

**THEMA**  
Markt &  
Ondernemen



**Eierhandel en leghennenhouders kunnen beter samenwerken**

# ‘Schaf alle eiernoteringen af’

De eierhandel levert over het algemeen een positieve bijdrage in het bij elkaar brengen van vraag en aanbod. Toch komen er steeds meer argumenten die pleiten voor samenwerking in de verkoop van eieren tussen pluimveehouders onderling of vergaande ketensamenwerking om de nadelen van eierhandel, zoals tegengestelde belangen en soms heftig fluctuerende prijzen, te verminderen. Er heerst zelfs de gedachte dat dan ook de (NOP-)eiernotering afgeschaft moet worden.

Af en toe duiken er verhalen op van eierhandelaren die leghennenhouders onheus bejegenen. Vooral in het begin van de fipronilcrisis leken enkele eierhandelaren pluimveehouders te bedreigen met rechtszaken of het stopzetten van uitbetalen. Voor sommigen kan dit een pleidooi zijn om de eierhandel drastisch te veranderen en de handelaren

uit de keten te halen. Maar dergelijke praktijken zijn eerder uitzondering dan regel. Een zwarte lijst is niet nodig, want pluimveehouders weten inmiddels heel goed met wie ze in zee kunnen gaan. De meeste eierhandelaren en vooral de pakstations worden door leghennenhouders bovendien als betrouwbaar gezien. Sterker nog: het besef bestaat dat een

handel zonder handelaren en pakstations op dit moment praktisch onmogelijk is.

## **Langdurige relatie**

„We hebben de eierhandelaren nodig”, zegt Jan Brok, oud-secretaris van de NVP en tegenwoordig onafhankelijk advi-

◀ **Dat er spanning op de relatie tussen eierhandel en pluimveehouder zit, is logisch. Iedereen in de keten moet namelijk marge maken, ook de handel. De grote concentratie van macht bij de retail resulteert in prijsdruk. Dat zie je terug in een lage eierprijs voor de pluimveehouder.**

seur voor de pluimveehouderij. „Zonder hen lukt het niet.“ Maar hij plaatst er wel meteen een kanttekening bij: „De handelaar moet wel een betrouwbare partner zijn. Een die niet alleen denkt in euro's of aan zijn eigen belang. Hij moet bijvoorbeeld niet alleen goedkopere eieren uit het buitenland halen, terwijl er voldoende eieren in Nederland zijn. Als het slechter in de handel gaat, worden handelaren echter vindingrijk en wordt het eenrichtingsverkeer. Als de handel eerlijk gebeurt, dan is het prima. Alles staat en valt daarnaast met een goede en langdurige relatie tussen pluimveehouder en eierhandelaar. Gelukkig zijn er prima eierhandelaren in Nederland.“ „De eierhandel brengt vraag en aanbod bij elkaar“, zegt Aalt den Herder, huidige secretaris en lid van het dagelijkse bestuur van de NVP. „Eierhandelaren vervullen dus een nuttige rol en zorgen dat de retail op het juiste moment over het gewenste assortiment beschikt. Dat er spanning op de relatie tussen eierhandel en pluimveehouder zit, is logisch. Iedereen in de keten moet namelijk marge maken, ook de handel. De grote concentratie van macht bij de retail resulteert in prijsdruk. Dat zie je terug in een lage eierprijs voor de pluimveehouder. De consument betaalt met gemak 10 cent meer voor een ei. De uitdaging is dus om de huidige situatie met focus op 'lage inkoopprijs' om te draaien naar 'een reële consumentenprijs' en een meer eerlijke verdeling van de marge.“

Dat een eierhandelaar eerst aan zijn eigen portemonnee denkt, kun je hem volgens Den Herder niet kwalijk nemen. Dat werd ook duidelijk tijdens de fipronilcrisis, waarbij vooruitlopend op schadeclaims eiergeld niet meer werd uitbetaald. „Een enkele handelaar schoot daarin door met onredelijke schadeberekeringen en onrechtmatig handelen. We hebben onze leden geïnformeerd over hun rechtspositie,

voorzien van instructies en voorbeeldbrieven. Het advies was om met die informatie in overleg te treden met de eierenhandel, om er samen zo goed mogelijk uit te komen. Ik heb de indruk dat dit in de meeste gevallen goed is gelukt. De meeste retailketens hebben inmiddels aangekondigd af te zien van een schadeclaim.“

