

VAN HET BESTUUR

De eerste helft van 2009 was teleurstellend voor Adopteer een Koe. Het vorig jaar aangekondigde nieuwe internet administratiesysteem bracht niet wat het moest brengen. Inmiddels is het contract met de beheerder ontbonden en zijn we, geholpen door BAS Consultancy, overgestapt op een nieuw systeem. Ik durf het bijna niet op papier te zetten, maar de verwachting is dat het vóór eind oktober draait.

Door deze perikelen hebben met name een aantal boeren niet de aandacht van het bestuur gekregen die ze verdienen. Helaas was dit voor een aantal van hen aanleiding om te stoppen met Adopteer een Koe.



Om deze negatieve ontwikkelingen het hoofd te bieden heb ik samen met Gerwin Verschuur de coördinatie van het project op me genomen.

Vorig jaar op regionale bijeenkomsten met de boeren zijn veel goede ideeën en voornemens op tafel gekomen. Samen hopen Gerwin en ik de nodige ruimte te creëren om de gewenste nieuwe impuls voor Adopteer een Koe uit te kunnen voeren. Daarnaast onderzoeken we de mogelijkheid om krachten te bundelen door Stichting Koevoet te laten fuseren met een collega-organisatie zoals Biologica of Stichting Green Valley. Heeft u suggesties, aarzel niet en mail naar info@adopteereenkoe.nl.

Maar nogmaals, de eerste stap is een goed lopend internet administratiesysteem. Zodra dat loopt worden de andere zaken weer opgepakt. In het contact met de stichting betekent dit het volgende:

- Voor administratieve vragen (ledenbeheer en financiën) blijft u contact opnemen met BAS Consultancy, maar nu alleen via e-mail: admin@adopteereenkoe.nl.
- Voor algemene vragen over het project mailt u naar Gerwin Verschuur op info@adopteereenkoe.nl of belt u 06-17032265.
- Voor kopij of suggesties voor de nieuwsbrief - waaronder uitnodigingen en verslagen van de (adoptie)activiteiten op de boerderij - mailt u Meike van Roekel op nieuwsbrief@adopteereenkoe.nl.

Ik wens u veel leesplezier met deze Koevoet!
Boris van Oirschot

AËK NIEUWS

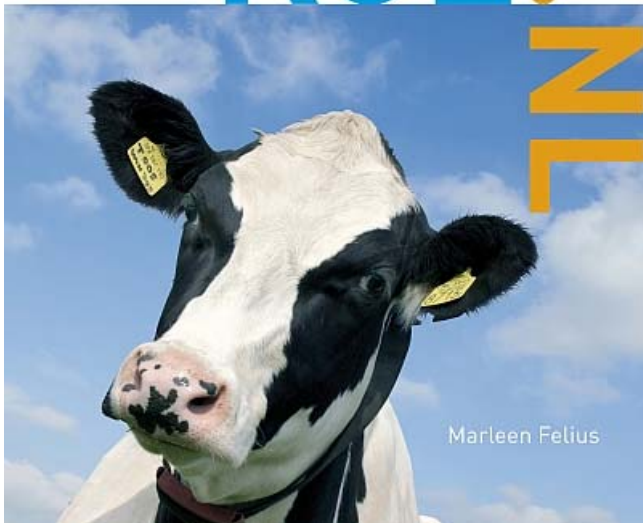
Een nieuw Koeienboek

Er is een superleuk nieuw koeienboek uitgekomen boordevol met koeienweetjes, mooie beelden en achtergrondinformatie over de Nederlandse koe. Verhalen over koeiengedrag, koeienseks, veegeschiedenis, staltypen, koeienrassen en nog veel

meer: alles wat je als adoptievriend wilt weten over de koe!

Koe.nl: geschreven door Marleen Felius, uitgeverij Roodbont. Verkrijgbaar in de boekhandel voor €19,95. Als voorproefje vind je hieronder een stukje uit het boek.

KOE.



