

LEKKER

Haantjes eten

De Lidl gaat hamburgers van hanenvlees

verkopen. Maar is er veel verschil in smaak tussen een kip en een haan? Tijd voor een braadhaan in de oven.

Ellen Willems

Voorthuizen

De broertjes van de kippen die onze eieren leggen, worden meteen na hun geboorte afgemaakt en verdwijnen in voer voor reptielen en dierentuinleeuwen. Terwijl het vlees prima eetbaar is, zegt pluimveehouderster Marjanne Borren van De Lankerenhof in Voorthuizen. „Het is de biefstuk onder het gevogelte.”

Dat de Lidl als eerste supermarkt hanenvlees uit de eierindustrie verkoopt, zoals werd aangekondigd, klopt niet. Bij de Odin-supermarkten, onder meer in Arnhem, Wageningen en Nijmegen, liggen namelijk al anderhalf jaar braadhanen in de diepvries. Deze komen van Gelders pluimveebedrijf De Lankerenhof, die 3.000 hanen per jaar verkoopt.

Een kleine markt nog maar, maar nu de Lidl zich ermee inlaat, hoopt boerin Borren dat hun bedrijf mee kan liften op de aandacht die er voor de haantjes komt. „Mensen aten vroeger haan, maar nu niet meer. We zijn ons niet meer bewust van het feit dat hanen gedood worden voor een ei.”

Borren is met haar pluimveehouderij al sinds 2012 bezig om de hanen weer op de kaart te krijgen. Ze werkt samen met de slachterij, winkeliers en chef-koks en is betrokken bij het project de Comeback van het Haantje, een initiatief van de Wageningen Universiteit en True Food Projects, met als doel de haan weer op het menu te krijgen. En dan hebben we het hier over de ‘leghaan’.

In de pluimveehouderij heb je twee ketens: kippen voor het vlees

en de kippen voor de eieren. Het kippenvlees in de winkel komt van de vleeskip. De eieren die we eten, komen van de legkip. Die legkippen komen natuurlijk uit een ei: uit de ene helft van de eieren komt een haantje en uit de andere helft een vrouwtje. Legkippen hebben niet zoveel vlees omdat ze juist zijn gefokt met het produceren van eieren als doel. Dat betekent dat het heel ranke kippetjes zijn, met weinig vlees en weinig economische waarde. De uitgelegde leghennen krijgen nog wel eens een ‘bestemming’ als soepkip, maar meer zit er niet in.

De hanen komen er nog slechter vanaf. Aangezien die alleen nodig zijn voor de bevruchting en geen eieren produceren, worden ze vaak



Het is de biefstuk onder het gevogelte

na één dag vergast. Dat is goedkoper voor de boer. Ofwel, de mannetjes zijn vaak overbodig.

Vroeger aten we de haantjes op. Nu heb je nog steeds restaurants waar je halve haan op de kaart hebt staan, maar dat zijn geen haantjes, maar soms uit Frankrijk geïmporteerde poussins of ‘piepkuikens’, die snel groeien en al na drie tot vier weken worden geslacht. Of restaurants noemen het halve haan, terwijl het gewoon vleeskippen zijn, waarvan het geslacht niet bekend is.

„Het verhaal gaat dat hanenvlees niet lekker is, maar dat klopt niet. Je moet hanen wel slachten voordat ze gaan kraaien, omdat het vlees dan harder wordt door de

hormoonwerking”, aldus Borren. Het bedrijf van haar en haar man is de enige van de twee pluimveebedrijven in Nederland die de hanen opfokken voor consumptie. „Iedere week dat ze langer leven, nadat ze gaan kraaien, geeft ongeveer 15 minuten extra bereidingstijd. Meestal beginnen de eerste hanen rond de 14de levensweek te kraaien.” Als ze een maand of 6 zijn, is het vlees echt te taai om nog te kunnen eten.

De hanen bij De Lankerenhof scharrelen 12 tot 13 weken waarna ze verkocht worden aan winkels en horeca. Ze zijn dan ongeslacht ongeveer 1.500 gram. Een vleeskuiken, de beruchte plofkip, bereikt een levend gewicht van 2.500 gram in minder dan zes weken. Een biologische vleeskip doet er tien weken over om dat te bereiken.

„Toen we begonnen in 2014 hadden we ongeveer 1.500 haantjes verkocht voor consumptie en in 2016 ruim 3.000. We willen graag groeien naar minimaal 12.000, omdat we ook 12.000 leghennen hebben en dan houden we dus alle haantjes die voor ons bedrijf geboren worden”, aldus boerin Borren van het eierproductiebedrijf.

De Lidl start volgende maand met het hanenvlees in de schappen. Bij de biologische supermarkten en de landwinkels in de regio zijn de hanen diepgevroren verkrijgbaar. Wakker Dier is blij met de ontwikkeling. „Per jaar worden zo’n veertig miljoen van deze haantjes vergast”, zegt een woordvoerder. „We zijn blij dat Lidl dit vlees gaat verkopen en hopen dat veel supermarkten gaan volgen.” De organisatie gaat daarom zelfs een radiospot uitzenden waarin zij mensen oproepen om haan te eten.

▲► Chris en Marjanne Borren van De Lankerenhof tussen hun pluimvee. EIGEN FOTO

► De haantjes die groot worden op het pluimveebedrijf. EIGEN FOTO

►► De gebraden haan (links) en kip verschillen in structuur en gewicht. FOTO JAN VAN DEN BRINK

