

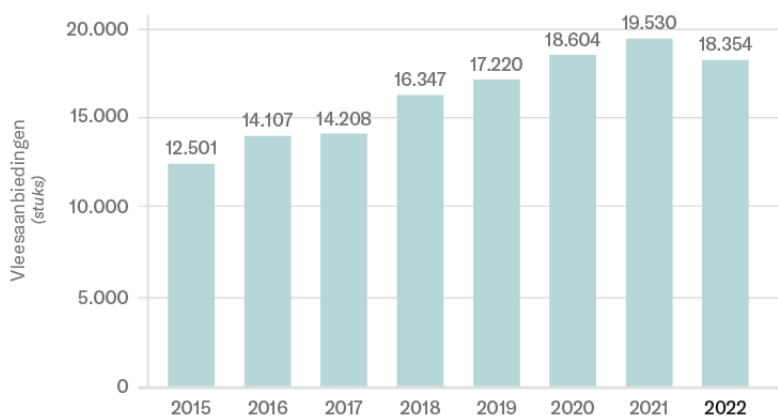
Factsheet Foldermonitor

Behorende bij persbericht: Vleesaanbiedingen dalen, maar niet bij Plus
Februari 2023

Vleesaanbiedingen dalen

Het aantal vleesaanbiedingen is in 2022 gedaald met 6 procent ten opzichte van het jaar ervoor (-1.176 stuks). Het is voor het eerst in de geschiedenis van de foldermonitor dat het aantal vleesaanbiedingen over een heel jaar gezien daalt (Figuur 1). In totaal stuntten de twaalf supermarktketens gezamenlijk nog altijd 18.345 keer met vlees. Hiermee ligt het aantal vleesaanbiedingen rond het niveau van 2020.

Totaal vleesaanbiedingen: ontwikkeling



Figuur 1: Het totaal aantal vleesaanbiedingen per jaar, gemeten bij twaalf supermarktketens. Het gaat om vleesaanbiedingen met en zonder dierenwelzijnskeurmerk.

Vleesaanbiedingen per supermarktketen¹

In 2022 waren er duidelijke verschillen te zien in de vleesstrategie van de supermarkten. De meeste supermarktketens droegen bij aan de daling in vleesaanbiedingen (Figuur 2). Zoals Spar², die meer dan 30 procent van zijn vleesaanbiedingen schrapt (-224 stuks). Bij Albert Heijn, Dirk en Lidl daalde het aantal vleesaanbiedingen met ongeveer 20 procent (respectievelijk -623, -298 en -205 stuks).

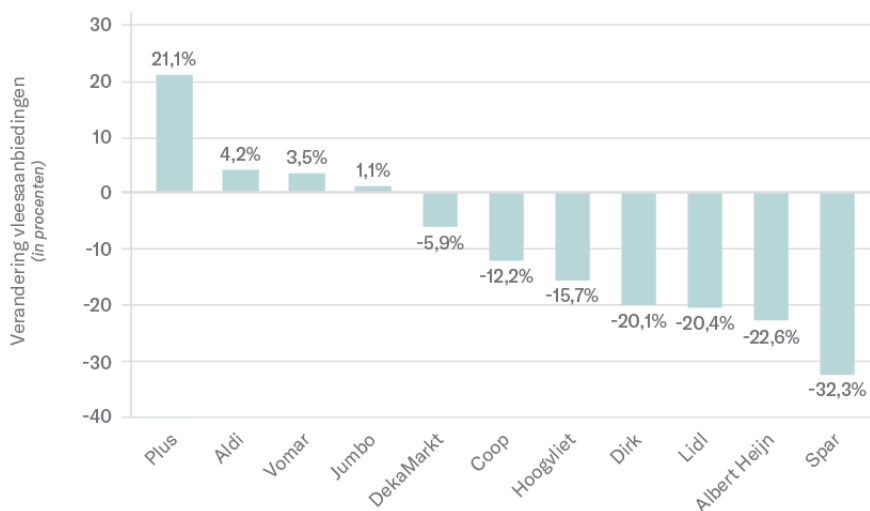
Opvallend is dat Plus het aantal vleesaanbiedingen juist fors liet stijgen, met meer dan 20 procent (+412 stuks). Daarmee is Plus de enige die zo sterk heeft ingezet op méér vleesstunts. De supermarktketens die na Plus de grootste stijging laten zien zijn Aldi en Vomar. De stijging was bij deze twee supermarkten aanzienlijk minder hoog, namelijk onder de 5 procent (respectievelijk +32 en +80 stuks). Bij Jumbo bleef het aantal stunts nagenoeg gelijk (+1 procent).

