

AUFGEPICKT

Die niederländische Geflügelbranche informiert.

Mit High-Tech aus der Schale

In der Brüterei Lagerwey erblicken wöchentlich rund 1,8 Millionen Mastküken das Licht der Welt.

Bericht auf Seite 1 und 2

Plukon Royale Gruppe

Der niederländische Geflügelfleischvermarkter hat sich mit innovativen Produktkonzepten auch hierzulande einen Namen gemacht. Bericht auf Seite 3

Weiter im Aufwärtstrend

Die Geflügelfleisch-Nachfrage steigt stetig. Vor allem frisches Hähnchenfleisch ist bei den Verbrauchern gefragt.

Bericht auf Seite 4



Liebe Leser,

auch im ersten Halbjahr des Jahres war Hähnchenfleisch der Renner in den Fleischtheken des Handels und das aus gutem Grund. Hähnchenfleisch ist nicht nur wichtiger Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung, sondern auch schmackhaft, vielseitig und leicht zuzubereiten. Kurzum: Es entspricht dem modernen Ernährungsverhalten. Deshalb wird der Konsum von weibem Fleisch auch in Zukunft weiter zunehmen.

Für Wachstumsimpulse sorgen nicht zuletzt innovationsstarke Unternehmen wie die niederländische Plukon Royale Gruppe. Sie offerieren heute außer Schenkel, Brust & Co. eine breite Palette an convenienten Geflügelfleischprodukten. Hierzu zählen unter anderem ultrafrische Fertiggerichte mit Geflügelfleisch, die ohne großen Aufwand in wenigen Minuten zuzubereiten sind. Und die treffen voll den Zeitgeist.

Ihr Ben Dellaert

Sekretär der Niederländischen Wirtschaftsgruppe für Geflügel und Eier

BRÜTEREI: BINDEGLIED ZWISCHEN VERMEHRUNGSSTUFE UND MAST

Sicher aus dem Ei geschlüpft

Rund zwei Millionen Bruteier werden wöchentlich im Unternehmen Lagerwey nach den strengen Vorschriften des niederländischen Qualitätssicherungs-Systems IKB-KIP ausgebrütet.

Der Einsatz modernster Technik ist für die Brüterei Lagerwey der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg. Das Unternehmen mit Sitz in der niederländischen Ortschaft Lunteren setzt auf die sogenannte Hatch-Tech-Technologie. Mit Hilfe dieses innovativen Verfahrens werden die Brutbedingungen, also Temperatur und Luftfeuchtigkeit, optimal gesteuert. „Dank Hatch Tech sind wir in der Lage, die erforderlichen Werte ausgesprochen konstant zu halten“, erklärt Geschäftsführer Bas Koot. Jede Woche legt Lagerwey etwa 2,2 Millionen Bruteier ein, die von 40 Vermehrungsbetrieben geliefert

werden. Die Brüterei verfügt über insgesamt 110 Vorbrutschränke mit einer Kapazität von jeweils 57.600 Eiern und 55 Schlupfbrutschränke, in die jeweils rund 28.000 Bruteier passen. Montags, dienstags, donnerstags und freitags schlüpfen bei Lagerwey Küken. „In der Woche erblicken bei uns rund 1,8 Millionen Tiere das Licht der Welt“, so Koot.

Bei den Eintagsküken steht vor der Auslieferung noch ein Krankheitsschutz auf dem Programm. Mittels der sogenannten Sprayimpfung erhalten sie einen Schutz gegen Infektiöse Bronchitis. Anschließend erfolgt der Transport zu den Mastbetrieben. Das Unternehmen nutzt hierfür unternehmenseigene Fahrzeuge, die jeweils bis zu 180.000 Tiere transportieren können.

Fortsetzung auf Seite 2





Fortsetzung von Seite 1

Lagerwey liefert Küken an rund 200 Hähnchenmastbetriebe. Etwa 40 Prozent der Vertragslandwirte sind übrigens in Deutschland ansässig.

