

# Verantwoorde Veehouderij

## Muurkranten van discussienotities

In “Veerkrachtige Pluimveevleesproductie” zijn we op zoek naar gewenste en realistische toekomstbeelden voor een flexibele en perspectiefvolle pluimveevleesproductie (kip, kalkoen en eend) in Nederland. Kernbegrippen in de toekomstbeelden zijn: door de consument gewenst, door de burger geaccepteerd, duurzaamheid en rendabel. De huidige pluimveevleesproductie levert de pluimveehouder en diverse andere schakels in de keten onvoldoende vergoeding voor de gepleegde inspanningen, terwijl dierenwelzijn en invloed op het milieu ter discussie staan.

In de eerste fase van Veerkrachtige Pluimveevleesproductie (2004) werden trends in productie en consumptie, problemen en dilemma's en de mogelijkheden om te leren van anderen in beeld gebracht in discussienotities. De werkwijze, belangrijke informatiebronnen en de aandachtspunten voor de discussienotities zijn in een workshop met een brede vertegenwoordiging uit de pluimveevesector begin oktober 2004 besproken. Elk onderwerp had een eigen 'trekker' die zorgde dat medio november de notitie gereed was.

De discussienotities vormden de input voor een werkconferentie op 24 en 25 november 2004 met deelnemers uit diverse schakels van de keten, vanuit het beleid en onderzoekers. Tijdens de conferentie zijn de discussienotities samengevat in kansen gepresenteerd in de vorm van muurkranten. Deze vindt u hieronder. De complete tekst van de discussienotities vindt u op de site van verantwoorde veehouderij bij het project Veerkrachtige Pluimveevleesproductie onder 'produkten'.

In de werkconferentie is voortgeborduurd op deze informatie en op dromen en wensbeelden die de deelnemers voor pluimveevleesproductie hadden. Dit heeft geleid tot een scala aan projectideeën. De projectideeën, die allen een 'eigenaar' vanuit de sector hebben, vormen de input voor fase 2 van Veerkrachtige Pluimveevleesproductie, waarin onderzocht wordt of de ideeën uitgewerkt kunnen worden tot een concrete aanpak om dromen en wensbeelden te realiseren. In de loop van 2005 hopen we via diverse kanalen u over de voortgang daarin te informeren.

De onderwerpen van de discussienotities zijn:

- Fundamentele uitgangspunten
- Sociale kaart pluimveevesector
- Ketensconcepten voor pluimveevlees
- Markttrends
- Voedselbereiding en risicoperceptie door verschillende bevolkingsgroepen
- Duurzaamheidsanalyse pluimveevleesketens, inclusief mest en energie
- Buitenlandse ontwikkelingen in productie
- Inspiratiebron uit de tuinbouw
- Pluimveevlees/vleespluimvee in stedelijke omgeving
- Inspiratie uit andere lopende initiatieven
- Wat worden de wensen rondom uitloop/leefruimte?