¹ Let op: online supermarkt Picnic loopt sinds halverwege 2021 mee in de monitor. Picnic vervangt supermarkt Deen, die uit het straatbeeld verdween. Van Picnic zijn dus geen gegevens beschikbaar zijn voor het hele jaar 2021. Hierdoor kan voor deze supermarkt het jaar 2022 niet met 2021 vergeleken worden. Picnic ontbreekt in die specifieke analyses.

² Lees meer over deze daling onder 'Stuntbeleid: inzetten op dierenwelzijn of juist niet?'

Totaal vleesaanbiedingen: stijgers en dalers

2022 ten opzichte van 2021

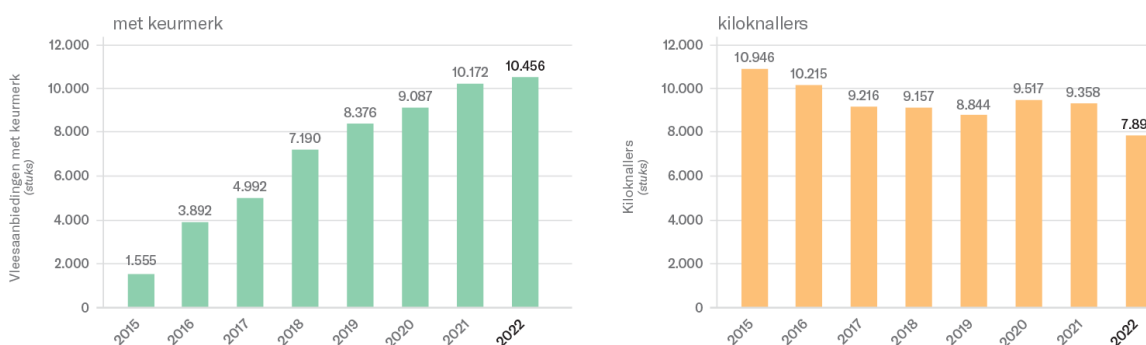


Figuur 2: Bij de meeste supermarkten lag het aantal vleesaanbiedingen in 2022 lager dan in 2021. Bij supermarkt Plus steeg het aantal vleesaanbiedingen in 2022 echter opvallend hard. Omdat online supermarkt Picnic sinds de tweede helft van 2021 wordt meegenomen, is voor deze supermarkt geen jaartrend te zien. Picnic ontbreekt daarom in deze grafiek.

Stuntbeleid: inzetten op dierenwelzijn of juist niet?

In de foldermonitor wordt van elke vleesaanbieding bijgehouden of het een dierenwelzijnskeurmerk draagt of niet. Aanbiedingen zonder keurmerk zijn kiloknallers. De eerdergenoemde daling in het totaal aantal vleesaanbiedingen bij de twaalf supermarkten (Figuur 1) wordt veroorzaakt doordat er ruim 15 procent minder kiloknallers waren (-1460 stuks). Het aantal aanbiedingen voor vlees mét dierenwelzijnskeurmerk steeg juist met bijna 3 procent (+284 stuks). Zie ook Figuur 3.

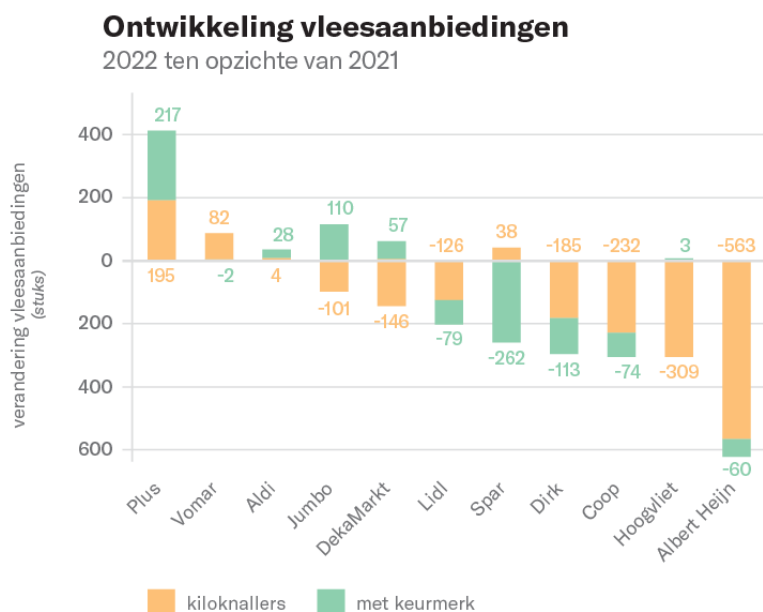
Ontwikkeling kiloknallers en keurmerken



Figuur 3: Ontwikkeling van het aantal aanbiedingen met dierenwelzijnskeurmerk (links) en het aantal kiloknallers (rechts) over de jaren. Voor elk jaar is het aantal aanbiedingen bij twaalf supermarktketens weergegeven.

