

## ‘Kiloknallers ondermijnen beleid Verburg’

- a) Eens. Supermarkten houden zo de bio-industrie in stand.
- b) Oneens. Consumenten willen geen biologisch (lees: duur) vlees kopen.
- c) Als het vlees voldoet aan alle door LNV gestelde eisen, is het niet erg dat supermarkten acties met vlees organiseren.
- d) Anders, namelijk ...



Goed onderwerp vindt Sjoerd van de Wouw, senior beleidsmedewerker bij Wakker Dier. Hij kiest gedecideerd voor a. “Vlees is absurd goedkoop. Een kiloknaller-kip in de supermarkt kost vaak rond de 5 euro. Daar moet iedereen aan hebben verdiend: de boer, veevoerspecialist, veetransporteur, slachter en supermarkt. Van het resterende bedrag moet de kip worden verzorgd. Dat kan alleen als je ze op elkaar propt met 20 kippen op een vierkante meter. Na zes weken is de doorgefokte kip ontploft van donzig eendagskuiken tot een kuiken van meer dan 2 kilo die amper meer kan lopen. De extreem lage prijzen worden zo afgewenteld op de zwakste schakel in de keten: het dier. Voor goedkoop vlees betalen dieren de prijs.”

Marc Jansen, directeur Consumentenzaken en Kwaliteit van CBL is het hier niet mee eens.

“Het beleid van Verburg richt zich terecht op verduurzaming van de voedselketen. Ook supermarkten nemen hiervoor hun verantwoordelijkheid en stellen vergaande eisen aan de ketenpartijen. De rijk gevulde CBL-duurzaamheidsagenda is hiervan het voorbeeld. Vooral voor huismerken gelden strenge duurzaamheidseisen op gebied van bestrijdingsmiddelen, dierwelzijn en arbeidsomstandigheden. Consumenten waarderen dat en verwachten het ook van hun supermarkt. De prijs van een product zegt niets over de duurzaamheid ervan. Als die week het varkensvlees in de aanbieding is, betekent dat niet dat de varkens die week ineens een minder goed leven hebben gehad dan anders. Er wordt door allerlei partijen dus onterecht een karikatuur gemaakt van de zogenaamde kiloknaller.”

Supermarkt Albert Heijn had geen behoefte om direct te reageren op deze stelling. De woordvoerder laat weten dat Albert Heijn in supermarktland de meeste keuze in vegetarisch, regulier vlees, scharrelvlees en biologisch vlees biedt. “Wij stellen onze klanten zo in staat een verantwoorde keuze te maken. Uiteindelijk willen we allemaal hetzelfde: de duurzame consumptie in Nederland stimuleren.”

Harry Romijn, 30 jaar werkzaam in diverse functies in de levensmiddelenbranche, kiest voor b. “Zelfs als het Nederlandse ministerie eisen vaststelt, die door België en Duitsland niet worden gedragen, met gevolg goedkopere prijzen daar, zal de consument zijn aankoop verschuiven en meer ‘over de grens’ kopen.”

*Reageren op onze stelling?*

*Ga naar [www.vmt.nl](http://www.vmt.nl), button ‘opinie’*