Seks naast de city

Over springende koeien en dekkende stieren

Geile koeien

Een tochtige koe is geen verkouden koe, maar een koe die zin heeft in seks. Dankzij de eisprong. Dat overkomt koeien zo om de drie weken. Tochtigheid, de periode dat de koe vruchtbaar is en dus gedekt of geïnsemineerd kan worden, duurt zes tot achttien uur, met een voor- en natocht van zo'n drie tot tien uur elk. Een tochtige koe is onrustig, loeit vaker op een intense manier en beweegt meer.

De veehouder moet zijn koeien dagelijks controleren op tochtigheidsverschijnselen – wat een woord. Een hulpmiddeltje voor boeren met tijdgebrek is een stappenteller die om een koeienpoot kan worden gedaan. Is het aantal stappen meer dan normaal, dan is de koe zeer waarschijnlijk tochtig. Een ander middel is een dikke vetkrijtstreep op de staartwortel. Een uitgesmeerde streep betekent dat deze koe door andere koeien is besprongen.



Besprongen

Nog vóór de veehouder kan waarnemen dat een koe tochtig is, is de koppel al op de hoogte. Een tochtige koe scheidt feromonen uit, vooral via de poriën aan de flanken en in de urine. Een tochtige koe legt haar kop op het kruis van een andere koe en bespringt haar ook. Niet uit lesbische neigingen, maar om de aandacht van een stier te trekken, ook als die in geen velden of wegen te bekennen is. Als ze een koppelgenoot niet van achteren, maar aan de kopse kant bespringt, is ze hartstikke tochtig. Van al die springende koeien is volgens onderzoek 30 procent zelf niet tochtig. Dus toch een vriendinnendienst?

Besprongen worden

Van alle besprongen koeien is 90 procent in de vruchtbare periode. Tochtige koeien laten het toe dat een andere koe de kop op haar kruis legt. Ze doen het zelf ook en ze besnuffelen elkaars achterwerk. Wordt de tochtige koe besprongen, maar loopt ze weg, dan is ze er nog niet helemaal klaar voor of ze heeft al geen zin meer. Blijft ze staan, dan is ze op het hoogtepunt van haar vruchtbaarheid. Koeien tonen hun 'tochtigheidskunsten' alleen duidelijk als ze gezond zijn en 'goed op de benen'.

Niet alle koeien laten hun tochtigheid even goed zien of zijn alleen 's nachts in de weer. Vooral bij hoogproductieve koeien, die per dag 50kg of meer melk geven, duurt de tocht minder dan vier uur. Deze dieren laten zich nog geen drie keer bespringen. De bodem van een loopstal mag niet te glad zijn voor al dit springwerk, anders krijg je glijpartijen of er wordt helemaal niet gesprongen.

