

Karoolam is en smaak anders

Theuns Botha

Navorsers het bevind dat lams- en skaapvleis uit die Karoo inderdaad 'n eiesoortige smaak het. Die koppeling daarvan aan die unieke eienskappe van die Karoo kan met slim bemarking groot voordeel vir Karoo-boere inhou.

Windpompe, uitgestrekte vlaktes, tuisgebakte brood en warm gasvryheid is beelde wat in die geestesoog opkom wanneer daar aan die Karoo gedink word. Omdat die streek met 'n rustige lewenswyse, tradisie en heilsaamheid vereenselwig word, kan dit tot voordeel van produkte wat hier geproduseer word, ingespan word om dit ook as sodanig te bemark. Dít is die mening van 'n span navorsers wat 'n studie rondom die gebruik en siening van verbruikers van Karoolam onderneem het.

Karoolam verskyn dikwels op die spyskaarte van toprestaurante en die prys per porsie beloop amper dieselfde as 'n goeie bottel wyn. Die woord duik ook dikwels in advertensies van slagters op wanneer hulle skaapvleis adverteer. Die verwysing na “Karoo” sou waarskynlik nie daar gewees het as daar nie 'n nostalgiese of verhewe waarde daaraan geheg kon word nie.

Dit was egter die opmerking van 'n kelner in 'n restaurant toe dr. Dirk Troskie, spesialis-landbou-ekoonoom by die departement van landbou in die Wes-Kaap, wou weet of die Karoolam op die spyskaart inderdaad uit die Karoo kom, wat sy wenkbroue laat lig het. Die kelner het dadelik te vertel dat dit inderdaad só is, aangesien die lammers van “my pa se plaas in Namibië kom”.

Troskie was deel van 'n projekspan, onder leiding van prof. Johann Kirsten, hoof van die departement van landbou-ekonomie, voorligting en landelike ontwikkeling aan die Universiteit van Pretoria, om die potensiaal te ondersoek of die naam “Karoolam” as 'n geografiese indikator aangewend kan word en hoe die intellektuele waarde wat daaraan gekoppel is, tot voordeel van die produsente in die gebied beskerm kan word.

In die projek wat deur die Universiteit van Pretoria met die samewerking van CIRAD, 'n Franse navorsingsraad, onderneem is, is daar ook ondersoek ingestel na die uniekheid van onder meer ander landbouprodukte, soos heuningbos- en rooibostee. Die projek is ook deur die Franse regering geborg om in verskeie wêrelddele die volhoubare ontwikkeling van landbou-navorsingstelsels te bevorder.

Volgens Kirsten is daar entrepreneurs wat dikwels finansiële gewin uit die intellektuele eiendom van andere put en die geld wat hulle op dié wyse maak nie noodwendig terugploeg in die gemeenskappe waar die produk sy oorsprong het nie.

Die bevindinge van die studie waarvan hy deel was, is tydens die Karoo-ontwikkeling-stigting se konferensie op Graaff-Reinet bekend gestel. Dit het bykans drie jaar geneem om te voltooi.

Die gebied wat as Karoo bekend is, strek oor verskeie provinsies (sien kaart op bladsy 14). Daar bestaan egter nie 'n organisasie wat kollektief die advertensie en bemarking vir produkte uit die streek behartig nie.

Hoewel skaapboere se belange deur die onderskeie landbouverenigings en die RPO in besonder gehanteer word, speel die betrokke organisasies geen rol as dit by die bemarking van produkte as sodanig kom nie.

Op 7 Augustus 2006 is 'n vergadering met 14 boere, drie individue wat in die verwerkingsketting betrokke was, asook verteenwoordigers van die departemente van landbou in die Noord-, Oos- en Wes-Kaap gehou. Daar is op die vergadering aanbeveel dat die taakspan ondersoek sal instel na watter streke vir die doeleindes van die geografiese indikator as die Karoo afgebaken kon word.

'n Beskrywing van die produk, die wyse waarop dit geproduseer word en die verband tussen die vleis en die streek moes ook bepaal word. Die taakspan is ook gevra om vas te stel hoeveel geregistreerde handelsmerke daar reeds bestaan waarin die woord "Karoo" voorkom. Ook dat wetenskaplike, chemiese en sensoriese ontledings van die vleis gemaak sal word en 'n meningspeiling gedoen word om te bepaal wat die siening van verbruikers is oor skaapvleis wat van die Karoo afkomstig is.

