



Alle rolspelers in bedryf moet vleis beter verstaan

Dis belangrik om die waardeketting van vee en die rol van die kleinhandel, slagplase en voerkrale te verstaan. Veeboere moet, soos wynboere, baie sterker ingestel wees op die verbruiker se behoeftes.

Twee dekades se werk in die veebedryf in die ontwikkelde én ontwikkelende lande en in verskeie sektore van die vleiswaardeketting het my laat besef hoe belangrik dit vir alle belanghebbers is om mekaar te verstaan en saam te werk in die waardeketting.

Boere kla dikwels dat hulle bloot prysnimmers is (die hele bedryf is gegrond op vraag en aanbod wat in 'n groot mate klimaatgedrewe is), maar glo dat hulle baie min kan doen om die res van die waardeketting te beïnvloed om hul produk te ondersteun.

Hierdie artikel sal 'n bietjie insig gee in sommige van die veranderinge en uitdagings wat die afgelope twee dekades in die waardeketting plaasgevind het en hoe dit in 'n veranderende wêreld inpas.

MIN VERSTAAN PROSES

Ná 'n onlangse bedryfswerksessie wat deur *Landbouweekblad* aangebied is, het ek die gehoor gevra of hulle meen 'n steak moet eers rus ná dit gaargemaak is, of regstreeks van die rooster af geëet word. Die meningsopname en die bespreking agterna het gewys die gehoor is verdeeld en die meeste mense weet min van die bespreking daarvoor onder die sjefs wat ons produk gaarmaak.

In die wynbedryf is boere meer toegespeits op die verbruiker se behoeftes vergeleke met die veesektor. Wynboere is gou om die verskille in kultivar, veroudering, grondtipes en chemiese samestelling asook die voordele en verdienste van hul produk te verduidelik. Die meeste wynmakers het 'n proepaneeltoets geslaag om te verseker dat hulle die korrekte produk vir hul klante kan produseer.

Aan die ander kant eet sommige beesboere steeds 'n steak eerder goed gaar as halfgaar of halfgaar tot mediumgaar. Min boere verstaan werklik die proses wat nodig is om konsekwent 'n sagte steak te produseer. Tog is dit 'n produk van hoë waarde (vergeleke met hoender) wat aan die einde van die waardeketting verbruik gaan word deur verbruikers wat dikwels bloot op modes en persepsie



BO: Navorsing toon rooivleis lok klante na die winkel. Groot kleinhandelaars verkoop gesamentlik meer as 50% van Suid-Afrika se vleis. FOTO: VERSKAF DEUR PICK N PAY.

KORTOM

- Om waarde tot die produk toe te voeg moet boere deelneem aan 'n forum waar vleisstandaarde bespreek word.
- Kleinhandelaars sal in die toekoms 'n nóg groter rol speel in vleisverkope en

sal dwarsdeur die waardeketting meer betrokke raak.

- Die stoetbedryf sal goeie wetenskaplike teelbeginsels moet volg sodat die bedryf doeltreffend vleis kan produseer.

reageer. As boere nie 'n goeie begrip van hul produk het nie, hoe kan ons verwag dat die verbruiker ons produk verstaan?

Produsente is dikwels nie daarvoor besorg dat hul keuse van beesras, seleksiekriteria en bestuurspraktyke 'n rol speel in die sagtheid van die eindproduk nie.

Verbruikers in Suider-Afrika word gekategoriseer volgens wat algemeen bekend staan as LSM-groepe (lewenstandaardmeting). LSM verdeel die bevolking in 10 groepe (waarvan 10 die hoogste is en 1 die laagste).

Dit groepeer mense volgens maatstawwe, soos die mate van verstedeliking, die besit van motors en die gebruik van algemene toebehore. Dit gee groepe soos die kleinhandelsektor 'n goeie aanduiding van die teikenmark.

Hoewel die mark dinamies is, toon navorsing baie duidelik dat die laer LSM-groepe na 'n goedkoper produk, soos hoender, oorskakel as die prys van rooivleis te hoog is, terwyl die hoër LSM-groepe eenvoudig minder koop. Ten spyte hiervan het Meat

Standards Australia byvoorbeeld in die afgelope dekade die vraag met meer as R2 miljard (R2 per kilogram vir boere) gestimuleer en vleisverbruik in hul bevolking beduidend laat toeneem (Amerika het dieselfde reggekry) deur 'n meer konsekwente en smaaklike produk te skep en sagte vleis te waarborg.

