

# RESULTATEN FOLDERMONITOR: JAARCIJFERS 2016

Wakker Dier; januari 2017

## Wat is de foldermonitor van Wakker Dier?

### Supermarkten

Wakker Dier laat sinds 2011 de vleesaanbiedingen van de grootste supermarktketens onderzoeken. De supermarkten AH(XL), Aldi, Dirk, Emté, Jumbo, Lidl en Plus zijn constant meegenomen sinds 2012. C1000 en Super de Boer zijn intussen afgefallen. Sinds januari 2015 monitort Wakker Dier ook de folders van Hoogvliet, Deen, Dekamarkt, Coop en Vomar.

### Meetmethode

Wakker Dier registreert de aanbiedingen uit de folders op productniveau (sku's). Inmiddels is dit een analysebestand van meer dan 45 duizend aanbiedingen waarvan bij elke aanbieding verschillende kenmerken genoteerd, zoals vleessoort, kiloprijs, supermarkt en dergelijke. Hierbij wordt gekeken naar al het vlees dat een maaltijdcomponent is: dus niet kant-en-klare maaltijden waar vlees in is verwerkt, ragout, snacks of pizza's, maar wel vlees uit het vleeschap en rookworsten. Vleeswaren worden sinds 2015 ook gemonitord, en zijn ook in dit rapport opgenomen. Lees [hier](#) meer over de meetmethode.

### Wat is een kiloknaller?

Wakker Dier maakt in deze analyse onderscheid tussen vlees met en zonder dierenwelzijnskeurmerk. Alle folderplaatsingen voor vlees zonder erkend en zichtbaar dierenwelzijnskeurmerk worden kiloknaller genoemd.

### Nieuwe definitie, eerlijkere vergelijking

Tot de zomer van 2015 werd onder een kiloknaller een aanbiedingen verstaan met een kiloprijs van €4,12 of minder. Deze definitie – die gebaseerd was op de gemiddelde prijs van kattenvoer – was aan vervanging toe. Immers, sommige duurdere stukken vlees zoals biefstuk waren in deze definitie nooit een kiloknaller, ongeacht hoe het was gesteld met het welzijn van de dieren. Bij goedkopere onderdelen – zoals kippenbouten – lag de standaard kiloprijs vaak al zo dichtbij de €4,12 dat vrijwel elke afprijzing een kiloknaller opleverde.

Om dit op te lossen, hebben we medio 2015 de definitie aangescherpt. De huidige definitie – aanbiedingen voor vlees en vleeswaren zonder dierenwelzijnskeurmerk – doet meer recht aan de verschillende diersoorten. Deze cijfers vermeldden we ook voor die tijd al regelmatig in onze persberichten. Omdat in de database veel gegevens zijn opgenomen van elke aanbieding, is ook over de jaren 2011-2015 het aantal kiloknallers te berekenen volgens de nieuwe definitie. Wanneer we jaren onderling vergelijken gebruiken we uiteraard dezelfde definitie voor de verschillende jaren. Zo blijven de vergelijkingen eerlijk.

### Dit rapport: vergelijking tussen 2015 en 2016

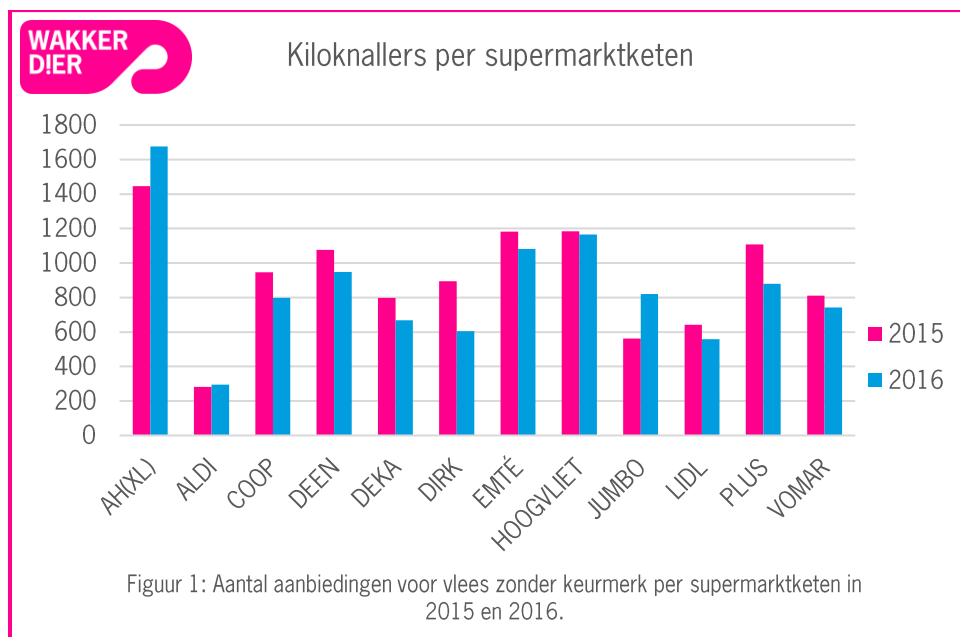
In dit rapport vergelijkt Wakker Dier de twaalf supermarktketens die sinds 2015 gemonitord worden: AH(XL), Aldi, Coop, Deen, Deka, Dirk, Emté, Hoogvliet, Jumbo, Lidl, Plus en Vomar. Samen hebben deze supermarkten zo'n 80% marktaandeel. Voor zowel de data over 2015 als de data over 2016 is de nieuwe definitie gebruikt.

