

T

U

L

I

Journal



2

0

2

1



Registered animals on offer at auction:

25 Bulls | **10** Open Heifers | **15** Pregnant Cows



Annual Production Sale
Wednesday, 25 August 2021

Time: 12h00

On The Farm Denwood, Dordrecht
GPS: S31 28' 22.53" E26 50' 23.98"

Edward & Kim Clark

Cell: 082 573 0223
Home 087 550 1558
ed@hbhtuli.co.za

Russell & Ellen Clark

Cell: 082 925 5860
rtclark@adept.co.za

Follow us

f hbhtulistud

Visit our website

www.hbhtuli.co.za

INHOUD

CONTENTS

05 Inhoud / Contents

07 Adverteerders / Advertisers

08 Redaksioneel / Editorial

10 Presidentsrede / Presidential Report

12 Council

15 Rooivleis - Tendense & Vooruitsigte - Dr WA Lombard

19 Speel na jou sterkpunte toe - Gerrit van Zyl

22 Tips for cattle photography - Wayne Southwood

25 Beesboerdery in 'n mal moderne wêreld - Erik Holm

26 Bemarking - Albert Loubser

28 Why Tuli's - Stephen Mains-Sheard

30 Hoë pryse, kudde bou en die pad vorentoe - Prof Johan Willemse

34 Multitrait selection - Dr Helena Theron

38 Wat het 2020 ons geleer - Albert Loubser

45 The ABC of cattle breeding - Schalk J Viljoen

48 Waarom Tuli - Jim Bredenkamp

54 Voeding vir vrugbaarheid - Pieter Henning

58 Waarom is akkurate rekordhouding belangrik - Herman Labuschagne

61 Marmering in die Tuli ras - Dr Helena Theron

64 Voerkraal groeikompetiese - Callie Barnard

66 2020 Awards

72 Auction Results

74 Members List

77 Inspectors



2021 Tuli Journal

The opinions expressed in this issue are not necessarily the views of the Management of the Tuli Cattle Breeders' Society. The Tuli Cattle Breeders' Society accepts no responsibility for claims made in advertisements / articles.

Layout and Design
Adria van Rooyen | Seventyfour
E-mail: adria@seventyfour.co.za
Cell: +27 (0)83 463 5222

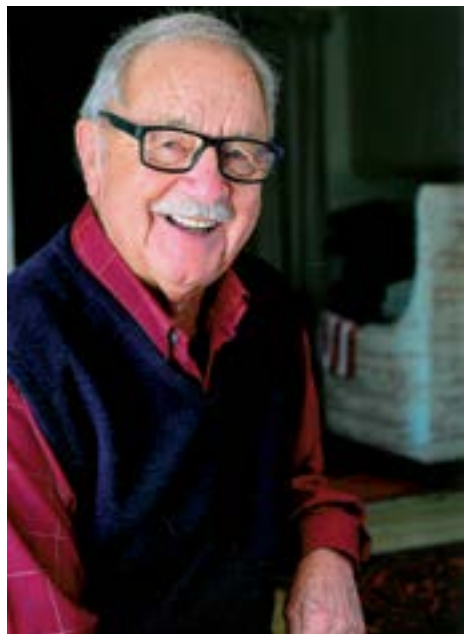
Cover Photo
Wayne Southwood / Ganna Tuli Stud

Publishers
Tuli Cattle Breeders' Society
PO Box 506, Bloemfontein, 9320
Tel: +27 (0)51 410 0958

Copyright strictly reserved

ADVERTISERS ADVERTEERDERS

- 14 **4 Mix International** | www.4mixinternational.com
- 71 Acacia Mountain Tuli's | Colin Raath
- 65 **Algar** | www.algar.co.za
- 29 Alpha & Omega | Alwyn Marx, Harm Marx, Gert Schmidt
- 09 Amelia Tuli Stud | Leslie & Kevin Cook
- 33 Avondale Tuli Stud | Dave Mullins
- 47 **BKB** | www.bkb.co.za
- 37 Bona Bona | Pieter Ernst
- 65 Bosveld Bosfontein Tuli Stoet | Merensia Groenewald
- 18 Bushmans Mountain Tuli | Christo Rothmann
- 36 Carroll Tuli's | Herlu Rautenbach
- 21 Casman Tuli | Casper Kriel
- 67 Donkerhoek Tuli's | Ben Raath
- 53 & 60 **Elanco** | www.trustedbygenerations.com
- 41 **FarmRanger** | www.farmranger.co.za
- 56 Ganna Tuli's | Giel van Niekerk
- 13 Glen Heath Tuli Stud | Gordon Gilfillan
- 42 & 43 Gouwsberg Tuli Stoet | Werner Gouws
- 17 **GWK** | www.gwk.co.za
- 02 & 03 HBH Tuli Stud | Ed & Russell Clark
- 76 Langlyf Tuli's | Albie Rautenbach
- 57 **Molatek** | www.molatek.co.za
- 39 Mopani Tuli Stud | Tom & Nyreen Roberts
- 79 Nonnie Tuli Stoet | Cornelis Rautenbach
- 73 Ntunteni Tuli Stud | Doug Follwell
- 24 Orangeview Tuli Stud | Willem Pretorius
- 78 Profyt Tuli Stoet | Abel Rautenbach
- 27 Roos Tuli Stud | Stephané Roos
- 65 Rust-de-Winter Tuli Stoet | Callie Barnard
- 68 Shashi Tuli Stud | Margi Harvey
- 32 Tip Tree Tuli's | Stephen Mains-Sheard
- 68 Tsavo Tuli Stud | Russell & Joanne Kruger
- 44 **Unistel** | www.unistelmedical.co.za
- OBC **Vleissentraal** | www.vleissentraal.co.za
- 51 Wolhaarkop | Jim Bredenkamp
- 63 **ZooOmics** | www.zoomomics.co.za



Yet another year and Covid 19 is still with us. A lot of exhibitions and shows have already been cancelled or postponed. Looking at the bigger picture in the country, I am of the opinion that we in the agricultural sector (especially livestock farmers) were very fortunate during these trying times and goes to show that our industry are one of the most stable ones. In the last couple of months we have been blessed with a lot of rain across the country.

In sy boek **Livestock Production** skryf prof. Jan Bonsma in sy voorwoord die volgende insiggewende gedagtes, wat tot vandag toe nog, volgens my, van groot waarde is.

“It is my considered opinion that some breed societies have fixed ideas about what the ideal type of livestock is for their particular breed. They have made their breed standards so concrete that no modification can take place and they have reach a point where they cannot select desirable variants; hence they cannot improve their cattle.”

It is also clear that breeding livestock only on computerized data without visual appraisal is a fallacy.”

Contact Charl van Rooyen (Technical Advisor)
082 575 6370

Visit our website:
www.tulicattle.co.za

Follow us on Facebook:
Tuli Cattle Breeders' Society of SA

EDITORIAL REDAKSIONEEL

Die Tuli ras beleef die afgelope jaar ongekende navrae en belangstelling, met dienoreenstemmende pryse. Op die oomblik kan ons nie aan die aanvraag voorsien nie, wat baie positief is. Ewe skielik het baie beesboere die goeie eienskappe raakgesien as **“Die winsgewende veldbees”**. Dit is egter baie belangrik dat ons nou, terwyl ons die golf ry moet sorg dat ons inspeksie standaarde nie afgewater word nie, maar nog eerder strenger toegepas moet word. Inspeksies of “screening” by veilings bly geweldig belangrik, want dit is die spieëlbeeld van ons ras wat deur die hele land uitgedra word. Ons moet sorg dat alle foto's wat geneem of geplaas word van hoogste gehalte is. Een swak foto sit 'n ras 'n paar jaar terug.

Laastens wil ek graag elke teler of besigheid wat in die joernaal adverteer uit my hart bedank vir u bydrae. Baie dankie, want sonder u hulp kan ons nie 'n goeie produk op u lessenaar plaas nie.

Aan die persone wat vir ons artikels geskryf het, dankie dat u in 'n besige skedule tyd hiervoor kon afstaan.

EK hoop u geniet die 2021 joernaal.

ONTHOU: Maak tyd vir jouself, maar maak ook tyd vir jou beeste.

Charl van Rooyen

Technical Advisor



2020 Prize winner
Herd with the Best Cow Value



Leslie & Kevin Cook

Cell 076 617 6471 Cell 082 806 4146 Email kevinc@vectotrader.co.za
Postal Address Wiltshire PO Box 255 Douglas 8730

CENTRAL AUCTION 6 May 2021 | GO WEST AUCTION 21 October 2021

PRESIDENTSREDE

PRESIDENTIAL REPORT

2020 was 'n jaar wat die hele wêreld geraak het en was verantwoordelik vir tragiese lewensverliesse en ekonomiese swaarkry. Ons is bekendgestel aan 'n "nuwe normaal" wat ons uithou vermoë en kreatiwiteit tot die uiterste beproef het. Gaan u saam met ons in hierdie huidige stormwaters vaar, of gaan u oorboort spring? Ons leef in "Titanic tye"! Nou is die tyd om na die horison te kyk, ons doelwitte vas te spyker, rustig te raak, kop te hou, saam te staan, in ons ras en die belangrikste in ons God te glo!

Die Tuli-ras is besig om sy teenstanders in hierdie "stormwaters", van uiterste droogtes-, tot uiterste nat- en daarmee saam die swak ekonomiese toestande, uit te stof. Beesvleis produsente word gedwing om na winsgewende rooivleis produksie te kyk. Die groot vraag na Tuli bulle en veral Tuli vroulike diere, spreek vanself. Ons grootste mark en toekoms lê in winsgewende rooivleis produksie en meer spesifiek die kommersiële mark. Dit is waarop ons moet fokus! Dit plaas 'n geweldige groot verantwoordelikheid op ons as genootskap en Tuli telers, om te verseker dat ons die skip in die regte rigting stuur.

Deur middel van seleksie kan sekere teeldeelwitte oor tyd bereik word, maar wat hoop die kommersiële boer om op die horison te sien wat hom/haar 'n volhoubare beesboer kan maak?

- 'n Koei wat elke jaar sonder moeite kalf.
- 'n Koei wat 'n billike speenkalf teen minimum insetkoste kan produseer.
- 'n Speenkalf waarteen die voerkraal nie diskrimineer nie.
- 'n Speenkalf wat op die veld teen minimum insetkoste in osstelsels afgerond kan word.
- Om goeie kwaliteit beesvleis te produseer, met die moontlikheid om in die toekoms beesvleis te kan uitvoer en premies vir jou produk te verdien.
- 'n Lae onderhoudsbees (minimum voer/aanvullings, entings, doserings, dippe) ens.
- Minimum arbeid.
- 'n Ras wat doeltreffend in kruisteelt programme gebruik kan word.
- 'n Ras wat kalfprobleme kan aanspreek, sonder om sy huidige aangepaste vroulike diere te moet verkoop.
- 'n Goed aangepaste en geharde ras wat in enige omgewing kan produseer.

Die Tuli-ras merk al hierdie boksies! Ek dink nie ons as Tuli telers besef die voorreg wat ons het om met hierdie "wonder bees" te kan boer nie. Ons hoef glad nie ons teelbeleid/doelwitte te verander nie.

Ons moet net die natuur gebruik om die nodige seleksie vir ons te doen.

Nogtans, kan ons nie bekostig om op ons louere te rus nie. Ons moet deurlopend marknavorsing doen en bewus wees van marktendense en behoeftes wat mag ontstaan. Belangrik, ons moet ons nie aan "modes en giere" steur nie, maar moet langtermyn visie hê.

Teling neem tyd en dit neem nog langer om foute reg te maak, dus moet baie oordeelkundig te werk gegaan word. Soos ek altyd sê, ons moet ons ras verbeter, maar baie belangrik, nie verander nie!

Well done to Ed and Russell Clark from HBH Tuli Stud and Alwyn Marx from Alpha and Omega Tuli Stud whose Bull DKH170407 was nominated to represent the Tuli's at this years Vleissentraal/SA Studbook Elite bull growth test class competition. Congratulations to the breeder Ben Raath of the Donkerhoek Tuli Stud.

I also want to congratulate Christo Rothmann of the Bushmans Mountain Tuli Stud whos cow AVR090047 was nominated as the Platinum Elite cow of 2021. Congratulations to Johan van Rijswijk from Eira Tuli Stud as breeder.

