

„Er zal in Nederland zeker ook een afzetmarkt voor reguliere kip blijven zoals horeca, foodservice en de verwerkende industrie”, verwacht marketing manager Gerda Zijlstra van Plukon.

Slachterijen en supermarkten over planning en logistiek van concepten:

‘Meer vaste ketenpartners’

Onder druk van Wakker Dier kozen supermarkten massaal voor langzaam groeiende kip. Is er nog wel toekomst voor de productie van reguliere kip in Nederland? Is er ruimte voor nieuwe concepten? En blijft er voldoende marge over voor vleeskuikenhouders? Slachterijen en supermarkten geven hun visie.

De Plukon Food Group levert Albert Heijn de Goed Nest Kip. Het concern slacht daarnaast ook reguliere kip, Volwaard scharrelvleeskui-kens en biologische kip. Marketing manager Gerda Zijlstra (47) van Plukon schetst in dit interview de visie van de grootste pluimvee-slachterij van Nederland.

1. Wie coördineert hoeveel vleeskuikenhouders over kunnen schakelen naar concepten?

„De KuikenaeR regelt in Nederland en België als ketenregisseur de aanvoer van levende kuikens. De KuikenaeR is de naam van onze afdeling die dit coördineert.”

2. Hoe regelt u de benodigde aanvoer, aangezien er in de zomer soms meer vraag is naar kip?

„Het is een grotere uitdaging geworden om vleeskuikens uit de diervriendelijkere ketens in de juiste hoeveelheden en op het juiste

moment beschikbaar te hebben voor onze klanten. Gelukkig hebben wij daar met de scharrel- en biologische kiptketen al sinds jaar en dag ervaring mee. Belangrijk is een tijdige afstemming van de verwachte winkelverkoop en de beschikbare kippen. Plukon heeft al veel geïnvesteerd in automatisering en mensen om dit zo goed mogelijk te kunnen doen. Het is overigens niet altijd zo dat er in de zomer meer vraag is naar kip. Vleeskuikenhouders die naar een concept

Reguliere kip niet terug in supermarkt

Albert Heijn is niet van plan om reguliere kip als concept op te nemen in haar kipassortiment. Dat zegt woordvoerder Els van Dijk van Albert Heijn. „Op het punt van verduurzaming van ons kipassortiment zijn diergezondheid en dierenwelzijn de primaire pijlers.”

Wel ziet de supermarkt kansen voor nieuwe concepten, zoals Gelderse kip. „We zien dat consumenten steeds meer interesse krijgen voor producten van dichtbij”, motiveert Van Dijk. De supermarkt vindt dat ze niet te makkelijk is gezwicht voor Wakker Dier door geen reguliere kip meer aan te bieden. „Verduurzaming staat al jaren hoog op de agenda. Daarbij gaan we uit van onze eigen kracht.” Wel geeft Van Dijk toe dat de activiteiten van Wakker Dier en de Dierenbescherming als katalysator in de branche hebben gewerkt. „Al zijn we al jaren bezig met het verbeteren van dierenwelzijn. Denk hierbij aan onze eigen Bio-keten in de Ardennen en de scharrelkip-keten, waarin we voor beide concepten ook de grootste aanbieder zijn. Daarnaast heeft Albert Heijn sinds 2011 voor vers varkensvlees al het Beter Leven keurmerk met 1 ster.”

Om echt het verschil te maken voor de grootste groep consumenten heeft de supermarkt de nieuwe AH Kip geïntroduceerd. „Hiermee hebben we een significante stap kunnen zetten naar een beter leven voor heel veel kippen, terwijl de kip ook betaalbaar blijft voor de consument. Het is mooi om te zien dat klanten dit ook waarderen. Dat blijkt ook uit de groei in omzet van onze kip.”





overgeschakeld zijn, hoeven in de winter meestal niet gedwongen een koppel reguliere kuikens te houden. Af en toe gebeurt dat wel; afhankelijk van vraag en aanbod.”

