nieuws

Landsbond praat achterban bij over markt en conceptkip

nieuws

De wereld verandert en die verandering voltrekt zich sneller dan ooit tevoren. Kennis verspreidt zich als een lopend vuurtje. “Tegenwoordig zijn vertegenwoordigers bang dat de boer het nieuwtje dat ze willen vertellen al kent”, vertelt Jean Spreuwers van voederfirma De Heus. Aangezien zijn werkgever wereldwijd actief is, deed de Landsbond beroep op Spreuwers om de blik van Vlaamse pluimveehouders te verruimen. Zo plaatste hij de reeds gerealiseerde en nog te verwachten productietoename in ons kleine landje in zijn juiste context. De nationale productie van 362.000 ton (+7,4% tussen 2009 en 2014) is klein bier vergeleken met de groeisprong die de braadkippenhouderij in Polen maakt: van 1,4 miljoen ton karkasgewicht naar 2,06 miljoen ton in vijf jaar tijd.

14 MAART 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:34

Lees meer over:
pluimveehouderij



De wereld verandert en die verandering voltrekt zich sneller dan ooit tevoren. Kennis verspreidt zich als een lopend vuurtje. “Tegenwoordig zijn vertegenwoordigers bang dat de boer het nieuwtje dat ze willen vertellen al kent”, vertelt Jean Spreuwers van voederfirma De Heus. Aangezien zijn werkgever wereldwijd actief is, deed de Landsbond beroep op Spreuwers om de blik van Vlaamse pluimveehouders te verruimen. Zo plaatste hij de reeds gerealiseerde en nog te verwachten productietoename in ons kleine landje in zijn juiste context. De nationale productie van 362.000 ton (+7,4% tussen 2009 en 2014) is klein bier vergeleken met de groeisprong die de braadkippenhouderij in Polen maakt: van 1,4 miljoen ton karkasgewicht naar 2,06 miljoen ton in vijf jaar tijd.
Vlaanderen telt 800 braadkippenbedrijven waar op jaarbasis 21 miljoen kippen vetgemest worden. De sector is in beweging. Landsbondvoorzitter Dirk Mertens heeft het over “een versnelde groei van de bedrijven én van de kippen, al zijn er ook pluimveehouders die kiezen voor alternatieve kipproductie met traag groeiende rassen”. Tijdens het seminarie over pluimveehouderij op de Agridagen in Ravels werd een sterk groei van de wereldwijde vraag naar kip aangekondigd. “Bij de Landsbond vragen we ons af of Vlaamse pluimveehouders daar een graantje van kunnen meepikken”, zegt Mertens, goed beseffend dat vergunningen voor nieuwbouw hard bevochten zijn.
Jean Spreuwers van voeders De Heus openbaarde voor de aanwezigen op de jaarvergadering van de Landsbond de mondiale trends in kipproductie en -consumptie. Dat de vraag naar kippenvlees stijgt is niet nieuw. Richting 2050 komen er ieder jaar 70 miljoen mensen bij. Daarom wordt een toename met vijf miljoen ton vlees per jaar aan vraagzijde voorzien. “Minstens de helft daarvan wordt kip”, weet Spreuwers. Handelsstromen zijn niet onveranderlijk. Afrika mag dan een grote importeur van pluimveevlees blijven, landen als Rusland en Vietnam evolueren naar meer lokale productie. In Vietnam is de politieke wil rond