Die ondersoek het getoon dat die woord "Karoo" wat op voedsel as sodanig betrekking het, reeds deur verskeie maatskappye, waaronder Tiger Food Brands, Foodcorp en Econotech CC, as handelsmerk geregistreer is. Die woord "Karoolam" het ook in die registrasie van twee maatskappye voorgekom. In die verslag word gesê dat ofskoon laasgenoemde 'n struikelblok mag wees om die handelsnaam "Karoolam" te registreer, daar 'n kans bestaan om die registrateur te oortuig dat nie 'n enkele organisasie die eksklusiewe regte behoort te kry om die woord "Karoolam" te gebruik nie.

Volgens die verslag is daar hoofsaaklik ses plantspesies wat aan skaapvleis in die Karoo sy besondere smaak verleen. Dit is die silwerkaroo (*Plinthus karrooicus*), skaapbossie (*Penzia spinescens*), kapokbossie (*Eriocephalus ericoides*), rivierganna (*Salsola glabrescens*); ankerkaroo (*Petzia incana*) en perdebos (*Pteronia glauca/rosenia humilis*). Die betrokke plantspesies is egter nie net tot die Karoo beperk nie, maar kom ook in dele van die Vrystaat en Namibië voor (sien kaart op bladsy 14).

Die belangrikste gevolgtrekkings in die verslag is onder meer die volgende:

- Daar was geen noemenswaardige smaakverskil in die vleis van die twee belangrikste skaaprasse, naamlik Merino en Dorper, waarmee daar in die Karoo geboer word nie. Dit beteken dus dat die klassifikasie van vleis waar daar nie 'n onderskeid tussen verskillende skaaprasse getref word nie wetenskaplik korrek is en dus nie aangepas hoef te word om aan die geografiese indikator te voldoen nie. Die persepsie dat daar wel 'n verskil tussen Dorper- en Merinovleis is, bly egter voortbestaan. Met die toepaslike etikettering kan die keuse egter aan die verbruiker oorgelaat word om self sy voorkeur uit te oefen, meen die navorsers.
- Daar was ook nie 'n noemenswaardige verskil in die smaak van skaapvleis wat in die verskillende dele van die Karoo geproduseer word nie. Die vleis smaak bykans dieselfde as dié wat in die westelike dele van die Vrystaat geproduseer word, maar beduidend anders as die vleis wat 'n oorsprong in Namibië gehad het. Die rede daarvoor kan gevind word in die feit dat die plantegroei in die Karoo en Wes-Vrystaat in die betrokke jaar grootliks ooreengestem het. Daar word dus aanbeveel dat die verband tussen die natuurlike plantegroei en die smaak van vleis verder ondersoek sal word en dat vleis vanuit verdere dele van die land (bv. KwaZulu-Natal en Mpumalanga) in die studie ingesluit word.
- Die vetsuurprofiel van skaapvleis, waar die vee hoofsaaklik op inheemse plante voed, blyk gunstiger te wees as waar die vee net op grasveld wei. Ook dié aspek regverdig 'n verdere ondersoek.

Tydens die konferensie is daar bespiegel dat die bepaalde beeld wat rondom die Karoo geskep word, hoofsaaklik vir finansiële gewin in sommige kringe gedoen word en nie noodwendig die inwoners van die Karoo bevoordeel nie.

Kirsten sê aangesien nie een van die mense wat by die studie betrokke was in die Karoo woon nie, is dit belangrik dat 'n organisasie in die Karoo die saak verder sal voer. Daar sal ook verseker moet word dat indien "Karoolam" as merk geregistreer word, slegs vleis wat in die streek geproduseer is onder dié

merk bemark word. Die implikasie is dat die streek gedefinieer moet word en dat die oorsprong van die vleis geverifieer moet kan word. “Word dit nie gedoen nie, kan die bate verloor word.”

En, benadruk hy, daar moet verseker word dat die produk die naam wat daaraan gekoppel word, waardig sal wees.

“Elke keer wat ’n verbruiker teleurgestel word, sal hy dit onthou en dit kan tot nadeel van die produk wees. As dit goed is, sal dit tot voordeel van die produk wees,” waarsku Kirsten.