Deze opsplitsing is ook per supermarkt te bekijken (Figuur 4). Supermarkt Spar valt dan op. De netto daling in vleesstunts is hier veroorzaakt door een afname van vlees met dierenwelzijnskeurmerk, terwijl het aantal kiloknallers juist steeg.

Bij Plus steeg het aantal aanbiedingen met en zonder keurmerk. Supermarkten Jumbo en DekaMarkt vervuilden de kiloknallers voor aanbiedingen mét dierenwelzijnskeurmerk, waardoor het totaal aantal vleesaanbiedingen bij deze supermarkt nagenoeg gelijk bleef. Bij vier supermarktketens namen zowel de kiloknallers als de aanbiedingen met dierenwelzijnskeurmerk af.



Figuur 4: De verandering in het aantal vleesaanbiedingen per supermarkt in 2022 ten opzichte van 2021. De verandering is weergegeven in absolute aantallen, waarbij onderscheid is gemaakt tussen vleesaanbiedingen met en zonder keurmerk (kiloknallers). Wanneer beide kleuren zich boven de nullijn bevinden (zoals bij Plus), stegen beide type vleesaanbiedingen. Wanneer beide kleuren zich onder de nullijn bevinden (zoals bij Albert Heijn), daalden juist beide type aanbiedingen. Wanneer de kleuren zich aan weerszijden van de nullijn bevinden, steeg het aantal aanbiedingen met het ene, en daalde het aantal aanbiedingen met het andere type. Bij bijvoorbeeld supermarkt Jumbo was er een stijging in het aantal diervriendelijker stunts, en een (bijna even grote) daling in het aantal kiloknallers. De supermarkten staan gerangschikt van links naar rechts op basis van hoe groot de stijging (of daling) van het *totaal aantal* vleesstunts is. Uiterst links staat de grootste stijger, uiterst rechts de supermarkt waarbij de afname (in absolute aantallen) het grootst was. Omdat online supermarkt Picnic pas sinds de tweede helft van 2021 wordt meegenomen, is voor deze supermarkt geen jaartrend te zien. Picnic ontbreekt daarom in deze grafiek.

Methode foldermonitor

Welke supermarkten

Sinds 2010 registreert Wakker Dier de vlees- en vleesvervangeraanbiedingen in de aanbiedingsfolders. In 2015 is de foldermonitor uitgebreid met vleeswaren en zijn meer supermarktketens toegevoegd. Vanaf dat jaar lopen twaalf supermarktketens mee in de monitor. Tien hiervan zitten er nog altijd bij: Albert Heijn, Aldi, Coop, DekaMarkt, Dirk, Hoogvliet, Jumbo, Lidl, Plus en Vomar.

In de loop der jaren zijn er twee supermarkten die in de monitor zaten uit het straatbeeld verdwenen. Deze zijn vervangen door andere ketens. Zo is Emté sinds 2019 vervangen door Spar, en is medio 2021 de aanbiedingsdata van supermarkt Deen gestopt, en is Picnic ervoor in de plaats gekomen. Deze vervangingen hebben geen invloed op de gerapporteerde jaartrends. Omdat van Picnic geen gegevens beschikbaar zijn voor het hele jaar 2021, kan voor deze supermarkt het jaar 2022 niet met 2021 vergeleken worden. De supermarkt ontbreekt in die specifieke analyses. Dit staat aangegeven bij de betreffende grafieken.

Welke folders

Van de supermarkten bekijken we verschillende uitingen. Alle wekelijkse folderaanbiedingen tellen mee, alsmede extra folders zoals de paas-, voorjaars-, kerstfolder, maandaanbiedingen en kortlopende weekend- en dagaanbiedingen. Ook uitingen in de reclamefolder zonder een duidelijke afprijzing tellen mee zoals ‘laagste prijsgarantie’, een aanprijzing van een nieuw product in het assortiment, of simpelweg het aandacht vragen voor vlees in de folder. Online supermarkt Picnic heeft geen papieren folder; van deze supermarkt worden de aanbiedingen in de app bekeken. De telling vindt plaats op SKU-niveau, verschillende varianten tellen dus apart mee. Een aanbieding als ‘gehakt, 250 of 500 gram’ telt dus als twee SKUs.