## Lichte daling kiloknallers, stijging vleesaanbiedingen

In onderstaande analyses vergelijken we hoe de twaalf grootste supermarktenketens scoorden in 2016 ten opzichte van 2015.

### Lichte daling kiloknallers – marktleiders doen niet mee

Het totaal aantal aanbiedingen voor vlees zonder welzijnskeurmerk (kiloknallers) in het eerste halfjaar van 2016 komt uit op 10.234. Dit is een lichte daling (-6,4%) ten opzicht van 2015, toen er 10.930 kiloknallers werden gevonden in het eerste halfjaar. Niet alle supermarktketens dragen bij aan deze daling: opvallend genoeg zijn juist de marktleiders Albert Heijn en Jumbo meer gaan kiloknallen (zie figuur 1). Jumbo had maar liefst 46% meer kiloknallers in de aanbieding, Albert Heijn 16%.

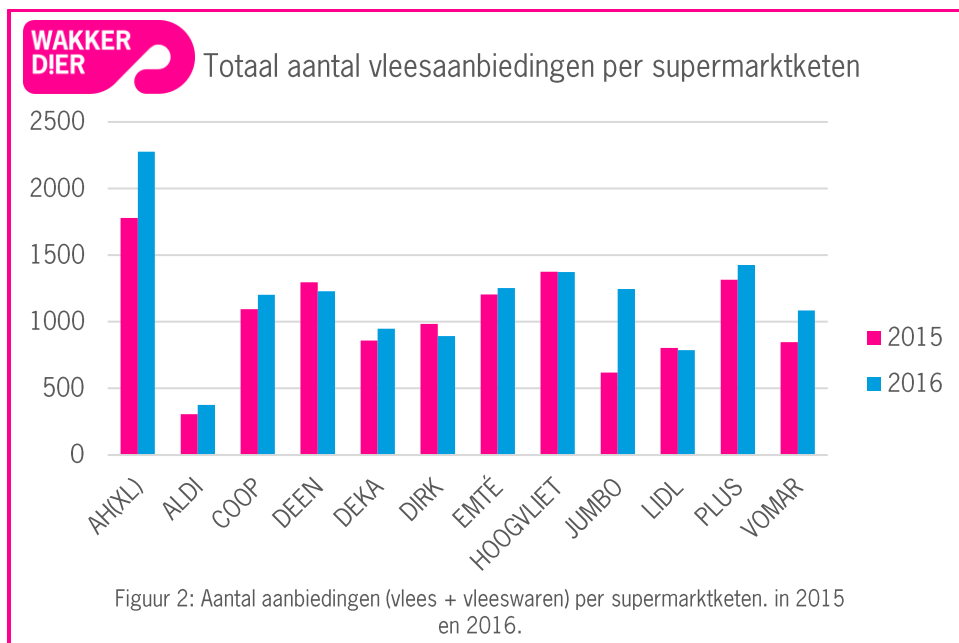


Albert Heijn, Hoogvliet en Emté hadden in 2016 het hoogste aantal kiloknallers. Wanneer gekeken wordt naar het percentage van alle vleesaanbiedingen dat een kiloknaller is, komen Emté en Hoogvliet er het slechtste uit: ruwweg 85% van hun vleesaanbiedingen is een kiloknaller.

### Meer vlees in de aanbieding

Ondanks de lichte daling in het aantal kiloknallers, hebben de supermarktketens in 2016 meer vleesaanbiedingen gehad dan in het jaar ervoor (zie figuur 2). In totaal hadden de twaalf supermarkten 14.099 keer vlees in de aanbieding in 2016, 1.612 meer dan in 2015.

Jumbo verdubbelde het aantal vleesaanbiedingen (+627). Hiernaast nam ook het aantal vleesaanbiedingen fors toe bij Albert Heijn (+497).