# Motieven voor Pluimveevleesproductie

Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



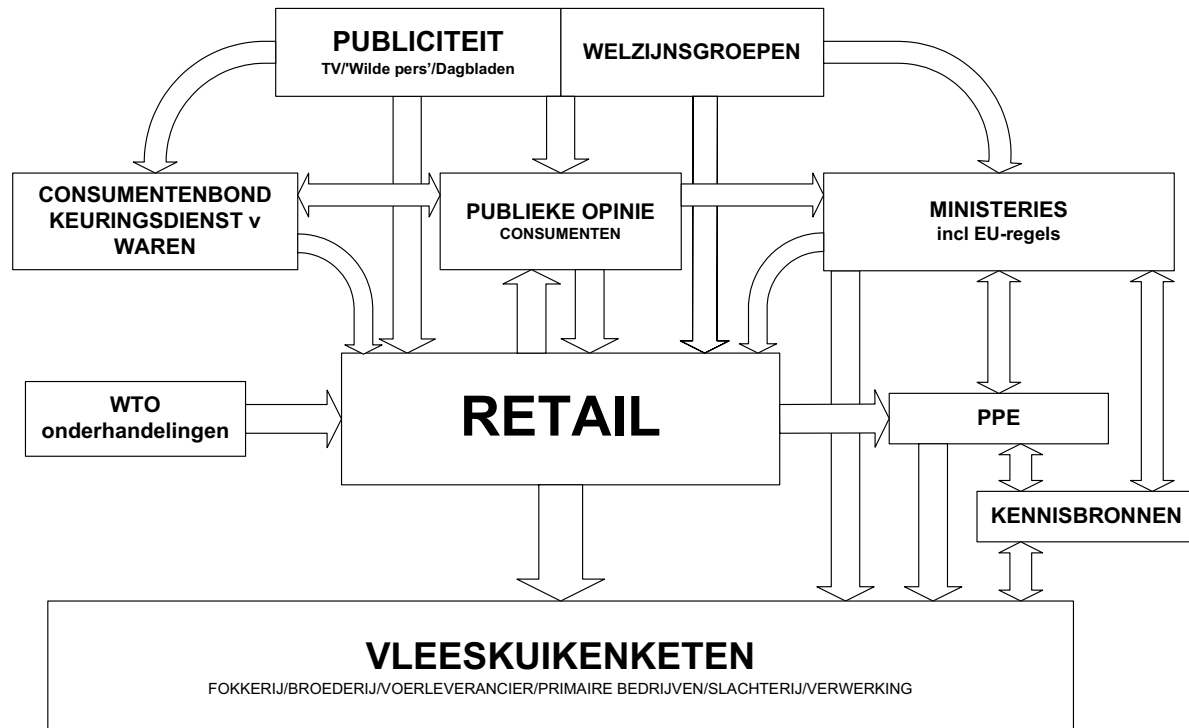
## Kansen

- De variatie in toekomstmogelijkheden van primaire pluimveevleesbedrijven is groot. De mogelijkheden voor bedrijven die overwogen te stoppen, kunnen geoptimaliseerd worden, zodat de dan meer en sneller vrijkomende productieruimte benut kan worden door bedrijven met duurzame toekomstplannen.
- Nederland is meer handelsland dan productieland, ook voor pluimveevlees. De handels (regie?) functie houden, kan mogelijk beter met productiecapaciteit in het buitenland dan geforceerd de productie in Nederland kwantitatief op peil houden. In Nederland zoeken we dan meerwaarde in vernieuwing, in het buitenland in efficiënt en maatschappelijk verantwoord de benodigde bulk produceren
- De Nederlandse pluimveeketen bestaat uit zelfstandige ondernemers, die daar ook duidelijk voor kiezen. Optimaal voor een schakel is niet noodzakelijkerwijs optimaal voor de gehele keten. Hier valt nog veel te winnen bv door gegevens verzameld voor voedselveiligheid veel beter te benutten voor efficiëntie en gunstiger kostprijzen in de gehele keten
- De pluimveesector moet leren om te gaan met het gegeven dat voor supermarkten pluimveevlees maar een klein onderdeel is van de totale strategie, terwijl het voor de pluimveesector zelf 'alles' is. Leren omgaan met supermarkten is een eerste oefening in ketenomkering en vraagsturing. We kunnen veel van de supermarkten leren als we die weg zoeken

# Sociale kaart

## Pluimvee Vleessector

### Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



## Kansen

- Samenwerken binnen keten:
  - Vertrouwen
  - Open informatievoorziening
  - Optimaal profijt voor hele keten
- Financiële afhankelijkheid:
  - Contracten
  - Eigenaar integratie geen deelnemer integratie

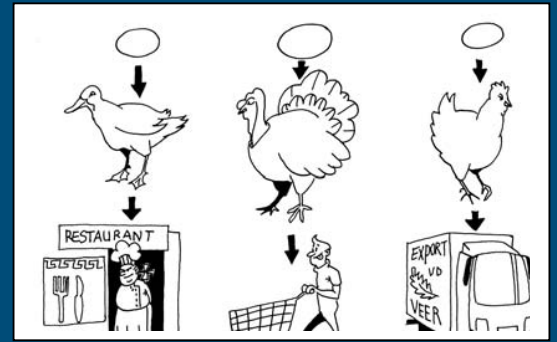
## Kansen

- Wat wil de consument (kopen):
  - Voedselveiligheid
  - Welzijnsvriendelijk
  - Milieuontziend
- Samenwerken met retail:
  - „If you can't beat them, join them“
  - Vertrouwen

# Ketenconcepten

## voor pluimveevlees

### Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



## Consumentenvraag leidend voor ketenconcept

- Concepten richten op **vers** en **kwaliteit**
- Strategische samenwerking in **partnerships**
- **Informatie-uitwisseling** => vertrouwen => kostenbesparing