lokale voedselvoorziening zo groot dat het land zal uitgroeien tot een belangrijke kippenvleesproducent. En Oekraïne klopt met ongeduld op Europa's deur en wil goedkoop vlees onze richting uit exporteren.
Je hoort wel eens zeggen dat de kostprijs van braadkippenbedrijven in eigen regio te hoog ligt om te concurreren op de wereldmarkt. Jean Spreuwers is het daar niet mee eens. Krachtvoeder, of alleszins de voedergrondstoffen die je daarvoor nodig hebt, is overal ter wereld even duur. Omgekeerd is 300 euro per ton voeder voor een Vlaamse pluimveehouder betaalbaarder dan voor zijn Vietnamese collega. Meer dan aan de kleine verschillen in de lokale kostprijs hecht de vertegenwoordiger belang aan schommelingen in de wisselkoers. Als we 'het buitenland' al moeten vrezen, dan is dat om het verschil in schaalgrootte. De Poolse braadkippenhouderij breidt duizelingwekkend snel uit: van 1,4 naar 2,06 miljoen ton karkasgewicht in een handvol jaren tijd.
In onze buurlanden is de groei veel minder uitgesproken en meer gestuurd door de vraag. Spreuwers: "In het Verenigd Koninkrijk geniet kip de reputatie van gezond vlees zodat de sector lichtjes kan uitbreiden. Ook in Nederland groeit het aanbod maar beperkt vanwege de verplichte 'pluimveerechten'. In Duitsland groeide de braadkippenhouderij tot 2012, maar daarna viel de motor stil. De Duitse consument hecht steeds meer belang aan het welzijn van de kippen zodat de productiviteit daalde naar 35 kilo per m² stalruimte. In Frankrijk maakt men de omgekeerde beweging: van speciale rassen naar sneller groeiende reguliere kippen. In eigen land is de kipproductie fors uitgebreid de jongste jaren en liggen er nogal wat aanvragen voor nieuwbouw of uitbreiding op de tafel van de vergunningsverleners."
Veel belang hecht Spreuwers niet aan die productiestijging in eigen land: "We produceren 362.000 ton kip, wat tussen 2009 en 2014 neerkomt op een stijging met 7,4 procent. In absolute cijfers stelt dat weinig voor vergeleken met de EU-productie. Het Europese totaal neemt bijvoorbeeld toe met 1,7 miljoen ton, wat neerkomt op tweemaal de Belgisch-Nederlandse kipproductie. Tussen 2009 en 2014 steeg de braadkippenproductie in de 28 lidstaten van 9,308 naar 11,036 miljoen ton karkasgewicht. En Polen groeide van 1,4 miljoen ton naar 2,06 miljoen ton (+9,4%). We mogen met andere woorden niet te lokaal denken."
Nog een niveautje hoger verbleekt de Belgische kipproductie helemaal in het niets vergeleken met de 16 miljoen ton kip van Amerikaanse origine. Ook China en Brazilië zijn grotere producenten dan Europa. Liever dan bij de productiecijfers staat Spreuwers stil bij de productiekolom in eigen land. Van opfok tot slachthuis zijn transparantie en samenwerking erg belangrijk. Ook moet elke schakel zijn kostprijs goed kennen en is het volgens Spreuwers de kunst om die onder controle te houden. Voor een slachthuis maakt de arbeidskost bijvoorbeeld 50 procent uit van de totale kostprijs. Van bovenaf – door de consument dus – moet er zo veel mogelijk geld in de productiekolom 'gepompt' worden, waar dan hopelijk een fair deel van doorsijpelt naar de primaire producenten. De voederspecialist vertikt het om de gangbare keten op te geven en alle hoop te vestigen op de korte keten. "De productiekolom voor kip is te goed gestructureerd om verloren te laten gaan", meent Spreuwers.
De sectorkenner laat uitschijnen dat de slachthuizen best een zetje kunnen gebruiken als pluimveehouders mee willen profiteren van de gerealiseerde meerwaarde. "We denken te snel dat slachthuizen concurrenten zijn van elkaar. Dat is enkel bij overproductie het geval want meestal komen ze elkaar weinig tegen door de grote diversiteit aan afzetmarkten. "Braadkippenhouders hebben financieel sterke slachthuizen nodig", geeft Spreuwers toe, "maar dat mag hen er niet van weerhouden om ze onder druk te zetten om het maximum uit te betalen." Het grootste pluimveeslachthuis van Europa 2Sisters-Storteboom slacht wekelijks acht miljoen kippen. De drie marktleiders (2Sisters, Plukon, Wiesenhof) hebben allemaal familiale aandeelhouders. Zo'n sterke bedrijven heb je volgens Spreuwers nodig om als sector goede zaken te kunnen doen.
En wat gezegd van de consument? Die wil een stukje kip dat gezond is, duurzaam, van goede kwaliteit, gemakkelijk te bereiden en liefst een aanbod met wat keuze. Voor dat alles betaalt hij dan ook nog eens graag zo weinig mogelijk. Producenten willen op hun beurt met zo weinig mogelijk voeder zo veel mogelijk kip produceren. Daardoor leveren ze allemaal hetzelfde stukje kip af en zijn ze concurrenten van elkaar. Dat kan niet blijven duren, gelooft Jean Spreuwers. "De wensen van de consument veranderen, dus moet de sector mee evolueren." Na het product eerst te hebben gefileerd tot zijn kostprijs lijkt bij de consument de bereidheid te groeien om op basis van emotie een extra centje te betalen voor kip.
Spreuwers haalt het Nederlandse voorbeeld van 'de nieuwe kip' aan. Een jaar geleden had hij zelf zijn bedenkingen bij de betalingsbereidheid, maar nu moet Spreuwers toegeven dat een deel van de consumenten net zo graag meer betaalt voor een kip als er anderen zijn die dat doen voor een luxewagen. In Nederland is de 'conceptkip' helemaal doorgebroken en kan ze op korte termijn doorstoten tot 30 procent van de totale productie. Spreuwers wijt dat aan de vastberadenheid van de supermarkten die een aandeel van 40 procent hebben in de aankoop van kip.
Koploper is Albert Heijn, die wekelijks 850.000 trager groeiende conceptkippen laat slachten en wil doorgroeien naar meer dan één miljoen. Alle grote slachthuizen in Nederland verwerken conceptkippen en dat is in ons land niet anders. Ook de retail doet er goede zaken mee. Spreuwers geeft opnieuw Albert Heijn als voorbeeld. De Nederlandse retailer verkocht vorig jaar voor het eerst meer kip dan varken. Terwijl het vleesvolume drie procent daalde en de omzet slechts één procent steeg, deed kip veel beter. Het verkochte volume groeide drie procent en de omzet steeg zelfs zeven procent. "Voor een retailer zijn dat fenomenale cijfers."
Leuk meegenomen voor de producenten is dat de conceptkip van Albert Heijn rekening houdt met de transportafstand. Zonder lokale productie is deze kip dus geen lang leven beschoren. Ook andere grootwarenhuisketens hechten daar belang aan. Zowel