Salmonellenuntersuchungen bringen Sicherheit

Der niederländische Hähnchensektor übertrifft bereits heute die Auflagen der



„Mit dem Einsatz der innovativen Hatch-Tech-Technologie haben wir in den Niederlanden Pionierarbeit geleistet“, so Bas Koot.

Europäischen Union zur Reduzierung des Salmonellenvorkommens in Masthähnchenbeständen. In der holländischen Hähnchenfleisch-Produktion sind die für den Menschen kritischen Erreger Salmonella typhimurium in den Stufen kaum oder nicht nachgewiesen. Als IKB-KIP zertifiziertes Unternehmen muss auch die Brüterei eine Reihe strenger Auflagen erfüllen. Die angelieferten Bruteier stammen ausnahmslos von Vermehrungsbetrieben, die ebenfalls über eine entsprechende Zertifizierung verfügen. Vor der Einlage in die Brutschränke erfolgt zunächst die Desinfektion der Eier. Unmittelbar nach dem Schlupf wird aus jedem Brutkasten eine sogenannte Staubprobe genommen und von einem unabhängigen Institut auf Salmonellen untersucht. Nach dem Transport der Küken zu den Mastbetrieben erfolgt nochmals eine eingehende Salmonellenuntersuchung. Hierfür werden die in den Transportkisten verwendeten Papiereinlagen mit dem Kot der Tiere unter die Lupe genommen. „Selbstverständlich dokumentieren wir alle Daten und stellen sie den vor- und nachgelagerten Stufen sowie dem

betreuenden Tierarzt zur Verfügung“, sagt der Geschäftsführer. Außerdem werden die Daten in der zentralen IKB-KIP Datenbank der niederländischen Wirtschaftsgruppe für Geflügel und Eier gespeichert.

Absolute Sauberkeit auch beim Transport

Damit ist es aber noch nicht getan, denn sechs Mal im Jahr kontrollieren Mitarbeiter des staatlichen Tiergesundheitsdienstes die Brüterei. Sie überprüfen unter anderem die Einhaltung der weitreichenden Hygieneauflagen und tierschutzrelevanter Vorschriften.

Besonderes Augenmerk legen Bas Koot und sein Team übrigens auf die Reinigung und Desinfektion des unternehmenseigenen Fuhrparks. Nach jeder Auslieferung werden die LKW sowie die Transportkisten gründlich gereinigt und desinfiziert. Dabei kommt eine Reihe unterschiedlicher Produkte zum Einsatz. „Durch den kontinuierlichen Wechsel der Mittel vermeiden wir die Bildung von Resistenzen“, erklärt Bas Koot.

www.gefluegel-info.de



Die Brütereien arbeiten nach den strengen Vorschriften von IKB-KIP.

NEWS

Meldepflicht für alle Salmonellen-Serotypen

Die Verantwortlichen des niederländischen Qualitätssicherungs-Systems IKB-KIP gehen bei der Salmonellen-Bekämpfung wieder einen weiteren Schritt voran. Der Expertenrat hat kürzlich eine zusätzliche Verschärfung der

Auflagen beschlossen. Demnächst gilt eine Meldepflicht für alle Salmonellen-Serotypen und damit auch für solche, die nicht kritisch für den Menschen sind. Ab 1. Januar 2010 müssen die Betriebe der Erzeugungs- und

Vermarktungskette positive Befunde aus dem Salmonellenmonitoring sofort der zuständigen Wirtschaftsgruppe für Geflügel und Eier melden. Der niederländische Sektor ist damit erneut Vorreiter in der Europäischen Union.

FrISChe und Convenience sind die Wachstumstreiber



Die bekannte Marke Friki, mit Sitz im holländischen Wezep, ist eine Tochter von Plukon und vermarktet hochwertige Geflügelfleischprodukte.

Innovationsstärke ist ohne Zweifel ein Markenzeichen der niederländischen Plukon Royale Gruppe. Das Unternehmen gibt dem Geflügelfleischmarkt unter anderem mit Fertiggerichten der neuen Generation und nachhaltigen Produktionskonzepten wichtige Wachstumsimpulse.

