

Supermarkttelling weidezuivel



Supermarkttelling weidezuivel

Supermarkten spelen een belangrijke rol om koeien in de wei te houden of weer te krijgen. WSPA's weidezuiveltelling 2013 laat echter zien dat 4 van de 5 zuivelproducten die zij aanbieden gemaakt zijn van melk van koeien die mogelijk hun hele leven op stal staan.

Het probleem

Het typisch Nederlandse beeld van melkkoeien in de wei verdwijnt: steeds meer koeien worden het hele jaar door op stal gehouden. In 2012 kwam bijna een derde van alle Nederlandse melkkoeien nooit buiten, terwijl weidegang juist zo belangrijk is voor het welzijn van de koeien. In de wei kunnen koeien hun natuurlijke gedrag vertonen en ook draagt weidegang bij aan een betere gezondheid. Zonder ingrijpen, zo berekenden onderzoekers van Wageningen Universiteit, zal in 2025 nog slechts 1 op de 3 koeien in de wei komen.

Convenant weidegang

Om te voorkomen dat de koe uit de Nederlandse weiden verdwijnt, heeft de Duurzame Zuivelketen het Convenant Weidegang in het leven geroepen. Dit convenant wil een impuls geven aan weidegang door de trend van het opstallen te keren, met als doel minimaal het huidige niveau van weidegang te handhaven. Als criterium geldt hierbij dat koeien tenminste 120 dagen per jaar, minimaal 6 uur per dag in de wei komen. Zuivelproducten die volgens deze norm worden gemaakt, zijn te herkennen aan het weidemelklogo op de verpakking. Het convenant is ondertekend door een groot aantal partijen zoals organisaties van melkveehouders, zuivelproducenten en de overheid. Ook de supermarktketens AH, Jumbo en C1000 hebben hun handtekeningen onder het convenant gezet.

Rol supermarkten

In het Convenant Weidegang is onder meer vastgelegd welke rol supermarkten hebben, namelijk: 'Op commerciële basis aanbieden van zuivelproducten die geproduceerd zijn met melk van koeien die weidegang hebben gehad, waarvan geborgd is dat alle melkkoeien minimaal 120 dagen per jaar, ten minste 6 uur per dag weiden.'

Onderzoek: hoe doen ze het?

Anderhalf jaar na het ondertekenen van het convenant, heeft WSPA onderzocht in hoeverre supermarkten hun belofte zoals vastgelegd in het convenant waarmaken.

In dit onderzoek is gekeken naar het aanbod van weidezuivelproducten bij de supermarkten die het convenant hebben getekend. Hiernaast is ook supermarktketen Plus onderzocht om een vergelijking te kunnen maken met een supermarkt die geen deelgenoot is van het convenant. Verwachting hierbij was dat supermarkten die het convenant hebben getekend substantieel beter scoren dan een supermarkt die dat niet heeft gedaan.

Methodologie

Via tellingen in verschillende supermarkten is het aandeel weidezuivelproducten per productgroep

in kaart gebracht. Hiervoor zijn alle producten geteld die minimaal 50% koemelk bevatten. Alleen de producten die daadwerkelijk in de winkel aanwezig waren op het moment van de telling, zijn meegeteld.

Per productgroep is het aantal verschillende producten geteld. Producten zijn in de categorie weidemelk opgenomen indien:

- het weideganglogo op de verpakking aanwezig is. Bij kaas is hier een uitzondering gemaakt omdat, vanwege de verpakkingswijze, op verse weidekaas lang niet altijd het weideganglogo te vinden is: deze kaas is ingedeeld op basis van additionele informatie van de producenten;
- het biologisch keurmerk op de verpakking aanwezig is. Biologische zuivel is gegarandeerd gemaakt van melk van koeien die aan de weidegangnorm voldoen.

Per supermarktketen zijn drie winkels onderzocht – behalve van C1000, waarvan in twee supermarkten is geteld: C1000 is namelijk opgekocht door Jumbo en zal binnenkort verdwijnen. Ook is het aanbod van de online bezorgdienst Appie (onderdeel van AH) onderzocht en bij het resultaat van Albert Heijn betrokken.

Uitkomsten

Totaal	Aantal producten	Percentage weidezuivel/biologisch
Jumbo	849	21
	877	21
	1156	19
gemiddelde	961	20
C1000	845	22
	726	24
	gemiddelde	786
AH	928	24
	554	24
	1051	21
Appie	921	20
gemiddelde	3684	22
PLUS	766	20
	712	22
	788	21
	gemiddelde	755

Conclusies

- Het percentage weidezuivelproducten in de onderzochte supermarkten is laag: over het geheel genomen bedraagt het 21%.
- Het percentage van weidezuivelproducten in de onderzochte supermarktfilialen verschilt onderling weinig: het varieert van 19% tot 24%.
- Het gemiddelde aandeel weidezuivelproducten tussen de verschillende supermarktketens ontloopt elkaar nog minder: het varieert van 20% tot 23%. Dit verschil is kleiner dan verschillen binnen het aanbod van een en dezelfde supermarktketen (20% tot 24% bij AH/Appie).
- In sommige productgroepen, namelijk houdbare drinkyoghurt en smeerkaas, is geen enkel product verkrijgbaar van gegarandeerde weidemelk. Andere producten zijn zeer beperkt in weidezuivel of biologische variant verkrijgbaar zoals chocomelk. Een aantal productgroepen scoort wel goed op het aandeel weidezuivel, zoals drinkontbijt en verse drinkyoghurt waarbij het overgrote deel uit weidezuivel bestaat.
- Er is geen verschil tussen het aandeel weidezuivelproducten in supermarkten die deelnemen aan het Convenant Weidegang en dat van de supermarkt die daar geen deel aan heeft.
- Het aanbod van alle supermarkten staat zeer ver weg van het doel van het Convenant Weidegang. Dat is minimaal het stabiliseren van het niveau weidegang in 2012, dat wil zeggen 70% van de melkkoeien dient weidegang te hebben.

Aanbevelingen

WSPA roept supermarkten op:

- om het aandeel weidezuivelproducten in de komende drie jaar sterk te vergroten, minimaal tot het niveau van 70% - in lijn met het minimumambitieniveau van het Convenant Weidegang;
- een prijsstelling te hanteren die boeren in staat stelt op duurzame, dus ook diervriendelijke manier zuivel te produceren.