Congratulations to Dave Mullins from Avondale Tuli Stud for his cow E110003 that was nominated as the 2020/21 ARC/ Farmers Weekly cow of the year.

U as lede is die spil waarom alles draai. Baie dankie vir u volgehoue ondersteuning en vertroue. Wees verseker dat ons as raad u belange op die hart dra en ten alle koste sal beskerm en uitbou.

I wish to thank our Technical Advisor, Mr Charl van Rooyen for compiling this journal. Oom Charl is soos goeie rooiwyn- hoe ouer, hoe beter. Wat 'n voorreg om saam met hom te kan werk en sy jarelange ervarings en kennis te kan toepas en die resultate te kan beleef. My sincere gratitude to Adria van Rooyen (Seventyfour Design) for an excellent job done. Thank you to every advertiser/sponsor, without you this won't be possible. You can advertise your stud or business with pride in our yearly showcase.

A word of thanks to our friends across the borders, Namibia, Botswana, Zimbabwe and Zambia for their continued support. The establishment of the "African Tuli Society" is on track and we believe that it will be positive for the whole industry in the future.

I wish to thank all Council Members and in particular our Secretary Anna-Marie Viljoen, for your co-operation, support and hard work, to ensure that we steer the ship in the right direction. Thank you to Mr Claus Kempen of the Secretariat, as well as SA Studbook for their excellent service.

May the Lord bless you and keep you. May the Lord make His face to shine upon you, and be gracious to you. May the Lord lift up His countenance upon you, and give you peace. ☪

Ben Raath
President

Acacia Mountain Tuli's

Council 2021



Ben Raath
President

Albie Rautenbach
Vice President

Christo Rothmann
Member



Ed Clark
Member

Giel van Niekerk
Treasurer

Jim Bredenkamp
Member



Stephen Mains-Sheard
Member

Charl van Rooyen
Technical Advisor

Anna-Marie Viljoen
Secretary



GH 18-53 (Gold Rush)

9th Annual Production Sale
15 September 2021

Middelburg, Eastern Cape



Gordon & Katie Gilfillan

Home/ Cell 083 545 8653

Katie 082 799 4772

gk.gilfillan@gmail.com

Glen Heath Tuli Stud



Improve the immunity of your herd

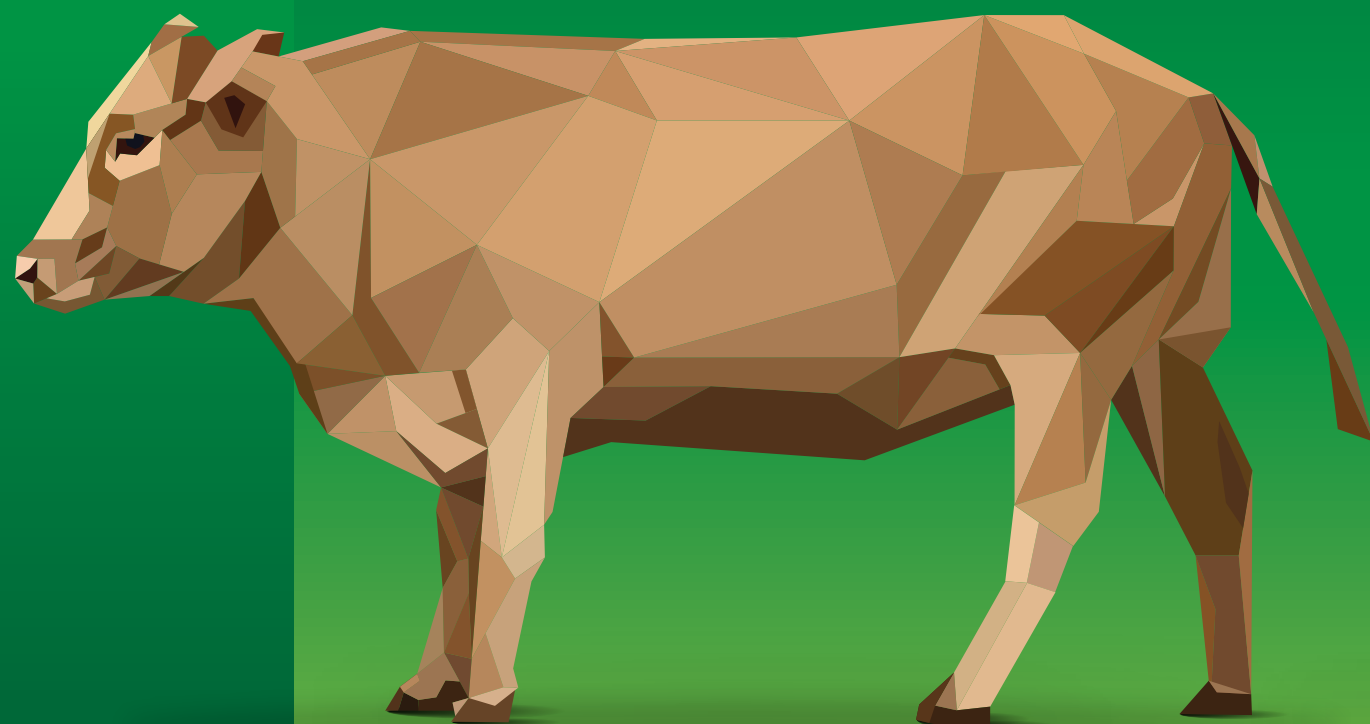
By introducing

Trivos 12%: V Reg.No. V28936 Act 36/1947

TRIVOS 12%

to your supplement mix, you leverage the convenience of a multi-micronutrient solution, all in one bag.

Ruminant Mineral Supplements
Packed with Synbiotics and Essential Oils



TrivVet
A Natural Science

Brought to you by Trivet (Pty) Ltd. An innovative Natural Science Company that has developed a range of summer licks to meet your needs.



Innovation born out of passion
Head Office: 012 803 1472
www.4mixinternational.com



Proud to be a
South African
company

ROOIVLEIS Tendense & vooruitsigte

Dr. W.A. Lombard

Departement Landbou-Ekonomie, Universiteit van die Vrystaat

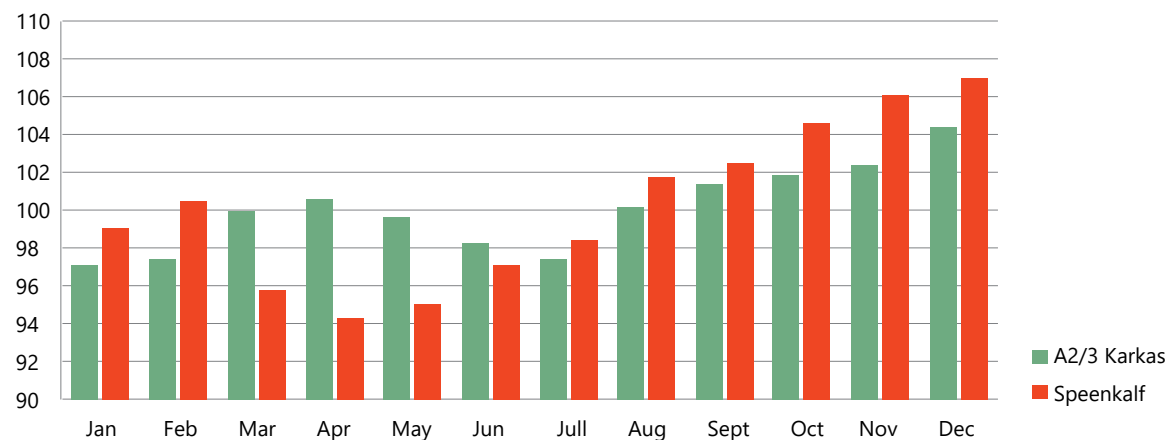
Soos dinge tans lyk behoort die meeste veeprodusente in Suid-Afrika optimisties te wees vir die jaar wat voorlê. In groot dele van die land het dit goed gereën en die weiding staan geil in baie areas. Dit kan 'n mens amper laat vergeet van die "perfekte storm" waar daar 'n ruk gelede gereeld na verwys is in die rooivleiskringe en dinge minder rooskleurig gelyk het. Behalwe vir eksterne faktore is daar ook ander faktore wat die beweging in markpryse beïnvloed. Die artikel bekyk die tendense wat in die rooivleismark waargeneem word, asook wat daar verwag kan word.

Prys tendense

Die indekse vir die speenkalfprys en A2/3 bees karkasprys word in Figuur 1 getoon soos wat dit tussen 2009 en 2020 aangeteken is. Die prys tendense verskil eeffe tussen jare afhangend van mark- en weersomstandighede; steeds kan mens 'n goeie idee kry van wat verwag kan word met betrekking tot veranderinge in die pryse. Beesvleis pryse (A2/3 karkas) beleef gewoonlik twee pieke per jaar, naamlik tydens die Paasvakansie (April) en Kerstyd (Desember) wanneer die vraag na beesvleis gewoonlik hoër is. Gedurende Januarie en Februarie is die beesvleis pryse geneig om laer te wees

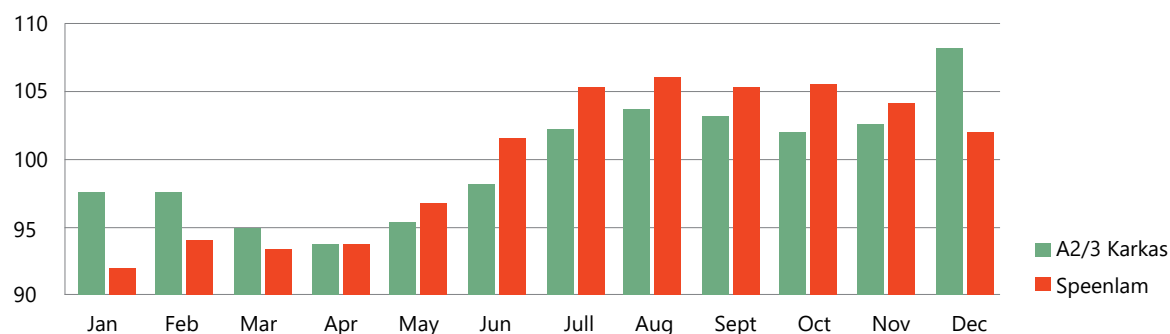
omdat verbruikers minder geld het en daar 'n laer vraag na rooivleis is. Wat tendense ingevolge die speenkalfprys betref, styg dit gewoonlik eeffe tussen Januarie en Februarie, waarna dit daal. Hierdie is as gevolg van meer kalwers wat in die mark inkom tydens speentyd en produsente wat hulle kalwers bemark voor die winter omdat hulle nie weiding of ekstra voer beskikbaar het nie. Die speenkalfprys begin dan weer styg in Augustus tot en met Desember. Hierdie verskynsel word versterk deur voerkrale wat dan meer kalwers inkoop om af te rond vir die Kersmark. →





Figuur 1: A2/3 Bees- en Speenkalfprys tendense tussen 2009 en 2020.
Bron: ABSA/RPO

Skaapvleis (A2/3) prys het eeffe ander tendense waar die prys geneig is om in die tweede helfte van 'n jaar teen bo-gemiddelde pryse te verhandel, met die hoogste pryse wat in Desember aangeteken word. Dít is ook te danke aan die hoër vraag oor die Kerstyd. Speenlampryse is geneig om goed te styg tussen Junie en Augustus elke jaar, waar die hoogste pryse behaal word, waarna dit dan redelike sywaarts beweeg tot en met Oktober voordat dit begin daal na einde van die jaar se kant toe.



Figuur 2: A2/3 Skaap en Speenlamprys tendense tussen 2009 en 2020.
Bron: ABSA/RPO

VOORDELE UIT DIE TENDENSE

Alhoewel daar algemene tendense waargeneem kan word oor die jare, is daar geen waarborg dat dit elke jaar so aangeteken gaan word nie. Ongeag die onsekerheid van jaarlikse tendense, behoort dit steeds meer lonend vir produsente te wees om hulle bemarking van hulle diere te korreleer met tye wanneer pryse geneig is om hoër te wees. Hier sal daar oorweeg moet word of kalwers byvoorbeeld vroeër bemark kan word en of hulle deur die winter gedra kan word as daar reste beskikbaar is. Deur aanwas later te bemark gaan inkomste uitgestel word en dus meer druk op die boerdery se kontantvloei plaas. Daar moet oorweeg word tot watter mate bemarking aangepas kan word sodat daar steeds saam met die natuur en beskikbare hulpbronne so ver moontlik geboer word.

