
MARKTKANSEN VOOR EEN LANGZAAM GROEIEND VLEESKUIKEN

Peter van Horne

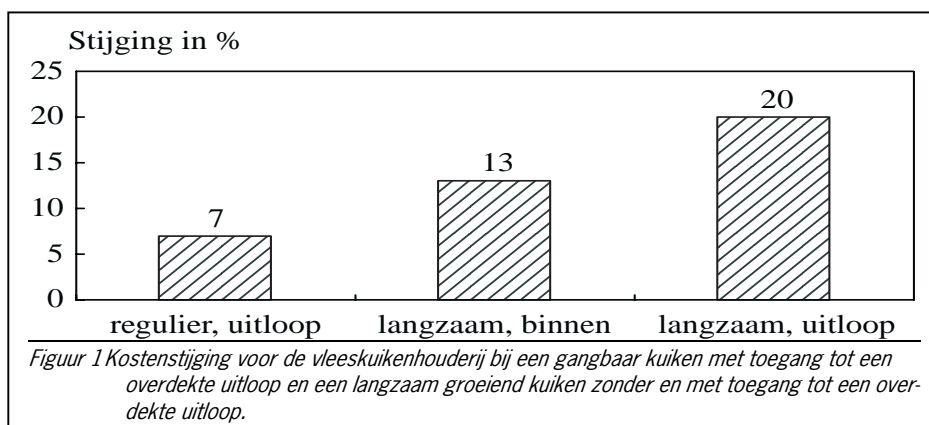
Het dierenwelzijn van vleeskuikens staat momenteel ter discussie. Een onderdeel van de kritiek is de groeisnelheid van de kuikens. Tegen deze achtergrond hebben het Praktijkonderzoek van de Animal Sciences Group (ASG) en het LEI onderzoek uitgevoerd met een langzaam groeiend vleeskuiken. Terwijl de ASG groep praktijkproeven uitgevoerd heeft met een dergelijk vleeskuiken, heeft het LEI gekeken naar de economische, marktkundige en keten-aspecten. Het onderzoek is begeleid door een werkgroep met vertegenwoordigers van Coppens Diervoeding, Hubbard fokbedrijf, van Miert slachterij, ministerie van LNV, Dierenbescherming en de supermarkketens Albert Heijn en Jumbo. Het project is in november 2003 afgesloten met een studiemiddag.

Praktijkproeven

De resultaten van het praktijkonderzoek geven aan dat een langzaam groeiend kuiken voor de vleeskuikenhouderij op een aantal terreinen positief onderscheidend is van het gangbare vleeskuiken: minder uitval, een betere loopbeweging en minder huidirritaties aan borst, hak en voetzolen. Hiertegenover staan enkele nadelen, zoals een langere aanhoudingsperiode, een hoger voederconversie en een lager slachtrendement. In de tweede fase van het onderzoek kregen de vleeskuikens toegang tot een overdekte uitloop. De resultaten geven aan dat de uitloop goed gebruikt wordt door de kuikens. De toegang tot de uitloop had geen invloed op het groeiniveau en de uitval. Wel was het voerverbruik iets hoger.

Kosten

Bij de economische evaluatie blijkt dat de kosten voor de vleeskuikenhouder bij gebruik van een langzaam groeiend ras met 13% stijgen (figuur 1). In combinatie met een overdekte buitenuitloop nemen de kosten zelfs met 20% toe. Hierdoor stijgt ook de inkoopprijs van de slachterij. Indien de kuikens opgedeeld worden, is voor de slachterij het lagere filetrendement (minder borstvlees) van het langzaam groeiende kuiken van belang. Om tot een gelijk ketenrendement te komen, moet de groothandelsprijs van de delen (filet, poten en vleugels) stijgen met 12% (voor een langzaam groeiend kuiken) of met 16% (voor een langzaam groeiend kuiken met uitloop). In het geval dat de meerprijs uitsluitend behaald kan worden op het filetvlees zal deze oplopen tot respectievelijk 20 en 27%. De extra kosten voor de vleeskuikenhouder en de slachterij dienen gecompenseerd te worden door een meerprijs betaald door de afnemer. Hierbij is de opstelling van de supermarkt en de consument van groot belang. In het algemeen geldt voor vlees dat de consument, naast de prijs, de fysieke eigenschappen (smaak, geur en versheid) en de herkomst van het product belangrijke aankoopfactoren vindt. Dierenwelzijn en milieuvriendelijkheid van de productiemethode worden als minder belangrijk aangemerkt en zijn eigenlijk geen aankoopbepalende factoren maar meer een randvoorwaarde.



Supermarkten

Supermarkten geven aan dat er in Nederland zeker marktmogelijkheden zijn voor pluimveevlees dat een positie inneemt tussen het gangbare en het biologische product. Een langzaam groeiend kuiken, eventueel gehouden met toegang tot een overdekte uitloop, kan zo'n tussensegment invullen. Een voorwaarde is echter dat de meerprijs beperkt blijft tot 25 à 30%. Hierbij moet gedacht worden aan een marktaandeel van 5 tot 10%. Tijdens een presentatie op de studiemiddag gaf de supermarktketen Albert Heijn (AH) aan dat in hun vermarkting beschikbaarheid, productkwaliteit en productveiligheid als basisvoorwaarden gelden. Er zijn echter in toenemende mate consumentenwensen op het terrein van dierenwelzijn en gezondheid. Aan deze wensen kan voldaan worden via biologische of scharrelproducten. AH stelt echter dat, in tegenstelling tot het segment aardappelen, groente en fruit, het biologische concept voor vleesproducten niet altijd logisch is. Biologische vleesproductie geeft een forse kostprijsstijging, terwijl er wellicht risico's zijn met betrekking tot de voedselveiligheid. Tevens kunnen er vraagtekens gesteld worden bij enkele aspecten van het dierenwelzijn (bijvoorbeeld roofdieren, kou). De kopers van biologische producten zijn enerzijds een groep 'zware gebruikers' (20%) en anderzijds een groep 'lichte gebruikers' (80%). Zware gebruikers kiezen bewust voor biologische producten en kopen deze veelal via natuurvoedingwinkels. 'Lichte gebruikers' kopen biologische producten via de supermarkt. Deze consumenten letten daarbij vooral op prijs, uitstraling, smaak en gezondheid van het product. Ze hebben interesse in een scharrelproduct, waarin de essentiële onderdelen voor dierenwelzijn en gezondheid zijn ingevuld. Een houderij met een langzaam groeiend kuiken, eventueel met toegang tot een overdekte uitloop, kan voldoen aan deze basisnormen. Volgens AH kan een dergelijk product het antwoord zijn van de vleeskuikensector op het nationaal debat over dierenwelzijn. AH stelt daarbij dat zij hierin niet alleen de leiding kan nemen en ziet als taak van overheid om dit keurmerk verder te ontwikkelen en daarover voorlichting te geven. AH wil zich wel inzetten om, gezamenlijk met de andere supermarkten, dit product te verkopen en de promotie te ondersteunen.

Meer informatie:

Rapport 2.03.20 *Perspectieven voor een alternatieve kuikenvleesketen*