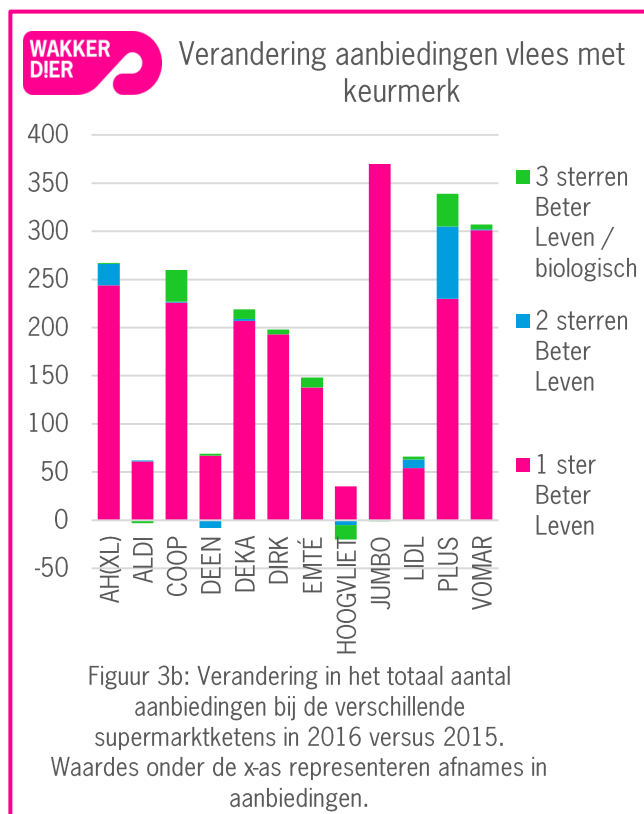
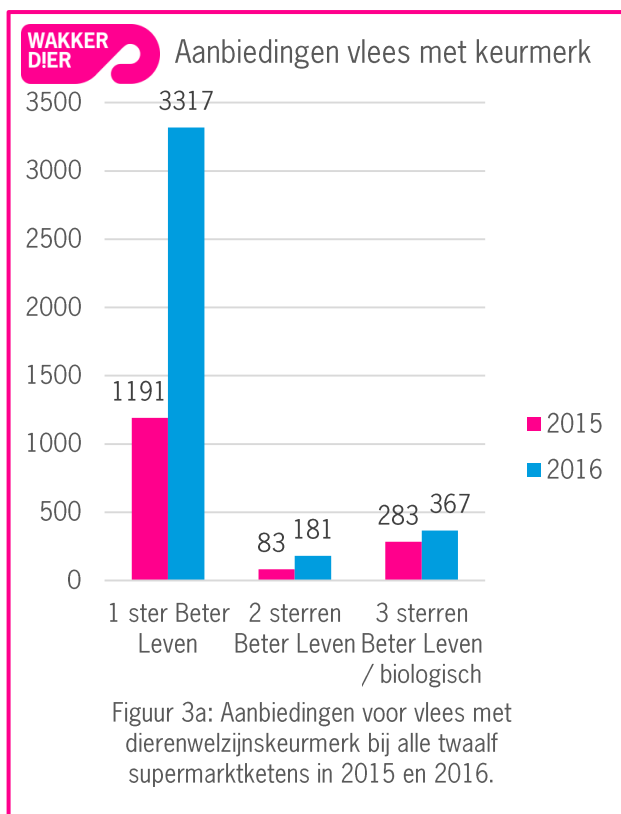


### Vooraf 1 ster Beter Leven in de lift

De stijging in het totaal aantal vleesaanbiedingen wordt grotendeels veroorzaakt door een stijging in het aantal aanbiedingen met 1 ster van het Beter Leven keurmerk (+2.126 stuks, zie figuur 3a). Alle supermarkten deden vlees met dit keurmerk in 2016 vaker in de aanbiedingen dan een jaar eerder.

Helaas hadden de meeste supermarkten nog altijd amper aandacht in hun folders voor vlees met 2 of 3 Beter Leven sterren van de Dierenbescherming. Supermarktketen Plus valt in dit opzicht positief op: zij verhoogden het aantal aanbiedingen met minimaal 2 sterren aanzienlijk (zie figuur 3b).

Ketens Albert Heijn (601), Plus (564), Jumbo (426) en COOP (407) hebben in absolute zin het grootste aantal aanbiedingen met dierenwelzijnskeurmerk. In verhouding tot het totaal aantal vleesaanbiedingen, hebben Plus (38%), Jumbo (34%) en COOP (34%) het hoogste aandeel aanbiedingen met dierenwelzijnskeurmerk. Aldi (83) en Emté (172) hebben de minste aanbiedingen met dierenwelzijnskeurmerk. In relatieve zin zijn dit Emté en Hoogvliet; bij deze supers blijft het percentage diervriendelijkere aanbiedingen rond de 15% steken.



