xxxadresxxx

xxxmailxxx

Datum : 23 maart 2026
Kenmerk : xxxx
Betreft : **Maart de maand van de Staart – *De staart is een tientje waard!***

Geachte heer xxx, Beste xxx

Weet u het nog? Met de slogan **'Verdien samen die krul!** Stapsgewijs en verantwoord naar vitale varkens met een krulstaart' bent u samen met CoViVa – de Coalitie van ketenpartners voor een Vitale Varkenshouderij – in 2023 gestart met een meerjarige campagne. Een krachtig signaal: samen bereiden wij de sector voor op het verantwoord houden van varkens met een krulstaart in 2030. *Samen* nemen wij verantwoordelijkheid en dragen we bij aan de verandering die nodig is. *Samen* bouwen wij aan vertrouwen bij de consument. Daar zijn wij u dankbaar voor.

Krul maakt product onderscheidend
Op dit moment werken varkenshouders intensief aan de uitvoering van deze belofte. Zij investeren in management, huisvesting en begeleiding. Zij nemen risico's. Zij denken vooruit. Daarmee creëren zij een onderscheidend product mét een krul: aantoonbaar hoger dierenwelzijn, onderbouwd en controleerbaar. Een krul als teken van dierenwelzijn door vakmanschap en kwaliteit. En juist hier ligt voor u een kans om de gezamenlijke ambities waar te maken.

Onze reputatie is uw reputatie
De vraag is niet óf dit onderwerp relevant wordt voor uw reputatie — maar hoe u daarin zichtbaar leiderschap toont. In een concurrerende retail- en verwerkingsmarkt draait het om onderscheidend vermogen. Om verhaal. Om bewijs. Om vertrouwen. Want dat bepaalt het aankoopgedrag. De markt is immers leidend.

U heeft nu de mogelijkheid om dit verhaal mede vorm te geven en het zichtbaar te maken richting uw klanten en de maatschappij. Partijen die kiezen voor 'de krul' onderscheiden zich. Niet alleen omdat zij een betrouwbare partner willen zijn die zich aan de belofte houdt, maar vooral omdat het strategisch verstandig is.

Onze verdiensten zijn uw verdiensten
Partijen die deze 'krul' actief verankeren in hun inkoopbeleid en prijsstructuur:

- versterken hun premiumpositionering;
- vergroten hun geloofwaardigheid richting consument;
- creëren onderscheid ten opzichte van prijsgerichte concurrenten;
- bouwen aan lange termijnrelaties met leveranciers en afnemers;
- reduceren reputatie- en afbreukrisico's;
- maar bovenal: maken het mogelijk voor varkenshouders en de keten om te investeren en waar te maken.

Maart is 'De maand van de Staart'. Dit is hét moment om te laten zien dat uw organisatie niet alleen reageert op maatschappelijke druk, maar proactief bouwt aan waarde creatie en beloftes nakomt. Uw markt moet de aanjager zijn voor varkens met lange staarten. Het wordt tijd om hier een leidende rol in te pakken door de extra inspanningen in de primaire sector financieel te erkennen. Hiermee versterkt u niet alleen de keten — u versterkt uw eigen marktpositie.

Concreet: nog vier BBQ seizoenen tot 2030. Het wordt tijd voor de volgende stap. U laat deze kans toch niet liggen? **Een staart is een tientje waard**. Laten we samen deze krul verdienen!

We gaan hierover graag met u in gesprek.

Met vriendelijke groet,

Linda Verriet
Voorzitter POV