KETENSAMENWERKING KONIJNENHOUDERIJ

Door Ron Bergevoet (LEI –Wageningen UR)

Verschillende partijen in de konijnenvleesketen (konijnenhouder, slachterij en retail/grootwinkelbedrijf) onderzoeken of structurele samenwerking tussen ketenpartners mogelijk is. Dit proces wordt begeleid door medewerkers van Wageningen UR.

De konijnensector kan zich verheugen in veel aandacht vanuit WageningenUR. Ingrid de Jong heeft in een vorig artikel in dit NOK Kontaktblad al aangestipt welk technisch onderzoek er gebeurt. Er zijn ook twee netwerken van konijnenhouders actief. Het netwerk Monitoring Konijnenhouderij en het netwerk Verbeteren ketenrendement konijnenhouderij worden door Wageningen UR ondersteund. En last but not least loopt het project Ketenaspecten Konijnenhouderij.

De aanleiding voor het project Ketenaspecten Konijnenhouderij
Duurzame samenwerkingsrelaties tussen schakels in de konijnenketen zijn er nog nauwelijks. Wel is er sprake van samenwerking tussen konijnenhouders onderling. De afzet van konijnen naar slachterijen en retail verloopt op het ogenblik behoorlijk vrijblijvend. Er is zelden sprake van langdurige afspraken tussen konijnenhouder en slachterij of tussen slachterij en grootwinkelbedrijf. Feitelijke informatie over marktvraag, structuur en organisatie van de vleesafzet wordt door de verschillende partijen niet gedeeld. Hierdoor kan de keten niet optimaal functioneren. Dit heeft voor alle partijen nadelige (financiële) gevolgen. Konijnenhouders hebben enige tijd geleden in een sectorworkshop samenwerking in de keten als een grote behoefte gedefinieerd. Dit was de aanleiding om een project Ketenaspecten Konijnenhouderij op te zetten.

Doel van het project
Doel van het project is om de verschillende partijen in de konijnenvleesketen (konijnenhouder, slachterij en retail/groot winkel bedrijf) samen te laten onderzoeken of structurele samenwerking met ketenpartners mogelijk is.

Hoe is dit aangepakt?
Er zijn mensen geïnterviewd uit de verschillende schakels in de konijnenvleesketen.. Er is gesproken met konijnenhouders, een slachterij, de retail en met de RABObank. Hen is gevraagd naar de kansen en bedreigingen die ze zien voor de konijnenvleesketen. Ook is hun gevraagd hoe ze denken dat ze kansen kunnen grijpen en knelpunten kunnen oplossen.
Deze interviews zijn verwerkt in zogenaamde "mind maps" (plaatsjes waarbij de resultaten van de interviews logisch zijn gegroepeerd). Deze mind maps waren de basis voor een workshop met de geïnterviewde personen aangevuld met de deelnemers van het netwerk Verbeteren ketenrendement konijnenhouderij.
In deze workshop werd gekeken wat zou moeten gebeuren om knelpunten die structurele samenwerking in de weg staan op te lossen en wie wat hiervoor moet doen. De resultaten van de workshop zijn de basis voor de laatste fase van het project waarbij concreet aan twee knelpunten gewerkt gaat worden.

Wat zijn de resultaten tot nu toe?
Op basis van de interviews en de workshop kwamen de volgende knelpunten voor samenwerking naar voren:
- inzicht in de markt (zoals prijsvorming, aanbod, verkoop, consumptie etc) en marktontwikkeling ontbreekt. Het is bijvoorbeeld niet duidelijk hoeveel konijnenhouders er zijn in de verschillende landen en hoeveel konijn er geproduceerd en geconsumeerd wordt;
- afzet in de zomer is moeilijk;
- schaalvergroting, hoe zet je extra konijnenvlees weg in de markt;
- dierenwelzijn is onvoldoende onderscheidend in de markt. (wat is een onderscheidend product waard?);
- te weinig productinnovatie;
- logistieke efficiëntie (koppelgrootte bij levering aan de slachterij)

Een ander belangrijke uitkomst van de workshop was dat de deelnemers inzicht kregen in de standpunten van de andere partijen. Er werd uitgebreid gesproken over de redenen waarom een bepaald standpunt ingenomen werd. Aan het eind was iedereen het er over eens dat een betere samenwerking in de keten een belangrijke bijdrage kan leveren aan het oplossen van de knelpunten.

Hoe nu verder?
Om te garanderen dat er ook iets met de resultaten van de workshop gedaan wordt hebben de verschillende ketenpartijen besloten om twee knelpunten gezamenlijk aan te pakken.
Knelpunten die gezamenlijk door de keten partijen en ondersteund door Wageningen UR aangepakt gaan worden:

- Dierenwelzijn beter in de markt zetten is een knelpunt dat de konijnenhouders, slachterij en retail gezamenlijk aan willen pakken. Een belangrijke opsteker hierbij is dat de op de workshop aanwezige retail-organisatie heeft aangegeven dat ze graag 100% Nederlands konijn verkopen. Irma van Krey (NOK) zal het initiatief nemen om dit knelpunt gezamenlijk aan te gaan pakken.
- Konijnenvlees promoten – bijvoorbeeld als gezond vlees of als vlees met een hoge voedingswaarde - om daarmee de afzet in de markt te vergroten is een ander punt dat gezamenlijk aangepakt gaat worden. Op basis van wetenschappelijke informatie en verkoopervaring van category managers en verkoopmanagers zullen de mogelijkheden voor een promotiecampagne worden verkend. Gemma Tacken van het LEI neemt het initiatief om op het gebied van promotie van konijnenvlees een eerste voorzet te doen. Het uiteindelijke doel is promotiemateriaal of een campagne te ontwikkelen over konijnenvlees die breed verspreid zal worden.

De verwachting is dat de gekozen aanpak leidt tot meer vertrouwen in elkaar en uiteindelijk tot een efficiënte keten waarbij alle partijen beter af zijn.

Meer informatie kunt u krijgen bij:
Ron Bergevoet LEI -Wageningen UR
e-mail: ron.bergevoet@wur.nl

Nawoord van de NOK :

De bevindingen van de workshop zullen bij het netwerkproject Ketenrendement konijnenhouderij ingebracht worden. Het netwerkproject zal daarvoor uitgebreid worden met vertegenwoordigers van de slachterijen en van de mengvoerindustrie.

Wilt u meer weten over het netwerkproject of deelnemen aan het project? Kijk even op www.verantwoordeveehouderij.nl/netwerken 2006. In de netwerklijst zoekt u project nr 31 op.
Natuurlijk kunt u ook even contact opnemen met het secretariaat NOK.