



WILLEM&DREES ALS KETENREGISSEUR

Op het pluimveesymposium Leg, dat eind mei plaatsvond in het Nederlandse Eersel, zette Willem Treep de leghennenhouders aan het denken over marktonderzoek, consumentengedrag en mogelijke afzetmarkten. Willem richtte samen met zijn compagnon Drees Peter van den Bosch het bedrijf Willem&Drees op, dat producten van bij de boer om de hoek bij de consument wil brengen.

– Jolien De Reu, landbouwconsulent Boerenbond

Willem en Drees startten hun gelijknamige bedrijf in 2009. Allebei hadden ze werkervaring in de verkoop en marketing van voedingsproducten. Willem vertelt dat hij bij Unilever ijsjes verkocht zonder ooit op de productiesite geweest te zijn. “Rendementsoptimalisatie staat steeds centraal, waardoor de passie verloren gaat”, zegt hij. Volgens Willem zit de passie bij de primaire producenten en zijn heel wat consumenten vandaag op zoek naar die passie. Het contact tussen producenten en consumenten is iets wat de laatste eeuw verloren is gegaan. Willem&Drees wil dit opnieuw realiseren: ze willen de consument de hand laten schudden van de producent. Willem voegt hieraan toe dat slechts weinig mensen de tijd hebben om

producten op verschillende boerderijen te kopen. Daarom wil hij de producten van bij de boer om de hoek in de lokale supermarkten te koop aanbieden. Om dit simpele idee te realiseren, zijn Willem en Drees al 6 jaar in de weer.

Willem&Drees vandaag

Intussen brengt Willem&Drees diverse primaire producten van Nederlandse bodem via 3 wegen tot bij de consument. Via de webwinkel kunnen consumenten vanuit hun luie zetel een bestelling plaatsen die aan huis, in een houten box, geleverd wordt (zie foto bovenaan). Tijdens het bestellen wordt de consument via foto's, tekst en filmpjes geïnformeerd over de producent en diens manier van

werken. Verder kan je de producten van Willem&Drees ook in enkele supermarktketens kopen. Ook daar worden de producten uitgesteld in houten bakjes en vind je foto's van de respectievelijke producenten op de productetiketten. Tot slot worden de producten aan de man gebracht door cateringbedrijven die actief zijn in studentenrestaurants of op het werk. Ook via deze weg blijft de producent zichtbaar.

Eieren online verkopen

Eieren zijn het tweede meest online verkochte product in het gamma van Willem&Drees. De piste van de supermarkten daarentegen loopt nog niet. Willem gelooft dat er ruimte is voor de

afzet van eieren, maar de prijs die de supermarkten ervoor willen betalen ligt momenteel te laag. Ook voor de piste van de cateringbedrijven geldt dit probleem voor eieren. Op de vraag of enkel eieren vanuit een specifiek huisvestingsstelsel worden opgenomen in het gamma, antwoordt Willem: "Als ik de producent ken en het ziet er goed uit, dan maakt het mij niet uit of de kip scharrelt in de stal of buiten loopt." Voor Willem is het belangrijk dat de producent zijn verhaal vertelt aan de consument. "Voor de dierlijke productie gaan we uit van het hele dier. Als we eieren in ons assortiment hebben, bieden we ook soepkippen aan."

Moelijkheden als ketenregisseur

Als Willem terugblijkt op de afgelopen 6 jaar komt hij tot de vaststelling dat de realisatie van hun idee moeilijker is dan

.....
Veel consumenten zoeken naar de passie die bij de primaire producenten zit.
.....

het aanvankelijk leek. "Om producten in supermarktketens te krijgen, moet je met heel grote spelers aan tafel gaan zitten. Het is moeilijk om daartussen een plekje te veroveren." Ondertussen raakte bekend dat Willem&Drees gaan fusioneren met Beebox. Beebox levert maaltijdboxen met biologische producten uit Nederland aan huis, vergezeld van het juiste recept. Zowel Willem&Drees als Beebox zullen



Willem Treep, een van de oprichters van Willem&Drees, dat producten van bij de boer om de hoek bij de consument wil brengen.

als merknamen naast elkaar blijven bestaan. Achter de schermen worden de krachten gebundeld en hoopt men winst te halen uit de schaalvergroting.