3. Heeft de reguliere kip toekomst in Nederland?

„Voor wat betreft het volume dat verwerkt wordt ten behoeve van de Nederlandse retail niet. Ook voor de aanverwante segmenten zoals vleeswaren, maaltijden en diepvries hebben de meeste supermarktketens aangegeven over te gaan op een andere - trager groeiende - kip. Maar Nederland produceert veel voor andere markten en omliggende landen. Zolang de Nederlandse vleeskuikenhouderij competitief is, blijft er een gezonde toekomst. In de reguliere vleeskuikenhouderij zien we efficiencyverbetering, schaalvergroting en ook kwaliteitsverbetering waarbij het relatief geringe antibioticagebruik een sterk argument is bij de vermarkting van in Nederland geproduceerd pluimveevlees. Ook met reguliere kippen ontstaan nieuwe concepten. Denk bijvoorbeeld aan enrichment-programma's waarbij stalverrijking wordt toegevoegd zoals zitstokken. Ook voor deze programma's zoekt Plukon nog pluimveehouders die willen deelnemen.”

4. En wie gaat de reguliere kip dan verkopen? Supermarkten, slagers?

„De belangrijkste afzetmarkt voor reguliere kip blijft de exportmarkt. Er zal in Nederland zeker ook een afzetmarkt voor reguliere kip blijven zoals horeca, foodservice en de verwerkende industrie. We verwachten dat Nederlandse slagers ook geleidelijk naar een meer diervriendelijke kip overgaan om aan de veranderde wensen van consumenten te kunnen blijven voldoen.”

5. Is er ruimte voor nieuwe concepten zoals regionale?

„Er zullen vast nieuwe concepten komen. Met een segment biologisch, scharrel en Goed Nest Kip kunnen wij onze afzetmarkt momenteel goed bedienen. Regionale diversificatie binnen een klein land als Nederland is geen route waarbij op redelijke schaal en tegen redelijke prijs pluimveevlees geproduceerd kan worden.”

6. Hoe regelt de keten dat er een eerlijke marge overblijft voor de pluimveehouder? Of gaat het straks dezelfde kant op als

met de reguliere kip, waarmee vleeskuikenhouders in slechte tijden verlies draaien?

„We kunnen niet garanderen dat er altijd een ruime marge voor vleeskuikenhouders

“ We zien in Nederland **geen kansen** voor regionale **kipconcepten** ”

overblijft. Maar de inkomensontwikkeling in de vleeskuikenhouderij is door de jaren heen genomen goed. De sector is financieel gezond, moderniseert en gaat mee met ontwikkelingen in de markt. Net als bij andere agrarische markten bepalen vraag naar stalcapaciteit en aanbod van stalcapaciteit de prijs. Vanuit dit perspectief blijven prijs en margeontwikkeling tussen verschillende concepten met elkaar verbonden. Dit betekent dat ook binnen concepten gestreefd zal moeten blijven naar opbrengstverbetering en kostprijsbeheersing.” „Maar volgens ons is de pluimveevleessector in zijn huidige vorm en met de ontwikkelingen van de duurzame segmenten een prima en toekomstbestendige branche.”

7. Hoe vindt prijsvorming plaats? ▶

Ook voor reguliere vleeskuikens ontstaan volgens Plukon nieuwe concepten. Bijvoorbeeld enrichment-programma's waarbij de kuikens stalverrijking zoals zitplateaus ter beschikking hebben.



„Prijsvorming van conceptkip vindt evenals bij reguliere vleeskuikens plaats op basis van vraag en aanbod. Gezien de redelijke uitwisselbaarheid tussen regulier en concepten zal er een samenhang tussen beide prijsvormingen bestaan.”

8. Zijn er concepten denkbaar waarbij de slachterij de vleeskuikenhouder vrij laat in de keuze van voerleverancier en broederij?

„Nee, dat verwacht ik niet. Voor concepten waarbij gezamenlijk met klanten normen worden afgesproken is controle en borging van essentieel belang. De keuze zal zich dan automatisch wat meer beperken tot de partijen die volgens de afgesproken specificaties kunnen werken en daarnaast de ambities van Plukon als onderneming ondersteunen. Doordat wij met meerdere voerleveranciers werken en daarnaast ook collega-slachterijen vergelijkbare concepten aanbieden, zijn er

voldoende keuzemogelijkheden voor pluimveehouders.”