Het echte werk

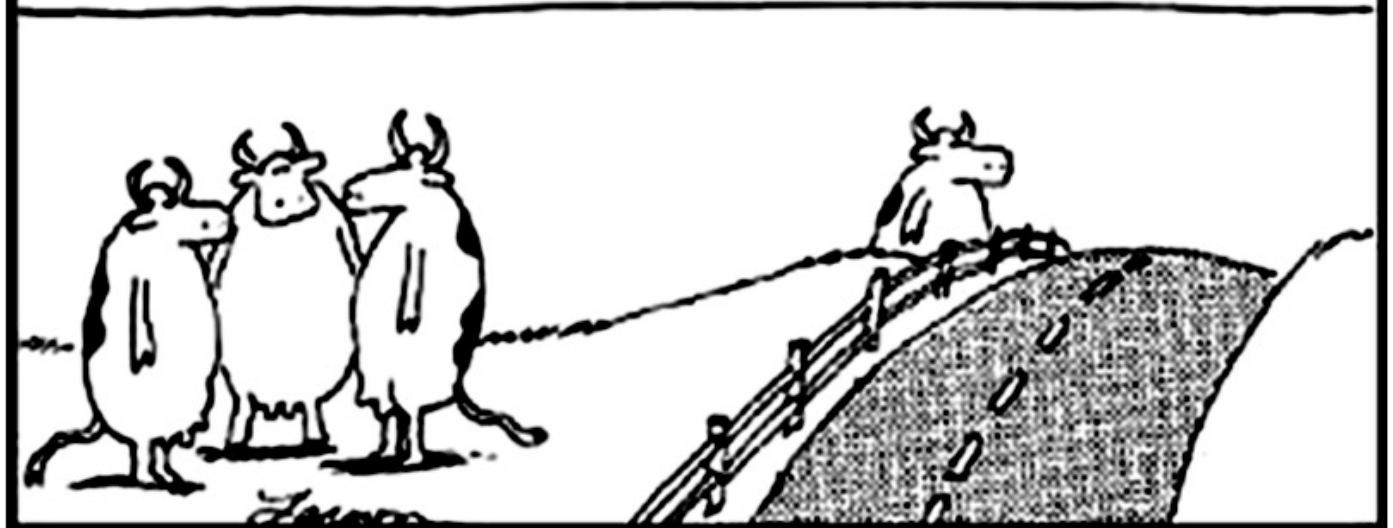
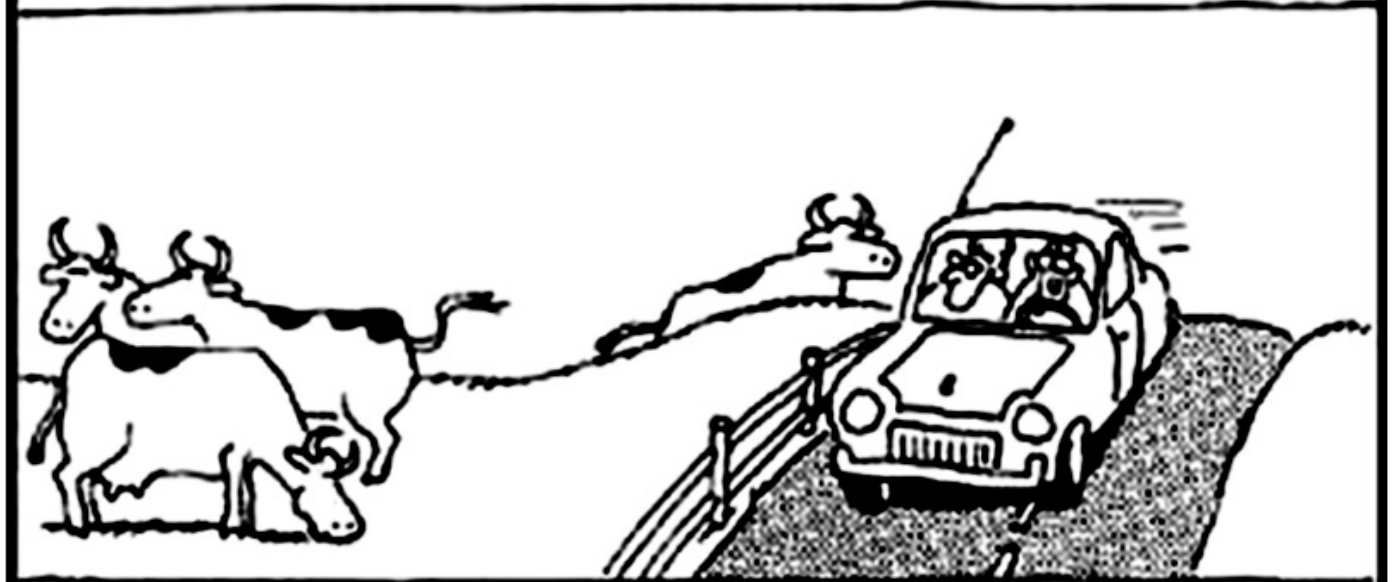
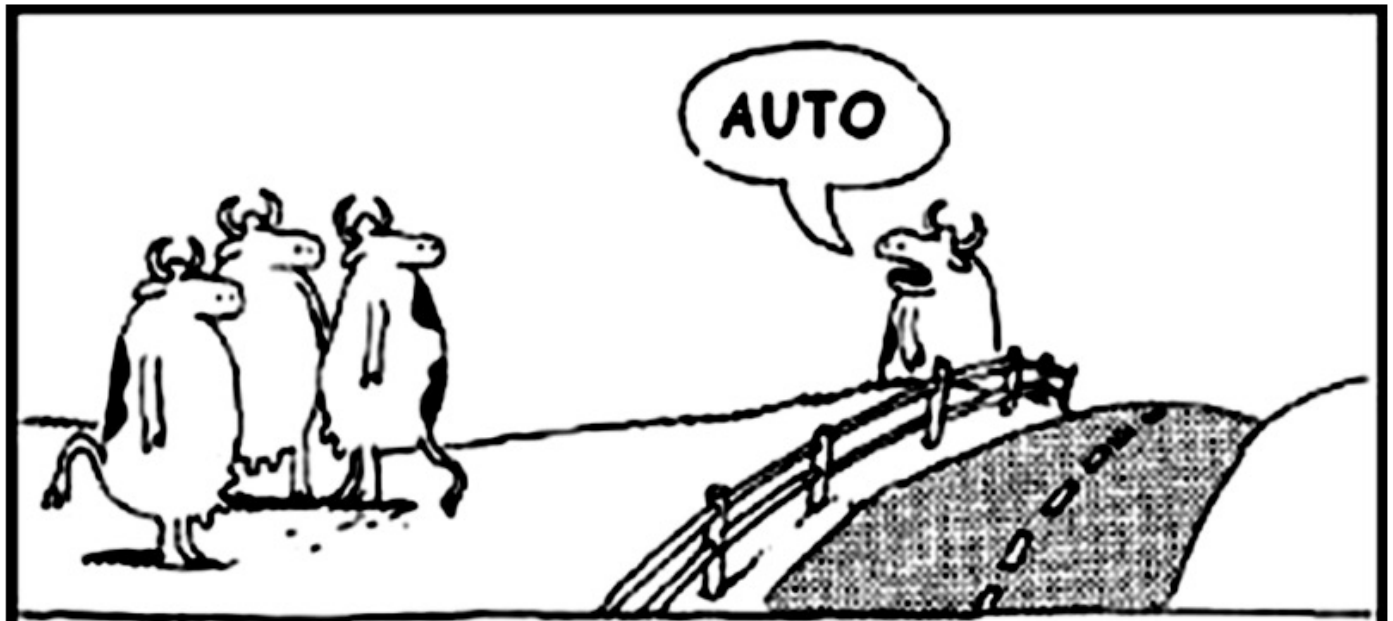
Stieren bespeuren de aankomende tochtigheid van de dames al twee dagen voor de eisprong. De boer mist de tocht nog wel eens, de stier nooit. Loopt de stier bij een koppel, zoals dat bij vleesvee vaak het geval is, dan zal hij bij een tochtige vaars of koe blijven. Zo nodig worden andere stieren op afstand gehouden.

