



## EEN GOEDE START, FUNDAMENT VOOR SUCCESVOL KOPPEL

Of je nu werkt met leghennen, vleeskuikens of vermeerderingsdieren, iedereen wil een goede start. Hoe verzeker je jezelf van een goede uitgangssituatie om optimale resultaten te behalen? Tijdens de zesde editie van de Pluimveerelatedag, die plaatsvond in het Nederlandse Veenendaal, kreeg je handvatten om te zorgen voor een goede start op jouw bedrijf. – *Jan Van Bavel*

De Pluimveerelatedag werd zoals steeds georganiseerd door de Land- en Tuinbouworganisatie (LTO, de Nederlandse tegenhanger van Boerenbond) en de Nederlandse Organisatie van Pluimveehouders (NOP), in samenwerking met het Nederlandse vakblad *Pluimveehouderij*. In De Basiliëk in Veenendaal passeerden diverse facetten van voer in relatie tot pluimveegezondheid de revue.

### Groeikansen

Rolf Poelstra, hoofd Voedselketenzaken bij diergeneesmiddelenproducent Elanco en onder andere verantwoordelijk voor de 'markttoegangsgroep' in Europa, het Midden-Oosten en Azië, brak een lans voor de pluimveesector, die volgens hem een goed verhaal als sector moet leren vertellen. Hij stelde dat door de explosieve groei van de wereldbevolking

– vooral in Afrika, het Midden-Oosten en Azië – we een sterk toenemende vraag naar kip en eieren zien, vooral in Afrika en Azië. "De Wereldvoedselorganisatie FAO stelt dat er in 2050 zo'n 70% meer voedsel moet worden geproduceerd", aldus Poelstra. "Dat moet komen van een verhoging van de productie-efficiëntie en innoverende technologie. De gemiddelde brutovoederconversie bij vleeskuikens in Nederland ligt met 1,61 zowat op het laagste niveau, wat zeer goed is." Poelstra ziet nog groeikansen voor de pluimveesector. "De consumptie van kippenvlees in Nederland ligt nog onder het EU-gemiddelde. De autonome markt-groei bedraagt tweemaal die van rund of varken. Waardegroei is mogelijk middels concepten, vooral in Nederland en Duitsland. Toch moeten supermarkten kippenvlees van reguliere vleeskippen weer in

hun rekken leggen, omdat ze het minste impact op het milieu hebben; veel minder dan een traag groeiende kip. Consumenten moeten zelf kunnen kiezen welke kip ze willen kopen."

### Luisteren naar markt vraag

Poelstra adviseerde de pluimveesector om goed naar de markt vraag te blijven luisteren. "In de Verenigde Staten ging een fastfoodketen enkele jaren geleden kip promoten als 'antibioticavrije kip'. Veel Amerikaanse vleeskuikenhouders kozen voor dit concept, waardoor het volume binnen korte tijd tot 45% opliep, terwijl de vraag slechts zo'n 8% bedroeg. Veel vleeskuikenhouders investeerden zo in een concept zonder een meerprijs. De diergezondheid kwam zwaar in het gedrang. Doordat pluimveehouders geen antibiotica meer mochten gebruiken,

steeg de uitval. Uiteindelijk moesten er tussen 680 en 880 miljoen extra vleeskui-kens geplaatst worden om aan de markt-vraag te kunnen voldoen." Het marktaan-deel van 5% woog niet op tegen het negatieve effect op de diergezondheid, het -welzijn en het milieu, en de stijgende productiekosten (van 5 tot 27 eurocent meer per 2,5 kg kip).

### Vertel het positieve verhaal

Volgens Poelstra heeft de pluimveesector veel kansen, maar moet hij wel meer het positieve verhaal vertellen. "Eieren en kip zijn heel gezond, ze bevatten veel proteïnen en leveren een bijdrage aan de hu-mane gezondheid. Efficiëntie blijft wel belangrijk. De pluimveesector is een innoverende sector met antwoorden op de uitdagingen die worden gesteld door de maatschappij." Poelstra adviseerde om een open dialoog aan te gaan met de maatschappij. "Beïnvloed de agenda en ontwikkel een plan van aanpak zodat het positieve verhaal verteld kan worden. Ga in klankbordgroepen zitten en wordt actiever op sociale media. Hier liggen zeker kansen. Je moet vertellen waarmee je bezig bent en waarom je de dialoog wilt aangaan. Wees trots op de innovatieve pluimveesector en laten we samen verder duurzaam innoveren", riep hij op.