9. Waarom zijn eendagskuikens van traag groeiende vleeskuikens duurder dan reguliere?

„Dit komt door het duurdere fokmateriaal en het beheersen van een kleine keten met hogere afbreukrisico's. Het voer voor traag groeiende vleeskuikens is daarentegen over het algemeen wel goedkoper.” ■

Vrijheid blijheid wordt moeilijker

Ondanks de toenemende concurrentie uit landen met een lagere kostprijs zoals Polen, biedt de productie van reguliere kip in Nederland voldoende toekomstperspectief als de sector een kwaliteitsproduct blijft leveren. Dat zegt Willem Poelsma van **2 Sisters Storteboom**. Als Operationeel Manager is hij binnen 2 Sisters Storteboom verantwoordelijk voor Agri en regelt hij onder meer de inkoop en planning van vleeskuikens. „Reguliere kip blijft belangrijk voor 2 Sisters Storteboom. We hebben een goed kwaliteitsproduct in handen en kunnen dit overall afzetten.” Al hebben vleeskuikenhouders volgens Poelsma nog nooit zoveel keuze gehad met alle verschillende concepten. Storteboom krijgt hier veel vragen over van vleeskuikenhouders die willen weten waar ze heen moeten met hun bedrijf. „We adviseren ze dan om een duidelijke keuze te maken. Het is belangrijk voor de pluimveehouder om mensen om zich heen te verzamelen die verstand van zaken hebben en die hen op de juiste manier kunnen adviseren en het eerlijke verhaal vertellen. Als ze kiezen voor een concept van ons betekent



dit dat ze met twee vaste voerfabrikanten en drie kuikenbroederijen zaken kunnen doen. En daar gaan we zeker mee door.” Storteboom is niet van plan om hier op korte termijn verandering in te brengen. Poelsma kan zich voorstellen dat er integraties zijn die vleeskuikenhouders hierin vrij laten. Al verwacht hij dat er steeds meer vaste ketenpartners komen. Zeker bij concepten. Vrijheid blijheid wordt moeilijker volgens hem. „2 Sisters Storteboom zal te allen tijde een marktconforme prijs betalen”, zegt Poelsma na een vraag over de marge voor vleeskuikenhouders. „Bij de concepten is het zo geregeld dat vraag en aanbod op elkaar afgestemd zijn en dat er niet te weinig of te veel is. De praktijk laat nu al zien dat de prijs redelijk stabiel kan zijn. En dat geeft rust en vertrouwen bij vleeskuikenhouders.”

De Gecombineerde Pluimvee Slachterijen (GPS) BV in Nunspeet houdt de komst van concepten nauwlettend in de gaten. Dat zegt eigenaar en directeur Huib van de Vecht, die zijn slachterij stapsgewijs aan Bart Remkes verkoopt omdat hij geen directe opvolger heeft. „We slachten nu conceptkuikens van andere slachterijen en hebben zelf momenteel nog geen eigen concept.” Na de overname door Remkes wordt daar anders naar gekeken. Remkes heeft samen met Novi-Pluim zijn eigen NoviPlus-concept voor vleeskuikenouderdieren en gaat dit mogelijk uitbouwen met de GPS. Volgens Van de Vecht is het afwachten of alle huidige concepten binnen de vleeskuikensector standhouden. Ofwel: „Blijven consumenten kip in de supermarkten kopen of kiezen ze voor andere kanalen nu supermarkten met de verkoop van reguliere kip zijn gestopt?” De directeur vraagt zich ook af welk deel van de 400 miljoen consumenten in West-Europa daadwerkelijk behoefte heeft aan de duurdere conceptkip. In Nederland hebben supermarkten onder druk van dierenwelzijnsorganisaties een keuze gemaakt. „Bij al die vleeskuikenconcepten blijft het de vraag of vraag en aanbod voldoende in balans komen om een compleet assortiment te bieden.” Ongeacht het antwoord op die vraag verwacht Van de Vecht een goede toekomst voor de vleeskuikenhouders aangezien de wereldconsumptie van kippenvlees blijft stijgen. Dit komt volgens hem omdat kip in vergelijking met bijvoorbeeld varkensvlees meer positieve aspecten heeft, bijvoorbeeld op het gebied van duurzame productie. De opkomst van verschillende concepten draagt hier volgens Van de Vecht alleen maar positief aan bij.