Wat dink verbruikers

In ’n peiling onder verbruikers is bevind dat 53,6 % van die respondente bewus is van sogenaamde Karooskape. Hiervan het 63,1 % gemeen dat skape uit die Karoo ’n ander smaak het en 53,4 % dat dit ’n ander geur het as “generiese” skaapvleis. Twee derdes van die respondente wat kennis dra van Karoo-skaapvleis het gemeen dat die geur en smaak daarvan beter was as ander skaapvleis. Altesame 44,7 % van hulle beskou dit as ’n tradisionele tipe kos en 68 % het aangedui dat hulle skaapvleis uit die Karoo sou koop as dit beskikbaar was.

Oor die algemeen was respondente in die Wes-Kaap (63,2 %) meer bewus van vleis uit die Karoo as diegene in Gauteng (51,5 %) wat ondervra is. Slegs 7,2 % van Gautengers sou die vleis koop as dit beskikbaar is teenoor 24,5 % in die Wes-Kaap.

Daar is ook bevind dat die oorgrote meerderheid respondente nie ’n romantiese konnotasie aan die Karoo heg nie. Ook dat 34,9 % van hulle ’n bepaalde waarde heg aan die streek van die land waar die skaapvleis geproduseer word. Die rede daarvoor is dat die vleisklassifikasiestelsel in die land nie ’n onderskeid tref ten opsigte van waar die skaapvleis geproduseer word nie en dat die vleis ook nie as sodanig geadverteer word nie. Verbruikersopvoeding wat betref die oorsprong en gehalte van vleis kan egter sake verander, word in die verslag gesê.

Van die respondente wat van Karoo-skaapvleis bewus is, het 35 % aangedui dat hulle dit twee keer per maand koop en verbruik. Die gevolgtrekking is dat vleis van oorsprong dus as ’n nisprodukt in die Suid-Afrikaanse mark beskou kan word.

Die niswaarde van hierdie tipe vleis word verder ondersteun deur die bevinding dat 27,2 % van diegene wat met die produk bekend is, bereid was om ’n hoër prys daarvoor te betaal.

Karoboere moet hul eie opeis

Mnr. Izak van der Merwe, ’n boer van Murraysburg, sê dit is verstommend dat baie verbruikers nie werklik weet watter skaapvleis hulle koop nie en dat hulle hulle net verlaat op die kleinhandel se promosie. Dit is skokkend dat daar selfs mense is wat vleis van Australië invoer en dan ’n Karoo-etiket op die verpakking sit. “Die feit dat die naam soms misbruik word, is ’n aanduiding dat daar reeds ’n gesogte waarde aan produkte uit die Karoo gekoppel word.

“Buitelandse toeriste wat die Karoo besoek, kan nie uitgepraat raak oor die besondere smaak van die vleis nie. Dieselfde geld vir baie Suid-Afrikaanse verbruikers. Hulle wil ’n Karoo-lamtjop of Karoo-skaapboud op die tafel voorsit.”

Van der Merwe sê ondanks die feit dat Suid-Afrikaanse boere nie in die verbruikersvraag na skaapvleis

kan voorsien nie, moet Karooboere nie op hul louere rus nie. Hulle moet alles moontlik doen om die unieke geur en smaak van Karoolam by verbruikers te bevorder.

“Ons in die Karoo moet egter die eienaarskap daarvoor aanvaar. Die uiteindelijke mikpunt kan ’n pryspremie vir die produsent tot gevolg hê. Dit kan alleenlik gebeur as produsente in hierdie geografiese gebied eienaarskap aanvaar, hulle op distriksvlak organiseer en hul produk geïdentifiseer deur die bemarkingsketting neem.

“Ek glo dit sal ’n moeilike pad wees aangesien die handel nie altyd gunstig reageer om moontlike prysvoordele deur te gee na die primêre produsent nie. Net soos rooibostee amper vir die primêre produsent in Suid-Afrika verlore was, moet ons sorg dat die onontginde waarde van die Karoo nie verlore gaan nie, maar dat sy bewoners opeis wat histories aan hulle behoort.”

Van der Merwe meen die RPO het ’n verantwoordelikheid teenoor sy lede om die taakspan se verslag in die vier provinsies (Oos-, Wes- en Noord Kaap, sowel as Suid-Vrystaat) waar Karoolam geproduseer word, te versprei en boere hier aan te moedig om die leiding te neem om die vleis as sodanig te bemark.

Kategorie: Skape/Karoolammers/Vleis

Bladsy: 12;13;14

Kleurfoto's

Kontakbesonderhede: Dr. Dirk Troskie - Sel
maklik beskikbaar nie.)

082 6586018

(Prof. Johan Kirsten is nie