Vleiswetenskaplikes in Suid-Afrika doen baie om die standaard van die produk voortdurend te verbeter. Die uiteindelijke doelwit moet altyd wees om 'n sagte, smaaklike produk te produseer wat in wese foutloos is wanneer jy dit gaarmaak.

Boere moet waarde toevoeg tot hul produk. Om dit te laat gebeur, moet hulle as produsente deel wees van daardie deel van die waardeketting, bydra tot navorsingsuitsette en deelneem aan die forums waar vleisstandaarde in Suid-Afrika bespreek word.

Verbruikers verlang 'n wyer verskeidenheid produkte wat onmiddellik gereed is vir voorbereiding. Wat kan makliker wees om gaar te maak as 'n vakuumpverpakte stuk steak, wat vir minder as 10 minute op 'n warm gasbraaiër gebrui word, dan vir 10 minute rus (veral as dit dik is), geurig en voedsaam is en rou of rou tot mediumgaar bedien word? Bedien 'n slaai daarby en jy het onmiddellik 'n ete wat maklik is om te berei.

Die rol van die beesboer, tesame met die voerkraal, slagplasebestuurder en kleinhandelaar, moet dus wees om die verbruiker gesamentlik op te voed.

KEN VLEISEIENSKAPPE

Die verbruiker moet die verskil verstaan tussen hoe vee gevoer word (voerkraal- en veldvleis), die verskille in sagtheid tussen die twee voermetodes en tussen verskillende snitte (die riboogstuk bly my gunsteling. Dis nie net geuriger nie, maar ook goedkoper as 'n filet). Hy moet ook die verskil verstaan tussen die sappige en droë voorbereiding van snitte, die voordele van vleis laat rus ná dit gaargemaak is en die rede waarom voerkraalvleis sagter is as veldvleis (hoewel jy kan redeneer dat veldvleis geuriger is). Die verbruiker moet die verskil tussen maer vleis en vleis met marmering verstaan en 'n goeie begrip van die huidige vleisstandaarde hê, asook van die rede vir wit teenoor geel vet.

Laastens is voedselveiligheid ononderhandelbaar vir die verbruiker. Kwessies, soos die naspeurbaarheid van vleis, is van groot belang en enige siekte-uitbreking kan katastrofiese gevolge hê. Maar selfs hier kan die versigtige bestuur van die situasie dikwels slegte punte in goeies omskep.

Ná die uitbreking van malbeessiekte in Brittanje het die vleis-en-veekommissie daar 'n groot bemarkingsveldtog begin om verbruikers te oortuig dat maalvleis veilig was

Die wêreld is vinnig besig om 'n oop speelveld te word en daardie rolspelers in die waardeketting wat bereid is om saam te werk, gaan die langtermynvoordele geniet.



Vleiswetenskaplikes in Suid-Afrika doen baie om die standaard van die produk te verbeter. Die einddoel is om 'n sagte, smaaklike produk te lewer wat onfeilbaar is wanneer jy dit gaarmaak. FOTO: BERNA COETZEE

om te eet omdat bewys is dat maalvleis die ergste van alle snitte geraak is. Die eindresultaat was dat meer verbruikers maalvleis geëet het as voor die uitbreking.

MEER HOOFSNITTE VERKOOP

Ondanks die ongunstige oordeel wat kleinhandelaars wat beesvleis verkoop, soms in die media kry, bly dit 'n feit dat as hulle werklik die boer melk met pryse, ons in 'n vryemarkstelsel is waarin enigiemand 'n kleinhandel-vleiswinkel kan oopmaak.

'n Paar kleiner bedrywe is baie suksesvol met die bestuur van drie tot vier winkels en hulle ding regverdig mee. Die groot verandering was egter die vier groot kleinhandelaars wat die skaaleconomie aan hul kant het en gesamentlik meer as 50% van ons vleis verkoop.

