duiding

Ann Truyen - VIP

duiding

Slachthuizen slijpen messen voor goedkope kip

29 DECEMBER 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:52

Lees meer over:
Interview

Lekker, mals, mager en goedkoop. Kippenvlees voldoet aan alle criteria om in de smaak te vallen bij de moderne consument. De gemiddelde Belg consumeerde vorig jaar dan ook 8,6 procent meer kip dan in 2006. Van algemeen secretaris Ann Truyen van de Vereniging van Industriële Pluimveeslachterijen wilden we weten of het stijgende verbruik zich ook reflecteert in de winstcijfers van de Vlaamse kippenslachthuizen.

Hoe zit de sector van de kippenslachthuizen eigenlijk in elkaar?

Ann Truyen: In ons land hebben we een dozijn grote en middelgrote bedrijven die braadkippen slachten. Daarnaast zijn er nog een dertigtal kleine slachterijen die de lokale markt bevoorraden. Dat zijn bedrijven die in tegenstelling tot de grote spelers in de sector niet elke dag in de week operationeel zijn. Reken maar dat de grotere slachthuizen 85 procent van de productie voor hun rekening nemen. En dan hebben we ook nog twee grote slachthuizen die zich toeleggen op de niche van de soepkippen. Leghennen die fin de carrière zijn, vergen speciale slachttechnieken en zijn vooral bestemd voor de Afrikaanse markt. Daar zijn de mensen nog bereid om veel en lang te koken. Anderzijds gaan er steeds meer soepkippen naar de versnijding en verdere verwerking in bijvoorbeeld maaltijdcomponenten en charcuterie.

Wat zijn de belangrijkste trends in de sector?

Tien jaar geleden waren nog een honderdtal kleine slachthuizen en dubbel zoveel grote bedrijven actief. De totale slachtcapaciteit is op peil gebleven, maar het aantal slachterijen is dus sterk gedaald. De toenemende eisen die aan de inrichting van een slachthuis gesteld worden op het vlak van voedselveiligheid en hygiëne werken schaalvergroting in de hand. De grotere slachthuizen zijn vandaag goed voor 100.000 à 800.000 slachtingen per week, samen stellen ze ongeveer 2.500 mensen tewerk. Met

een totale productie van 230 miljoen geslachte braadkippen en 30 miljoen soepkippen halen we in ons land een zelfvoorzieningsgraad van 170 à 180 procent. Een logisch gevolg is dat onze slachthuizen zich zeer sterk oriënteren naar de Europese markt, en voor sommige specifieke kippendelen moeten we het nog verder zoeken.

Hoe zwaar wegen onze industriële kippenslachterijen in vergelijking met die in het buitenland?
Op het vlak van het type kip en de verwerking zijn we sterk vergelijkbaar met Nederland, maar bij onze noorderburen worden wel drie keer zoveel braadkippen geslacht. Alles bij elkaar vertegenwoordigt België een aandeel van vijf procent in Europa. De grootste producenten van braadkippen zijn Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Duitsland is heel lang een netto-importeur geweest, maar heeft de jongste vijf jaar met de nodige investeringssteun een heel modern productiegebied uitgebouwd langs de grens met Nederland. Maar ook onze bedrijven mogen gezien worden. Onze slachthuizen zijn heel snel omgeschakeld van de hele kip als eindproduct naar de versnijding tot klassieke deelstukken en filetproductie.

In de varkenssector is er een duidelijke scheiding tussen de slachtactiviteit en de versnijding, maar in de pluimveesector is dat niet het geval?
Dat klopt. Alle grote en middelgrote bedrijven hebben een slachthuisgedeelte waar de levende kippen getransformeerd worden in panklare kippen, die daarna versneden worden in bouten, vleugels en borstkappen. Van die borstkappen worden vervolgens kipfilets gemaakt. Vier slachthuizen gaan nog een stapje verder en produceren vleesbereidingen zoals kippenburgers, blinde vinken en kippenworsten. Eigenlijk kan je een opdeling maken in twee bedrijfstypes: enerzijds zijn er de bedrijven die producten op maat leveren aan supermarktketens en hiervoor de nodige investeringen doen, terwijl de andere slachthuizen opteren voor de bulkmarkt en fungeren als leveranciers van grote volumes aan de verwerkers verderop in de keten. Beide types houden momenteel stand in de markt.

