

Halal zorgt niet voor onnodig dierenleed

Halal veroorzaakt geen onnodig dierenleed. Dat stelt Mekkafood naar aanleiding van de campagne tegen halal-vlees van MDTB (Met de Dieren Tegen de Beesten). De actie vindt plaats omdat MDTB de opvatting deelt dat de dieren een gruwelijke dood sterven. Volgens Mekkafood zijn de gebruikte argumenten echter onjuist. Mekkafood betreurt het dat MDTB probeert met foute informatie de publieke opinie te beïnvloeden. De Islamitische slachtmethode zorgt ervoor dat

de dieren op de snelste en minst pijnlijke manier sterven, stelt Mekkafood. In Nederland wordt deze slachtmethode gehanteerd door EEG-goedgekeurde slachterijen die regelmatig door de Voedsel en Waren Autoriteit worden gecontroleerd.



SdB en Lidl weren Party

Super de Boer en Lidl hebben de uitgave van weekblad Party met een foto van een kale Sylvie van der Vaart uit de schappen gehaald. "Dit vanwege een zeer kwetsende en gemanipuleerde foto van een kale Sylvie van der Vaart. Deze foto overschrijdt alle fatsoensnormen", aldus Pieter

Valk, woordvoerder bij Super de Boer. Cees Verkerk, woordvoerder Lidl Nederland, laat zich in dezelfde termen uit over de montagefoto op de cover van Party. "Met deze actie laten we zien dat wij niet akkoord gaan met het publiceren van een dergelijk shockerende foto."

Edet Keukenpapier wordt Plenty

Edet Keukenpapier en Edet Easypull staan sinds de derde week van juni in de schappen onder de nieuwe naam Plenty. Edet wc-papier verandert niet van naam. Producent SCA heeft gekozen voor de naamsverandering omdat uit consumentenonderzoek blijkt dat keukenpapier en wc-papier een eigen categorie vertegenwoordigen. "Ze hebben verschillende functies, staan voor

andere emotionele waarden en vragen om een onderscheidende consumentenbenadering", aldus een woordvoerder van Plenty. Plenty is sinds begin dit jaar al geïntroduceerd in Engeland. De naamsverandering wordt breed ondersteund door een reclamecampagne, printuitingen en shoppingpagina's, een outdoor campagne en een consumentenactie.

Omzet per SdB-winkel stijgt

Super de Boer boekte in het tweede kwartaal van dit jaar € 488 miljoen consumenten-omzet met gemiddeld elf winkels minder dan in 2008. Directievoorzitter Jan Brouwer: "De gemiddelde winkelomzet is in het tweede kwartaal gestegen met 5,1% naar € 135.000 per

week. Over het eerste half jaar steeg de weekomzet per winkel met 3,7% naar € 131.000. We zijn tevreden met deze omzetre-sultaten". De consumentenomzet van het eerste halfjaar bedraagt € 951 miljoen tegen € 947 miljoen vorig jaar.

Zondagsopening

Een algehele zondagsopening voor supermarkten kost de horeca € 1,1 miljard en 11.400 fte's.

Goedemorgen! Dat kan nooit de bedoeling zijn en zelfs de meest vooraanstaande vertegenwoordigers van de supermarktbranche zullen hier moeite mee hebben. Dit zou namelijk betekenen dat de horeca onevenredig zwaar zou worden ge-

troffen door de maatregel. Heftige cijfers dus, die ook nog eens afkomstig zijn van niet de eerste de beste. Sterker nog, de berekening komt uit de koker van Jan-Willem Grievink. Naast zijn bekende werkzaamheden in onze branche, is hij ook nog eens directeur van het FSIN, ofwel Foodservice Instituut Nederland. Hij heeft dus verstand van beide takken van sport en weet dus waarover hij spreekt.

In de berekening wordt ervan uitgegaan dat 85% van de omzet die supermarkten extra binnen kunnen halen ten koste gaat van de horeca. Dat percentage lijkt me erg hoog. Het zou betekenen dat wij minder buiten de deur gaan eten of drinken omdat wij dat uurtje weekboodschappen niet op zaterdag doen maar op zondag. Dat er een relatie bestaat tussen de omzetten van supermarkten en horecabedrijven valt niet te ontkennen. Maar ik denk toch dat de invloed van de supermarktopening hier wordt overschat. In mijn ogen gaan consumenten niet méér thuis eten omdat ze op zondag hun boodschappen kunnen doen. Daarvoor liggen de grondslagen voor het eten thuis en het eten buiten de deur toch echt te ver uit elkaar. Consumenten gaan anders boodschappen doen. Dat zeker. Zo zal de verkoop van vers zeker baat hebben bij de zondagsopening. Maar de omzet van de horeca gaat niet zo hard dalen door de zondagsopening. Sterker nog, misschien gaan consumenten wel vaker iets buiten de deur eten en drinken wanneer de druk van het boodschappen doen op zaterdag weg is. Kunnen consumenten eindelijk rustig fun(ctioneel) shoppen in de stad én ergens lekker lunchen of een terrasje pikken.

René de Wit