Een tochtige koe die in een naburig of verder gelegen weiland een stier weet te staan, zal desnoods een sloot overzwemmen om bij hem te komen. Ze zal haar best doen hem te verleiden door hem te besnuffelen en te likken. De stier besnuffelt en likt haar ook, proeft haar urine en fleemt. Hij bespringt haar op het juiste moment en dan is het raak.



(uit het boek Koe.nl, Marleen Felius)

Kleurplaat



Een koe met een naam geeft meer melk!

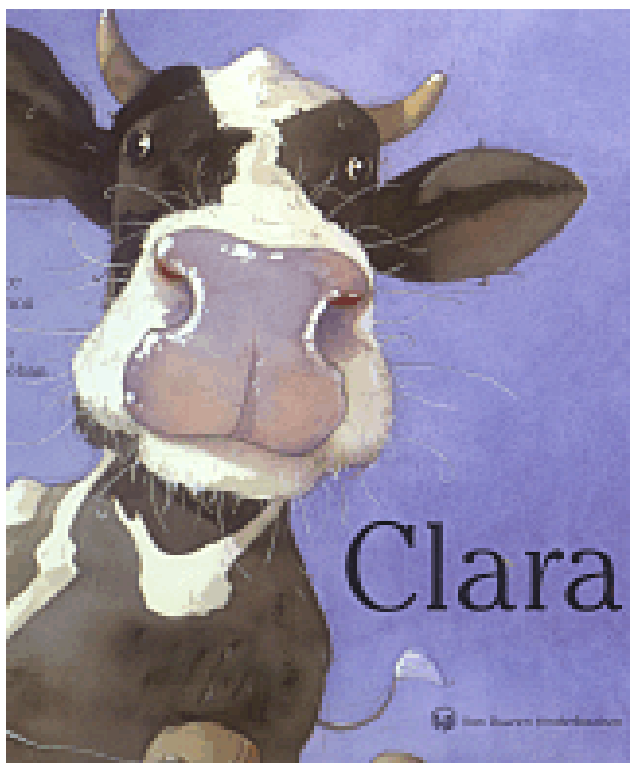
Koeien geven meer melk als ze een naam hebben. Die Britse ontdekking is nu bekroond met een nep-Nobelprijs.

Een gemiddelde koe geeft 7500 liter melk per jaar. Heeft een koe een naam, zoals Bertha of Klara, dan ligt haar productie bijna 4 procent (285 liter) hoger, ontdekten onderzoekers van de universiteit van Newcastle. Voor deze vondst zijn de wetenschappers in Amerika beloond met de Ignobel-prijs voor diergeneeskunde. Ignobel, wat onedel betekent, is een woordspeling op Nobel.

De jaarlijkse Ignobelprijzen vormen een parodie op de echte Nobel-prijzen, die komende week volgen. Het Ignobel-comite belooft onderzoek waar het publiek eerst om moet lachen en daarna over na gaat denken. De Britten bekeken in hoeverre het welzijn van melkkoeien invloed had op hun productiviteit. Een naam maakte dus al veel uit. En als een boer vaak in de stal op bezoek kwam scheelde dat nog meer: 600 liter. Het aaien van een koe leverde 500 liter extra op.

"Al die mens-dier-interactie verlaagt de stress van de koe", licht onderzoekster Catherine Douglas toe: "Het dier maakt dan minder stresshormonen zoals cortisol en adrenaline, en dat is goed voor de melkproductie."

(bron: Trouw, zaterdag 3 oktober)



De nieuwsbrief is ook van jou!

Redactie Koevoet zit met de handen in het haar – is er dan echt geen nieuws?



Er komt weer een nieuwe nieuwsbrief aan... regelmatig zit ik dan met mijn handen in het haar. Want: wat is het nieuws? De nieuwsbrief is bedoeld om jullie, adoptievrienden en boeren op de hoogte te houden van wat er allemaal gebeurt bij Adopteer en koe, en dan vooral bij de boeren en adoptievrienden van dit mooie initiatief. Maar: gebeurt er eigenlijk wel wat? Sporadisch krijg ik eens een nieuwsbrief of verhaaltje van deze of gene binnen en wij geloven niet dat er echt zo weinig gaande is! Heb je een leuke belevenis op de boerderij, ben je geïnspireerd voor een mooi koeiengedicht, heb je een leuk weetje of bouwt jouw boer een nieuwe stal? Laat het me weten en je komt in het Koevoet nieuws!

En dat geldt ook voor boeren: laat de redactie weten wat de ontwikkelingen zijn en stuur ook je eigen nieuwsbrieven naar de Koevoetredactie.

Bel of mail de redactie:

nieuwsbrief@adopteereenkoe.nl

of 0317-840230 (Meike van Roekel).