Vir meer inligting oor die artikel, kontak Prof Lombard by:
LombardWA@ufs.ac.za

VEE EN SLAG GETALLE

Volgens die Kortbegrip van landbou statistiek vir Suid-Afrika het die nasionale beeskudde met sowat 900 duisend verminder tussen 2014/15 en 2017/18 terwyl die nasionale skaapkudde met sowat 1.4 miljoen diere verklein het tussen 2014 en 2018 waartydens die groot droogte ervaar is. Die afname in die kuddes blyk ook 'n effek te hê op die getal diere wat geslag word asook die feit dat die nasionale kuddes nog nie herstel het nie. Daar is in 2019 sowat 10% minder beeste geslag as die getal beeste wat tydens 2015 en 2016 per jaar geslag is. Die getal beeste wat in die eerste tien maande van 2020 geslag is, was ook sowat 2% minder as in die ooreenstemmende tydperk tydens 2019. Daar is sowat 13% minder skape in 2019 geslag as wat in 2015 geslag is en sowat 12% minder in die eerste tien maande van 2020 as in 2019.

VRAAG EN AANBOD

BFAP verwag dat die verbruik van beesvleis met sowat 24% gaan styg tot en met 2027 en die verbruik van skaapvleis met 11% teenoor 2015-2017 se vlakke. Dié goeie nuus moet produsente nie te vinnig opgewonde maak nie. Die styging in werkloosheid en ekonomiese inkrimping gedurende 2020 mag dalk veroorsaak dat die verwagte styging in vleisverbruik langer sal vat om te realiseer. Ons kan dus 'n toename verwag in die vraag na rooivleis, dalk net teen 'n stadiger tempo as wat vroeër verwag is.

Op die oomblik beleef ons beter speenkalf-, speenlam- en vleispryse aan die aanbod kant, wat grootliks te danke is aan die kuddebou-fase waarin die land se kuddes tans is. Dít weens meer verse en ooilammers wat teruggehou word. Goeie teelmateriaal behaal ook goeie pryse, maar dit is bitter moeilik om te voorspel hoe lank dié pryse gaan hou. Die nasionale beeskudde kan tot en met 5 jaar neem om te herstel, mits die weerstoestande dit toelaat, terwyl die skaapkudde eeffe vinniger kan herstel. 🔄

Die beste diere verdien die beste veilings.

GWK Veilings



Vir alle stoetvee- en kommersiële dienste.

3de Sentrale Tuli-groepveiling | 6 Mei 2021
Go West Tuli-veiling | 21 Oktober 2021

GWK Veilingskompleks
Schalk Erlank

053 832 5227
082 558 6891

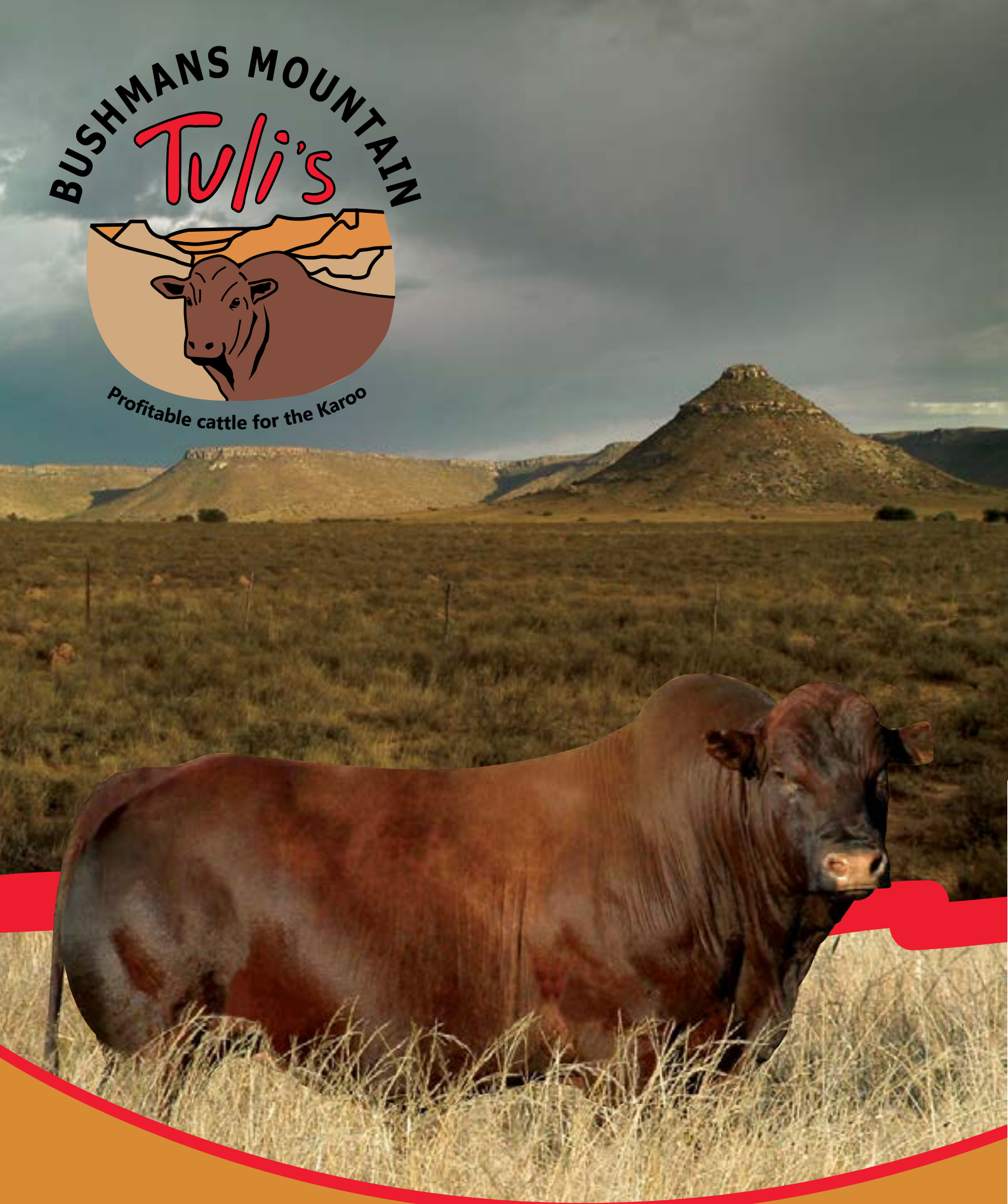
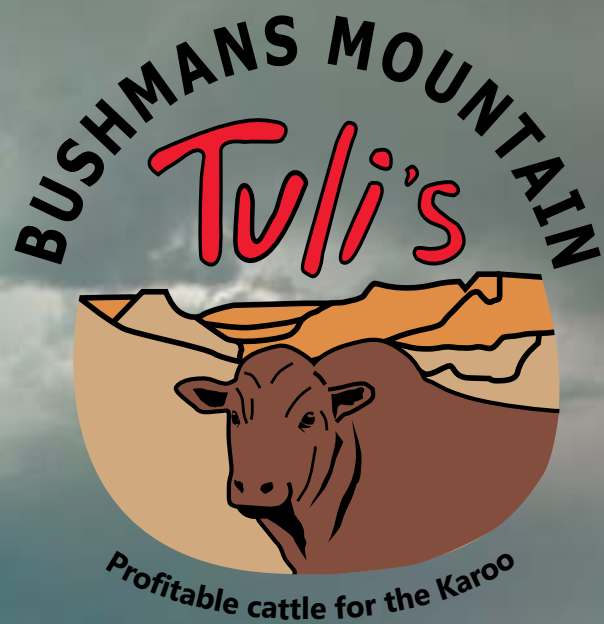
gwk.co.za



GWK



innoveer landbou



Christo Rothmann 082 572 9506
Stefan Botha 082 493 7230

www.bushmansmountaintulistud.co.za



SPEEL NA JOU STERKPUNTE TOE

Gerrit van Zyl
Hanzyl Bonsmara

Wat n voorreg om n paar weldeurdagte, opregte gedagtes in die Tuli joernaal te deel. Ek skryf hierdie aan die eenkant as buitestaander ten opsigte van die Tuli ras maar aan die ander kant as kollega, as beesboer, wat baie lief is vir teling en wat omonwonde glo dat elke ras juwele het. Ons plig is om die kraaklose juwele te onderskei van die met krake in. En hoe meer mense binne die ras saamstem oor die ware eienskappe van die juwele hoe beter.

Rassie Erasmus het ons geleer dat jy speel na jou sterkpunte toe. As jy n gedugte voorry het neem jy die skrum opsie, met goeie slotte neem jy die lynstaan opsie en wanneer jy n goeie agterspelers met balvaardighede het maak jy die spel los en gee die bal lug. Bou dus jou wedstryd plan rondom jou sterkpunte. Dit geld ook vir die verkryging van nuwe spelers. Koop spelers om sterkpunte sterker te maak sonder om jou fondasie swak te maak, op een voorwaarde dat hulle by die groter wedstrydplan moet inpas. Dan kan jy ook met al die spelers sit maar die geestelike ingesteldheid is net nie daar om saam die wenkultuur hulle eie te maak nie. Dieselfde geld vir n ras ook.

Dit is onmoontlik om alles vir almal te wees. Daarom vind kruisteling plaas en daarom is almal op soek na n wonderas. Volgens my bestaan daardie "wonder breed" nie, alhoewel baie mense dink hulle het daardie ras of kombinasie. Ek dink dit is verbeelding.

Cowboy Logic:
"If you are thinking
like everyone else,
you're not thinking."

So het die Tuli ras sy ontstaan gehad as gevolg van sekere unieke behoeftes en is daar oor jare geselekteer vir n kombinasie van eienskappe. Hierdie eienskappe is vasgeteel vir n spesifieke doel. Omdat die slagspreuk van "form follow fuction" omonwonde waar is het die volgehoue doelgerigte seleksie van die kombinasie van eienskappe ook n sekere fenotipe tot gevolg gehad. Die doel van n Tuli was nooit om n 300kg speenkalf te lewer, of die beste groeier in n voerkraal te wees nie. As ek na die fenotipe kyk lyk

dit vir my asof die ras ontwikkel is as n lae onderhoud dier wat op natuurlike weiding kan aanpas en sal presteer. As telers moet daar n gesamentlike besluit wees oor wat die Tuli spelpatroon moet wees. Maak dan n inventaris van die swak en sterk punte en maak seker dit word uitgebou sonder om die fondasie (as ons die rugby as metafoor gebruik) van fiksheid, balvaardighede, stamina en sterk wil om te wen te verwaarloos nie.

Ek glo ook partymaal is individuele voordeel minder belangrik as die van die groter prentjie. Na die sterkpunte en wedstrydplan uitgespel is moet die beste spelers vir die wedstryd gekies word. Die beste sleutel spelers (bulle) moet geïdentifiseer word en hierdie spelers (bulle) moet in die span wees ongeag waar hulle tans speel. (individuele eienaars)... solank hulle natuurlike Suid-Afrikaanse burgers (Tuli beeste) is.

Ek is in my hart oortuig dat herlewingslandbou die toekoms van landbou is, ja ook in die meer ariede gedeeltes van ons land. As jy grond (soil) het sal die gedagtes van grondvrugbaarheid verbeter wanneer→

ek en jy die regte muti toedien. Daar is 5 pilare waarop herlewingslandbou staan en dit is:

1 Bedekking (armour)

2 Minimale chemiese of fisiese versteuring van die grond.

3 Verskeidenheid van plantspesies.

4 Lewendige wortels vir so lank as moontlik.

5 Gebruik van beeste om die gras deur weidingsmetodes te benut.

Soos wat almal geleer het met hierdie wedstrydplan doen beeste met n laer onderhoudsbehoefte beter as die met n hoër onderhoudsbehoefte. Onderhoudsbehoefte is n funksie van raamgrootte, groei en melk. Verhoog jy enige een van die individuele eienskappe verhoog jy die onderhoudsbehoefte.

