wij willen er vanwege de kwaliteit een A-merk van maken."

Eind 2007 startte C&A met de verkoop van een selectie 'Bio cotton'. Vanaf het voorjaar van 2008 werd bio-katoen verkocht in alle 1200 Europese vestigingen en ging het om 12,5 miljoen artikelen. Omgerekend staat dat voor ongeveer 7500 ton aan verwerkte organische katoen.

Opmerkelijk is dat C&A de reclame-campagne 'Mooi.....van C&A' tijdelijk in de ijskast heeft gezet. De nieuwste slogan luidt: 'Verwacht meer van C&A, juist nu'. Waar voor je geld is nu meer dan ooit belangrijk, wil de kledinggigant daarmee aangeven.

Fafié wil niet zeggen in hoeverre het concern te lijden heeft onder de crisis. „De meeste Nederlanders merken nog niet dagelijks dat ze minder te besteden hebben, maar de crisis gaat bij de consument wel tussen de oren zitten. Hij denkt dieper na voordat hij iets koopt."

In de reguliere modedetailhandel wordt nog geworsteld met duurzaam geproduceerde kleding. Dat blijkt onder meer uit een verklaring van de damesmodeketen DIDI (van de Coltex-groep, met verder Forecast, SPS en Steps), waarin het bedrijf aangeeft werk te willen bieden aan 'kwetsbaren in de samenlevingen' waar hun kleding wordt gemaakt: „Dat is niet de meest makkelijke weg en voor ons een nieuwe. We moeten nog in deze rol groeien."

Begin april organiseert marktonderzoeker GfK het congres Fairplay in Fashion. Hier wordt onder meer gediscussieerd over de mogelijkheden om maatschappelijk verantwoord te ondernemen.

Kledingstukken die zijn gemaakt van biologische katoen zijn even duur als de gangbaar geproduceerde kleding van C&A.

Bron: Algemeen Dagblad, 16/03/2009



Country Life – a success in wholesale and retail

Country Life is the biggest wholefood wholesaler in the Czech Republic. At the end of September 2008 the company opened its fifth store (80 m²) in Nenačovice, 20 km south-west of the capital, which is also where the headquarters of the wholesale business is located. On the same site you also find the organic farm and an organic bakery. Country Life has registered continuous growth, and in 2008 it achieved a growth rate of 7 % and turnover of approximately 11 million euros.

We supply about 250 wholefood and health food stores in the Czech Republic plus several conventional retail food stores where organic products are becoming more and more popular,” says Otakar Jiranek, the managing director of Country Life. “Since the discounter Plus launched its big advertising campaign for its own brand BioBio last year, things have been happening and much more is now available in the conventional trade.”

He went on to say that other companies like Tesco, Billa and dm Drogeriemarkt had then extended their organic product ranges. Large-scale PR campaigns are familiarising the public with the issue of organic, that is far less popular in the Czech Republic than in most western European countries.

The publicity created by the Ministry of Agriculture with the first nationwide PR campaign on TV and posters benefited the whole organic industry. “The intention is now to spend 1.2 million euros on further campaigns over three years to keep the topic in the public eye, but it all seems to have died a natural death,” comments Jiranek. His fear is that the money could disappear into thin air.

Country Life’s 54-year-old managing director thinks growth in the specialist trade and in the organic sector of the conventional trade is about the same. The wholesale business accounted for 80 % of company’s total turnover of 11 million euros in 2007. About 25 % of the turnover in the wholesale business comes from supplying Tesco, Ahold (Hypernova, Albert), Kaufland, Spar, Interspa, Billa (including Delvita) and Globus. Country Life sells 2000 lines, of which 1500 are food items. Of these, around 70 % are organic. Mr Jiranek points out that the proportion of organics has increased considerably in recent years, because the availability of organic goods in the country has improved. The range is very varied, but it does not include meat, sausage, coffee, tea or alcoholic products. The reason is that Country Life is run by Seventh Day Adventists, and this non-conformist religious sect rejects these products on ethical and health grounds.

Some of the vegetables are produced by the company itself on two hectares of their 80 ha farm in Nenačovice. The majority of bakery goods are also produced in the organic bakery on the farm. Five

employees use five tons of flour a month to produce 45 different sorts of bread, rolls and other bakery goods. The new farm shop (with 80 m² of retail space), that was opened on 30 September 2008, is not only an organic food outlet serving the local population but also a showroom for the retail arm of Country Life's business. Although the new warehouse for its wholesale trade became operational as recently as 2005, it is already no longer big enough. So 25 % of goods have to be stored in a warehouse 4 km away. "Our turnover from wholesale increased by 25 % thanks to the advertising campaigns in 2007, and the equivalent figure for 2008 is around 8 %." Country Life currently employs 140 people in the two branches of its business.