### Voor de varkens in de folder hebben een iets beter leven

Voor de varkens profiteren van de stijging van het aantal aanbiedingen met 1 ster Beter Leven keurmerk van de Dierenbescherming (+2.126 stuks). Zo'n 90% van de stijging van deze aanbiedingen werd ingevuld met varkensvlees. Dit komt door de afspraken die supermarkten hebben gemaakt over hun varkensvlees: in 2016 zou al hun verse varkensvlees diervriendelijker moeten zijn. Deze belofte hebben ze nog altijd niet waargemaakt.

Een van de 'probleemproducten' is de varkenshaas: varkenshaas met een ster is moeilijk te krijgen, aangezien een varken maar twee varkenshaasjes levert. Toch weerhoudt dit supers niet om met varkenshaas te stunten: nog geen 12% van de 210 aangeprezen varkenshaasproducten in de supermarktfolders had hierdoor een dierenwelzijnskeurmerk. Alleen Albert Heijn heeft beloofd om in de loop van 2016 geen varkenshaas zonder keurmerk meer in de folder te zetten. Van alle varkensvleesaanbiedingen – dus inclusief bijvoorbeeld vleeswaren en – had bijna 40% een Beter Leven ster.

### Kip van Morgen maakt intrede in folders

Het aantal aanbiedingen met 1 ster Beter Leven kip steeg met 116 stuks. Ook de introductie van de verschillende nieuwe kipconcepten van de supermarktketens was zichtbaar in de folders: een derde van de kipaangebiedingen was voor een nieuwe kip. Deze nieuwe kippen zitten qua dierenwelzijns-eisen ergens tussen plofkip en kip met 1 Beter Leven ster in. Omdat ze niet voldoen aan de eisen van 1 Beter Leven ster, tellen de aanbiedingen voor de 'tussenkippen' als kiloknaller.

Naast ster- en tussenkip stond er in 2016 ook nog altijd plofkip in de folders: Zo lag bij Hoogvliet, Emté, Lidl en Deen dit dierenleed nog in heel 2016 in het versschap. Hiernaast was er bij veel supers nog plofkip te vinden in het vleeswarenschap en gebruiken ook sommige A-merken nog plofkip.

## Een kilo vlees is een kilo dier, geen stuntartikel

Wakker Dier wil dat supermarkten stoppen met het stunten met vlees. Met prijzenoorlogen en actiestickers remmen de supermarktketens de verduurzaming van de veehouderij. Met die lage prijzen wordt de vleesconsumptie kunstmatig hoog gehouden en worden boeren gedwongen om op te schalen, en een steeds hogere productie uit elk dier te halen. Ook de volksgezondheid is in het geding, concludeert de Onderzoeksraad voor Veiligheid. Zij stelt onder meer dat *'partijen zich gedwongen voelen om risico's te nemen, omdat grote marktpartijen de prijzen onder druk zetten'*.

Staatssecretaris Dijkema wil dat de supermarkten stoppen met stunten met goedkoop vlees omdat het ten koste gaat van de volksgezondheid, dierenwelzijn en een eerlijke prijs voor de boeren. Haar vervanger Martijn van Dam [vindt](#) het ongehoord en onverantwoord dat er zoveel wordt gestunt met vlees. *'Vlees is geen pak koekjes, vlees is geen zak chips, vlees is geen fles cola. Vlees komt van een dier en daar stunt je niet mee. Ik vind het ongehoord en onverantwoord dat het wel gebeurt. Want doe je dat toch, dan neem je willens en wetens de verantwoordelijkheid voor een keten waarin de boer de prijs betaalt en het dier de pineut is.'*

In januari 2015 stemde de Tweede Kamer al voor een motie tegen het stunten met vlees. En medio januari 2016 lieten veel partijen tijdens een [verkiezingsdebat](#) in Den Haag nog eens weten dat zij af willen van het stunten met vlees.

Ook [50 hoogleraren](#) sloten zich aan bij Wakker Dier en spraken zich uit tegen de kiloknaller.

Wakker Dier wil dat voor vlees een eerlijke prijs wordt betaald, zodat de dieren een diervriendelijker leven kunnen krijgen. Een kilo vlees is immers geen stuntartikel, het is een kilo dier.

Wakker Dier zal de komende jaren campagne voeren voor diervriendelijker vlees in de supermarkt. Lees meer over de campagne: <http://www.wakkerdier.nl/campagnes/kiloknaller-campagne>