Beladingstempo:

Hierdie is sekerlik die belangrikste funksie in n vleisbeesboerdery. n Vleisbeeskoeie vreet ongeveer 3% van haar eie liggamsmassa per dag. Net bloot op die wiskunde is medium raam koeie se onderhoudsbehoefte dus laer as groot raam koeie. Verder speen medium raam koeie ook n hoër persentasie van hulle eie massa, wat hulle meer effektief maak. Natuurlik kan jy ook meer kleiner raam koeie op dieselfde stuk grond aanhou. Meng hierdie met herlewingslandbou beginsels wat jou help om meer gras te groei en "Bob's your uncle".

Prys per kg:

Die prys van 180kg kalwers gister op Vleissentraal se weekveiling was R41.00/kg terwyl die 260 kg kalwers se prys R35.00/kg was. Hoekom is daar dan nog hierdie gejaag na 260-300kg kalwers? Die geld wat jy bank is die somtotaal van die kilogramme van al die kalwers en nie van elke individuele kalf nie.

Ek sien nou die dag hierdie illustrasie wat my baie laat dink het. Dit lyk goed visueel en daarom deel ek dit graag.

30 ton opgemaak met 180kg kalwers

30 ton opgemaak met 280kg kalwers

Watter skip het die meeste waarde op?

Die verskil vandag (14/1/2021) tussen die 2 vragte sal omtrent R180 000 wees. Hoekom is ons dan nog so vasgevang in minder maar SWAARDER individuele kalwers? Gaan ons nie beter doen (meer

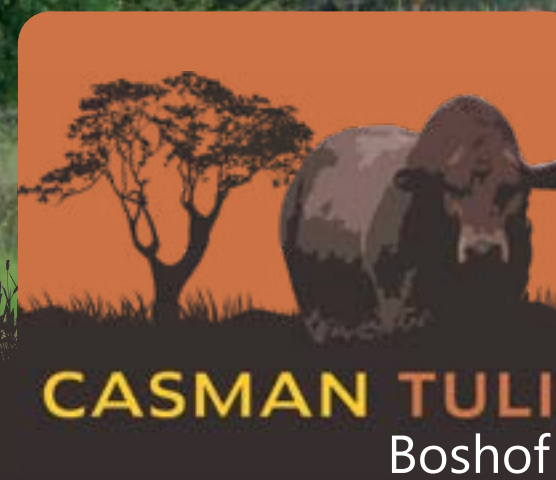
wins maak) met meer goeie effe ligter kalwers wie se ma's elke jaar kalf nie.

Ek dink die toekomstige wedstrydplan is vir die Tuli ras geskryf. Moet net nie dat iemand anders hulleself vroeër beter posisioneer nie. Iemand met groter entoesiasme alhoewel minder vaardigheid en finesse kan ook die wêreldbeker wen. Dit help nie jou sterkpunte is net op papier nie. Lewers moet jy hulle identifiseer en dan n wedstrydplan he waar jy na jou sterkpunte toe speel. Onthou iemand moet die inisiatief neem en hiervan werk maak.

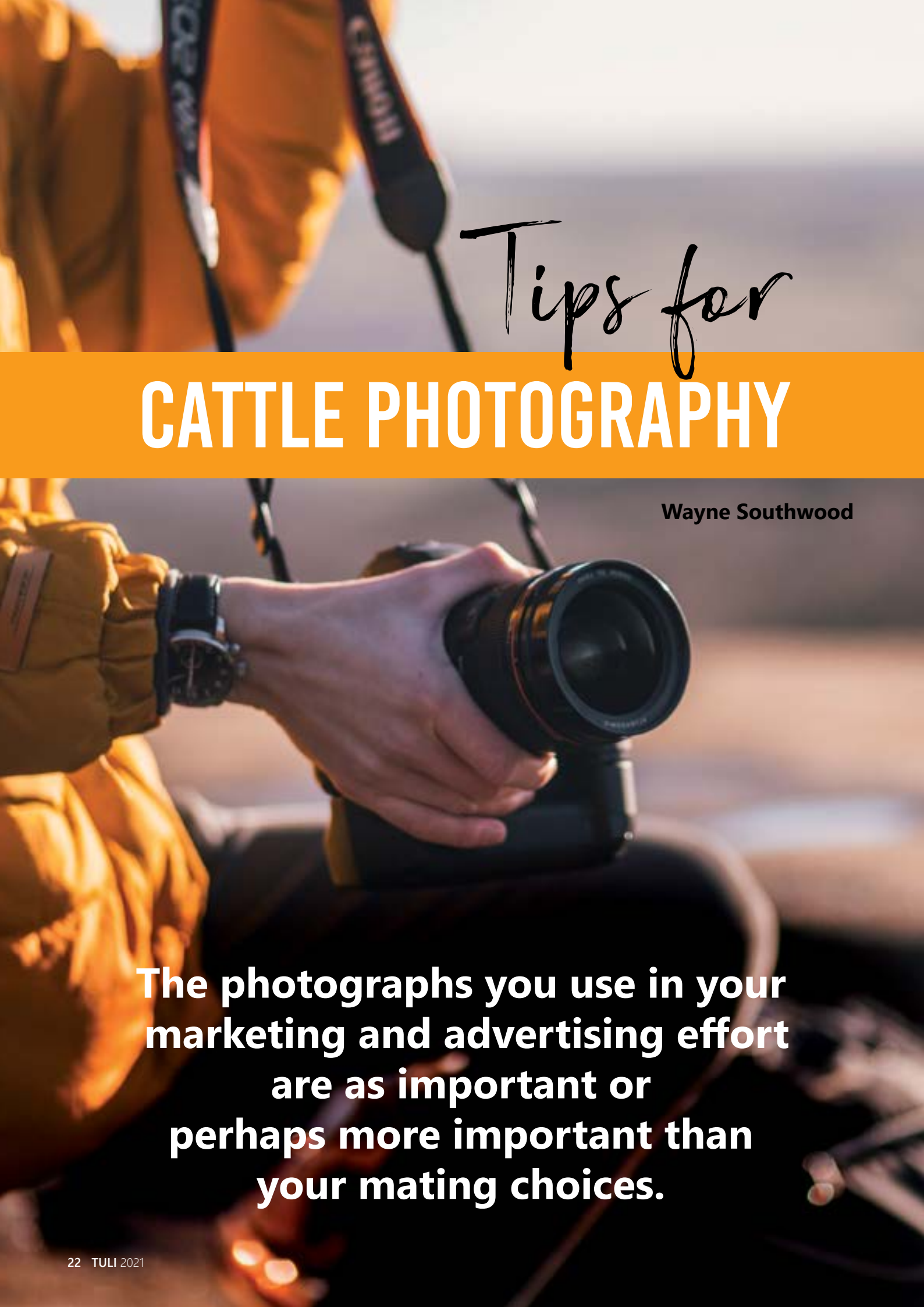
Jy wil meer mense lief maak vir die spel (Tuli ras) en jy kry dit net reg as jy wen. En wat beteken wen in boerdery: Hoër volhoubare hoër wins/ha.

Vergeet dit om alles vir almal te probeer wees. As jy n groep rugbyspelers op n sokkerveld sit is dit chaos. Dit is andersom ook waar. Weet watter "game" jy speel en weet wat jou sterkpunte is en speel daarnatoe, ken jou reëls en geniet elke oomblik. Hoe meer wins hoe meer "happiness". Doen moeite om die planeet n beter plek te los as waarin jy dit gekry het. "Launch" jou nageslag vir sukses indien hulle sou wou boer.

Geniet die reis! ☺



Casper Kriel ☎ 082 805 0926
✉ casmantuli@gmail.com



Tips for

CATTLE PHOTOGRAPHY

Wayne Southwood

The photographs you use in your marketing and advertising effort are as important or perhaps more important than your mating choices.

You can breed the most perfect bull in the world but if you have a bad photograph of him, **NOBODY** is going to want to look at him.

Secondly if you use badly posed pictures in you adverts, you are doing **MORE DAMAGE** to the image of your herd than good.

Balance

It is imperative that you capture the best possible image of the animal. It is most important that the animal shows good balance.

You should see all four legs and the weight of the animal must be evenly distributed.

It is essential that you can see the testicles of a bull and the udder in the case of cows. (Cows must be in production or have a large calf at foot).

The camera side rear leg must be back and as vertically straight up as possible, the offside leg must be forward but not too much. The camera side front leg should be forward and the offside slightly back. This is the ideal pose which is not always possible but one should strive to achieve the perfect pose.

The more effort you put in the better the response will be to your advertising.

Position

To get the perfect proportions of the animal you need to be about ten meters away and as square on as possible.

Too far forward makes the head too big and the back end small. Too far back makes the back end big and the head small.

To get the height right you need to get down on one knee and the camera at the height of the centre of it's body. If you are standing you make the animal appear smaller, too low down you make it look taller and "leggy".

Always keep the sun at your back.

Timing

Photographs that have the WOW factor are always the ones taken in the "Golden Hour". The best lighting is the first and the last hour of the day because the sun is coming in horizontally, which won't cast any shadows on the belly, testicles or udders.

Mornings are usually better because it is cooler. Cows never want to perform nicely when it is very hot. Afternoons in the summer are very often overcast and your pictures just won't have the same punch. The pics will also have a blue tint to them unless you set your white balance correctly.

In the veld

Always approach the herd very slowly with the sun on your back, in this way your lighting will be correct. Cattle have a strong herd instinct and tend to bunch together making it very difficult to get a shot of individual animals. If you use a 75mm to 300mm or bigger lens and you approach them very slowly you should be able to get some beautiful shots without stressing the cattle.

A north to south fence line can be very helpful in controlling the herd. It is very important to have a noise man when taking the pics. His job is to get the ears forward and the head looking forward and not towards the camera. If the animal looks directly at the camera it shortens the body. Give him some tools like a "Squeaky toy" a short piece of LDP pipe to blow in or even shacking a Spar bag will do the trick. Sometimes all it takes is a little "Jiga jive" and making calf noises. It is best to use someone that the herd knows so they don't feel threatened.

Never use a dry cow for advertising, **ALWAYS** show the udder or a big calf at foot.

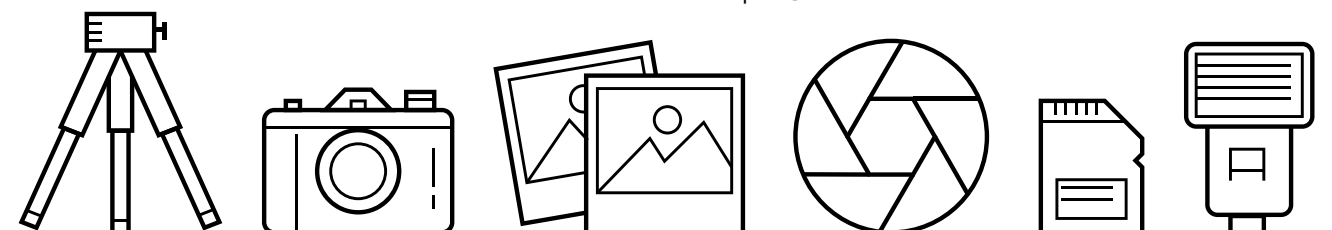
The ground where you are working should be level or a slight uphill but never pose an animal downhill.

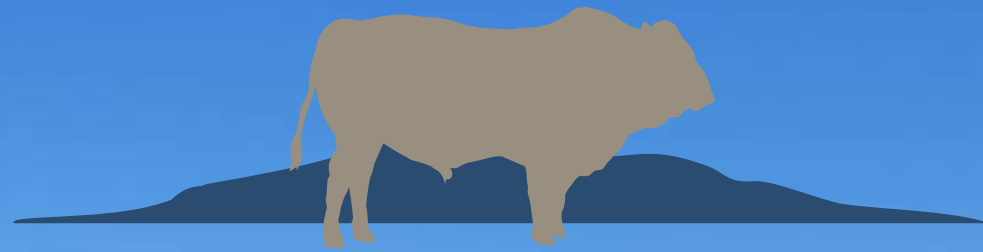
Most farmers don't have the patience or the know how to pose the cattle. If this is the case get a livestock photographer to help you. It will cost about R 3,500.00 for a session depending on your location and how many other farmers are on the trip. You will recover this expense ten fold in the increase on your next sale prices.