Die Plukon Royale Gruppe gehört fraglos zu den Big Playern im europäischen Geflügelfleischgeschäft. Rund 4,2 Millionen Masthähnchen werden wöchentlich in den sechs Schlachtbetrieben des niederländischen Konzerns geschlachtet. 2008 erwirtschaftete Plukon einen Umsatz von 614 Millionen Euro – im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von knapp 24 Prozent. „Und die Kurve zeigt weiter nach oben“, so Peter Poortinga, CEO der Gruppe. „Für 2009 erwarten wir einen Umsatzanstieg auf rund 700 Millionen Euro.“

Geflügelgerichte sind Trendsetter im Einzelhandel

Wachstumsimpulse kommen vor allem aus dem Frischgeflügelsegment und dem Convenience-Bereich. Besonders die sogenannten Dampfmahlzeiten des Unternehmens sind



Entwickelt mit dem Einzelhandel neue Produkte: Gerda Zijlstra (links), Marketing-Verantwortliche bei Plukon. Blickt optimistisch in die Zukunft: Peter Poortinga (rechts), Finanzvorstand der Plukon Royale Gruppe.

eine Erfolgsstory. Dabei handelt es sich um ultrafrische Fertiggerichte mit Geflügelfleisch, Gemüse und Beilagen für die schnelle Zubereitung in der Mikrowelle. Eine Wok-Gerichte-Range sowie die ready-to-eat Salatmahlzeiten der Plukon Royale Gruppe liegen ebenfalls voll im Trend. „Bei der Entwicklung von Fertiggerichten arbeiten wir direkt mit dem Lebensmitteleinzelhandel zusammen“, so Gerda Zijlstra, Marketing-Verantwortliche bei Plukon. „Hier entwerfen wir gemeinsame Konzepte und setzen sie in enger Abstimmung um.“ Auch in Deutschland hat sich die Plukon Royale Gruppe einen Namen

gemacht. Die hochwertigen und innovativen Geflügelfleischprodukte werden über die bekannte Marke Friki vermarktet. Die beiden deutschen Tochterunternehmen Friki Geflügel GmbH und Storkower Hähnchen GmbH versorgen den Markt unter anderem mit frischem Geflügelfleisch und einem breiten Geflügelwurst-Sortiment.

Nachhaltige Erzeugung rückt in den Fokus

Innovationsstärke stellt das Unternehmen auch bei der Entwicklung von Produktionskonzepten unter Beweis. Das Thema Nachhaltigkeit steht im Mittelpunkt der Aktivitäten. Neben der Bio-Produktion setzt Plukon seit geraumer Zeit auf das sogenannte Volwaard-Hähnchen. Dabei handelt es sich um ein Produkt, das aus einer schonenden Erzeugung stammt. Die Hähnchen werden bei einer geringeren Besatzdichte (17 Tiere/m²) mindestens 56 Tage gemästet. Neu ist die Scharrel-Produktion, ein extensives Bodenhaltungs-Konzept, das zwischen konventionell und Volwaard angesiedelt ist. Die Produkte dieses Zwischensegmentes werden im Herbst dieses Jahres in den Handel kommen.