In the spring of 2009, an information and advice centre is going to be set up on the top floor of the main store in Melantrichova Street. It will include a room where cookery courses, seminars and holistic natural medical counselling can be held. Behind the well known, dark green facade in Melantrichova Street lies a 50 m² wholefood shop, a natural drugstore with natural cosmetics, and a vegetarian restaurant.

Once a year on the second weekend in September, a big harvest festival is held in Nenaèovice. Last year it was attended by 4000 people. Since chaotic traffic conditions prevailed the previous year, people were asked this time to come by bike, and all cyclists were rewarded with a little present. Even the youthfully dynamic mayor of Prague cycled with his wife to the Country Life premises.

Goods that have to be brought in from abroad present the wholefood wholesaler with big problems. Since in most cases there is no labelling in Czech, the company has to create labels, print them and put them on all goods. In particular, sticking new labels over the original labels takes up a huge amount of time. As can be seen in the photograph, two employees have to open the pallets and the packaging and stick a new label on every single item. Then all the items are re-packed on the pallets that are stored in the high-stack warehouse. This is a very expensive process that costs the company a lot of money, despite the fact that wages are low, at around 400–500 euros a month. Managing director Jiranek estimates additional costs of 15-20 cents per pack. He praises the firms Voelkel, Sonnentor and Provamel for labelling their products in Czech.

After studying agricultural engineering, Mr Jiranek worked for four years in Africa, before becoming a keen photographer. In 1990, he founded the company Country Life. "29 years ago I had my first experience of organic agriculture in the south of France and I became very enthusiastic about it."

The first, main phase of activity in the Czech Republic was at the beginning of the 1990s when a farm was purchased and converted to organic, and the two shops were opened in the centre of Prague (1991 and 1993). All this was supplemented by a bakery in 1993 and a training centre and lifestyle institute in 1994. 68 people are being trained via a distance learning programme, and 7 full-time students are

following a ten-month course in Prague. "In those days we were all amateurs and we needed to learn the fundamentals in wholefood cuisine, massage, agriculture and also a holistic approach to life," Mr Jiranek explains. For the 54-year-old it is important that he is seen as the founder and managing director but not as the owner of the company. Every two months a magazine "Prameny" (Source of Health) is issued with a print-run of 4,000 copies, half of which are sold by subscription.

At the beginning of the new millennium, when it became clear that the Czech Republic would become a member of the EU, the wholesale business was bursting at the seams. It was obvious that they would either have to find or to build new premises. They found a new site on the edge of Prague not far from a motorway exit, so that they can travel south-west to Nedažovice by lorry or car in less than half an hour. The company was given building permission for the new site, and by the autumn of 2003 most of the buildings were occupied.

In the attractive, light administration building is a training room with a dozen computers. Between ten and sixteen students can take courses in holistic lifestyle. By now 60 health groups have been set up all over the country to disseminate the message of Christian and healthy living. Four lifestyle books and two cookery books that have been published in recent years transmit ideas and information far and wide.

Otakar Jiranek is involved on many fronts, and not just to do with Country Life. He is a member of the board of the Czech agricultural association Pro Bio and of KEZ, a regional certification body. He was also a member of the twenty-strong group preparing the way for a Czech action plan for organic agriculture.

Bron: Organic-Market.info, 10/03/2009



Oppositie tegen komst Bio Planet Leuven

De oppositie in de Leuvense gemeenteraad is tegen de komst van een Bio Planet in Korbeek-Lo. Open Vld vreest vooral de negatieve gevolgen op het verkeer. «Deze kritiek komt rijkelijk laat», vindt schepenvan Karin Brouwers.

Volgens Hans Bracquené (Open Vld) zal de komst van Bio Planet naar de Tiensesteenweg veel verkeersoverlast veroorzaken. «De nieuwe handelszaak komt naast het gebouw van Shurgard», zegt Bracquené. «Het betreft een middelgroot winkeloppervlak met een tachtigtal parkeerplaatsen.»