Vlees, vleeswaren en vleesvervangers

Op hoofdlijnen tellen we deze producten:

- Al het vlees en gevogelte in het vers vlees schap.
- Alle vleeswaren in het koelvak (vers, voorverpakt, tapas en patés).
- Vol- en halfconserven, zoals fabrieksrookworsten, verduurzaamde en gedroogde worsten, ook die welke ongekookt in het schap bij kruidenierswaren liggen.

Wat niet meetelt zijn folderplaatsingen voor producten waar vlees een beperkt deel van uitmaakt zoals kant-en-klaar maaltijden, ragout, salades, pizza’s en soepen.

In deze factsheet is er geen onderscheid gemaakt tussen vlees en vleeswaren. Waar wordt gesproken over ‘vleesaanbiedingen’ wordt dus bedoeld: de aanbiedingen voor vlees én vleeswaren. Voor de vleesvervangers geldt dat omdat aanbiedingen voor vis, schaal- en schelpdieren niet meetellen, we ook specifieke visvervangers (zoals visvrije tonijn) niet meenemen in de monitor.

Keurmerken

Van elke aanbieding wordt een veelvoud aan gegevens bijgehouden, bijvoorbeeld of vlees wel of niet een onafhankelijk dierenwelzijnskeurmerk draagt. Vlees geldt als keurmerkloos wanneer er geen algemeen erkend dierenwelzijnskeurmerk (tekst of logo) zichtbaar is in of bij de folderplaatsing. Wakker Dier hecht belang aan onafhankelijke keurmerken. Enerzijds omdat zij duidelijkheid scheppen voor de consument. Maar vooral ook omdat bij een keurmerk wordt gecontroleerd of gedane welzijnsclaims ook daadwerkelijk worden waargemaakt. Onder algemeen erkende dierenwelzijnskeurmerken verstaan wij: Beter Leven, biologisch, Label Rouge en scharrelvlees.

Kip

Veel supermarkten zijn momenteel bezig met de omschakeling naar kip met één Beter Leven-ster van de Dierenbescherming. Wakker Dier beschouwt één ster Beter Leven als ondergrens voor het kippenwelzijn. Kip die niet voldoet aan minimaal deze welzijnseisen, telt daarom mee als kiloknaller. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de kip met Pluimgarantie die bij verschillende Superunieleden ligt. Ook de Nieuwe Standaardkip bij Jumbo en de nieuwe AH kip van Albert Heijn die tot 2023 in het schap lagen tellen mee.

Varken

Sommige supermarkten zijn omgeschakeld naar het Varken van Morgen. Dit vlees voldoet aan de normen van één Beter Leven-ster. Maar omdat de supermarkten niet altijd het keurmerk vermelden en er ook wordt gestunt met gangbaar varkensvlees, is het voor de klant vaak onduidelijk wat er wordt aangeboden. Wakker Dier telt daarom alle reclames voor varkensvlees waar geen keurmerk bij wordt vermeld mee als kiloknaller.

Rundvlees

Bij rundvlees is vaak niet duidelijk of men te maken heeft met vlees van vleesrunderen, kalveren of van melkkoeien. Voor vleesrunderen en vleeskalveren bestaan zowel het Beter Leven keurmerk, als het biologisch keurmerk. Voor vlees van melkkoeien momenteel enkel het biologisch keurmerk. Ook voor rundvlees telt Wakker Dier alle reclame zonder zichtbaar dierenwelzijnskeurmerk mee. Dus ook reclames voor bijvoorbeeld ‘Iers rundvlees’ zijn kiloknallers, want dit vlees voldoet niet aan de eisen

voor één Beter Leven-ster. Vleesrunderen lopen in de zomerperiode weliswaar veelal buiten met hun kalf, maar er is geen garantie dat ook andere welzijnsproblemen zijn opgelost, zoals onverdoofde castratie en onthoorning, en roostervloeren.

Schaap, geit en 'wild'

Een (heel) klein gedeelte van de folderreclames zijn voor andere diersoorten dan de drie hierboven beschreven. Denk aan geiten, schapen en lammeren, eenden, kalkoenen en konijnen. Sommige liggen in het schap met het label 'wild'. Ook reclame voor vlees of vleeswaren van deze diersoorten zonder dierenwelzijnskeurmerk telt Wakker Dier mee als kiloknaller. Want het overgrote deel van deze soorten zijn geen wild, maar komen uit de vee-industrie, zoals konijn of eend. Als volledig zeker is dat vlees van 'echt wild' komt, dus van een dier dat een wild leven had, wordt een aanbieding niet meegeteld in de monitor.