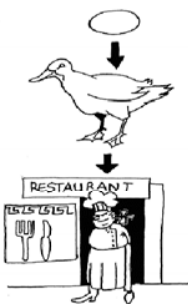
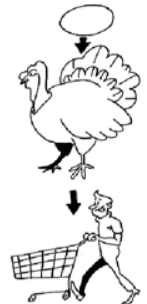


### Grote schaal, lange(re) keten, lage meeropbrengst

- Groot volume, gespecialiseerde keten, efficiency, continu
- Neerwaartse druk op opbrengstprijzen in keten door winstmaximalisatie bij retail
- Herkomst is minder belangrijk, lange(re) ketens mogelijk
- Merkloos
- KTT
- Retailer als initiator
- Supermarkt, export

### Gemiddelde schaal, korte keten, gemiddelde meeropbrengst

- Middel volume, vierkantsverwaarding, minder gespecialiseerd, opschaling mogelijk
- Meerprijs < 25%, extra opbrengsten in de keten als het merk stevig staat
- Herkomst van belang, lengte van de keten minder van belang
- A-merk
- Informatie-uitwisseling over bedrijfsvoering (KTT) en herkomst
- Verwerkende industrie als initiator
- (Landelijke) buitenhuishoudelijke markt, supermarkt, export



### Kleine schaal, korte keten, hoge meeropbrengst

- Klein volume, vierkantsverwaarding, minder gespecialiseerd, batches
- Aanzienlijke meerprijs en extra opbrengstprijzen in de keten mogelijk
- Regionale herkomst en een korte keten
- Keurmerk
- Informatie-uitwisseling over herkomst
- Primaire sector als initiator
- Regionale (buiten)huishoudelijke markt, voorkom overaanbod

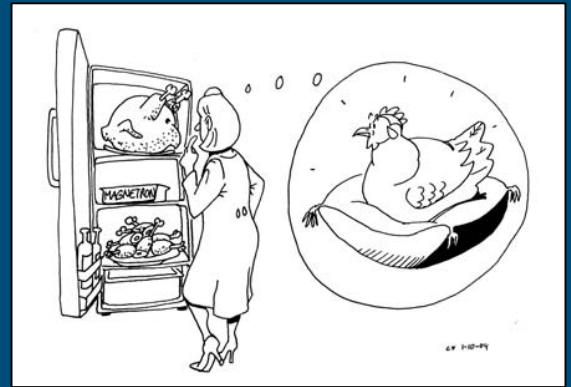
## Strategische overwegingen

- Alle drie opties bieden perspectief naast elkaar
- Grote schaal, efficiënt met nevenproducten **of** kleine schaal en vierkantsverwaarding
- Product- en conceptontwikkeling belangrijk én risicovol => Multiconcept investeringen

# Markttrends

## in binnen- en buitenland

### Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



## Kansen

- Gezond en Mager, Functional Foods
- Gemak: kant-en-klaar  
Bereidingsgemak, nieuwe gebruiksmomenten, benzinstations, verpakking
- Variatie: afwisselend inspelen op gebruiksmoment, genot, gezond, diervriendelijk of bereidingsgemak
- Genieten: wereldse producten, herkomst product belangrijke factor, ook streekproducten doen het (lokaal) vaak goed



- “Allochtonen“ Markt: als nieuwe markt
- Kansen voor Vierkantsverwaardiging: Hele, voorgesneden kip, inspelen op traditionele deel van de samenleving