Dat is volgens Bracquené een kritisch punt. «Op dat stuk van de Tiensesteenweg zijn er twee rijstroken en moet je niet voorsorteren. Voor wie naar Leuven wil, is er geen probleem, maar voor wie de andere kant uitgaat, is er geen oplossing.»

Schepenvan Ruimtelijke Ordening Karin Brouwers noemt de kritiek

'laattijdig'. «Nu met kritiek komen, is nogal vreemd», vindt ze. «Hoewel dat niet nodig was, werd vóór de vergunning toegekend een commissie bijeengeroepen. De vergunning is in het najaar al afgeleverd. Bovendien was bij de verkoop van de grond jaren geleden al in de voorwaarden opgenomen dat de locatie kon worden gebruikt als handelszaak.»

De schepen erkent wel dat er een verkeersprobleem kan zijn. «Maar de winkel staat er nog niet eens», zegt ze. «Volgens het huidige plan zal Bio Planet zijn oprit delen met Shurguard.»

Bron: Het Laatste Nieuws/Leuven-Brabant, 11/03/2009



Beknibbelen op voeding vanwege crisis

Van elke drie Belgische consumenten is er een van plan om, vanwege de crisis, minder te gaan uitgeven aan voeding en gezondheidszorg. Dat blijkt uit onderzoek van de Vlaamse consumentenorganisatie OIVO.

De perceptie bij de economische toestand is negatiever geworden. In september 2008 was nog een op de drie consumenten van plan om hun uitgaven terug te schroeven. Inmiddels zijn dat twee van de drie mensen geworden. Er wordt dan vooral bezuinigd op uitgaan, vrije tijd, reizen, kleding, telecommunicatie, energie, elektrische huishoudelijke apparatuur en autogebruik.

Als in de toekomst inkomens zouden stagneren of dalen zou 35% van de ondervraagden de uitgaven voor voeding verlagen. Vooral vrijgezellen en bescheiden inkomens hebben dit voornemen. Terwijl hoge sociale groepen minder snel kiezen om op eten te bezuinigen.

[De integrale studie kan u hier bekijken](#)

Bron: VMT/Oivo, 16/03/2009



Voedselproducenten hechten meer belang aan ethiek

Het ethische aspect van "nieuwe voedingsproducten" wordt steeds belangrijker voor de Belgische producenten. Op één prijkt het streven naar een goede smaak, gevolgd door de aspecten 'gebruiksvriendelijkheid' en 'gezondheid'. Dat meldt het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO) in een persbericht.

Terwijl ethische producten lanceren in 2006 nauwelijks aandacht genoot bij de producenten, innoveert in 2008 bijna een op de tien producten in die zin. Het streven naar een goede smaak bij de voedingsproducten staat op de eerste plaats met 84 procent, gevolgd door gebruiksvriendelijkheid (54 procent) en het gezondheidsaspect (46 procent).

Het OIVO maakte een analyse van de samenstelling en de presentatie van 339 voedingsproducten. In de analyse worden ook de trends van 2008 met die van 2006 vergeleken. De meeste voedselinnovaties die in 2008 in de handel verschenen zijn, werden hoofdzakelijk ontwikkeld in de sectoren van de chocolade (23 procent), de traiteurproducten (23 procent) en de diepvriesproducten (15 procent). Anderzijds nemen ze af voor snoepgoed, koekjes en soepen.

De Belgische producenten lanceren hoe langer hoe meer voedingsproducten op basis van 100 procent natuurlijke ingrediënten en producten die op lange termijn de gezondheid bevorderen. Een op de twee producten in België innoveert in die richting. De innovaties leggen steeds meer de klemtoon op tijdswinst en richten zich nog altijd tot de consument die graag lekker eet.

Bron Belga, 14/03/2009



Het volledige nummer kan je [hier](#) vinden.

Veel leesplezier!

Colofon

De BioForum Bioknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen, de koepelorganisatie voor de biologische landbouw en voeding. Deze knipselkrant verschijnt wekelijks met actuele informatie over de nationale en internationale biosector. De berichten worden zonder tekstwijziging (hooguit ingekort) geknipt en geplakt, met vermelding van hun bron. Samenstelling: Geertje Meire & Peggy Verheyden. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan geertje.meire@bioforum.be of peggy.verheyden@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 2200 relaties binnen de sector, de overheid en sympathisanten van de bioweek.

In- / uitschrijven

kan via een eenvoudig mailtje aan info@bioforum.be.

Archief

Oude nummers kun je [hier](#) nalezen, onder 'archief'.