Redactieleden gezocht

Koevoet zoekt nieuwe redacteuren. Hou je van schrijven en vind je het leuk om eens bij een Koevoet boer op bezoek te gaan voor een interview? Of wil jij de actualiteiten in Boerenland in de gaten houden? Struin je graag het internet af voor leuke verhalen of plaatjes van koeien? Hou jij toevallig heel erg van fotograferen en schiet je wel eens mooie plaatjes die de nieuwsbrief zouden passen? Tegen een kleine vergoeding kun jij je hobby bij ons uitvoeren want wij zoeken nieuwe redactieleden voor onze nieuwsbrief! Neem contact op met Meike van Roekel:

nieuwsbrief@adopteereenkoe.nl

Eindelijk een goed systeem

Al sinds Adopteer een Koe in stichting Koevoet is verzelfstandigd is de wens om de ledenadministratie op internet te zetten zodat deelnemende boeren met een eigen inlogcode en wachtwoord zelf makkelijk bij de gegevens kunnen en die actueel houden. Het is nu zover. Het systeem heet 'E-Captain' en wordt al veel door sportverenigingen gebruikt. Het systeem ondersteunt drie functies en integreert die ook: ledenadministratie, boekhouding en website. De onderneming die het systeem heeft gemaakt is DISPI bv uit 's-Hertogenbosch.

BAS Consultancy heeft dit systeem gekozen omdat bleek dat het OLAS-systeem dat een jaar geleden was geselecteerd niet goed functioneerde. Joachim de Sterke van BAS Consultancy zegt hierover: "Ik baal als een stekker dat het zolang heeft geduurd om een fatsoenlijk systeem aan het draaien te krijgen. Het is onze taak om een online ledenadministratiesysteem te kiezen en in te richten, en te lang hebben we de hoop gehad dat het met OLAS wel goed zou komen. Toen uiteindelijk bleek dat de ledenadministratie niet eenvoudig met de boekhouding geïntegreerd kon worden, hebben we de knoop doorgehakt. We hebben afscheid genomen en zijn een ander systeem gaan zoeken. Wij zijn erg blij met deze keuze en hopen dat de boeren dat ook zullen zijn".

Om snel met het systeem aan de slag te kunnen is ervoor gekozen om prioriteit te geven aan het inrichten van de ledenadministratie en de boekhouding in E-Captain en de website functie ervan nog even te laten rusten. De structuur van de website www.adopteereenkoe.nl blijft dus voorlopig nog even hetzelfde. De boeren krijgen binnenkort instructie over het gebruik van het nieuwe systeem. Zodra de administratie en boekhouding op orde zijn, kan het bestuur zich gaan richten op andere zaken, waaronder de promotie en ledenwerving van Adopteer een Koe.

Gerwin Verschuur en Boris van Oirschot

De Verkipping

Familietoonstelling op Kasteel Groeneveld

Wil jij eens meemaken hoe het is om als kip, varken of koe in een hedendaagse boerderij te leven? De interactieve familietoonstelling De Verkipping in kasteel Groeneveld geeft je een kijkje in de keuken van de hedendaagse boerderij. En ook kun je je laten verkippen door de Verkipmachine! Verder: dansen met koeien, met de hand melken tegen een melkmachine, tafelvoetbal met wroetende varkens en scharrelende kippen en nog veel meer.

In maart verbleef kinderboekenschrijver Tjibbe Veldkamp in kasteel Groeneveld als writer in residence. In kinderboeken leeft nog altijd het idyllische beeld van de boerderij op het platteland met kippetjes op het erf, dartele lammetjes en kalfjes in de wei en een tevreden knorrend varken in de modder. De realiteit is vaak heel anders. Op de moderne boerderij zijn dieren, ondanks de liefde van de boer voor hun dieren, gereduceerd tot productiemiddel voor ons voedsel.