# Aankoopcriteria en Voedselbereiding

## Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



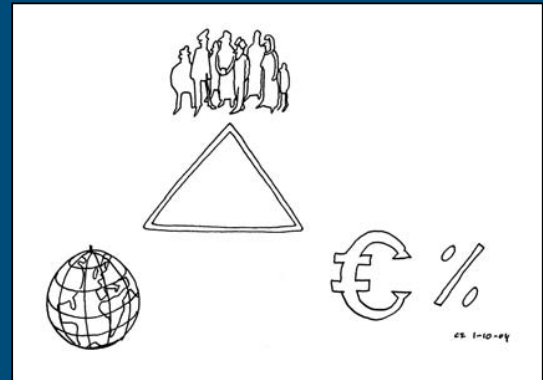
### Kansen

- De huidige trends in voedselbereiding maken ruimte voor meer variatie. Daar kan met nichemarkten uitstekend op ingespeeld worden. Besteedt bewust een deel van je tijd aan nichemarkten, want daar leer je van.
- Het aantal allochtone slagers/supermarkten groeit. Het verkoopkanaal via allochtone slagers/supermarkten biedt mogelijkheden om met nieuw producten te experimenteren.
- De grootkeuken is zeer divers. Ons verdiepen in hun aankoopkanalen en – criteria kan ons nieuwe inzichten geven
- We kunnen leren van andere sectoren (kalveren qua ketenvorming en consumentenvoorlichting, vis qua productvariatie). We moeten toch in staat zijn de pluimveevariant op spareribs te bedenken en minstens zo succesvol te laten zijn. Evenzo, er wordt veel kip- en kalkoenfilet gebruikt in blokjes voor diverse gerechten. Waarom is dat nog (vrijwel) nergens te koop?
- *Ideële criteria (kenmerken die niet merkbaar in het product zelf tot uiting komen, maar wel van belang zijn voor de maatschappelijke acceptatie van het product) een rol laten spelen in het keuzegedrag van de consument vraagt een gezamenlijke en continue inspanning van sector, retail, maatschappelijke organisaties en overheden. EU consensus over een gezamenlijke basis voor ideële criteria is daarin wenselijk. Hoe krijgen we dat voor elkaar?*

# Duurzaamheidsanalyse

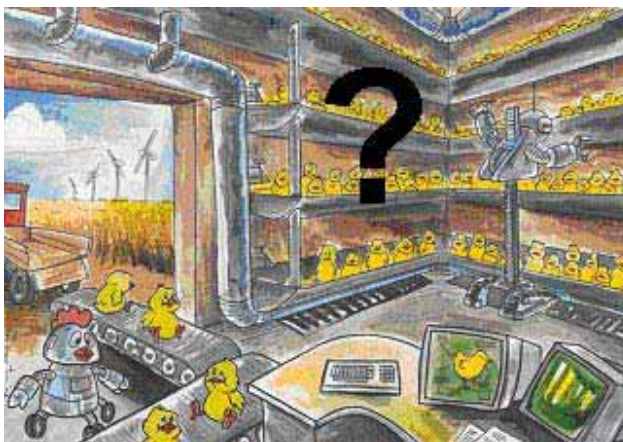
## Pluimvee ketens

### Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



### Kansen

- Overdekte buiten uitloop
- Kleinere geconditioneerde stalruimte
- Energie besparend
- Gezondere dieren
- Verbeterd welzijn
- Specifiek functiegebied
- Verminderde bouwkosten
- Voedselveiligheid

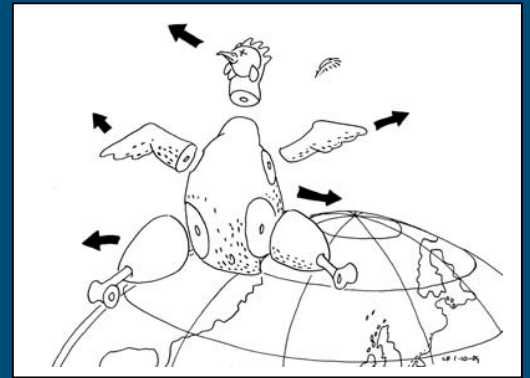


### Specifiek functiegebied

- Aanbieden badwater
- Leefoppervlak vergroten
- Frisse buitenlucht
- Open windows