Hulle sal aanhou om 'n nóg groter rol te speel in die verkoop van die produk en sal aanhou om regdeur die waardeketting selfs meer betrokke te raak. Navorsing het getoon

dat rooivleis klante na die winkel lok en klante wat rooivleis koop, het noodwendig 'n groter mandjie vol produkte.

Pick n Pay het, byvoorbeeld, meer as 1 000 slaghuise in verskillende winkels – van korporatiewe winkels, konsessies en Boxer-winkels in Suid-Afrika, Namibië, Swaziland, Lesotho en Zambië asook Zimbabwe met Pick n Pay én TM-winkels.

Invoer behels minder as 4% van sy totale produk korporatiewe winkels, met hoenderpote en ander afval as die grootste bydraer. Beesvleis is 60% van sy vleisverkope. Tien jaar gelede was 10% van dié verkope die hoofsnitte, wat nou meer as 50% van die verkope is. (Private winkels sal altyd verkies om stukke van kwart- of halwe karkasse af te sny vir produkte, soos boerewors en hamburgers.)

Verpakte en verouderde vleis sal nóg gewilder word. Die grootste faktor vir vernuwing in die hele bedryf was die koms van vakuumpverpakte produkte. Rakspasie is duur en met vleis wat korrek en versigtig verpak word om vogverlies te voorkom, sal die rol van die slagter in 'n meer raadgevende een verander, pleks van om bloot vleis in die regte snitte op te sny. Die bemerking van die produk sal meer genuanseerd en professioneel word en gevolglik sal markaandeel groei.

Sentrale verspreiding sal van sleutelbelang wees. Kleinhandelaars kan dan die konsekwentheid van hul produk beheer en verseker dat die gehalte in alle winkels op elke dorp aan die hoogste standaard moontlik voldoen. Naspeurbaarheid sal nóg belangriker word. Vleishandelsmerke sal gewild bly en handelsmerke, soos "Angus-beesvleis" of "Karoo-lam", is goeie voorbeelde van suksesvolle handelsmerkprodukte.

ONTBENING EN VERPAKKING

Baie slagplase is besig om hul ontbeengerieue vinnig uit te brei en hierdie neiging sal voortduur. Vakuumpverpakking het die speelveld van die vleisbedryf verander. Veral die hoofsnitte (kruisskyf, lendestuk, riboogskyf en filet) word vir ongeveer 'n maand opgeberg en verouder en word maklik van die rak af verkoop.

Die feit dat speenkalwers gewoonlik in Mei gekoop word en in Oktober/November gereed is vir die mark, het altyd beteken dat die prys aan die speenkalfboer in Mei onder druk is omdat dit gewoonlik een of twee maande te vroeg vir die kleinhandel was. 'n Vakuumpverpakte produk stoot nou die ▶

Verbruikers verlang 'n wyer verskeidenheid produkte wat onmiddellik gereed is om voor te berei.

◀ verouderde produk in die Kerstyd in en ons behoort mettertyd te sien dat die prys van speenkalwers in Mei styg.

Dis ook 'n werklikheid dat dit eenvoudig meer kostedoeltreffend is om 'n groter karkas te ontbeen. In een van my vorige artikels het ek op die toename in karkasgewig in die afgelope twee dekades in meeste lande ter wêreld gewys, asook dat hierdie neiging waarskynlik gaan voortduur. Dis hoofsaaklik te danke aan die ongunstige koopsurplus vir voerkraalvleis en die goeie voersurplus, wat tot 'n langer voertydperk lei.

Tog is 'n groter dier op 'n plaas gewoonlik nie doeltreffender nie en teelpraktyke sal ook moet verander om by hierdie veranderende markvereistes aan te pas. Die stoetbedryf sal goeie wetenskaplike teelbeginsels, soos verduidelik in my artikels vir *Landbouweekblad* in Oktober en Desember 2014, moet begin gebruik sodat die bedryf doeltreffend kan vleis produseer.

Dieresorg en die versekering aan klante van skoon, gesonde en veilige produkte sal vir die publiek belangrik bly.