Snavelbehandeling verbetert dierenwelzijn

Wouter Wytynck, secretaris van de sectorvakgroep Pluimvee, verdedigde het infrarood behandelen van snavelen bij leghennen. In Nederland voorziet de wetgeving dat er vanaf september 2018 geen kippen meer mogen worden gehouden met behandelde snavelen. Ook Duitsland voert een verbod in op het korten van snavelen. In Nederland is er eerst nog een evaluatie van de ervaringen met

onbehandelde hennen gepland. Het zou kunnen dat de regelgeving nog wordt uitgesteld. Het Verenigd Koninkrijk wilde ook een verbod op het snavelbehandelen instellen, maar kwam hierop terug omdat in de praktijk bleek dat dit tot grote dierenwelzijnsproblemen zou leiden. Bij ons gebeurt de snavelbehandeling in de broeierij via een infraroodbehandeling van het puntje van de snavel. Visueel is er weinig verschil tussen de snavelen van behandelde en onbehandelde kippen. Bij de behandelde kippen is de scherpe punt, het 'wapen', weggenomen. Daardoor kunnen de kippen elkaar moeilijker verwonden. Onderzoek en praktijkvoorbeelden tonen aan dat er momenteel geen volwaardig alternatief is voor het snavelbehandelen. Onbehandelde snavelen brengen heel wat nadelige gevolgen met zich mee: de uitval kan oplopen van 5 tot 50%, de eiproductie daalt, het voederconsumptie stijgt en de producenten moeten andere dierenwelzijnsvoorwaarden met de voeten treden om het kannibalisme tegen te gaan. Het niet uitvoeren van een snavelbehandeling kan dus leiden tot een fors inkomensverlies voor de pluimveehouder.

Het 'ontwapenen' van de kippen is een dierenwelzijnsmaatregel die ervoor zorgt dat de kippen elkaar niet verwonden. Het zorgt voor rustigere kippen, minder ziektes (want open wonden zijn ideale toegangspoorten voor pathogenen) en finaal een gerustere pluimveehouder. In Nederland is de discussie na het pluimveesymposium weer volop actueel. De pluimveeorganisaties willen er de regelgeving terugschroeven. ■

INNOVATIEPRIJS VOOR INSECTEN IN HET VEEVOER

Naar jaarlijkse traditie werd op het pluimveesymposium ook een innovatieprijs uitgereikt. We stellen de 3 laureaten even kort voor. 'Pick it up' was de inzending van pluimveehouder Jan Wolbrink. Hij kwam op het idee om een product dat werkt tegen bloedluizen samen te persen tot een pikblok. Door het pikken verspreiden de hennen zelf het product en zorgen ze voor de bestrijding van bloedluizen. Het pikken verkort ook hun snavel. De tweede laureaat was Bastiaan Vroegindewij, doctoraatsstudent aan de Universiteit van Wageningen, die de 'PoultryBot' ontwikkelde, een robot die grondeieren raapt (zie ook *Management&Techniek* 3 van 12 februari). De robot verplaatst zich zelfstandig door de stal en kan eieren van andere objecten onderscheiden. Op termijn zijn de toepassingsmogelijkheden nog veel uitgebreider. De robot kan immers worden uitgerust met tal van sensoren en zo continu informatie verzamelen in de

stalomgeving. Derde laureaat, en overtuigend winnaar van de innovatieprijs, werd pluimveehouder Léon Jansen uit het Zeeuwse Schore. Hij bracht het 'Oerei' op de markt. Léon verving de soja in het kippenvoer door levende insectenlarven van de zwarte soldatenvlieg. De larven worden geleverd door het insectenbedrijf Protix, dat ze kweekt op plantaardige reststromen. De hennen krijgen een voeder dat bestaat uit 80% kernvoeder zonder soja en 20% levende larven. Voor de afzet van zijn eieren heeft Léon afspraken met een Nederlandse retailer. Het Oerei is duurder dan het traditionele ei, maar de consument lijkt de meerkosten hiervoor te willen betalen. Léon krijgt veel positieve reacties op de smaak van zijn eieren. Een leuk filmpje over de winnaar vind je op het internet. Geef hiervoor in Google 'winnaar pluimveesymposium Leg 2016' in.