Labelkippen zoals de Mechelse koekoek komen in het verhaal niet voor?
Die nicheproducten zijn bij de consumenten vrij goed gekend, maar op het vlak van volume stellen ze niet zo veel voor. In ons land is vooral Belki actief op de markt van biokippen, traag groeiende kippen, enzovoort. In Frankrijk heeft iedere streek een eigen kippenras, maar dat vind je nergens anders. Wij moeten we het echt hebben van de gestandaardiseerde kip, die in de winkelrekken een huismerk opgekleefd krijgt.

Welke kipproducten liggen bij ons het best in de markt?
De verkoop van hele kippen die thuis nog gebakken moeten worden, is heel sterk teruggelopen. De kip aan ’t spit doet het daarentegen nog altijd goed, maar België is in de eerste plaats een land waar kipfilet gegeten wordt. Voorgebakken kippenvleugeltjes zijn de jongste jaren sterk in opmars. En de markt van de bereidingen gaat zeker vooruit, maar is nogal seizoensgebonden. Bij goed barbecueweer draait dat segment uitstekend. Als producent moet je op dat terrein wel voortdurend uitpakken met innovaties die het assortiment verruimen.

In welke mate zijn de Belgische kippenslachthuizen familiale ondernemingen?
Pingo behoort tot het Nederlandse Plukon Royale en Lintor werd twee jaar geleden grotendeels overgenomen door de Gimv. Alle andere bedrijven hebben nog een zuiver familiaal karakter. Zo’n structuur zet een rem op het aantal overnames in de sector, maar in elk geval zullen de slachthuizen verder moeten groeien om te overleven. Ofwel doen ze dat op eigen kracht, ofwel door fusies. Zo werd onlangs de overname van Flandrex door Plukon afgerond.

Kippenvlees wordt geassocieerd met goedkoop, gemak en gezond. Uitgerekend die keuzecriteria vindt de moderne consument erg belangrijk.
Waar andere vleessectoren moeite hebben om het verbruik op peil te houden, is dat voor het kippenvlees niet het geval. Er is geen spectaculaire verhoging, maar volgens cijfers van VLAM zou het thuisverbruik ook tijdens de eerste twee kwartalen van dit jaar weer gestegen zijn. En vergeet niet dat ook de consumptie van kipbereidingen toeneemt. In de statistieken is het moeilijk om daar iets over terug te vinden, maar we zien die productie in elk geval stijgen.

Zorgt die stijgende consumptie voor mooie winstcijfers bij de slachthuizen?
(lacht) Dat is een ander verhaal. Het gaat om een sector die niet zoveel toegevoegde waarde levert en de voorbije jaren heel veel crisissen doorworsteld heeft, denk maar aan de vogelgriep. Dat heeft op de Europese markt tot zeer wisselende verkoopcijfers geleid. 2007 was een relatief goed jaar, maar dat was ook nodig om weer wat financiële zuurstof te krijgen. De concurrentie van de wereldmarkt neemt ook toe, waardoor onze bedrijven met hun prijszetting op hun hoede moeten zijn. De winstmarges zijn eerder laag.

De sector wordt gekenmerkt door een zeer sterke verticale integratie?
Er zijn steeds meer pluimveehouders die met hun mengvoederfabrikanten prijsgarantiecontracten afsluiten van één of twee productierondes, terwijl vroeger jaarcontracten courant waren. In periodes met betere prijzen werken die boeren louter met een afnamecontract, waar dus geen gegarandeerde prijs aan verbonden is. Kippenboeren met een zekere schaalgrootte volgen nu eenmaal nauwgezet de markt en kunnen het zich allicht permitteren om zelf iets meer marktrisico's te nemen, temeer omdat er sprake is van krapte op de aanbodsmarkt. Daarom bevoorraden onze pluimveeslachthuizen zich trouwens niet alleen met Belgische kippen, maar halen ze dertig procent van de aanvoer uit Nederland en Noord-Frankrijk.