Tjibbe Veldkamp schreef met dit gegeven een hedendaags kinderboek: DE VERKIPPING, waarin een boer wil dat zijn varkens eieren gaan leggen. Daartoe bouwt hij de 'Verkipmachine'. Tenaar Kees de Boer maakte de illustraties bij dit verhaal. Verhaal en tekeningen zijn leidraad geworden voor de familietoonstelling in kasteel Groeneveld.

De Verkipping is te beleven op de zolder van kasteel Groeneveld vanaf 20 oktober 2009 tot 31 augustus 2010.

Drink meer melk!

Er is de afgelopen weken veel te doen geweest over de lage melkprijs. Boeren die boos waren hebben melk over het weiland laten lopen en zijn gaan protesteren in Brussel en in Den Haag. De prijs die een boer krijgt voor zijn melk ligt op het moment rond de 26 cent per liter. De oplossing van minister Gerda Verburg: een campagne om burgers te stimuleren om meer melk te gaan drinken. Maar is dat nou de goede weg? Veel boeren denken dat dit weinig uithaalt.

Dick Veerman van foodlog.nl is het daar helemaal mee eens: "wij zouden echt met z'n allen in zee rollen als de Engelsen zouden zeggen: "drink meer thee"! Er is een groep biologische boeren die zich wil verenigen om zo sterker te staan tegenover de melkverwerkers die hun melk opkopen.



Ook dat haalt volgens Dick Veerman niet zo heel veel uit: de echte macht ligt bij de supermarkten. Die hebben zo'n zeventig procent van de markt in handen. Op het moment zijn er nog een 8-tal supermarktketens, maar volgens Veerman zijn dat er over een aantal jaren nog maar drie. Ook supermarkten hebben last van grote concurrentiedruk en kleine marges. Waarom is er dan toch zo'n groot verschil tussen de prijs die een boer krijgt voor zijn product en het pak melk of yoghurt in de supermarkt? Omdat supermarkten met hun aanbiedingen vaak kruidenierswaren en A-merken onder de inkoopprijs verkopen om zo klanten te lokken. De winst die op de verse producten gemaakt wordt, vloeit naar de verkoop van de A-merken. Omdat het zo'n grote groep is zijn boeren en verwerkers zijn gemakkelijk tegen elkaar uit te spelen en dus worden ze gedwongen om hun producten tegen een lage prijs te verkopen. Als zij het niet doen, doet een ander het wel...

Volgens Veerman ligt de oplossing ergens anders: zorg dat je de supermarkten omzeilt en de klant direct bereikt, ga als producenten samenwerken met elkaar en zet een boerenverswinkel in de markt: eerlijke en "echte" producten uit de streek, maar wel alles bij elkaar in een professioneel en mooi winkelconcept. Zo kun je betere marges creëren. In het onderstaande artikel meer over de visie van Dick Veerman.

De voedselketen is topzwaar geworden

Dick Veerman is het brein achter foodlog.nl, de website die de levensmiddelenbranche kritisch onder de loep neemt. Veerman verbindt met zijn onafgebroken woordenwaterval moeiteloos economie met chemie en marketing met sociologie. In de voedselketen zit flink wat scheef, volgens Veerman. "Allereerst is het natuurlijk onzinnig om wie dan ook verantwoordelijk te stellen voor de negatieve spiraal waarin de keten zich bevint. We waren er met z'n allen bij, hoewel niemand consumenten vroeg wat ze wilden of hen uitlegde wat ze ervan zouden kunnen vinden."

Hoe ziet de ideale supermarkt er volgens Dick Veerman dan uit? Veerman blijkt er een voorstander van om boeren zelf mee te laten delen in de winst van supermarkten. "Ik zie een soort boeren-Aldi-formule voor me, een coöperatie waarin de boeren en verwerkers een eerlijke prijs krijgen voor hun artikelen, domweg omdat ze medelen in de eindwinst." Recent deed hij op foodlog een voorstel om boeren en A-merken samen winkels op te laten zetten. Voor verse producten ziet hij een kleinere, veel lokalere logistiek zodat keuze en diversiteit mogelijk worden tegen gangbare prijzen.