# Buitenlandse Ontwikkelingen in Productie

## Veerkrachtige Pluimveevleesproductie

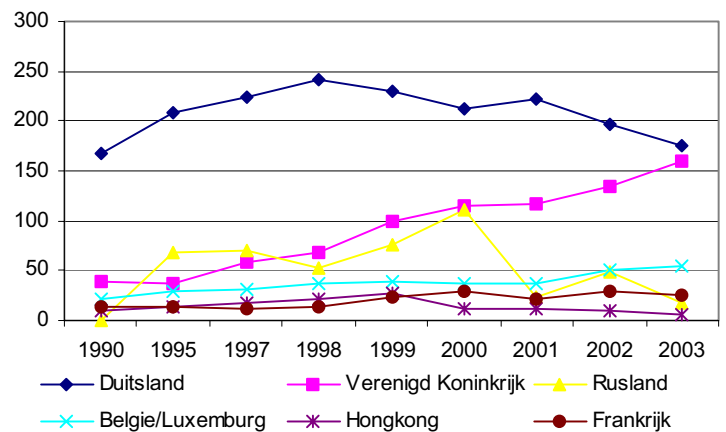


### Kansen

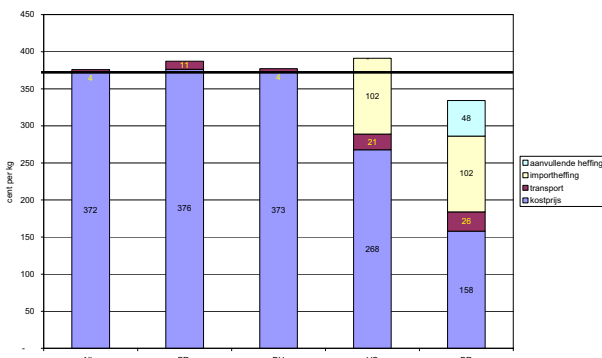
- Kansen die de Duitse markt biedt volop benutten (vers product, laag consumptie nivo).
- Afzet richten op buitenhuishoudelijke markt (groeimarkt) en retail.



Exportmarkten (belangrijkste landen) voor Nederlands pluimveevlees (x 1.000 ton)



- Brazilië produceert diepvries. NL onderscheidend op:
  - Vers
  - Voedselveiligheid
  - Traceerbaarheid
- Brazilië heeft geen/weinig interesse in niche markten. Kansen voor traaggroeiend kuiken met onderscheid op groeinivo en smaakbeleving.
- Brazilië leermoment: korte transportafstanden met langdurige relaties binnen de keten.

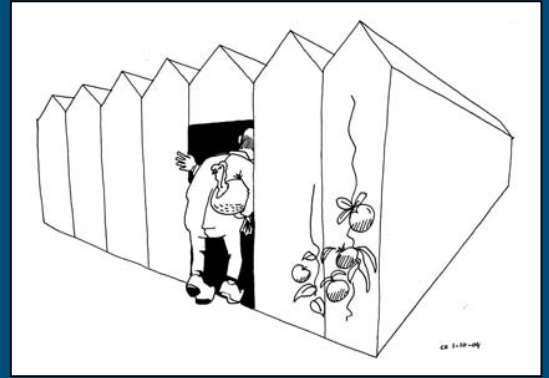


Aanbiedingsprijs filet in Frankfurt vanuit enkele landen (productiekosten, transport en evt. heffingen, LEI, basisjaar 2001)



# Inspiratie uit de Tuinbouw

## Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



### **Kansen**

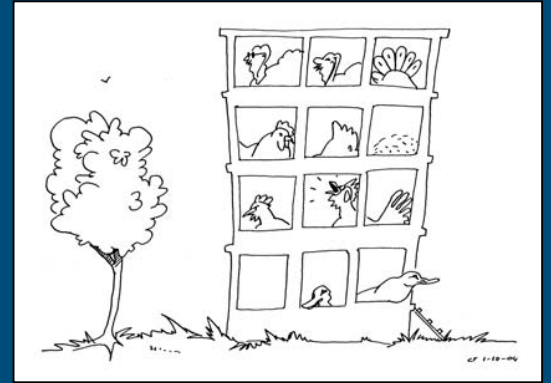
- **Continue vernieuwing producten**
- **Samenwerking in telersverenigingen**
- **High care,  
trots op bedrijf en dat laten zien**
- **Nieuwe efficiënte systemen in teelt  
‘jaarrond leveren van kwaliteit en diversiteit’**
- **Efficiencyverbetering door flexibele productieruimte**



