

Rabobank-expert Van den Hurk ging op NVP-bijeenkomst in op **financiële nood legpluimveehouderij**.

## Alleen minder hennen in EU biedt soelaas

Minder hennen in de EU is de enige structurele oplossing voor de financieel slechte situatie in de leghenhouderij. Dit stelde Jeroen van den Hurk, sectormanager pluimvee Rabobank Nederland, begin oktober in Voorthuizen op een bijeenkomst van de NVP voor legpluimveehouders. De deze zomer ingezette daling van de voerkosten, die volgens hem zal doorzetten, is het enige dat op korte termijn enige verlichting brengt. Op opmerkingen uit de zaal dat gezocht moet worden naar meer afzet, ook buiten de EU, antwoordde hij dat afzet buiten de EU geen structurele oplossing is, omdat dit waarschijnlijk te weinig opbrengt.

Van den Hurk schetste de Nederlandse afhankelijkheid van Duitsland, waar 53 procent van de in ons land geproduceerde eieren naartoe gaat. Nederland was ingesprongen op de lagere eierproductie in Duitsland toen het land zich voorbereidde op het Duitse kooiverbod. Maar na die dip begin 2010 is de eierproductie bij onze oosterburen boven verwachting fors gestegen. Van den Hurk schetste het scenario dat er tot 2018 nog eens 1,2 miljard Nederlandse eieren minder naar Duitsland kunnen gaan, met als gevaar 10 procent krimp in de omvang van de Nederlandse legsector.

Het huidige overaanbod eieren is het gevolg van te veel kippen. En omdat er in de EU enkele jaren geleden fors is geïnvesteerd in de omschakeling van kooi naar diervrien-

delijker huisvesting – volgens Van den Hurk ongeveer €4 miljard in de hele EU – verwacht hij dat het hoge aantal hennen niet snel zal verminderen. „Hoge financieringsniveaus houden het aanbod hoog. Het kernprobleem is structureel: te hoge vastelasten stimuleren de productie.”

Van den Hurk voorziet dat de eiersector voor een langere periode met lage marges zal kampen. „Het zal me niet verbazen als er nu een situatie ontstaat zoals na de vogelgriep in 2003, toen we enkele jaren een verstoorde marktsituatie hadden met benedengemiddelde voerwinsten.”

Meer focus op ei producten kan volgens Van den Hurk bijdragen aan een betere eierprijs, maar de markt voor ei producten is volgens hem moeilijk. Onder de huidige marktomstandigheden is efficiency en concurrentiekracht belangrijker dan ooit tevoren. Dat zal leiden tot verdere schaalvergroting.

Zijn adviezen voor individuele ondernemers, op bedrijfsniveau: breng tijdig uw financiële positie in beeld en speel open kaart met ketenpartners, stel uw bedrijfsstrategie op en houdt daaraan vast, sta open voor verandering, bijvoorbeeld voor samenwerking in de keten, want die zal toenemen.

NVP en NOP zouden een sectorvisie moeten opstellen, met ontwikkelingen en verwachtingen op de langere termijn. „Daar kunnen zij hun leden mee ondersteunen om strategische keuzes te maken.”

## Dijksma: eiermarkt moet problemen zelf oplossen

De eiermarkt moet zelf herstellend optreden en voor een nieuw evenwicht van vraag en aanbod zorgen. Dat schreef staatssecretaris van EZ Sharon Dijksma begin deze maand in reactie op Kamervragen van het CDA over de moeilijke financiële situatie van legpluimveehouders. Volgens haar is de slechte marktsituatie het gevolg van overaanbod als gevolg van de eierproductie in de EU. Volgens het ministerie is in de eerste

zeven maanden van dit jaar in de EU 7.176 ton eieren en ei producten ingevoerd van buiten de EU. In heel 2013 was dit 19.725 ton. Dat was 0,2 procent van de totale EU-eierproductie. In Nederland is dit jaar tot en met juli 342 ton ingevoerd, tegen 227 ton in heel 2013. Of dit om kooi-eieren of scharreleieren gaat is onbekend. Import van batterij-eieren van buiten de EU kan niet voorkomen worden, aldus Dijksma.

## mmmEggies: eierpromotie powered by girlpower



MARIAN CLAESSENS

Wij mmmEggies zijn pluimveehoudsters en willen het héérlijke en gezonde Hollandse ei, de eierconsumptie en de legpluimvee sector promoten met *girlpower*. We hebben elkaar ontmoet op het symposium Hogere Pluimveegezondheid Leg: enkele collega-pluimveehoudsters en twee dames uit de wereld van uitgeverij en communicatie. Ook de huidige voorzitter van Blij met een Ei was van de partij (de enige haan tussen deze hennen). Er was gelijk een klik en we zaten vol ideeën. Eierpromotie is een *must* vinden wij. Want het is toch echt te gek dat er nog steeds mensen zijn die denken dat je maar twee, hooguit drie eitjes per week mag eten. De eierconsumptie kan omhoog. Een ei is uniek en bevat weinig calorieën. Met een ei maak je de heerlijkste gerechten.

Mailadressen zijn uitgewisseld en nog voor de zomervakantie hadden we onze eerste bijeenkomst. Er is volop gebrainstormd; onze insteek is vooral om via de social media de consument te bereiken. Een *must* hiervoor was een mmmEggies-Facebookpagina, een mmmEggies-website en een mmmEggies-Twitter-account. En een eigen logo: een vrouwelijk symbool dat zorg draagt voor herkenbaarheid.

Eenieder ging met haar eigen kunnen en passie aan de slag. Thuis in spaarzame vrije uurtjes zetten wij mmmEggies ons in mét vrouwelijke passie en plezier voor het Hollandse ei. Wij zijn uniek, want we promoten geen biologisch, geen vrije-uitloop-, geen scharrel- en geen kolonie-ei. Nee, we promoten gewoon het Hollandse ei. Respecteren elkaars bedrijven en laten de keus aan de consument welk ei bij hem/haar past. We twitteren volop. Ook via de mmmEggies-Facebookpagina zijn we druk bezig. Onze berichten worden volop gedeeld en dan heb je snel een groot bereik. We gaan het contact en het gesprek aan met onze volgers. Maar zeker ook met de politiek. Op onze webpagina stellen de mmmEggies zich aan u voor.

Ben jij ook een mmmEggie? Samen kunnen we het verschil maken. Stuur ons een mail en we nemen graag contact met je op. **Mail:** info@mmmeggies.nl, **website:** www.mmmeggies.nl, **Facebook:** www.facebook.com/mmmeggies, **Twitter:** @mmmEggies.

Marian Claessens mmmEggie