Sale bulls

If you need to photograph a lot of sale bulls, it will pay you hands down to build a simple studio that is laid out that the sun is perfectly square on for that time of the year. Normally sale bulls are photographed 6 or 7 weeks before the sale. One must control the whole group and never take an animal far from is "buddies".

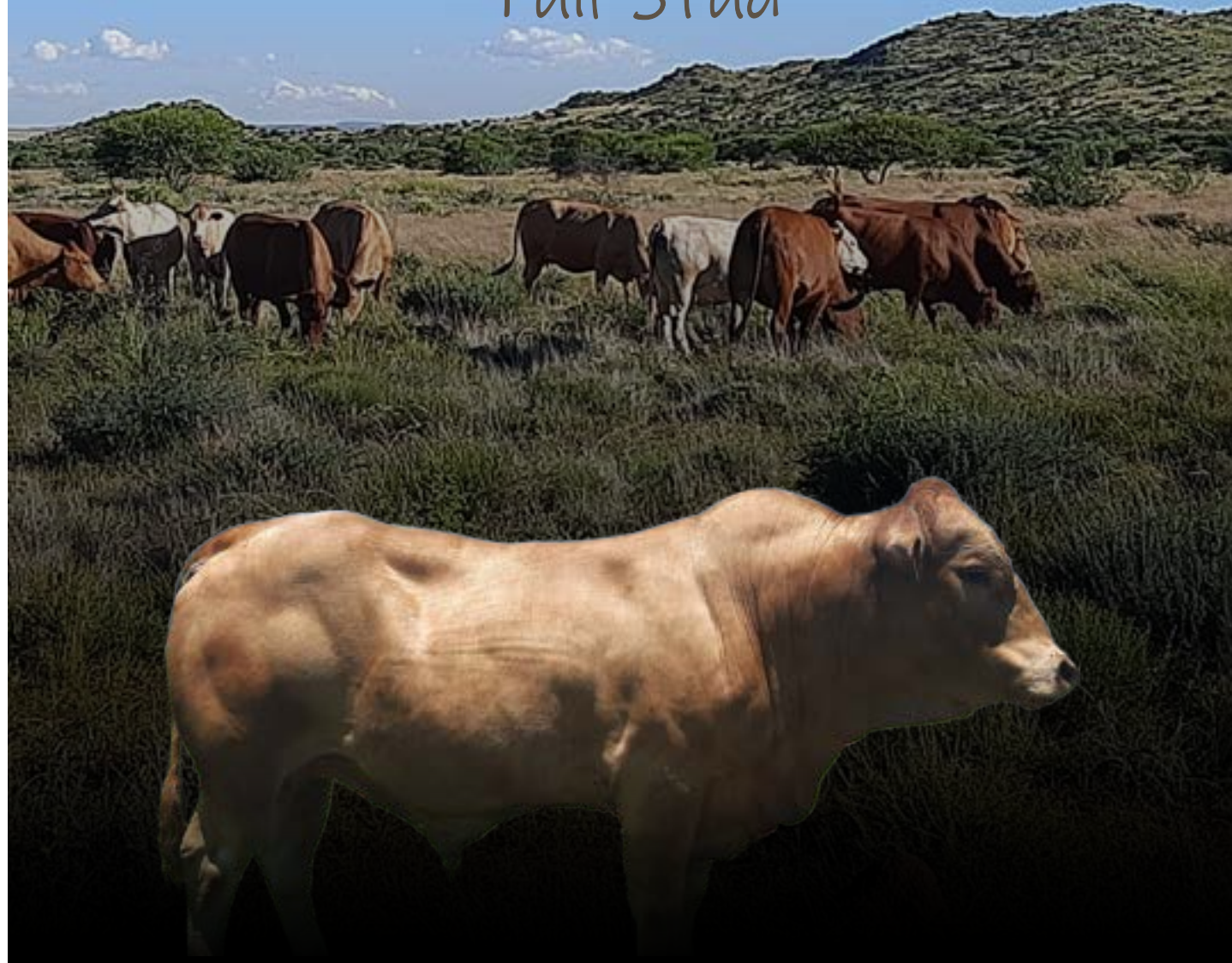
For bookings contact Wayne on 071 547 8766 or email him at cattlepics@vodamail.co.za





ORANGEVIEW

Tuli Stud



Suffolk Farm Hopetown District Northern Cape

Contact Willem Pretorius at 083 226 5862 / willemoranje20@gmail.com

Beesboerdery in 'n

MAL LIBERALE MODERNE WÊRELD

Erik Holm

Liefdadigheid en hulp aan minderbevoorregtes was nog altyd 'n mooi en goeie ding. Maar tans leef ons in 'n wêreld waar alle sosiale norme en wette ontwerp is om die "underdog" heel buitensporig te bevoordeel. Dié is die gevolg van die Amerikaans gedrewe geloof in menseregte sonder pligte, en gelykheid van alle mense. Dié mal idee kan natuurlik in praktyk net werk as begaafdes gekniehalter word en onbegaafdes kunsmatig voorgetrek word. Ons beleef hierdie pogings deur die

militante manier hoe een-mens-een-stem gepeupelregerings op die hele wêreld afgedwing word, minimum lone los van produktiwiteit; menseregte sonder pligte; "black lives matter" knielery oral – ook in die land van plaasmoorde. Ons beleef dit ook in die verwerping van alle kwaliteit en gesag: ouerlike gesag, wetlike gesag, gesag van kundigheid.

Ons boere is darenteen uit die aard van ons werk met realiteite besig. Ongelukkig is meeste van ons kliënte en owerhede

deel van die liberale wêreldorde, en ons moet maar leer huishou daarmee.

Die wêreldliberalisme het egter nog 'n tweede agenda: ongelukkig het hy hom ook die groen beweging toegeëien. Goeie ekologie en volhoubaarheid was nog altyd 'n noodwendige deel van boerdery. Vir duisende jare al doen boere wisselbou, ruslande, organiese bemesting, ploeg vir pioniersgewasse en grondbedekkers vir klimaksgewasse. Boere was al lank volhoubaar voor ekologie en volhoubaarheid modewoorde geword het. Weliswaar het boerdery die afgelope 100 jaar met roekelose tegnologie en chemie onvolhoubaar geïntensifiseer, maar ons kry nou ons draai terug na goeie ou beginsels – en wel beter, gesteun deur wetenskap en tegnologie. Ons praat nou van Herlewingslandbou, Bewaringslandbou, Volhoubare landbou en Natuurboerdery. En nie omrede die van-die-wa-af eise van die liberale "groenes" nie.

Mal idees soos diereregte (blykbaar hoe nader aan 'n mens hoe meer regte het 'n dier); anitviviseksie (maar lisensies vir roofdiere); koolstof en metaan boetes (sonder krediete vir die masale CO² binding deur die landbou) en ander sulke stommiteite raak ons gelukkig nog nie direk nie.

Met ons vleis-kliënte se stygende aandrang op gesonde vleis en omgewingsvriendelike praktyke wil al hoe meer boere wegbeweeg van voerkrale, terug na veldvleis.

Die rewolusionêre resultate van hoë druk beweiding (beide in drakrag en ekologiese verbetering van veld), maak veldvleis ook weer 'n al hoe meer aantreklike finansiële proposisie. Maar nou is meeste beesrasse al lank weggeteel van goeie veldeienskappe soos gehardheid, parasietweerstand, geboorte-fiksheid en benutting van veldweiding – alles ten gunste van 'n kunsmatig ondersteunde vleisproduksie. In al hierdie veldeienskappe is die Tuli-bees sonder gelyke in die warm bosveld, en klop ander taai Nguni-tipe beeste loshande in vleisproduksie. In ons warm bosveld, daarin is die kamers wat ek gevra het dit eens, is die Tuli die veldbees van die toekoms! [D](#)



BEMARKING

Albert Loubser

THE ENTREPRENEURS
GUIDE TO
SUCCESS
& BUSINESS
GROWTH
By Larry Page
ACCORDING TO
BRA

80
20

Hoewel bemarking 'n baie gespesialiseerde veld geword het, is die bemarkings konsep eintlik baie eenvoudig: Maak seker dat jou produk blootgestel word in 'n positiewe konteks aan mense met die finansiële vermoë om jou produk te koop. Niks anders is regtig belangrik nie. Jou bemarking moet slegs 'n transaksie of 'n gewenste aksie fasiliteer, dit is wat belangrik is. Dit hoef nie mooi, interessant of duur te wees nie. Die kleur van jou advertensies en waar jy dit plaas alleen, waarborg nie sukses nie. Die totale proses moet net bloot effektief wees.

Hoe lyk effektiewe bemarking dan in Landbou?

Baie bekende advertensie agentskappe wat miljoen-rand veldtogte in ander sektore van die ekonomie baie suksesvol kon uitvoer, het hulle al in Landbou vasgeloop. Bemarkers erken dat landbou definitief een van die moeilikste sektore is om effektief in te bemark en dat slim planne wat elders werk, nie altyd sommer in Landbou suksesvol toegepas kan word nie. Een van die belangrikste redes daarvoor is dat jy jou mark moet ken en verstaan om effektief in daardie mark te bemark. Baie van hierdie bemarkers doen egter nooit daardie moeite om Landbou te leer ken en sy mark te verstaan nie.

Wanneer 'n boer dus sy veiling aan mede boere wil bemark, dan begin hy/sy met 'n geweldige voorsprong, naamlik dat die mark reeds baie bekend is en dat die boer bloot hoef te dink op watter bemarking hy of sy positief sou reageer, om dan 'n eie bemarkingsfokus te formuleer wat suksesvol kan wees. Wat die boer tradisioneel nie tot sy/haar beskikking gehad het nie, was toegang tot die verskillende platforms of bemarkings produkte om dan self te gebruik nie. Moderne tegnologie het in die onlangse verlede hier 'n groot verskil kom maak en boere toegang gegee wat voorheen bykans ondenkbaar was.

Waarskynlik die belangrikste eerste stap van bemarking is om drie vrae korrek aan jouself te beantwoord:

1. **Wat is die produk wat ek wil bemark?**
(My produk)
2. **Aan wie wil ek dit bemark?**
(My mark)
3. **En wat wil ek hê moet die uitkoms wees?**
(My bemarkings doelwit)

Natuurlik is daar nog baie ander vrae wat beantwoord moet word of sake wat oorweeg moet word, maar alle antwoorde kom maar eintlik van hierdie drie vrae af. Of dit 'n professionele advertensieagentskap is wat 'n miljoenrand bemarkings veldtog vir 'n motorvervaardiger moet uitwerk, of dit 'n boer is wat sy produksieveiling wil bemark, die beginsels bly min of meer dieselfde.

Wanneer 'n boer byvoorbeeld sy produksie veiling wil bemark sou die uiteindelijke bemarkingsfokus wees om die regte koper by die veiling te kry en hom/haar te oortuig om bulle teen goeie pryse te koop. Sy produk is dus die diere wat op die veiling aangebied word, sy mark is mede boere wat bulle soek en sy bemarkingsdoelwit is om 'n bul teen 'n goeie prys te verkoop. Die belangrikste element hier is dat hierdie drie vrae beantwoord moet word in 'n goed geformuleerde bemarkingsplan waarby met yserse dissipline gehou moet word. Hierdie plan moet presies dikteer wat ek gaan doen, hoe ek dit gaan doen, wie ek hierby gaan insluit en wat dit my gaan kos. Hoe om so 'n bemarkingsplan op te stel is 'n artikel op homself, vir nou is dit net belangrik om te verstaan dit is een van die belangrikste elemente van jou bemarkingsveldtog.

Omdat boere nie die basiese beginsels volg nie, eindig hul bemarkingsveldtog baie keer dat hy/sy so bemark dat 'n klomp mense met plat beursies sy veiling bywoon, al sy braaivleis opeet, 'n lekker partytjie daarvan maak en niks koop nie! Dit gebeur omdat hy/sy die veiling bemark (Het 'n verkeerde produk definisie), sy mark nie verstaan nie (Bemark aan mense wat nie noodwendig kopers is nie) en eindig met 'n onsuksesvolle veiling (Wat eintlik presies die bemarkings doelwit was was as jy na sy proses kyk)!