Jullie leveranciers zijn niet de kippenboeren, maar wel de mengvoederbedrijven?
Slachthuizen hebben grote volumes nodig om hun activiteit de hele week draaiende te houden. Daarom worden langlopende overeenkomsten gesloten met meerdere mengvoederfabrikanten. Die gaan vervolgens op het niveau van de kippenboeren puzzelen om voor een gelijkmatige aanvoerspreiding bij het slachthuis te zorgen. Een boer levert slechts één keer om de acht weken braadkippen, hé. In een aantal landen is het wel gebruikelijk dat slachthuizen rechtstreeks contracten afsluiten met pluimveehouders. Maar dan gaat het om bedrijven van 200.000 of 300.000 kippen, zoiets kennen wij in België niet. De toestand is bij ons historisch anders gegroeid.

Hoe sterk is de verwevenheid tussen de pluimveeslachthuizen en de mengvoederbedrijven?
Die was ooit hechter dan vandaag het geval is. Vroeger had je bijvoorbeeld de tandem Hendrix-Pingo, maar beide bedrijven zijn intussen hun eigen weg gegaan. Een aantal andere combinaties houdt wel nog altijd stand.

Eigenlijk onderhouden de slachthuizen heel weinig contacten met de kippenboeren. Vormt dat geen probleem?
We maken afspraken over de laadplanning en we delen ook de slachtresultaten mee. De rest van de communicatie loopt voornamelijk via de vertegenwoordigers van de mengvoederfabrikanten. Onze slachthuizen gaan ervan uit dat hun boodschappen op die manier bij de boer terechtkomen, al is recentelijk gebleken dat dit mechanisme niet onfeilbaar is.

Het heeft de voorbije maanden inderdaad gerommeld tussen de

landbouworganisaties en de pluimveeslachthuizen. Er was onenigheid over het gewicht van de geleverde kippen?
Door de combinatie van betere genetica en krachtige voeders zagen we het gewicht van de kippen stelselmatig toenemen. Maar mensen lusten geen kippenbouten van een halve kilogram, hé. Slachthuizen die kippen uitbenen om er bereide producten van te maken, zijn daarentegen wel gediend met grote stukken. Maar dat is slechts een beperkt segment van de markt, terwijl de boeren op een bepaald ogenblik dachten dat ze allemaal op die kar moesten springen. We konden niet anders dan op de rem gaan staan. Intussen hebben de landbouworganisaties ook wel ingezien dat de boeren moeten leveren wat de consument vraagt, en dus weegt het gros van de aangevoerde kippen weer 2,2 à 2,4 kilogram. Om dat gewicht te bekomen, werden de aflevertijden met één à twee dagen verkort. Kippenboeren die zich niet aan de afspraken houden, voelen dat voortaan in hun portemonnee.

Een ander twistpunt was de manier om het lastenboek van Belplume nog meer ingang te doen vinden bij de kippenboeren.
Omdat onze kip een gestandaardiseerd product is, beslisten de slachthuizen een vijftal jaar geleden om de volledige productie onder eenzelfde kwaliteitsgarantie te brengen. Om de drempel zo laag mogelijk te houden, staan in het lastenboek van Belplume hoofdzakelijk wettelijke minimumeisen. Niettemin merkten de slachthuizen begin dit jaar dat de dekking van het kwaliteitslabel bleef haperen. Om het deelnamepercentage verder op te krikken, stelden de landbouworganisaties aan de slachthuizen voor om een extra toeslag te betalen voor Belplume-kippen. Dat vonden we bizar omdat onze klanten ook geen extra duit in het zakje doen omdat we internationale kwaliteitsstandaarden zoals BRC en IFS volgen. Na uitvoerig overleg werd beslist om de wekelijkse prijsnoteringen inclusief Belplume-toeslag te publiceren. Boeren die geen Belplume-kippen leveren, krijgen een lagere prijs uitbetaald.

Heeft dat compromis iets opgeleverd?
In de loop van dit jaar hebben bijna honderd extra kippenboeren zich aangemeld om volgens het lastenboek van Belplume te produceren. In totaal nemen vandaag bijna zevenhonderd kippenhouders deel aan het systeem. Daarnaast is het voor ons uiteraard ook belangrijk dat de grootdistributie gelooft in dit project. Voor bijvoorbeeld Delhaize en Colruyt is Belplume de basisnorm, waar nog een handvol eigen eisen aan toegevoegd worden. Anderzijds hebben we zelf ook nog werk aan de winkel aangezien tot hiertoe slechts zeven pluimveeslachthuizen met het kwaliteitssysteem werken.

