

Pluimveehouderij in Amerika (1): de organisatie van de pluimveehouderij

Ron Meijerhof, onderzoeker vermeerdering en broederij

Van maart tot en met mei 1995 was ik in staat om de pluimveeproductie in de Verenigde Staten van nabij mee te maken. In dit artikel wil ik wat nader ingaan op de wijze waarop de productie in de V.S. is georganiseerd.

Pluimvee

Pluimvee is in de V.S. een grote en nog steeds groeiende bedrijfstak. Met ongeveer 41 kg consumptie per hoofd van de bevolking per jaar heeft pluimveevlees (kip + kalkoen) het grootste aandeel van de vleesconsumptie (Nederland: ongeveer 19 kg pluimveevlees per hoofd per jaar). De consumptie van kalkoen alleen is in de VS. al ongeveer 8 kg per inwoner per jaar. Met ongeveer 250 miljoen inwoners geeft dat een behoorlijke afzetmarkt, nog afgezien van de ongeveer 12 procent export van pluimveevlees naar met name landen in het Verre Oosten.

Vergeleken met de vleeskuikensector is de leghennensector vrij klein. De gemiddelde consumptie van eieren is ongeveer 235 eieren per hoofd van de bevolking per jaar (Nederland: ongeveer 173 eieren per hoofd per jaar). De export van consumptie-eieren bedraagt momenteel ongeveer 3 procent. De verwachting is dat dit nog zal dalen omdat een ondersteuningssubsidie voor export zal wegvallen.

Marketing

De hoge consumptie van pluimveevlees is waarschijnlijk voor een groot deel te verklaren uit de sterke voorkeur van de Amerikaanse consument naar magere, vetarme producten. Ook het feit dat kip snel klaar is en goed in fast-food menu's past is in deze maatschappij een heel belangrijke factor.

Wat echter zeker ook meespeelt is dat de producenten op de wens van de markt hebben ingespeeld door een enorme variatie aan kip-producten te maken.

Tyson Foods, de grootste pluimvee-integratie in Amerika met ongeveer 30 miljoen vleeskuikens per week, maakt meer dan 2000 producten waarin kip verwerkt is. Elk jaar worden enkele honderden producten van het assortiment afgevoerd en komen er nieuwe bij. Dit zijn vooral producten die verder verwerkt zijn, en dus afkomstig zijn uit de delenproductie.

Typisch is dat men hier vooral veel aandacht besteedt aan de marketing van producten. Via uitgekende reclamecampagnes heeft men bijvoorbeeld de consument enthousiast weten te maken voor gemarineerde kippenvleugels, die in allerlei smaken en variëteiten worden aangeboden. Deze zijn momenteel in Amerika zo populair dat de prijs van kippenvleugels die van kipfilet benaderd en afgelopen jaar gedurende enige tijd zelfs hoger is geweest.

Ook de introductie van Cornish Game hen, een kip van ongeveer 1300-1500 gram levend gewicht, blijkt een groot succes te zijn. Cornish Game hen werd gepresenteerd als een echte, smakelijke, min of meer traditionele kip, dus in feite tegengesteld aan de trend om de kipproducten te verwerken tot producten die niet meer als kip herkenbaar zijn. De marketing werd vooral op restau-

rants gericht, als een exclusief produkt met een hoge toegevoegde waarde. Hoewel de markt beperkt is produceert Tyson alleen al ongeveer 1,3 miljoen Cornish Game hen per week, vooral als gevolg van deze uitgekien- de marketing en reclame strategie.

Vlees kui kens

Kenmerkend voor de Amerikaanse pluim- veevleesproduktie is de sterke mate van inte- gratie. Een integratie in Amerika beheerst de gehele keten vanaf opfok ouderdieren tot slachterij en verdere verwerking, inclusief broederijen en voerfabrieken. In een aantal gevallen heeft een integratie zelfs een eigen fokprogramma, hoewel dat steeds meer wordt losgelaten.

De produktie wordt opgezet in complexen, die vooral in de zuidelijke staten momenteel als volledige units nieuw worden opgezet. In de noordelijke staten worden, naast nieuw- bouw van stallen, vaak bestaande stallen en pluimveehouders gecontracteerd om aan de produktiecapaciteit van een slachterij te kun- nen voldoen. Tussen de verschillende inte- graties in een bepaalde regio is wel wat verloop van pluimveeouders, maar de meesten blijven toch langere tijd bij een be- paalde integratie. De produktie wordt meest- al afgestemd op de capaciteit van de slachterij, waarop de overige schakels wor- den afgestemd. Dit is meestal 1.3 miljoen vleeskuikens per week, namelijk een slach- terij met twee slachtlijnen en werkend in twee ploegendienst. In de nabijheid van deze slachterij worden dan de overige scha- kels opgezet. In een dergelijke opzet heeft men bijvoorbeeld tussen de 300 en 350 vleeskuikenstallen nodig, afhankelijk van het produktiedoel van het complex, omdat de standaardgrootte van een stal ongeveer 30.000 dieren is.