'n "Moet sien"-flik is dr. Temple Grandin se pogings om die manier waarop die hanteringsgeriewe by veral slagplase ontwerp is, te verander. Hierdie dapper, outistiese vrou het stellig meer vir die welsyn van diere gedoen as die meeste ander wetenskaplikes. Sy het dit byvoorbeeld vir die hele beesbedryf makliker gemaak om diere só te bestuur dat hulle nie gespanne in krale is nie en maklik gehanteer kan word. Sy het eiehandig 'n ommeswaai veroorsaak in die manier waarop diere hanteer word, veral in die slagplaas-sektor in Noord-Amerika.

VOERKRALE EN DIE WAARDEKETTING

Terwyl Suider-Afrika 'n definitiewe "nat" en "droë" seisoen het en solank 'n oorvloed grane teen redelike pryse beskikbaar is, sal die voerkraalsektor aanhou om 'n sleutelrol in die waardeketting te speel. Daar is min boere wat kan bekostig om slagosse vir amper twee jaar aan te hou, veral met die stygende koste van grond.

Eenvoudig gestel, voerkrale maak ruimte op veegrond oop en stel boere so in staat om meer vroulike diere aan te hou. Deur beeste volgens kleinhandelaars se vereiste spesifikasies te voer, is voerkrale ook in staat om 'n konsekwente produk te lewer volgens die



Baie slagplase brei hul ontbeningsgeriewe uit. Veral die hoofsnitte word vir ongeveer 'n maand opgeberg en verouder, vakuumpverpak en van die rak af verkoop. FOTO: LOUW PRETORIUS

kleinhandelaars en die oorgrote meerderheid van verbruikers se vereistes.

'n Kombinasie van groei (gemiddelde daaglikse gewigstoename) en doeltreffendheid (voeromsetting) van beeste sal egter die dryfvere bly as voerkrale ekonomies lewensvatbaar wil bly.

Voerpraktyke sal bly aanpas en voerkrale sal selfs nog meer vereistes aan boere begin stel oor die soort dier wat hulle sal koop om te voer. Daar bestaan ook vooroordeel teenoor rasse wat vroeë volwassenheid navolg en 'n kleiner karkas het ná 'n kort voedingstydperk.

Dit lyk asof die wêreldwye tekort aan vleis en vleisprodukte gaan voortduur en die jongste verslag van Rabobank ('n Nederlandse multinasionale bank vir die voedsel- en landboubedryf) toon dat Brasilië onlangs besluit het om sy voerkraalvermoë te verdubbel sodat nog 'n groter segment van diere uitgevoer kan word, maar ook om 'n produk van 'n hoër waarde te verseker.

OM OP TE SOM

Op lang termyn gaan die toenemende vraag na vleis en vleisprodukte voortduur en as die VLO se voorspellings korrek is, sal dit teen 2050 verdubbel.

Ek skryf hierdie artikel tydens my besoek aan Asië, waar vier lande (China, Indië, Pa-

kistan en Indonesië) byna die helfte van die wêreldbevolking bevat. Daar is 'n middelklas wat ontwikkel en lande, soos Australië en Amerika, het die geleentheid met mening aangegryp.

Hoewel hulle goeie ondersteuning van regeringskant geniet, is dit die private sektor in elke skakel van die waardeketting wat betrokke geraak het. Suid-Afrikaanse boere moet verstaan dat die wêreld vinnig besig is om 'n oop speelveld te word en daardie rolspelers in die waardeketting wat bereid is om saam te werk, gaan die langtermynvoordele geniet. **LBW**

Dankie aan die volgende mense vir hul hulp met die samestelling van die artikel: mnr. Dave Ford, uitvoerende direkteur van die SA Voerkraalvereniging, dr. Philip Strydom van die Landbounavorsingsraad, en mnr. Ian Crook, bestuurder van Pick n Pay-slaghuise.

Dr. Michael Bradfield het die graad B.Sc. aan die Universiteit van die Vrystaat, M.Sc. aan die Universiteit van Edinburg en Ph.D. aan die Universiteit van Nieu-Engeland verwerf. Hy skryf in sy persoonlike hoedanigheid.

NAVRAE: Dr. Michael Bradfield, e-pos: Michael@agribsa.co.za