### Tegenstrijdige belangen

Pluimveehouder en directeur van Bio-meerwaarde Ei, Wim Thomassen, ziet ook de waarde van eierhandelaren en pakstations: „De pakstations hebben gewoon een rol in de eierhandel en ik zal de laatste zijn om te zeggen dat ze onbetrouwbaar zijn. Wel hebben pluimveehouders en eierhandelaren op dit moment tegenstrijdige economische belangen. Ze willen de goedkoopste prijs voor eieren betalen en vervolgens duurder verkopen aan de retail. De pluimveehouder wil echter ook de hoogste prijs ontvangen.“ En juist in deze tegenstrijdige belangen schuilt volgens Thomassen het punt van onenigheid of onderlinge problemen. Als directeur van Biomeerwaarde Ei, een collectief van biologische legghenhouder, ziet hij de kracht van samenwerking. „Om de verschillen op te lossen, wordt het hoog tijd dat er samenwerkende ketens ontstaan met vaste lijnen en vaste prijzen. Dat biedt voor iedereen voordelen van stabiliteit in prijs en levering. De pluimveehouder is daarbij gebaat, maar ook de eierhandel en de retail. Ik zou zelfs willen opmerken dat de eiernotering gewoon moet verdwijnen. In de biologische sector bestaat helemaal geen notering en we ontvangen al jaren een goede prijs.“ Thomassen verwacht niet dat op kort termijn een dergelijke baanbrekende stap wordt genomen, maar denkt wel dat de structuur van de handel in eieren moet veranderen door transparantie en

echte samenwerkingen. „De tijd is juist nu rijp voor samenwerking. Als je kijkt naar de hoge prijzen van scharreleieren door de crisis; ze zijn nu 'sky high' en over een paar maanden zijn er weer teveel scharreleieren en zakken de prijzen flink. Iedereen volgt de waan van de dag. Met samenwerking in de keten en transparantie zonder notering, ofwel vaste lijnen en vaste prijzen, komt er meer continuïteit en stabiliteit.“

### Terug naar vroeger

Thomassen doelt niet alleen op een samenwerking tussen pluimveehouder en eierhandel, maar vooral ook op een samenwerking tussen pluimveehouders

“  
Alleen ga je  
sneller, samen  
kom je verder

onderling; bijvoorbeeld in een coöperatie. Hij is niet enige die hiervoor pleit. „Terug naar vroeger; naar de tijd van de kleine verkooporganisatie. Dat is een goed plan“, zegt Peter van Horne, econoom pluimveehouderij van Wageningen Economic Research, onderdeel van Wageningen University and Research. „Ik roep al twintig jaar dat pluimveehouders samen moeten werken. Heel vroeger lukte dat ook; al was dat een andere tijdgeest. Tegenwoordig geldt nog steeds: alleen ga je sneller, samen kom je verder. Dat laat Biomeerwaarde goed zien in hun gezamenlijke afzet van eieren en oude legkippen. Boeren hebben elkaar nodig. Het is vaak één boer tegen de eierhandel.“ Van Horne wijst ook naar de mestverbranding in Moerdijk en de coöperatie Novi-Pluim ▶

als succesverhalen van samenwerkingen. Dit zijn voorbeelden van horizontale samenwerkingen. De Wageningse eco-noom denkt ook dat verticale samenwerkingen voordeel kunnen bieden: „Samenwerking tussen pluimveehouders betekent niet dat de eierhandel zomaar opgeheven kan worden. Deze is nu nog steeds belangrijk voor sorteren, export, afzet en marketing. Het gaat echter nu soms hard tegen hard en dat zou ook met een betere samenwerking kunnen veranderen. Pluimveehouder en eierhandel hebben elkaar nodig. Kijk maar naar Duitsland. Daar zijn veel regels en als een handelaar Nederlandse eieren wil exporteren, moeten de Nederlandse pluimveehouders hieraan voldoen. Dat vraagt om samenwerking met goede afspraken.”

Eventueel kan uit die samenwerkingsverbanden ook een calamiteitenfonds opgezet worden, zoals de Franse pluimveehouders dit ook kennen. Van Horne: „De helft van dat fonds wordt door Brussel betaald, maar het zou een teken van solidariteit zijn. Nu is de fipronilcrisis voor 20 procent van de leghennenhouders een ramp. De rest profiteert van de hoge prijzen. Ze verdienen nu meer dan de schade die veroorzaakt wordt door fipronil. Het is ieder voor zich. Samenwerking en een calamiteitenfonds zorgen dat alles eerlijk verdeeld wordt en dat maakt meteen de sector sterker.”