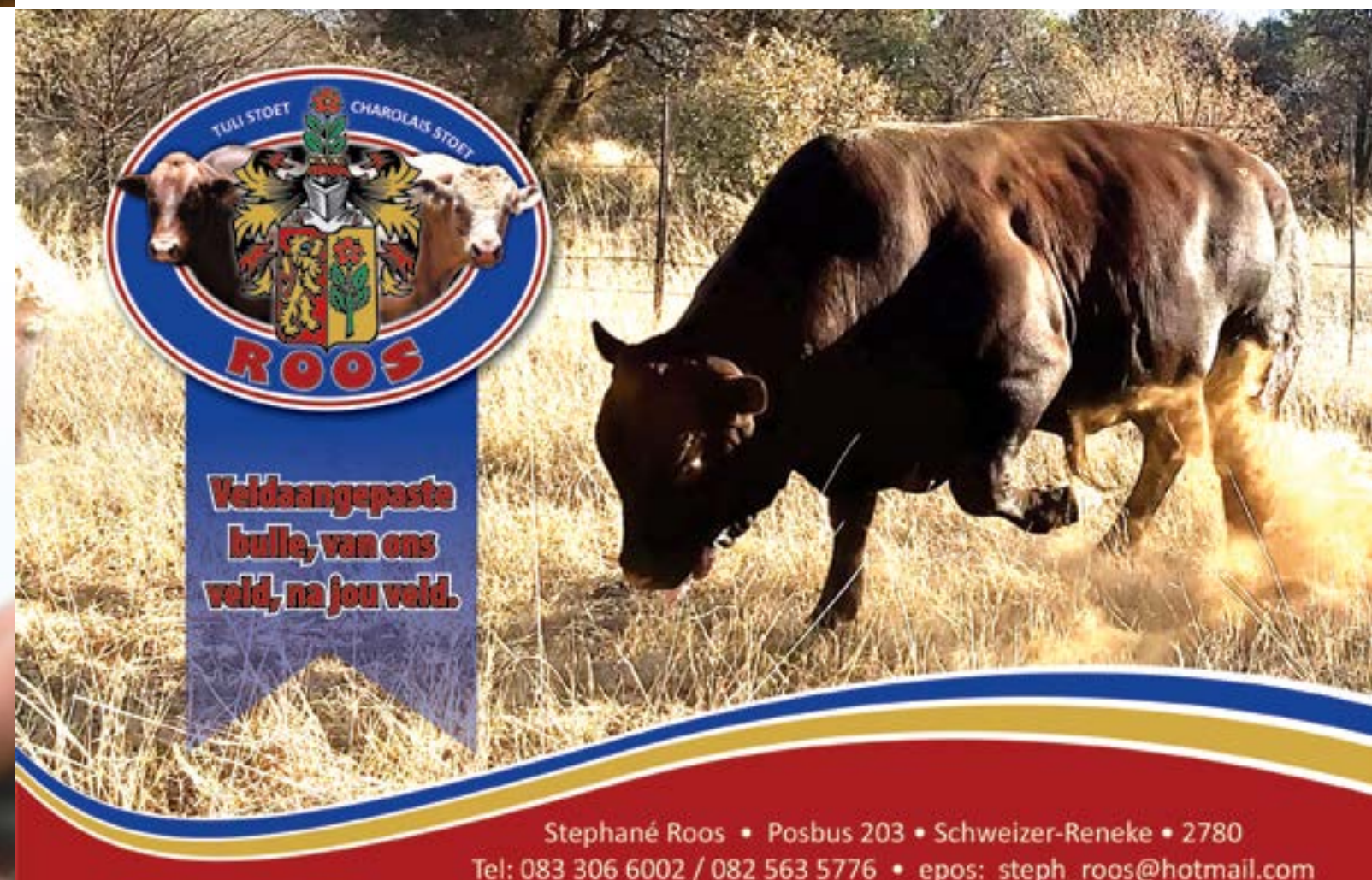
'n Goeie bemarkingsplan begin altyd by 'n realistiese begroting. Die duimreël is dat maatskappe/instansies gewoonlik tussen 5% en 10% van die waarde van hul produk spandeer om daardie produk te verkoop.

Dit hang natuurlik baie af van jou produk en jou mark. As jy dus hoop om 'n veiling te hou met 'n miljoen rand omset, gaan die suksesvolle bemarking daarvan jou dus +/- R50,000 – R100,000 kos. Dit sluit dan alle advertensies, promosies, bemarkingsmateriaal, onthaal, reis en verblyf, en ander kostes in wat jy moet spandeer om uiteindelik jou produk te verkoop. 'n Bespreking hiervan, is weereens 'n aparte artikel op sy eie. Vir die doel van die artikel is dit miskien net belangrik om te benadruk dat daar na alles gekyk moet word, en 'n balans in jou spandering moet wees. Dit help nie jy spandeer al jou geld byvoorbeeld in gedrukte advertensies en as die koper op die plaas kom, is daar geen geld oor om die veilingring mooi te maak of 'n vleisie te braai nie. Maak seker dat jy ten minste sorg dat elke element van die bemarkingsplan goed na gekyk is, en sy minimum aandag ontvang het.

Daar is vandag so baie dinge wat 'n boer in sy/haar bemarking kan gebruik

wat baie gemaklik binne selfs 'n klein begroting kan inpas. Die platform wat hier in die onlangse verlede die grootste verskil kom maak het was die selfoon. Elke boer het elke uur van elke dag daardie selfoon by hom/haar en gee aandag as dit lui. Daarom maak dit baie sin dat dit die basis van 'n bemarkingsplan vir die gemiddelde boer moet vorm. Dit sal dan byvoorbeeld die aankondiging van die veiling wees, die uitstuur van die katalogus, die herinnering aan die veiling en die dankie sê daarna. Dit is belangrik om te verstaan dat 'n goeie advertensie in 'n tydskrif nie 'n bemarkingsveldtog is nie, dit is net 'n element daarvan. So is 'n Whatsapp boodskap of die braai by die veiling ook slegs elemente van 'n goeie veldtog en kan geeneen van hierdie elemente op sy eie, 'n veldtog wees nie.

Landbou is tradisioneel nie 'n sektor waar jy goeie bemarking gesien het nie. Kyk jy egter vandag na suksesvolle stoetboere wat groot en suksesvolle veilinge aanbied en goeie pryse kry, sien jy nie net boere met goeie genetica nie, jy sien 'n boer wat bemarking verstaan en suksesvol uitvoer. Hoe goed jou produk is, bepaal nie vandag alleen jou sukses nie. Hoe goed jy die boodskap van die goeie kwaliteit produk aan potensiele kopers kan oordra word al belangriker om suksesvol te wees. Daardie "hoe", is bemarking! 



Stephané Roos • Posbus 203 • Schweizer-Reneke • 2780
Tel: 083 306 6002 / 082 563 5776 • epos: steph_roos@hotmail.com

Why Tuli's?

Stephen Mains-Sheard (Tip Tree Tulis)

In 1988 we purchased a farm Crossways situated in the Thornhill area in the Eastern Cape. We established a dairy enterprise, milking registered Holsteins. We sold our farm to a property developer which resulted in us selling our dairy herd.

In 2010 we purchased the farm Tip Tree in the Elands River Valley, which is situated between Uitenhage and Patensie in the Eastern Cape. Our aim was to start a beef and sheep enterprise.

We realised, that we would need to farm with a hardy breed that would adapt to our conditions. After a lot of research we looked at the Tuli and visited a breeder, Mr William Biggs who farmed in the Murraysburg district. I was really taken by what I saw, namely the condition of the cows with calves at foot, taking into consideration that the veld was dry.

We purchased our first cows and two bulls on their production sale and were so impressed we decided to purchase females on their dispersal sale. We identified cows and heifers that had high fertility in their pedigrees as we believed fertility is the cornerstone of any livestock enterprise.

The higher prices we paid has really been justified, resulting in giving our stud a tremendous boost.

“Over the last eleven years I have grown very fond of our Tuli cattle and it gives me great pleasure to be able to work with them.

They are no nonsense cattle that have the ability to look for grazing and are able to maintain their condition even while rearing a calf.

With the ever changing climate conditions I envisage a great future for this wonderful breed.”

Tuli facts

- Excellent fertility
- Excellent temperament
- Good cow to calf ratio at weaning
 - Good carcass quality with very high marbling percentage
- Tick resistant
- Polled factor
- Longevity
- Very well attached udders with good teat placement ①



ALPHA & OMEGA | TULI



ALWYN MARX
083 4487870

HARM MARX
087 550 1411

GERT SCHMIDT
084 941 1395

BURGERSDORP
alphaomegaest@tuli.com



PRODUKSI EVEILING / PRODUCTION SALE

WEDNESDAY // 19 MAY 2021

11:00
ESSEX FARM
BURGERSDORP

REGISTERED
BULLS **35**

REGISTERED
OPEN
HEIFERS **30**

COWS WITH
CALVES **15**

COWS IN
CALF **15**

Hoë pryse, kudde bou en die pad vorentoe

Prof Johan Willemse

Gedurende 2020 se tweede deel en vroeg in 2021, het beesvleis pryse vir Klas A besonder sterk (en hoog) gebly en so ook speenkalf pryse en aanteel pryse. Die pryse is ten spyte van 'n **diep ekonomiese resessie** in 2020 (as gevolg van die grendel staat). Die verwagting is dat die ekonomie in 2020 met so 7-8% gekrimp het, dat daar sowat 2,2 miljoen werklose mense bygevoeg is by die reeds sowat 30% werkloses. In die verlede het ons 'n baie sterk korrelasie gevind tussen stygende beesvleis pryse en 'n sterk groei in die ekonomie - soos meer mense werk gekry het en per capita inkomste gestyg het, het dit die vraag na beesvleis gedryf en dus ook pryse. Intussen raam die Wêreldbank dat dit SA tussen 3-5 jaar kan neem om die verlore welvaart van 2020 in te haal (wat belangrik is vir die vraag na beesvleis). Dit beteken doodgewoon dat ons nie 'n styging in die koopkrag van die plaaslike bevolking kan verwag om die vraag na beesvleis te dryf en so pryse hoog te hou in die volgende aantal jare.

Daar het ook gedurende 2020 se tweede deel 'n ander belangrike verandering plaasgevind in die **mark vir veevoer**. Internasionale mielie- en sojaboon pryse het met sowat 50% gestyg in die tweede deel van 2020 en alle aanduidings is dat

die prysvlakke vir die grootse deel van 2021 gaan bly. In SA het die geëmielie uitvoerprys verander van 'n jaar gelede van sowat R2200/ton na die huidige R3200/ton. Voerkrale en ander intensiewe veebedrywe se voer marges het ernstig onder druk gekom en dit is welbekend dat voerkrale (wat so 75-80% van die beesvleis in die mark voorsien) onder erge geldelike druk is en na raming so R2000-R2500/ speenkalf verlies maak (Februarie 2021).

**Slagaanbod van beste
het in die laaste drie jaar
gedaal vanaf meer as
3 miljoen per jaar (3,6
miljoen in 2015) na 'n
geraamde sowat 2,5
miljoen in 2020 en gaan
dalk nog laer wees in
2021-weens kuddebou en
die terughou van versies.**

Die tendens word in die onderstaande grafiek geïllustreer. Natuurlik het karkasse swaarder geword, maar steeds was die aanbod van beesvleis heelwat minder in 2020 met die diep ekonomiese insinking. Dit het pryse gestut op die hoë vlakke wat ons einde 2020 gesien het en wat begin van 2021 voortduur. Daar was doodgewoon te min slag aanbod vir die beskikbare (kleiner) vraag in die ekonomie. Ons moet ons dus nie mislei en dink dit is 'n sterk vraag in die beesvleis mark wat pryse hoog hou, maar tekorte.

Die laaste deel van 2020 het goeie reën oor groot dele van die westelike bees wei streke uitgesak-wat beesboere in staat stel om met **kudde bou** te begin, na die grootskaalse vermindering van koei kuddes deur die droogte tydperk. Dit beteken noodwendig dat die **aanbod van speenkalwers laag gaan bly** in die komende jaar weens die heropbou van koei kuddes in SA, Namibië en Botswana. Dit is duidelik dat groot druk op voerkrale geplaas is en die huidige sake model moeilik volhoubaar is. Speenkalf pryse het skerp gestyg (tekorte) en is nou sowat 80% van die klas A prys-waar die langtermyn gemiddeld rondom 65% is-sien die grafiek.