# Vleespluimvee

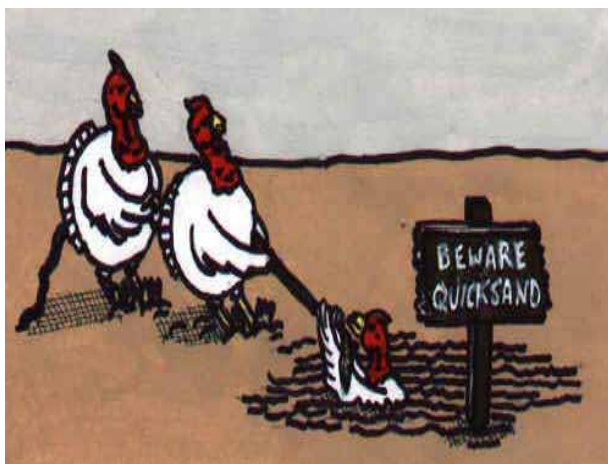
## in zijn omgeving

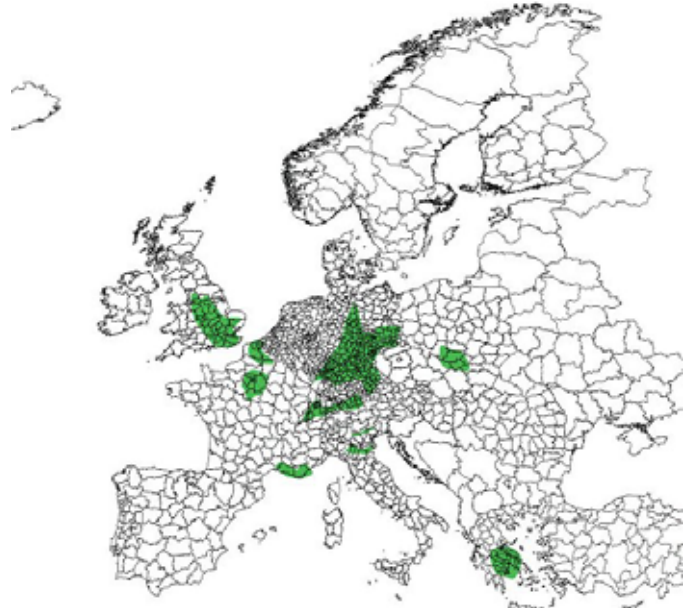
Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



### Kansen

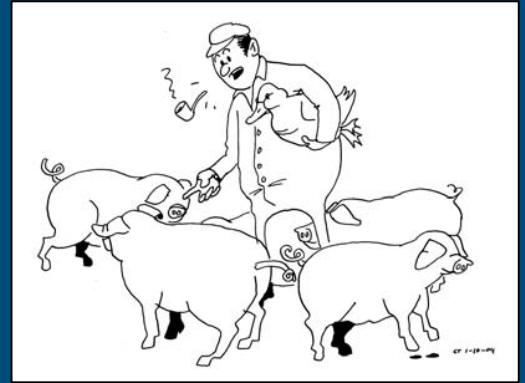
- Ga internationaal!
  - Midden Europa
  - Noord Frankrijk
  - Engeland?
- Schaalvergroting lost ruimteprobleem vanzelf op:
  - 1 bedrijf per gemeente?
  - akkerbouwgebieden



- 
- Ruimtelijke integratie keten economie en ruimtewinst
    - minder transport
    - benutten reststromen
    - concentratie hinder
  - Benut beleving –consument wil vermaakt worden
    - Kies je eigen kerstkalkoen
    - Reizende kippenkraam

# Inspiratie uit andere initiatieven

## Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



### *Ingrediënten om van een kans een initiatief te maken*

- **(Keten)organisatie**

1. Korte lijnen
2. Alle schakels betrekken
3. Voldoende „macht“

- **Marktvraag**

1. Direkte communicatie met afzetmarkt
2. Pull i.p.v. push (marktvraag leidend)
3. Inzicht in aankoopgedrag en trends

De aandachtspunten (steekwoorden):

- lijngericht werken
- samenwerking overheid-agribusiness
- ideeën delen?
- denkomslag
- spin-offs
- communicatie intern & extern
- constante kwaliteit
- burger of consument

De leerpunten voor innovatie (steekwoorden):

- (Keten)organisatie
- Marktvraag
- Vertrouwen en transparantie
- bottom-up
- voorlopers
- win-win
- afspraken op papier
- inspirerende omgeving

- **Vertrouwen en**
- **Transparantie**

zijn een voorwaarde, en horen bij elkaar.

Vertrouwen is een voorwaarde voor transparantie, transparantie (richting ketenpartners én afzetmarkt) is een voorwaarde voor innovatie.

# Uitloop en Leefruimte

## Veerkrachtige Pluimveevleesproductie



### **Kansen**

- Uitloop (buiten) is waarschijnlijk NIET essentieel voor WELZIJN !
- Een gevarieerde, gezonde leefomgeving is WEL essentieel voor WELZIJN !
  - vergroot het gedragsrepertoire
  - verkleint de kans op abnormaal gedrag
- Knelpunt voor verandering in huisvesting = € = kloof Burger - Consument
  - Overbrug kloof: onderzoek en sluit aan bij percepties en emoties van burgers