Delhaize als Colruyt verlangen in eigen land naar ‘Belgische kip’. Wat minder prettig voor onze export is dat de retail in buurlanden als Duitsland en Frankrijk op dezelfde manier werkt. Daardoor lijkt de exportmarkt vooral een ‘overschotmarkt’ te worden.
De populariteit van de conceptkip doet geen afbreuk aan de gangbare, snel groeiende kip. “Die blijft gewoon bestaan”, denkt Spreuwers. Het groeiend marktaandeel van de conceptkip en de toename van het aantal conceptkippen juicht hij toe. Net de ruimere keuze in het aanbod zal braadkippenhouders toelaten om rendabel te werken. Hij hoopt dat producenten zullen kunnen switchen van het ene naar het andere concept. “Zo kan men slachthuizen verplichten om de kippen maximaal te vergoeden. Voor de rendabiliteit van een sector is dat erg belangrijk, zie maar naar de varkenshouderij.” Pluimveehouderij heeft voor op andere sectoren dat het aanbod zich relatief makkelijk laat aanpassen aan de vraag. Het belang hiervan mag je volgens de specialist van De Heus niet onderschatten: “Een overaanbod van één procent doet de prijs met tien procent dalen. Aanbodbeheersing wordt onze levensader.”

Beeld: VLAM

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