Daar is doodgewoon nie genoeg speenkalwers nie en pryse is hoog. Onthou, voerkrale is nie meer 'n losstaande besigheid nie -maar geïntegreer vanaf veld afronding, voerkraal, slag en ontbening en dan voorsiening aan kontrak markte, binnelands en buitelands. Hul kan nie bekostig om mark kontrakte te verloor nie.

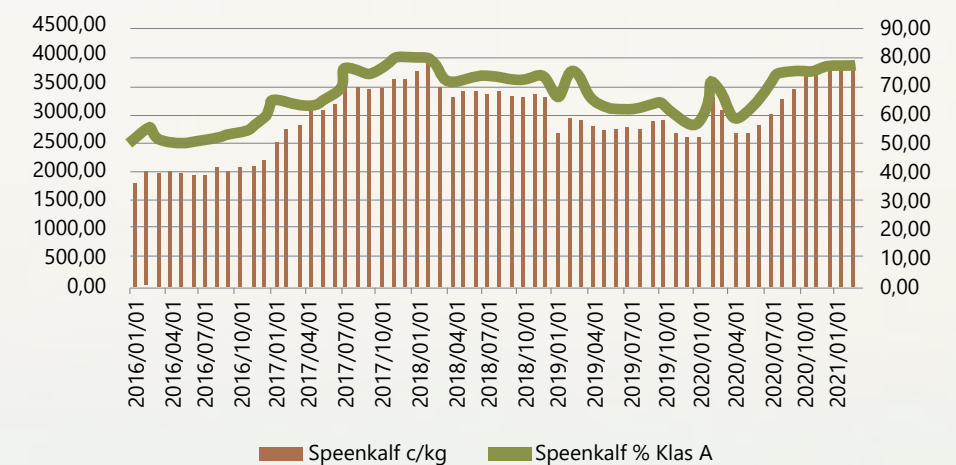
Daar is die laaste drie jaar redelik gevorder met protokolle om beesvleis te kan uitvoer en het China ook na vore getree as 'n sterk uitvoermark. Daar word tans ernstig onderhandel om ons abattoirs op te gradeer na Chinese uitvoervereistes, asook om 'n internasionaal erkende naspeurbaarheid stelsel tot op plaasvlak te implementeer, wat n voorvereiste is vir groter uitvoere. Ons beesvleis is baie kompetender geprys en groter volumes uitvoere teen beter pryse as die binnelandse mark-sal die hele bedryf bevoordeel en baie druk verlig op voerkrale! SA voer tans na raming slegs 4% van ons beesvleis uit- en die mikpunt is om dit aansienlik te verhoog-om te kompenseer vir die krimpende binnelandse mark.

So-wat word voorsien?

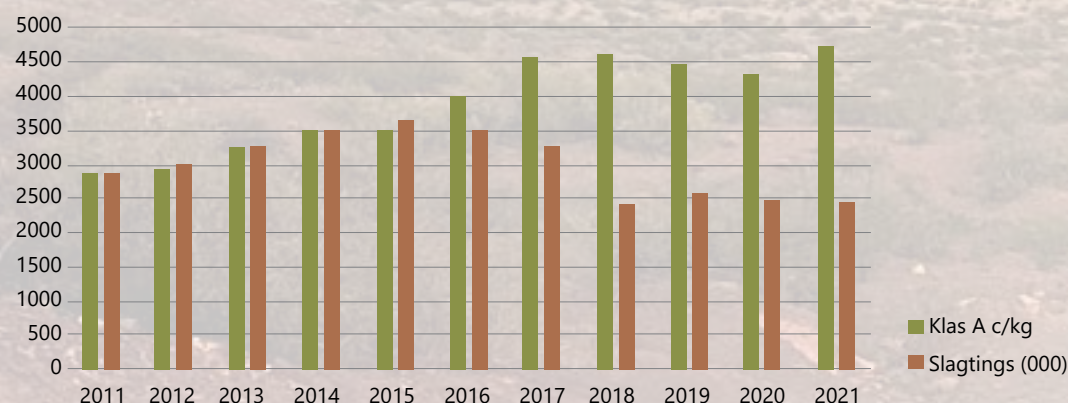
Eerstens is dit duidelik dat voerkrale nie met die bestaande sakemodel kan voortgaan, met duur voerpryse dalende marges en n swak binnelandse mark nie. Indien mens in ag neem dat speenkalf pryse 80% van die Klas A verkoop prys is, dat voergraan relatief duur gaan bly-is daar min veranderlikes wat bestuur kan word, buiten om nuwe markte te ontgin.

Die verwagting is nie dat die ekonomie en die binnelandse bestee vermoë van die middelklas verbruiker gaan verbeter in die volgende jaar of twee, wat druk sou kon verlig met hoër Klas A pryse. Die kanse te midde van 'n tekort aan speenkalwers, dat speenkalf prys binnekort gaan daal is na my mening ook skraal. Dit laat ons met een opsie-dat die uitvoermark vinnig gegroei moet word. Dat die nodige investerings in abattoirs van voerkrale gedoen moet word. Laastens, dat voerkrale wat groter tot die uitvoermark wil toetree (ter wille van voortbestaan), sal 'n internasionaal erkende naspeurbaarheid stelsel 'n voorvereiste wees, wat vanaf speenkalf produsente deur die ketting toegepas word. ☐

Speenkalf pryse en speenkalfprys as % van Klas A



SA beesslagtings en Klas A prys



TIP TREE



Breeding for Enhanced
Profitability &
Genetic Progress

Top priced bull **TT 1745** sold for **R90 000** to Margi Harvey (Shashi Tuli's).
Tip Tree bulls average for **11** Bulls was **R59 600**.

Thank you to all the buyers who supported us.



6th

Production Sale

21 September 2021

Hobson & Co Sale Pens, Grahamstown

Stephen Mains-Sheard 082 323 4286 crosswayfarm@gmail.com

www.tiptreefarm.co.za

AVONDALE

Breeding for Fertility and Functionality



Winner of **ARC Farmers' Weekly Elite Cow**

Top priced bull **AM1391** sold for **R80 000**.

Avondale bulls average for **10** Bulls was **R56 600**.

See you at our 6th Production Sale in Grahamstown.



Dave Mullins 082 299 7953
mullins@isat.co.za

**6th Annual Production Sale:
Tuesday, 21 September 2021**

Selling in association with Tip Tree Tuli's



Ganna Tuli's | Wayne Southwood

MULTITRAIT SELECTION

Dr Helena Theron (SA Stud Book Pretoria Office)

Beef cattle breeders sometimes find it difficult to know which individuals would be 'best' to become the parents of the next generation.

Selection involves the evaluation of potential parents on functional efficiency as well as many production traits, and some compromises among these traits are also needed. Selection in beef cattle on single traits is not advisable due to negative correlations between traits. For example, if cattle are selected only on weaning weight, chances are very good that cattle will become larger and birth weights become heavier, which might lead to difficult births. The solution to this problem is multitrait selection – by selecting bulls that breed calves that wean heavy calves but which are not too heavy at birth. This is a simple example, but in practice, things could get much more complicated: heavy weaners are also dependant on cows with high milk production, etc.

One of the methods used to simplify selection and select for multiple traits at once is to use a selection value, which combines breeding values of different traits into a single value. However, breeding values can not be simply added together: some traits are economically more important and heritabilities of traits differ. Each trait is therefore scientifically weighed. Selection values take the advantages and disadvantages of traits into consideration in a balanced way. In addition to selection on production traits by using selection values, animals should also be visually inspected for functional efficiency traits like structural soundness and disposition.

Breeding the perfect cow

What are the characteristics of a perfect cow? She is fertile, calves easily and regularly, weans a heavy, strong and healthy calf, while she has enough milk to sustain its growth. Her own body weight is in balance in relation to the weight of her calf, thereby ensuring a lower maintenance requirement and a more efficient animal.

The Cow Value combines the weighted breeding values of these traits in a single value. However, in order to see the various strengths and weaknesses of an animal, the Cow Value (CV) is made up of the sub-values Calving Ease, Calf Growth, Milk, Female Fertility and Maintenance. Sub-values combine similar breeding values in a scientific manner to simplify the selection of animals. For example, the EBVs for Heifer Fertility, Cow Fertility and Longevity are combined to form the sub-value Fertility by taking the heritability and economic importance in consideration. By using the sub-values, it is also easier to identify specialist bulls, for example a heifer bull (minimizing calving difficulty in first-calf heifers), maternal bulls (daughters will raise a profitable calf every year) or a terminal bull (sire heavy weaners). It is therefore essential to evaluate the sub-values for the Cow Value when selecting potential breeding bulls.

The Cow Value

The Cow Value places positive pressure on Weaning Weight and Milk, with a negative pressure on maintenance (a combination of Mature weight and Milk production, as milk production is also an energy drain on the cow). Added to the fertility traits is Longevity, which not only measures fertility, but the number of acceptable calves that a cow produces.

Figure 1 summarises the components of the Cow Value. The Cow Value and various sub-values are expressed in an index format, thus an animal with a sub-value of 110 for Fertility will genetically be above average compared to the live animals in the breed. The 'ideal' animal will theoretically have the highest possible positive values for all sub-values. Sub-values are scaled to indicate that above 100 values are generally in the more desirable direction, for example a smaller calf at birth is more desirable and therefore has a higher calving ease value, and a smaller cow is more efficient and therefore also has a higher maintenance value. Both these traits however are optimal when average – so extremely high is also not beneficial, but this is counteracted in the cow value by the requirement of high calf growth. →

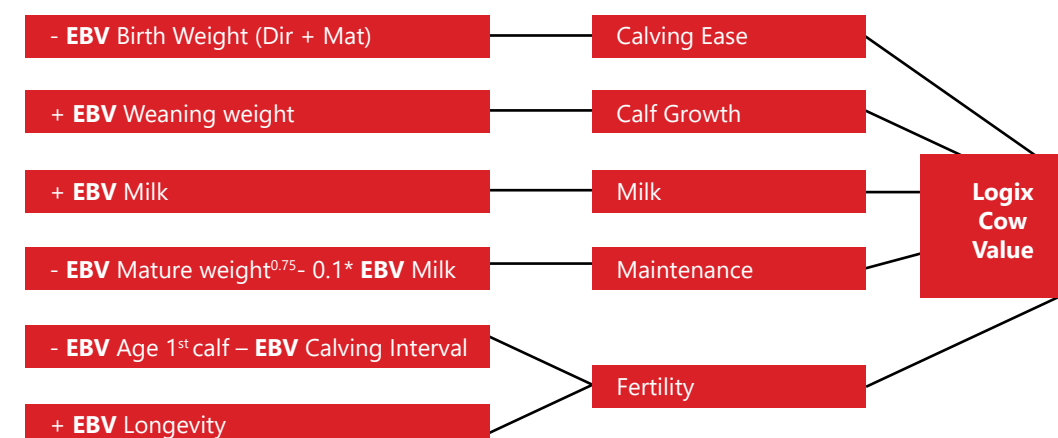


Figure 1: Schematic presentation of the breeding values included in the sub-values, which are then combined in the Cow Value. Whether positive or negative pressure are placed on the EBV are indicated by '+' and '-'. The actual weights are breed specific and needs to be determined for the Angus.

BREEDING REGENERATION

We steward climate resilient Tuli genetics
in harmony with nature



HERLU RAUTENBACH

www.carrolltuli.com | carroll.tuli@gmail.com | +44 788 103 6423 | Lichtenburg NW

Practical Example

Bull	Calving ease	Calf growth	Milk	Maintenance	Fertility	Logix Cow Value
1	120	105	97	112	104	120
2	82	132	109	91	100	120
3	113	98	119	91	125	120

Table 1: Selection values of 3 bulls with Cow Values of 120.

Fertility:

All three bulls have acceptable Fertility Values of above 100.

