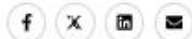


Jumbo stunt onder druk van Wakker Dier niet langer met vlees. 'Dit gaat klanten kosten'

Jan Schlimbach · Vandaag, 12:10 · Economie

Deel dit artikel



Spotgoedkoop vlees wordt dit voorjaar een zeldzaamheid in de schappen van supermarktkoncern Jumbo. Foto: Mattheijs Sorgdrager

Een kilo karbonade voor weinig, kippenvleugels voor bijna niks. Klanten van supermarktketen Jumbo zullen deze kiloknallers vanaf het voorjaar niet meer aantreffen in de koelingen.

Het supermarktkoncern stopt als eerste met de vleesaanbiedingen onder druk van Wakker Dier. Retaildeskundige Hans van Tellingen betwijfelt of de

Pyrrusoverwinning van Wakker Dier

De dierenwelzijnsorganisatie is ontzettend blij met de bekendmaking van de super. „We hebben grote bewondering voor de moed die Jumbo hiermee toont”, zegt een woordvoerder. „Vleesaanbiedingen drijven de verkoop van vlees enorm op. En de dieren betalen de prijs met slechte leefomstandigheden.” Wakker Dier hoopt dat andere supermarkten het voorbeeld van Jumbo volgen.

Van Tellingen heeft daar zijn twijfels over. „Dit is een pyrrusoverwinning van Wakker Dier.” Met het besluit van Jumbo wordt de wereld en zeker de dierenwereld niet gered. Hij verwacht zelfs dat de Brabantse keten op termijn terugkomt op het besluit te stoppen met goedkoop vlees. „Deze stap redt de wereld zeker niet. Andere partijen gaan gewoon door met goedkoop vlees. Deze stap kost Jumbo klandizie en goodwill.”

De retaildeskundige, die al dertig jaar het consumentengedrag namens zijn bedrijf Strabo in de winkelstraat onderzoekt, denkt dat mensen op zoek blijven naar scherp geprijsde vleesproducten. „Dat verander je niet. De consument is gevoelig voor de prijs. Wordt alles duurder, dan zoekt de consument een ander adres. De komt ten goede van de Dirken, de Vomar en de Aldi's. Die zijn niet gek.”

5 procent is vegetariër

Van Tellingen zegt dat het zou kunnen dat Jumbo niet de enige is die met de aanbiedingen stopt. „Albert Heijn kan ook meegaan met Jumbo want dat bedrijf geeft graag het goede voorbeeld, al zou het kunnen dat Albert Heijn beseft dat dit teveel marktaandeel gaat kosten.”

De retaildeskundige veronderstelt dat Jumbo door de knieën is gegaan voor oneigenlijke argumenten van Wakker Dier. „De agenda van Wakker Dier is dat mensen geen vlees meer moeten eten. 95 procent van de consumenten blijft dat toch doen, slechts 5 procent van de mensen is vegetarisch en dat percentage neemt niet toe, dat zijn de feiten.”

De maatregel van Jumbo leidt volgens hem niet tot een verandering in de vleesverwerkende sector. „Je kunt je afvragen hoe dieren verzorgd worden. Focus dan op het welzijn van de dieren.” Een woordvoerder van Wakker dier denkt dat het dierenwelzijn met deze stap er op vooruit gaat. „De afprijzing is voor andere bedrijven in de vleesverwerkende industrie niet goed. Boeren staan onder druk om tegen een lage kostprijs veel te produceren. Daar ontstaat nu meer ruimte om geld te verdienen en beter voor de dieren te zorgen.”