### Schaalvergroting

Aalt den Herder ziet ook de voordelen van samenwerken. „De eierhandelaren worden steeds groter en de enige manier voor de pluimveehouder om hier mee om te gaan, is ook groter te worden. Dat kan door schaalvergroting of onderlinge samenwerking. In de tuinbouw zijn er enkele bedrijven die 150 hectare tomaten telen. Ze kunnen buiten de veiling om en direct aan de retail hun producten afzetten onder eigen naam en label. De traditionele tuinder is daarmee een volwaardige mkb'er geworden. Deze ontwikkeling voltrekt zich ook in de andere landbouwsectoren; dus ook in de pluimveehouderij. Vanzelfsprekend zal er een groep zijn die blijft functioneren als

‘leverancier van grondstoffen’. Ook voor hen geldt: pluimveehouders die niet in staat zijn om hun bedrijf zover op te schalen, kunnen zich beter richten op samenwerkingen voor meer marktmacht of een nicheconcept zoals Kipster. Die heeft een exclusieve afspraak en afzet met Lidl. De eierhandel wordt hier ‘buitengesloten’.”

Ook de eierhandel zal ongetwijfeld nieuwe strategieën bedenken om ook in de toekomst haar rol te blijven spelen. „Het zou mooi zijn als dat resulteert in meer samenwerking, vraaggestuurde hoogwaardige productie, betere prijzen en eerlijke verdeling van marges in de gehele keten.”

### Geen collectiviteitsgevoel

Jan Brok, ooit pleitbezorger voor samenwerking, denkt echter dat de tijd niet rijp is voor samenwerkende pluimveehouders. In het verleden heeft hij dat zonder resultaat al eens geprobeerd en het idealisme heeft plaats gemaakt voor realisme „Je krijgt pluimveehouders moeilijk op één lijn en ook eierhandelaren willen niet samenwerken.” Er is volgens hem geen gevoel van collectiviteit. Voor de pluimveehouder is het daarom verstandiger om beter voorbereid de onderhandelingen met de eierhandelaar in te gaan. „De relatie tussen pluimveehouder en eierhandelaar is het belangrijkste uitgangspunt. Daarbij moet hij goede afspraken maken en mag hij ook eisen stellen. Hij moet vooraf nadenken en afspraken maken over bijvoorbeeld de levering van eieren tijdens eventuele calamiteiten en dit niet doen op het moment van een crisis. Daarnaast is een goede kwaliteitsborging van het ei voor pluimveehouder en handelaar essentieel. De eierhandelaar moet voor iedereen een betrouwbare handelspartner worden en de pluimveehouder dient zich veel meer als voedselproducent te gedragen. Dat vraagt echter om een verandering van ‘mindset’.”

Brok denkt daarnaast dat een aantal pluimveehouders te weinig kennis over eieren en de handel heeft om goede afspraken te maken met de eierhandelaar. „Als je iets niet weet en er ook niet om vraagt, krijg je het ook niet. Het



De eierhandelaren worden steeds groter. De pluimveehouder moet dus ook groter worden. Dat kan door schaalvergroting of onderlinge samenwerking.

kan daarom verstandig zijn om tijdens de onderhandelingen een adviseur aan tafel te hebben.” Wat pluimveehouders verder kan helpen in hun onderhandelingen, is dat ze naar elkaar toe meer openheid geven over hun eierprijzen. „Honderd pluimveehouders en honderd verschillende prijzen. Iedereen staat toe dat iedereen andere afspraken maakt en prijzen heeft. Tijdens een studieclub wordt over alles gepraat, behalve over eierprijzen. Dit gebrek aan openheid wordt door de eierhandel gebruikt.”

### Anticiperen

Zowel Thomassen als Den Herder onderstreept de mening van Brok dat de pluimveehouders ook zelf aan de slag moeten om meer kennis en bewustwording te ontwikkelen. Thomassen: „Het is moeilijk om gevestigde structuren te veranderen. Pluimveehouders vinden het lastig om samen te werken en ik zie de pakstation voorlopig nog niet overgaan tot een vergaande samenwerking met pluimveehouders. Daarvoor staan ze op dit moment teveel in de rode cijfers. Bovendien vraagt een verandering om vertrouwen. Dat is belangrijk, anders werkt het niet.” „Dit is niet te organiseren door één partij”, meent Den Herder. „Er moet een collectief besef zijn, maar ook zonder dat besef zullen schaalvergrotingen en samenwerking zich ontwikkelen. Dat gaat gewoon gebeuren en pluimveehouders doen er goed aan om hierop te anticiperen.” ■

Tekst: Reinout Burgers

Beeld: Agrio Archief



Heeft u vragen en/of opmerkingen neem dan contact op met onze redactie via [redactie@pluimveeweb.nl](mailto:redactie@pluimveeweb.nl) of tel. 0314 - 62 64 38