Maintenance:

Bull 1 has a maintenance value of 112, indicating a favourable maintenance, which usually means a smaller framed animal. Bulls 2 and 3 have values of 91, which mean they will breed larger framed cows, although still within the average bracket (between 90 and 110).

Calf Growth & Milk:

Bull 2 will breed the heaviest weaners, followed by Bull 1 and then Bull 3. The Milk of Bulls 1 and 2 are in balance with their Calf Growth (Milk should be more or less equal or a little lower than Calf Growth), while Bull 3's milk is higher relative to Calf Growth.

Calving Ease:

Bulls 1 and 3 will breed smaller calves that are more easily born. Bull 2 will breed heavy birth weights and should not be used on heifers. He can however be used on larger, older cows, if heavy weaners are desired.

Which bull is best?

As seen from previous discussions, traits can't be seen in isolation. Bull 1 will be easy calving, breed heavier weaners and smaller framed daughters. Milk is also in balance with Calf Growth. He will be a good choice. Bull 2 will generally breed larger cattle and are therefore suitable for good environments. Calves will be heavy at birth and weaning, and cows will be larger than average but still in balance (132 vs 91) with Calf Growth. Milk is in balance with Calf Growth. Bull 3 breeds average weaners from larger framed cows, which is out of balance. Milk is also too high for the Calf Growth. He will generally not be the better choice.

Conclusion

By using selection values, breeders can successfully select for multiple traits at the same time. It provides a systematic means for making selection decisions that are consistent with improved profitability. 



**SELS TE MIDDE VAN 'N
PANDEMIE IS DIE BEESBEDRYF
STEEDS VOLHOUBAAR. DIT IS EEN
VAN DIE REDES HOEKOM ONS
PASSIEVOLLE BEESBOERE IS**

PIETER ERNST JNR, TULI-BOER



DIE ERNST-FAMILIE IS BEESBOERE



MJ Ernst

Pieter se broer
MJ is 'n
beesboer met
'n mooi
Angus-stoet



Pieter Jnr en MJ se
pa, Pieter Ernst Snr,
bedryf 'n
merkwaardige
Ankole-stoet by
Bona Bona

Kontak vir Pieter Ernst Jnr per e-pos ernstpf@bonabona.co.za of sel 082 925 3662

WAT HET 2020 ONS GELEER?

Albert Loubser



Dit gebeur soms in die geskiedenis van ons wêreld dat dinge in een jaar so verander dat die gang van ons bestaan radikaal verander. So was dit in 1914 en 1939 toe onderskeidelik die eerste- en tweede wêreld oorloë uitbreek het of 1986 met die Chernobyl ramp. Die lewe voor, en na hierdie datums was byna onherkenbaar verskillend. 2020 was ook so 'n jaar en sal as sodanig deur die geskiedenis onthou word. Die meeste van ons probeer nog sin maak en verstaan wat gebeur het. Ons het mense vermy, maskers gedra, hande ontsmet by elke winkel of gebou waarby ons ingaan. Ook was daar tragiese lewensverliese en ekonomiese krisise vir baie mense. Ons lewens het radikaal verander en baie van daardie veranderinge gaan deel van die nuwe-normaal word.

Landbou was die enigste sektor van die ekonomie wat in die tyd gegroei het. Mense moes eet en Landbou moes produseer om

dit moontlik te maak. Landbou is as 'n noodsaaklike sektor erken en het algemene erkenning hiervoor van beide die publiek asook die regering ontvang. Tog is Landbou ook negatief geraak en het landbouers ook hul uitdagings gehad om te bowe te kom. Hierin het landbouers uitstekend gevaar en het boere inderdaad planne altyd gehad!

Die grootste inpak wat 2020 en die pandemie waarskynlik op Landbou gehad het was dit om die gebruik van tegnologie te bevorder. Boere het verrassend vinnig begin om, by gebrek aan ander opsies, tegnologie wat reeds gereedelik beskikbaar was, te gebruik. Ook het die meeste boere baie vining aangepas by die nuwe "tegnologiese-normaal" en het hulle algemeen deelgeneem aan vergaderings, veilings, boeredae en skoue vanuit die gemak van hul eie sitkamers. Boere wat nog nooit van Zoom of Microsoft-Teams gehoor het nie, het skielik alles van

boerevereniging vergaderings, studiegroepe en afsprake met die bankbestuurder op die platforms gedoen. Binne die bestek van een jaar het die aanbod van aanlyn veilings algemene praktyk geword. Die ALFA ekspo is aanlyn aangebied, Nampo is virtueel aangebied en baie genootskappe het aanlyn geskou.

In die drama van die Covid-19 pandemie het ons skoon vergeet dat die bek-en-klou uitbraak nog nie verby is nie. Ons sou waarskynlik in elk geval veilings en skoue aanlyn moes aanbied al was daar nie 'n Covid-19 pandemie nie. Al die grootste skoue se aanbieding was reeds in die weegskaal, voor die eerste positiewe Covid geval in SA gediagnoseer is. Ons het dus, sonder dat ons dit beseft het, ook 'n oplossing vir die biosekuriteits uitdagings in die proses gevind. As ons dus, in die lig van die ontsettende impak van Covid-19 soek na 'n goue randjie om die donker wolk, dan het ons hom gekry.

Die positiewe kant van die pandemie kan baie goed opgesom word in die ervaring van ALFA 2020. 2020 sou die vyfde aanbieding van die lewendehawe ekspo gewees het, maar dit is afgestel soos alle ander lewendehawe geleenthede. Die grootste deel van die program is op kort kennis omgeswaai na 'n aanlyn aanbieding en suksesvol deurgevoer. 'n Totaal van 388 telers (verteenwoordigend van 36 verskillende telersgenootskappe) het met 1,504 diere aan die verskillende kompetisies en kampioenskappe deelgeneem. Net minder as 500 videos is deur deelnemers van hierdie aktiwiteite ingestuur! Geleenthede van ander organisasies is ook saam met die ALFA-program aangebied. Hieronder tel SA Stamboek se Logix prysuitdelings, Samic se nasionale prysuitdeling en Bloemskou se beoordelingsseminaar. In terme van direkte deelname is dit die tweede grootste aanbieding van ALFA sedert die eerste ALFA vyf jaar gelede! Inderdaad 'n kompliment vir SA boere se vermoë om aan te pas by verandering. Ook hier is 'n

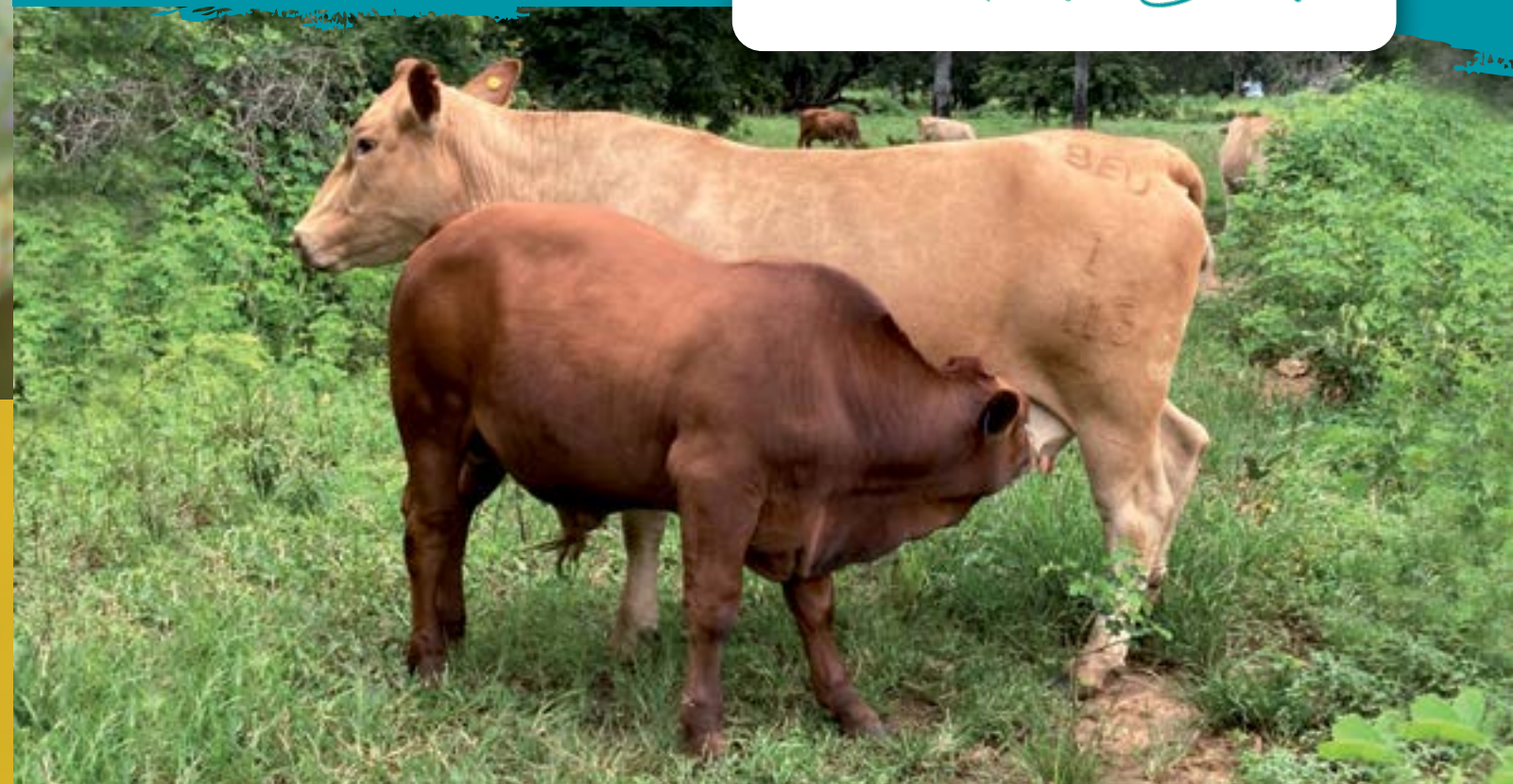
nuwe-normaal geskep en sal ALFA in die toekoms altyd deels in 'n aanlyn formaat aangebied word saam met die aanbieding op Nampo Park (Wat ons vertrou moontlik in September sal wees).

Ons as mensdom moes beseft dat ons reeds lankal op dun ys loop. Dit is gewoon onrealisties dat 7 biljoen mense op die aarde kan doen wat hulle wil, sonder dat iets soos die Corona krisis ons tref nie. Netso was die skrif al lankal teen die muur in terme van 'n bek-en-klou uitbraak gegewe die vrye beweging van vee tussen ons en ons bek-en-klou positiewe bure. Ook het ons in die rustigheid van ons gemaklike nie altyd die moeite gedoen om beskikbare tegnologie te gebruik nie, al was dit lankal die beste ding om te doen. Die optimale en koste-effektiewe gebruik van tegnologie is die enkel belangrikste hoeksteun vir die ontwikkeling van ons sektor. Die pandemie het ons waarskynlik 10 jaar vooruit gebring in terme van ons gebruik van tegnologie. Dat ons 'n pandemie nodig gehad het om hierdie waarheid te beseft was hartseer. Ook het die fokus op maskers en handontsmetting ons herinner hoe belangrik biosekuriteit ook vir ons veestapel is. Dieselfde beginsels geld ook hier wanneer ons met ons diere werk. Deur goeie biosekuriteits maatreëls toe te pas, kan ons die bedryf baie geld spaar in behandeling van siektes. Ook kan ons uitvoer beperkinge en marktoegang so beter bestuur.

Die Covid-19 pandemie was sekerlik die duurste skoolgeld nog wat ons generasie wêreldwyd betaal het. Kom ons hoop dat hierdie skoolgeld 'n goeie belegging in ons toekoms is. Dat die lesse wat ons geleer het in terme van die gebruik van tegnologie en die nakoming van biosekuriteits maatreëls, ons sal noop tot beter dissipline en praktyke en dat ons nie sal terugval in die gemaklike waaruit die pandemie ons kom ruk het nie! 

**Bred in Africa, for Africa.
Breed the Best – Buy Tuli.**

MOPANI ZAMBIA
Tuli Stud



Tom Roberts +260-977-430930 Nyreen Roberts +260-977-772043
Email chikupiestates@yahoo.com