Die stallen worden gebouwd door of meestal

in opdracht van de integratie, volgens hun bouwtekeningen. Ook de inrichting wordt volledig bepaald door de integratie. De pluimveehouder beslist hoeveel stallen hij neer wil zetten, betaald voor de bouw en de inrichting en krijgt een jaarcontract. Ge inte- gratie regelt en betaalt de opzet van de ééndagskuikens, het voer, de medicijnen, het strooisel, de laadploegen en het trans- port. Tevens wordt een serviceman of - vrouw verantwoordelijk gesteld, die in samenwerking met de pluimveehouder de gang van zaken op het bedrijf regelt. Dit gaat duidelijk verder dan advisering. De service- man beslist over het voerprogramma, de ventilatie, eventuele behan- deling, etc. en doet ook vaak zelf daadwerkelijk de instellin- gen.

De integratie beslist dus in feite hoe de in- richting van het hok moet zijn, welke aanpas- singen moeten gebeuren en welk management gehanteerd moet worden. Als de inrichting niet aan de eisen van de inte- gratie voldoet wordt het contract stopgezet. Als de integratie beslist dat bijvoorbeeld overgeschakeld moet worden op een ander drinkwatersysteem omdat teveel problemen met het strooisel ontstaan, dan wordt dit opgelegd aan de pluimveeouders. Die moeten meestal volledig voor de verande- ring betalen, maar kunnen voor de financie- ring wel vaak een voordelige lening met de integratie afsluiten.

De betaling aan de pluimveeouders is ge- baseerd op een basisprijs per kg geleverd produkt, met een bonus/malus systeem op basis van resultaten, waarbij vooral voercon- versie, uitval en percentage afkeuringen aan de slachtlijn een rol spelen. De bonus/malus wordt vastgesteld op basis van de gemiddel- de resultaten binnen de integratie van de afgelopen twee weken. Daar de integratie eigenaar is van de dieren en de kosten van

het voer heeft betaald, betekent dit dat de integraties relatief meer geld in de dieren hebben zitten dan de pluimveehouder zelf. Gemiddeld genomen wordt ongeveer 15 procent van de waarde van de dieren uitbetaald aan de pluimveehouders als basisprijs en is dus ongeveer 85 procent van het dier van de integratie. Dit verklaart uiteraard waarom de integraties zo dwingend voorschrijven hoe de dieren gehouden moeten worden; zij draaien voor een relatief hoog deel van de kosten op als er iets mis gaat. Ook ouderdieren worden op een vergelijkbare wijze gehouden. Ook hier is het hok van de pluimveehouder en de dieren, voer, etc. van de integratie. Uitbetaling vindt plaats op basis van geproduceerde broedeieren, met een toeslag voornamelijk op basis van bevruchtingsresultaten. Veel integraties vinden de kwaliteit van grondeieren een te groot risico voor de kwaliteit van de kuikens en leggen deze eieren dan ook niet in. De vermeerderders wordt gevraagd om de grondeieren apart te houden, en deze worden als consumptie-eieren uitbetaald. Het is bij een dergelijk uitbetalingssysteem uiteraard de vraag hoeveel vermeerderders daadwerkelijk alle grondeieren apart houden. Vuile eieren worden niet gewassen en niet ingelegd.

Leghennen

De leghennen sector is veel minder sterk geïntegreerd dan de vleeskuikenhouderij. Veel pluimveehouders zijn min of meer onafhankelijk en produceren eieren voor de vrije markt. Daarnaast worden contracten afgesloten, gebaseerd op aantal opgezette hennen of aantal geleverde eieren, wederom met een bonus/malus systeem. In een aantal gevallen komen integraties voor, waarbij ongeveer dezelfde opzet als in de vleeskuikenhouderij wordt gehanteerd. De

integratie is opgezet rond een eiprodukten-fabriek of een pakstation. De integratie levert het voer en de dieren, de pluimveehouder het gebouw en de inventaris.

Samenvattend

In dit artikel heb ik een globaal overzicht proberen te geven van de wijze waarop de pluimvee-industrie in de V.S. is georganiseerd en met name van de punten waarop deze organisatie afwijkt van de situatie in Nederland.

In het algemeen kan men stellen dat in de V.S. ten opzichte van Nederland relatief veel aandacht wordt besteed aan marketing en produktontwikkeling en minder aan de produktie zelf. Door de sterke integraties, met name in de vleessector, speelt de individuele pluimveehouder een verhoudingsgewijs kleine rol in het hele productieproces.

Een voordeel van deze organisatiewijze is dat de integraties heel slagvaardig en consumentgericht kunnen werken. Als blijkt dat een bepaalde handelswijze een verbetering van de marktpositie tot gevolg heeft kan daar heel snel op worden ingespeeld. Hierdoor is men in staat gebleken om de consumptie van pluimvee drastisch op te voeren.

Een nadeel is toch wel dat de individuele pluimveehouders nog maar relatief weinig belang hebben bij een optimale produktiewijze, waardoor het verbeteren van het management op de bedrijven vaak moeilijk is. Een ander nadeel is dat in de V.S. vaak vooral naar het economisch belang van een beslissing op de korte termijn wordt gekeken. Investerings- of wijzigingen die pas op de langere termijn hun economisch nut bewijzen of waarvan het voordeel niet direct in geld uit te drukken is worden niet snel uitgevoerd. Door deze nadelen is de produktie niet altijd even optimaal. □