### Geslachtsbepaling broedei bijna operationeel

Zo'n anderhalf jaar geleden richtten broedmachinefabrikant HatchTech en de Duitse supermarktketen Rewe de joint-venture Seleggt op. Martijn Haarman is projectleider bij Seleggt en is verant-woordelijk voor de activiteiten op het gebied van geslachtsbepaling in het broedei. In samenwerking met de Univer-siteit van Leipzig kan Seleggt vanaf volgend jaar het geslacht van een embryo in een broedei bepalen. "Ons fundamen-teel onderzoek heeft geleid tot onze missie: stop het doden van eendagshaan-tjes door selectie in het broedei." Bij de techniek van Seleggt wordt op dag 9 tijdens het broedproces een drup-peltje embryo-urine uit het ei gehaald, zonder dat er een naald in het ei wordt gestoken. "Met een laserstraal maken we een heel klein gaatje. Daar laten we een heel klein beetje urine – kleiner dan een speldenknop – uit stromen. Na onderzoek van dat druppeltje (hormoonanalyse) kunnen we bepalen of er zich een haan-of henkuiken uit het ei zal ontwikkelen. Met deze techniek kan momenteel bij ongeveer 3500 eieren per uur het ge-

slacht van het embryo worden bepaald. De broedeieren worden vervolgens gesorteerd. De heneieren worden uitge-broed, de haaneieren verwerkt tot vee-voedercomponent." De techniek waarmee het geslacht van het kippenembryo in het broedei kan worden bepaald, Seleggt Acus, won onlangs een zilveren medaille op de internationale veehouderijvakbeurs EuroTier in Hannover.

.....

## Seleggt kan bij circa 3500 eieren per uur het geslacht van het embryo bepalen.

.....



Via een hormoonanalysetechniek, die gebruik maakt van een laserstraal, kan Seleggt Acus het geslacht van het embryo in het ei bepalen.

### Niet goedkoop

Seleggt wil de markt van broedeieren zo min mogelijk verstoren, en ziet zijn concept als een technologische bijdrage aan de markt. Haarman gaf toe dat de geslachtsbepaling in het broedei niet goedkoop is. De kosten van het proces zijn zo hoog dat een kuiken bijna vijf keer meer dan de huidige prijs zou moeten kosten. "Daarom leggen we de rekening bij de consument neer via de respEGGt-stempel (een hartje) op het consumptie-ei. We verwachten dat veel consumenten een kleine meerprijs voor dit ei zullen willen betalen", aldus Haarman. Opfok-kers en leghennenhouders betalen in eerste instantie een gangbare prijs voor Seleggtkuikens en -hennen. "Geen enkele opfokker koopt een eendagskui-

ken dat vijf keer zo duur is. Met deze constructie lopen opfokkers en leghen-nenhouders geen financieel risico", stelt Haarman.

Volgens Haarman is de techniek voor 99% betrouwbaar; 1% van de haankui-kens komt wél uit. De uitval bij de broed-eieren bedraagt momenteel 2%. Seleggt wil niet dat de haankuikens meteen na uitkomst gedood worden. "We zoeken nog naar de optimale bestemming voor hen", aldus Haarman. "We zouden ze kunnen laten opgroeien tot ze slachtrijp zijn, maar moeten onderzoeken of daar een markt voor is."

Sinds 8 november verkopen 226 winkels in de regio Berlijn de zogenaamde respEGGt-eieren. Met het *Ohne Kükentöten*-label garandeert Seleggt een productie zonder dat er haantjes zijn gedood. In Duitsland geldt er overigens al een verbod op het doden van eendagshaan-tjes. In 2019 breidt Seleggt zijn productie-capaciteit verder uit. "Na Duitsland lijkt Nederland het meest logische eerstvol-gende land om het concept uit te rollen", zegt Haarman.

### De toekomst

Seleggt test haar techniek van geslachts-bepaling momenteel in twee broederijen: die van kuikenbroederij Ter Heerdt in Zevenaar en in haar eigen kleine broede-rij in Barneveld. Het bedrijf wil het broed-eiseksen van legkuikens zelf in de hand houden door het als dienst aan broede-rijen te leveren. Het heeft daarvoor enkel een ruimte nodig binnen een broederij, waar Seleggt vervolgens zijn dienst uitvoert. De meerprijs van de consump-tie-eieren die ontstaat bij het stempelen moet door de consument worden afgere-kend aan Seleggt. "Zo nemen we het opstartrisiko voor onze rekening", aldus Haarman. "De techniek kan ook interes-sant zijn om haan- en henkuikens te selecteren in broederijen voor ouderdie-ren en vleeskui-kens. Maar dat is voorlo-pig nog toekomstmuziek, gezien de hoge kosten." ■