

# Verantwoorde Veehouderij

## Projectideeën

Op 24 en 25 november heeft het project 'Veerkrachtige Pluimveevleesproductie' een 24-uurs werkconferentie gehouden. Tijdens de conferentie zijn door de deelnemers uit het bedrijfsleven, de overheid en het onderzoek een aantal projectideeën op papier gezet. Deze ideeën zullen in 2005 door trekkers uit het bedrijfsleven verder worden uitgewerkt.

### Projectidee: Rituele Kip

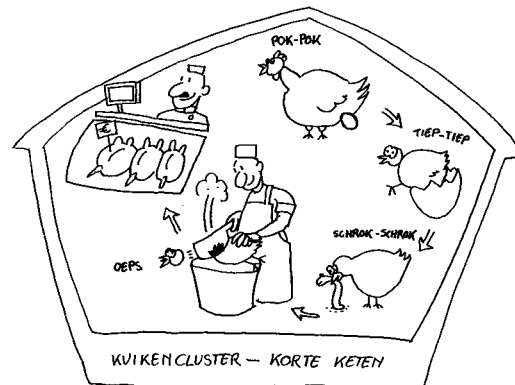
Martien Vroone (vleeskuikenhouder) en Henk Jenniskens (kalkoenhouder) gaan op zoek naar een verantwoorde methode voor slachten van pluimvee op het primaire bedrijf uitgevoerd door consumenten. Daarmee kan tegemoet worden gekomen aan de wens van diverse bevolkingsgroepen zelf de aangekochte dieren te slachten. Ritueel slachten kan daar een onderdeel van zijn. Vragen die beantwoord moeten worden zijn: wat zijn de eisen voor een rituele slachting? Welke milieu- en andere vergunningen spelen een rol? Wat is de potentiële meeropbrengst en wat zijn gevolgen voor de bedrijfsvoering?



WUR 25-11-2004 peti

### Projectidee: Kuikencluster Noord

Nanne Sterenburg (vleeskuikenhouder en akkerbouwer) gaat op zoek naar de mogelijkheden om familie- en ketenbedrijven te clusteren in de regio. Dit om de logistiek te verbeteren, de kringloop binnen één cluster te sluiten, de kostprijs te verlagen en transparante communicatie te bevorderen. Verder kan het ook een impuls betekenen voor de regio. Sterenburg begint in januari met het zoeken naar vijf ondernemers die samen met hem het idee verder gaan uitwerken. Hij verwacht dat draagvlak voor dit idee bij ondernemers voldoende aanwezig is, maar dat wel enig zendingswerk moet worden ondernomen richting lokale overheden.



WUR 25-11-2004 peti

### Projectidee: Vermarkten van beleving, emotie en ideële criteria

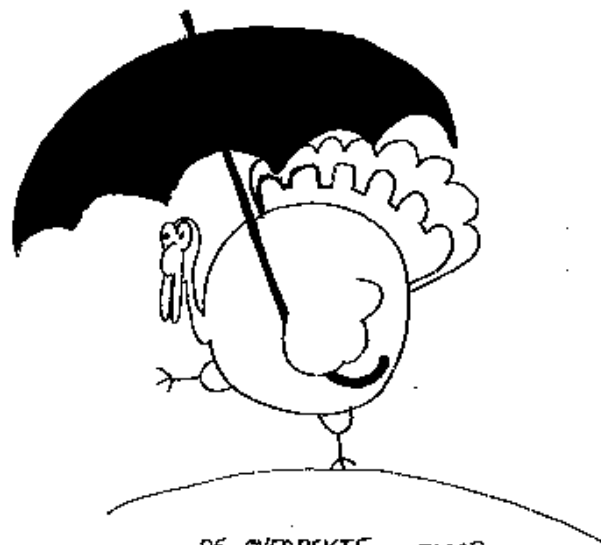
Is het mogelijk concurrentievoordelen te behalen met het produceren van pluimveevlees dat meer past bij de beleving en emotie van consumenten, en zo ja, hoe? Dat is de vraag waar Ton Waals (Astenhof bv) en Ad Kemps (Coppens Diervoeding bv) zich op gaan oriënteren. De verwachting is dat pluimveehouders cq de sector zo een interessante (niche-)markt aanboren die aansluit bij de hedendaagse consument. Beleving en emotie komen binnen de behoeftepiramide van Maslow na de basisbehoeften (eten, drinken, en gezondheid) en de behoefte aan zekerheid en veiligheid. De West-Europese consument bevindt zich in de bovenste drie treden van Maslow. Daar worden mensen gelukkig van hun netwerk van relaties en het vermogen om zich snel aan te kunnen passen aan wisselende situaties. Voor het realiseren van een duurzame samenleving komt, naast de beleving en emoties, het erop aan ook te streven naar het recht doen aan ideële criteria. Elmar Theune (LNV) gaat na of zij daarvoor initiatieven kan stimuleren. Het spreekt voor zich dat de bovenstaande zoekrichtingen nog nader uitgewerkt moeten worden, waarbij de relatie tussen consument (oa het Platform Consumentenbeleving) en producent centraal staat. De trekkers zijn er klaar voor.



WUR 25-11-2004 peli

### Projectidee: Overdekte uitloop

Dit projectidee richt zich op de mogelijkheden voor een overdekte uitloop voor vleespluimvee en, als het idee levensvatbaar blijkt, het realiseren daarvan in de praktijk. Een overdekte uitloop kan een positieve bijdrage leveren aan het welzijn van het dier (door de verrijking van de leefomgeving) en bijdragen aan de arbeidsvreugde van pluimveehouders, terwijl het risico van ziekte insleep wordt beperkt. Ook draagt het bij aan een positieve maatschappelijke beleving van de pluimveehouderij. Trekkers van dit project zijn Petro Boon (Nutreco) en John Oosterhuis (Albert Heijn), die om zich heen een projectgroep verzamelen waarin de Dierenbescherming, vleespluimveehouders en het onderzoek zijn vertegenwoordigd. In januari gaat de projectgroep bij elkaar zitten om het idee en de vervolgstappen verder uit te werken.



WUR 25-11-2004 peli

## Project: Webcamkip

De trekkers Evert-Jan Entzinger (Ministerie van LNV, directie Oost) en Ton Waals (Astenhof bv) willen door webcams in de stal een zichtbare transparantie creëren om het vertrouwen van de consument te winnen. Om het idee verder uit te werken zoeken ze antwoord op de volgende vragen: Wie heeft kennis van technische en logistieke knelpunten, mogelijkheden en oplossingen. Hoe zijn partijen bij elkaar te brengen? Waar moet de informatie op te vragen zijn?

Om het project te starten gaan de trekkers eerst contact opnemen met soortgelijke projecten in andere sectoren (zoals 'Nature and More', 'Peters Farm', 'Eendenintegratie' en 'Kalkoenenintegratie') om van hen te leren en dan zelf aan de gang.