"Dat moet kunnen uit het grote stuwmeer aan 'onzinkkosten' dat een goedkoper maar geen beter basisproduct heeft opgeleverd. Het moet ook kunnen zonder dat de consument hiervoor dieper in de buidel hoeft te tasten." Volgens Veerman hoeven we onze welvaart echt niet op te geven door voedsel dat veel duurder zou moeten worden. "We moeten nadenken over de herinrichting van een topzwaar geworden manier van produceren, verwerken en verkopen."

Gepimpte winegum

Volgens Veerman zou eens goed bekeken moeten worden of er geen *Foodbubble* is ontstaan. "Veel eten is gebakken lucht, beloftes die losstaan van de realiteit. Gewone cervelaat of palingworst met een wat andere kruiding verkopen als echte Spaanse chorizo is flauwekul. Een shot uit een flesje biedt niet de helft van je dagelijkse behoefte aan verse groenten en fruit. En met omega-3 gepimpte winegum is geen nutritioneel equivalent van een haring, sardine of een portie waterkers." De presentatie van het eindproduct wordt opgeblazen en 'genept tot en met', zonder dat het ook maar ergens over gaat, vindt Veerman. "Door de kosten- en winstcumulatie aan het einde van de keten, wordt deze luchtbel steeds groter. Want wie wil er nou echt geld steken in het begin van de keten? De *foodbubble* maakt het voor levensmiddelenfabrikanten noodzakelijk om verder te differentiëren. Het zorgt voor omzet aan hun kant van de streep."

Wat is Veermans bezwaar tegen deze manier van omgaan met voedsel? "Het zijn manieren om waarde toe te voegen aan een basisproduct dat voedingskundig steeds armer is geworden." Hij legt uit hoe dat zit. "Het grootste deel van de kosten van onze voeding zit niet meer in die voeding zelf of de verwerking ervan maar in ontwikkeling, marketing, logistiek, verpakkingen en verkoopkosten. Dat is natuurlijk geweldig, want het betekent dat we niet meer zelf hoeven te boeren, te oogsten, brood te bakken, jam te maken en hamburgers te draaien. Maar het heeft ook consequenties door de manier waarop het vorm heeft gekregen: aan de productiekant zorgen grote volumes van allemaal dezelfde gewassen en dieren die allemaal hetzelfde eten voor enorme eenzijdigheid in voedingswaarde."

In de verwerking wordt daarom gedifferentieerd binnen zovee mogelijk dezelfde processen om ook daar zo groot mogelijke volumes te kunnen draaien. Dat heeft geleid tot een soort borrelnoteneconomie, waarin het Shanghai-jasje moet verbloemen dat het pindaatje even oninteressant is als die onder de twintig andere coatings. Voedsel in de supermarkt is nep divers in plaats van echt divers geworden."

Natuurlijke diversiteit

Op de vraag waarom dat nou precies een probleem is, antwoordt Veerman: "De meeste navrante voorbeelden vind je in verwerkt vers. Boeren, tuinders en telers draaien negatief."

Verwerkers zitten er niet ver vanaf. Een onsje eenvoudige worst kost vandaag de dag qua productie rond de twintig eurocent. Daarvoor is dus een varken geslacht, de worst gedraaid en het eindproduct gesneden, verpakt en gestickerd. Alle verwerkers moeten hun deel van die twintig cent krijgen, waarvoor ze een compleet eindproduct leveren. Niettemin kost dat onsje in de winkel 1 euro. Waarom?

“We betalen het meeste voor kosten die niet gerelateerd zijn aan voedingswaarden en dat zorgt ervoor dat het echte product steeds armer, want minder gevarieerd wordt. En van de weeromstuit wordt de zoveelste variant borrelnoot, koude koffie en kant-en-klare saladesoort uitgevonden. Vers en zelfs biologisch zijn allang geen benadering meer van natuurlijke diversiteit.”

(Uit de levensmiddelenkrant van 24 juli)



productiebedrijf met 8.000 koeien in de VS