Hähnchenfleisch so gefragt wie nie

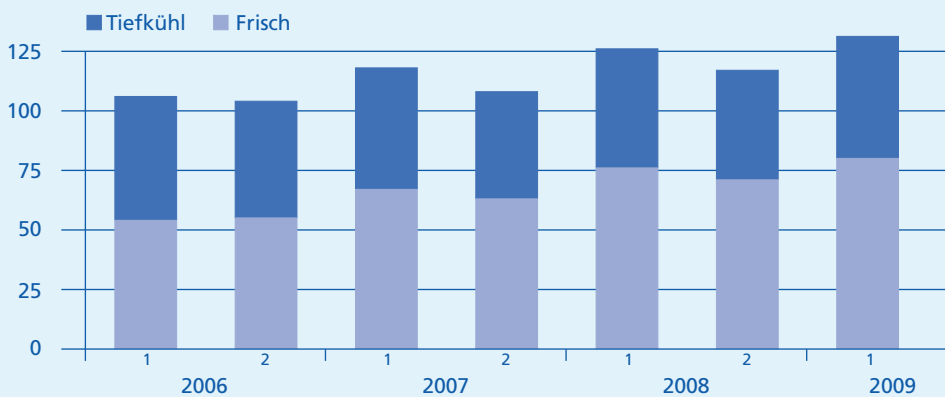


Der Verbraucher liebt Hähnchenfleisch: Es ist leicht zuzubereiten, lecker und gesund.

Geflügelfleisch steht immer öfter auf den Einkaufszetteln der Verbraucher. Auch im ersten Halbjahr dieses Jahres hielt der Nachfrageschub unvermindert an.

Der Geflügelfleischmarkt befindet sich auf anhaltendem Wachstumskurs. Darauf hat sich die niederländische Geflügelwirtschaft

bereits frühzeitig eingestellt und ihre Kapazitäten in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut. So stieg das Produktionsvolumen von 2005 bis 2008 um 15 Prozent. In diesem Zeitraum erhöhte sich sowohl die Menge geschlachteter Tiere als auch das Gewicht der gemästeten Hähnchen. Betrug das durchschnittliche



Marktanteile pro Jahreshälfte von frischem und gefrorenem Hähnchenfleisch (in tausend Tonnen).

NEWS

Strengere Auflagen für Antibiotikaeinsatz

Die Kontrolle des Einsatzes von Antibiotika in der niederländischen Geflügelwirtschaft wird weiter verschärft. Demnächst dürfen betreuende Tierärzte und Betriebe solche Mittel nur noch einsetzen, wenn ihre geschäftliche Beziehung schriftlich fixiert ist. Gemeinsam müssen sie den korrekten und selektiven Einsatz von Antibiotika umfassend dokumentieren. Außerdem ist ein spezieller Betriebsbehandlungsplan zu befolgen. Aus dem geht hervor, ob eine Antibiotikabehandlung erforderlich ist.

Lebendgewicht bei der Schlachtung im Jahr 2005 noch 2.080 Gramm, waren es 2008 bereits 2.188 Gramm.

Steigender Marktanteil für Frischware

Beim Hähnchenfleißeinkauf ist für die deutschen Verbraucher Frischware erste Wahl. Das belegen die aktuellen Daten der GfK. Nach Erhebungen der Nürnberger Marktforscher wurden hierzulande im ersten Halbjahr dieses Jahres rund 128.000 Tonnen frisches Hähnchenfleisch abgesetzt. Das ist ein Zuwachs von mehr als sechs Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Frisches Hähnchenfleisch hat damit weiterhin klar die Nase vorn. Der Marktanteil ist wieder gestiegen und lag im zweiten Quartal dieses Jahres mit rund 41.000 Tonnen bei knapp 45 Prozent des gesamten Geflügelfleischverbrauches. Insgesamt wurden in den ersten sechs Monaten dieses Jahres rund 190.000 Tonnen Geflügelfleisch abgesetzt – ein Plus von 4,5 Prozent.

Ihr Ansprechpartner in Deutschland:
 Pressestelle der niederländischen
 Geflügelwirtschaft
 c/o Seidl PR & Marketing GmbH
 Daniela Seidl
 Ruhrtalstraße 52
 45239 Essen
 Telefon: +49 (0)201 8945889-0
 E-Mail: info@seidl-agentur.com

Ihr Ansprechpartner in den Niederlanden:
 Wirtschaftsgruppe für Geflügel und Eier
 Ben Dellaert
 Louis Braillelaan 80
 2719 EK Zoetermeer
 Telefon: +31 (0)79 36343-30
 E-Mail: bdellaert@pve.nl

www.gefluegel-info.de



Pressestelle der
 niederländischen
 Geflügelwirtschaft