Sommige bedrijven argumenteren nog steeds dat hun cliënteel geen boodschap heeft aan Belplume.

De Doha-ronde verkeert nog altijd min of meer in comateuze toestand. Zijn onze kippenslachthuizen daar blij mee?
Alle studies wijzen er op dat de voorstellen die op tafel lagen het meest nefast zouden geweest zijn voor onze sector. Vandaag moeten we al afrekenen met zeer ruim bemeten invoercontingenten voor diepgevroren kippenvlees uit Brazilië en Thailand, een wto-akkoord zou die nog verder opensplijten. Je mag niet vergeten dat we die overzeese producenten niet met gelijke wapens kunnen bekampen: als enige regio in de wereld mogen wij geen diermeel meer gebruiken in onze voeders, in Europa geldt ook een verbod op antimicrobiële groeibevorderaars, het vaccinatiebeleid is hier veel strenger, en dan spreken we nog niet over het dossier van de ggo's. Het is de optelsom van deze elementen die onze productiekost hoog boven die van overzeese concurrenten verheft. De voorbije tien jaar hebben we de Amerikaanse chloorkippen kunnen buitenhouden, maar we zullen zien of dat invoerverbod nog een lang leven beschoren is. Als de Doha-ronde flopt, is de kans groot dat de Amerikanen de zaak bij de Wereldhandelsorganisatie zullen aankaarten. En aangezien het Efsa geoordeeld heeft dat de impact van een chloorontsmetting aan het eind van de productieketen niet erg groot is…

De slachthuizen die bereide producten maken, hebben baat bij de invoer van zo goedkoop mogelijke grondstoffen.
Toch niet, de pluimveeslachthuizen blijven in eerste plaats producenten van kippenvlees. Enkel bedrijven die verderop in de keten gegaarde of gekookte producten maken zoals charcuterie, vol-au-vent, maaltijdcomponenten of conserven gebruiken vaak diepgevroren vlees als grondstof. De diepgevroren invoer zorgt niet rechtstreeks voor concurrentie op de versmarkt, maar pikt in de verdere verwerking dus wel een aantal klanten af. En het is juist de afzetmarkt van de gegaarde en gekookte producten die veel potentieel heeft. Het marktaandeel van bijvoorbeeld grootkeukens en cateringbedrijven neemt voortdurend toe.

De Europese Commissie heeft maatregelen voorgesteld om het dierenwelzijn in de slachthuizen te verbeteren. Wat is nog voor verbetering vatbaar in onze bedrijven?
Voor de meeste slachthuizen is er geen enkel probleem, omdat elk kwaliteitshandboek een hoofdstuk over dierenwelzijn bevat. In de grote kippenslachthuizen wordt

trouwens altijd verdoofd, zelfs voor rituele slachtingen. Eigenlijk zijn de nieuwe voorschriften vooral een harmonisering van maatregelen die op dit ogenblik al toegepast worden.

Hoe kijkt de slachthuiswereld aan tegen de ontwikkelingen bij de Vlaamse kippenboeren?
De veehouders blinken uit door hun vakmanschap, maar anderzijds merken we dat de opschaling trager gebeurt dan in onze buurlanden. Het spreekt vanzelf dat we dit niet graag zien gebeuren. De bedrijven die willen groeien, moeten daartoe dikwijls op verschillende locaties stallen runnen. Blijkbaar kan het niet anders in Vlaanderen.

Hebben jullie er zicht op hoe het gesteld is met de bedrijfsopvolging onder de pluimveehouders?
Euh, eigenlijk niet. Maar in tegenstelling tot andere landbouwtakken is het doenbaar om van buitenaf toe te treden tot de sector en externe arbeidskrachten in te zetten. Op een kippenbedrijf spelen de klassieke boerentradities zoals de overerving van vader op zoon niet zo'n grote rol.

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page:
https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada