

SAMENWERKING IN DE KETEN

**DUURZAME RELATIES
TUSSEN BOER EN
SUPERMARKT**





INLEIDING

Alles komt samen in de supermarkt: wat boeren verbouwen en wat bedrijven maken ligt dagelijks in één van de meer dan 4000 supermarkten. Nederland draait op wat supermarkten verkopen en daarom moet het assortiment goed, gezond, veilig, betaalbaar én lekker zijn. Een uitdaging waar wij iedere dag samen met boeren, tuinders, leveranciers en wetenschappers aan werken.

Samenwerking in de keten is de afgelopen jaren steeds belangrijker geworden en dat zal de komende jaren alleen maar toenemen. Naast meer samenwerking zien we ook een toename van zogenaamde strategische samenwerking. Hierbij werken supermarkten en foodservicebedrijven intensiever samen met agrarische ondernemers en fabrikanten. Hierdoor zijn alle ondernemers in de keten bekend en kunnen bovenwettelijke eisen voor verduurzaming en circulariteit worden gesteld.

Langlopende contracten in deze gesloten ketens leiden tot zekerheid en stabiliteit bij zowel de leverancier als de afnemer. Ook de mogelijke meerkosten kunnen in gesloten ketens beter in beeld worden gebracht en als basis dienen voor de bilaterale commerciële gesprekken.

Als CBL willen we graag een aantal voorbeelden van dit soort strategische samenwerkingen laten zien. Belangrijk hierbij is wel om te realiseren dat deze ketenrelaties niet voor alle boeren in Nederland mogelijk zijn, aangezien een groot deel van de boeren en tuinders niet voor de Nederlandse markt produceert. Het is daarom van belang dat er constructief overleg blijft plaatsvinden over een oplossing voor alle boeren in Nederland. En daar leveren wij graag een positieve bijdrage aan. Er is namelijk werk aan de winkel en alle betrokken partijen, van klant tot land en van boer tot bord, zullen hun schouders hieronder moeten zetten.

Marc Jansen
Directeur CBL

STRATEGISCHE KETENSAMENWERKING

In 2019 heeft EFMI Business School in opdracht van het CBL onderzoek gedaan naar ‘Strategische samenwerking in de versketens’. In dit onderzoek zijn verschillende samenwerkingen geanalyseerd en daar zijn een aantal belangrijke inzichten uitgekomen. Deze inzichten helpen bij de verdere ontwikkeling van de samenwerkingsverbanden.

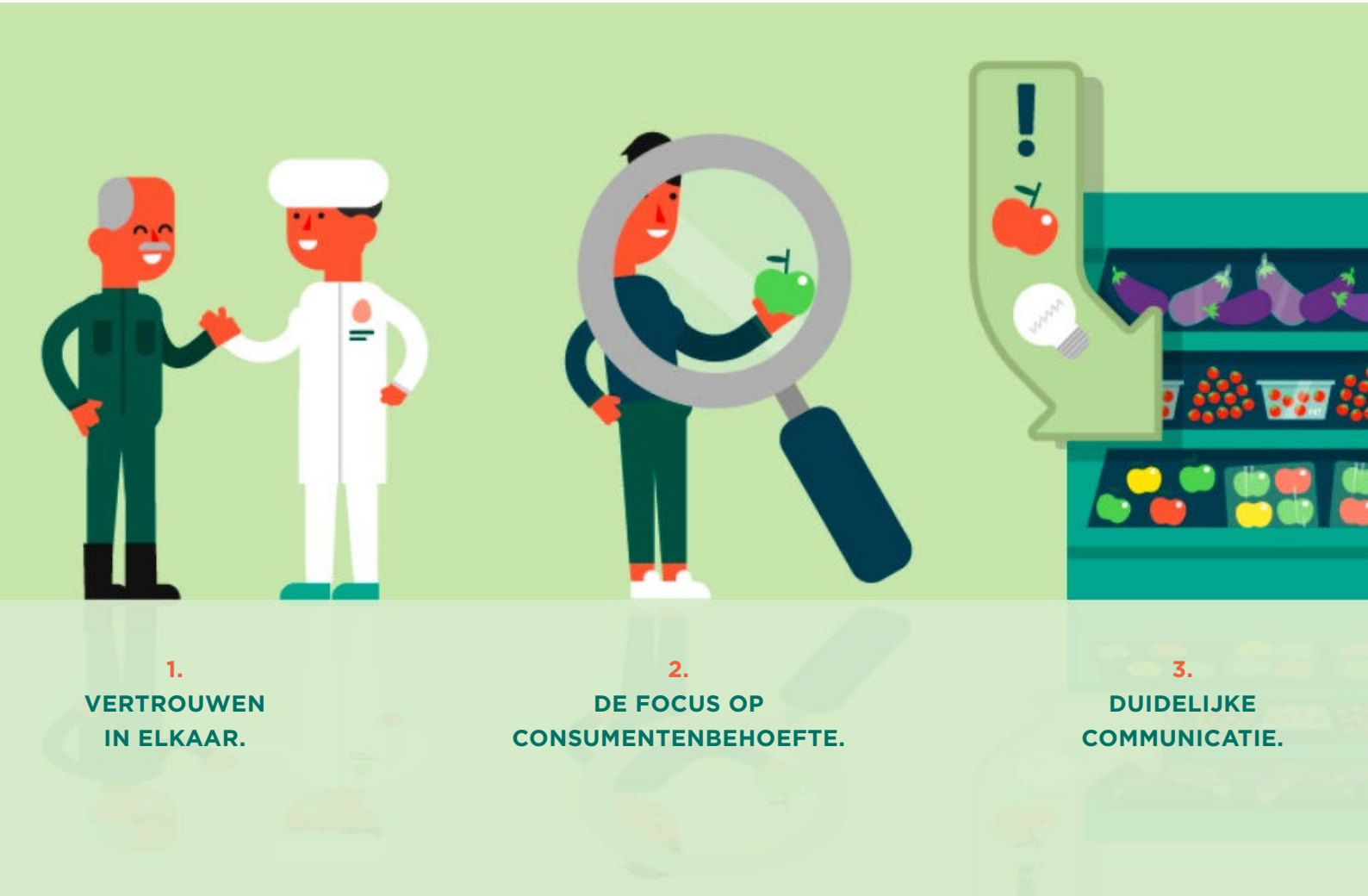
ONDERLING VERTROUWEN KETENPARTNERS ENORM BELANGRIJK

Het onderzoek heeft o.a. duidelijk gemaakt dat vertrouwen in ketenpartners onderling enorm belangrijk is om onzekerheden over bijvoorbeeld regeldruk, maar ook de snel veranderende samenleving en bijbehorende vraag om bijvoorbeeld meer duurzame producten het hoofd te bieden.

Daarnaast is het bieden van innovatieve en onderscheidende concepten en inzicht in de consumentenbehoefte van groot belang. Hier kunnen supermarkten een faciliterende rol in spelen. Supermarkten hebben als geen ander inzicht in de wensen van de klant en kunnen hier samen met boeren en fabrikanten op inspelen. Tot slot is communicatie over innovatieve concepten van groot belang om de consument mee te krijgen.

Volgens het onderzoek zou er in 2023 een toename zijn van het aantal strategische samenwerkingen in de versketen. Deze stijging is de afgelopen jaren inderdaad ingezet en dit wordt geïllustreerd door de voorbeelden van de verschillende supermarktketens.

Supermarkten zetten steeds meer in op het informeren van klanten over de manier waarop producten zijn gemaakt, overeenkomend de aanbevelingen in het rapport. Zo wordt er bijvoorbeeld meer gecommuniceerd over de herkomst van regionale- en streekproducten én over de boeren zelf. De komende jaren zullen supermarkten nog meer op deze communicatielijn inzetten. Op de volgende pagina is een greep uit de goede initiatieven van de supermarktketens te vinden.



PLUS - BOERENTROTS

PLUS heeft een unieke samenwerking met vijftien zorgvuldig geselecteerde Nederlandse varkensboeren, die werken vanuit de criteria van het 1-ster Beter Leven keurmerk van de Dierenbescherming. Stuk voor stuk familiebedrijven die extra aandacht hebben voor de gezondheid en het welzijn van de dieren én voor het milieu. Samen werken ze aan nóg lekkerder en verantwoord vlees, van dieren die een beter leven hebben gehad.

Met de keuze voor een eigen, gesloten en bovenal korte keten geeft PLUS inzicht in de herkomst van haar verse varkensvlees en -vleeswaren met het Beter Leven keurmerk 1 ster van de Dierenbescherming. De supermarktorganisatie kent haar varkenshouders, en zij kennen PLUS. Op de website worden de varkenshouders die exclusief aan PLUS leveren uitgebreid voorgesteld.

PLUS heeft onlangs het versmerk 'Boerentrots' binnen de vleesafdeling gelanceerd. Hiermee laat PLUS zien dat ze trots is op de boeren waar ze mee werkt en op de stappen die gezamenlijk gezet worden op het gebied van kwaliteit en duurzaamheid. Onder 'Boerentrots' verkoopt PLUS naast varkensvlees onder andere 2-sterren Beter Leven-keurmerk rundvlees. Begin 2021 heeft PLUS een financiële tegemoetkoming afgestemd met varkens- en rundvleesboeren. Die tegemoetkoming wordt ingezet in het geval van lage marktprijzen. Bovendien biedt PLUS deze boeren afnamezekerheid.



LIDL - KIPSTER

In 2017 is Lidl gestart met de exclusieve verkoop van Kipster eieren. Bij Kipster is op het gebied van duurzaamheid aan alles gedacht: het welzijn van de kippen, de impact van de stal op het milieu, maar ook aan de boer en de omgeving. Kippen zijn van nature bosdieren. In de Kipster-boerderij kunnen de kippen rondscharrelen in een bosachtige omgeving met veel daglicht en frisse buitenlucht. Door te kiezen voor een kippenras wat relatief weinig voer nodig heeft, is de impact op het milieu automatisch een stuk lager. Daarnaast komt dit voer ook nog eens uitsluitend uit regionale reststromen, waaronder overgebleven brood van de winkels van Lidl zelf. Hierdoor hoeft er geen landbouwgrond gebruikt te worden voor het verbouwen van voer voor de kippen én komt het overgebleven brood van Lidl goed terecht. Qua energiegebruik is ook aan alles gedacht, zo liggen op het dak van de boerderij 1.097 zonnepanelen, meer dan genoeg voor de eigen energiebehoefte. Als laatste wordt de fijnstof die vrijkomt bij de boerderij opgevangen. Dit betekent dat er geen uitstoot bij Kipster is; de lucht die de stal uitkomt is nog schoner dan de lucht die stal in gaat.

Om eieren te produceren worden er niet alleen leghennen geboren, maar ook hun broertjes, de hanen. Gebruikelijk in de industrie is dat de hanen kort na de geboorte worden gedood, omdat zij geen eieren leggen en ze minder vlees produceren dan vleeskuikens. Bij Kipster gebeurt dit niet. De broertjes van de leghennen groeien gedurende zestien weken op een biologische boerderij op en worden later verwerkt in verschillende vleesproducten. Zo verkoopt Lidl actiematig de Kipster

haanburger, Kipster rookworst en Kipster gehaktballen. Voor de productie van de rookworst en gehaktballen wordt zowel het vlees gebruikt van legkippen die op een leeftijd van twintig maanden uit productie gaan als het vlees van de haantjes.

De toezegging van Lidl om vijf jaar lang de eieren af te nemen gaf Kipster de financiële zekerheid om de eerste boerderij in Venray te realiseren. Omdat Kipster zo'n succes was, is er nu een tweede stal in Beuningen gebouwd. Daarnaast leert Lidl ook van Kipster hoe ze haar assortiment in eieren verder kan verduurzamen. Zo heeft Lidl bijvoorbeeld besloten om alleen nog maar witte eieren te verkopen omdat kippen die witte eieren leggen minder voer nodig hebben, wat zorgt voor een lagere CO₂-uitstoot.



JUMBO - NIEUWE STANDAARD KIP

Een langzamer groeiende kip met meer ruimte en natuurlijk daglicht: bij Jumbo vind je in het schap alleen maar verse kipproducten van Jumbo Nieuwe Standaard Kip (NSK). Jumbo heeft in 2014 met de introductie van Nieuwe Standaard Kip (NSK) samen met haar leveranciers en boeren een grote stap gezet in de verduurzaming van het kipaangebod. De leefomstandigheden van NSK-kippen zijn aanzienlijk beter dan die van de reguliere kip. Nieuwe Standaard Kip is een langzaam groeiend ras, dat langer leeft, minder zwaar wordt en over meer leefruimte beschikt. Daarnaast krijgt de kip natuurlijk daglicht, wat voor een natuurlijker dag- en nachtritme zorgt. Ook heeft de Nieuwe Standaard Kip de beschikking over afleidingsmateriaal. In vergelijking met reguliere kip in andere Nederlandse supermarkten komt NSK het dichtst bij 1 ster Beter Leven keurmerk.

Binnen de keten werkt Jumbo samen met een groep pluimveehouders die jaarrond NSK leveren aan Jumbo. We zijn trots op de inzet van de pluimveehouders die ervoor zorgen dat onze klanten kunnen genieten van een duurzame en betaalbare kip. En Jumbo blijft samen met de pluimveehouders werken aan betere leefomstandigheden binnen de keten van Nieuwe Standaard Kip. Zo is Jumbo als eerste supermarktketen volledig overgegaan op het direct geven van water en voer aan kuikens zodra ze uit het ei kruipen. Dit komt het welzijn van de kuikens ten goede.

Een volgende stap

Jumbo grijpt haar voorsprong met diervriendelijkere Nieuwe Standaard Kip (NSK) aan om in 2023 volledig over te stappen op scharrelkip met het Beter Leven keurmerk van de Dierenbescherming. Met de ervaringen die zijn opgedaan met NSK heeft Jumbo een sterke basis gelegd voor een relatief makkelijke de overgang naar de eisen van '1 ster Beter Leven'-keurmerk.



BOON FOOD GROUP - KETEN DUURZAAM VARKENSVLEES

Gezond eten, met respect voor de natuur en dieren is belangrijk voor Boon Food Group. Dit geldt voor alle producten, zo ook voor het varkensvlees. Boon Food Group verkoopt varkensvlees van Keten Duurzaam Varkensvlees: smaakvol en puur vlees geproduceerd met respect voor milieu én dier.

Keten Duurzaam Varkensvlees heeft heldere criteria op het gebied van milieu, dierenwelzijn en diergezondheid. Deze criteria worden scherp gecontroleerd. Omdat we als keten ambitieuze stappen willen blijven maken zijn alleen jaarlijkse controles onvoldoende. De extra stap, support,

is dan essentieel. De keten heeft een drietal tools om de deelnemende varkenshouders support te bieden, om te helpen met behalen van de doelstellingen.

De keten stelt materiaal beschikbaar, zoals jute doeken en bevestigingsbeugels voor de kraamzeugen. Daarnaast is er een speciale rol voor de boerderijcoach. Deze dierenarts heeft veel kennis van management en bedrijfsvoering en kan waar nodig individuele ondersteuning bieden. En als laatste benchmark, door middel van het online platform MijnKDV kunnen de boeren zien hoe zij presteren ten opzichte van het verleden maar ook ten opzichte van het gemiddelde in de keten. Dit helpt bij het geven van inzicht in het bedrijf en stimuleert de boer om nog een stapje extra te zetten.



Ons rundvlees heeft het Beter Leven keurmerk met 2 sterren.



JAN LINDERS - HET BESTE VERS VAN DICHTBIJ

Als dé supermarkt van het zuiden kent Jan Linders haar telers en boeren persoonlijk. Jan Linders gelooft erin dat het beste vers van dichtbij - uit de eigen streek - komt, zodat de afstand letterlijk en figuurlijk zo kort mogelijk is. Zo kunnen zij zélf gaan kijken bij de eerste Elstar oogst, of het eerste kratje asperges - zó van het land van teler Teboza - aan één van de klanten overhandigen.

Een goede relatie komt van twee kanten. Zo heeft Jan Linders afgelopen winter nog hun pompoenteler Chris Poelen geholpen toen hij 10.000 pompoenen over had doordat de horeca dicht was. Een ander mooi voorbeeld is de jarenlange samenwerking met Frank Tillemans, hun Limousin-veehouder. Hoewel Proviande (van Rooi Meat) de inkoop en de verwerking van het vlees voor Jan Linders verzorgt, staan zij zelf ook in nauw contact met Frank. Door de specifieke vakkennis aan beide zijden kan zo niet alleen de kwaliteit van het Limousin rundvlees voor onze klant verbeterd worden, maar ook de keten zo ingericht worden dat álle schakels hier sterker van worden.



ALDI - KWEKERS TROTS

ALDI werkt op diverse manieren strategisch samen in de keten. Zo heeft de discounter, net als meerdere Nederlandse supermarkten, producten met het 'On the way to planet proof' logo. Bij ALDI geldt dit voor alle dagverse zuivel en alle Nederlandse AGF.

Waar ALDI echter uniek in is, is de ketensamenwerking in de productcategorie bloemen en planten. ALDI is trots op dit aanbod. Het unieke plantenmerk van ALDI heet niet voor niets [Kwekers Trots](#)! Het is het eerste en enige retailmerk voor planten in Nederland en biedt volledige transparantie bij welke kweker de plant vandaan komt. Ook is er is continue uitwisseling met kwekers over uitdagingen in de markt en hoe we hier samen op in kunnen springen.

Kwekers Trots is opgezet samen met partner Royal Lemkes, met wie de discounter al ruim 25 jaar samenwerkt. Door de lange termijn samenwerkingen weten alle partijen waar ze aan toe zijn. Bij Kwekers Trots zijn 50 tot 60 kwekers aangesloten,

waarvan 95 procent uit Nederland. Hierbij voldoen de kwekers aan de hoogste kwaliteits- en duurzaamheidseisen; er wordt voldaan aan de wereldwijd geldende certificerings-standaarden van GlobalGAP en GRASP.

De samenwerking zorgt voor de kwekers voor leverzekerheid voor het merendeel van hun productie; een half jaar van tevoren is al duidelijk welke soorten er moeten worden geleverd en in welk soort keramiek. Door deze vaste relatie met elkaar biedt ALDI de kwekers de ruimte en de tijd om te kunnen investeren in het verbeteren en borgen van de kwaliteit van hun producten.

Op de website van Kwekers Trots komen wekelijks kwekers aan het woord om te laten zien hoe trots ze zijn op hun producten. Ze vertellen ook het verhaal achter de verschillende planten. De website en de sociale media van Kwekers Trots kennen grote bezoekersaantallen, dat laat zien dat de consument geïnteresseerd is in het verhaal achter de plant.



SUPERUNIE - PLANETPROOF

In 2019 hebben alle Superunieleden* hun zuivelschap verder verduurzaamd met PlanetProof-producten. Sinds begin april verkopen de supermarktketens de eerste vernieuwde Melkan-producten die het keurmerk ‘On the way to PlanetProof’ hebben. Superunie heeft de introductie van zuivel met het PlanetProof-keurmerk destijds aangegrepen om direct de verpakkingen te vernieuwen. Het nieuwe design laat zien waar Melkan voor staat: lekkere zuivel die met liefde en plezier is gemaakt. Ook is in één oogopslag zichtbaar dat de zuivel PlanetProof is.

‘On the way to PlanetProof’ is een onafhankelijk duurzaamheidskeurmerk van Stichting Milieukeur voor onder andere zuivel. Om het keurmerk te mogen voeren moeten de melkveehouders aan hoge eisen voldoen. Ze worden daarvoor beloond



met een meerprijs voor de geleverde melk. De PlanetProof-melkveehouders zetten zich extra in voor de natuur, het klimaat en het dierenwelzijn. Voor de natuur betekent dit bijvoorbeeld minder bestrijdingsmiddelen en meer ruimte voor bloemen en insecten en voor het klimaat het gebruik van duurzame energie en minder CO2-uitstoot. Ook zorgt de melkveehouder extra goed voor de koeien en de kalveren. Zo hebben de koeien bijvoorbeeld massageborstels, eigen ligbedden en gaan ze de weide in. Een goede gezondheid van de koeien en kalveren is een belangrijke eis van PlanetProof. Elk kwartaal wordt dit gecontroleerd voor een verbeterd welzijn.

*Boni, MCD, Coop, Deen, Dirk, DekaMarkt, Hoogvliet, Jan Linders, Nettorama, Poiesz, Sligro, SPAR, PLUS, Vomar.

POIESZ - NOORDERTROTS

Bijna honderd jaar geleden in Sneek begonnen, heeft Poiesz zich ontwikkeld tot dé supermarkt van het Noorden. Met hechte (agrarische) samenwerkingsverbanden die passen bij een familiebedrijf waar langetermijnvisie tevens ‘denken en geven om elkaar, om mens en milieu’ betekent.

Deze waarden komen tot uitdrukking in het eigen merk ‘Noordertrots’. Producten die hieronder vallen, moeten een duurzame bijdrage leveren aan de noordelijke economie.

Goede voorbeelden zijn aardbeien van de familie Schwering uit Marknesse, tomaten van sociaal werkbedrijf Empatec uit Wier en Noordertrots zuivel van dertien boeren uit Friesland, Groningen, Drenthe en Overijssel, aangesloten bij NoorderlandMelk. Van de zuivel gaat van elk verkocht pak twee eurocent naar het Weide Weelde Fonds. Dit fonds realiseert projecten die de weidevogel ten goede komen. Deelnemende melkvee-houders voldoen tevens aan voorwaarden rond kringlooplanbouw, weidevogelbeheer en diergezondheid en -welzijn.



COOP - BLONDE D'AQUITAINE-RUNDVLEES VAN ONZE EIGEN NEDERLANDSE BOERINNEN

Steeds meer consumenten vinden het belangrijk dat hun biefstuk of sukadelap van dieren komt die op de juiste manier zijn gehouden. Met aandacht voor dierenwelzijn, en met de hoogste kwaliteit. Kies je voor een product uit eigen land, dan is controleerbaar waar het vandaan komt en hoe het is gemaakt. De keten is transparant. Daarom werkt Coop samen met eigen Nederlandse boeren, die producten van eigen bodem leveren. Met het Van Nederlandse Boeren-logo laten we zien dat deze producten uit Nederland komen. Oer-Hollandse producten zijn nu eenmaal het verst en lekkerst.

Ook geeft Coop de boerinnen die hun Blonde d'Aquitaine-rundvee houden en verzorgen een podium. Zodat zij op kunnen staan voor goed, eerlijk én lekker vlees. Blonde d'Aquitaine-rundvlees – een honderd procent Nederlands

kwaliteitsproduct met een Franse naam en oorsprong – is vlees van topkwaliteit. De boerinnen dragen veel zorg voor de dieren: de runderen hebben extra veel ruimte, liggen dik in het stro, krijgen voldoende daglicht en leven in alle rust. Dat zie je terug in het uiteindelijke product: mager, smaakvol en sappig vlees van constante kwaliteit. In samenwerking met de boerinnen maakt Coop de consument bewust van de voordelen van het Blonde d'Aquitaine-rundvlees uit Nederland. Want: je weet precies wat je koopt en waar het vandaan komt. Het is een eerlijk verhaal over een (h)eerlijk product. In de toekomst zoekt Coop meer van deze samenwerkingen op, want samenwerking én transparantie in de gehele voedselketen is ons doel.



BONI SUPERMARKTEN - BOER EN SLAGER

Supermarktketen Boni betreft al zijn vlees zoveel mogelijk direct van de boer. Zo werkt Boni al ruim vijf jaar samen met één Nederlandse Limousin-stierenmester uit Overijssel voor de inkoop van rundvlees. Dit vlees ligt in de schappen onder de noemer 'Boer en slager'. Boni evalueert, samen met de leverancier, elke drie maanden de marktsituatie en is flexibel in de prijs als bijvoorbeeld stro- of veekosten oplopen. Voor de inkoop van varkensvlees heeft Boni een unieke ketensamenwerking opgezet. Zo werken zij direct samen met Vallei Varken en de vleesverwerker. De belangrijkste parameters voor de varkensprijs zijn de voer-, mest- en bigkosten.



DIRK - VOLLEDIGE RUNDVLEESKETEN

Op het gebied van rundvlees heeft Dirk de volledige keten (van boer tot supermarkt) in beheer. De boeren worden door Dirk geselecteerd en er wordt regelmatig gecontroleerd of zij nog voldoen aan de voorwaarden van Stichting Beter Leven. De keten begint bij de boeren die de runderen voor Dirk huisvesten en voeden en eindigt bij het verwerken in de eigen slagerij. Op deze manier is het hele systeem gesloten en is Dirk in staat een diervriendelijker en smaakvoller rundvleesassortiment aan te bieden.



ALBERT HEIJN - 'BETER VOOR'-PROGRAMMA'S ZUIVEL, VARKEN, KIP EN GROENTE & FRUIT

Bij Albert Heijn staan we voor 'beter eten': gezonder, duurzamer en natuurlijk lekker. Een belangrijke pijler in het duurzaamheidsbeleid is 'betere ketens'. In Nederland wordt samengewerkt met een vaste groep van 300 melkveehouders, 100 varkensboeren, 200 eierboeren, 200 pluimveeouders en 200 groente- en fruittelers. Soms al decennialang. Dit gebeurt op basis van langlopende contracten met gezamenlijke afspraken over onder meer duurzaamheid, innovaties en het verdienen vermogen. Zo biedt Albert Heijn boeren en telers zekerheid en continuïteit zodat ze kunnen investeren in hun bedrijven en kan Albert Heijn haar klanten dagelijks lekkere versproducten bieden van de hoogste kwaliteit.

Samen met de leveranciers, boeren en telers zet Albert Heijn zich dagelijks in de versketens van vlees, zuivel, kip, groente en fruit zo transparant mogelijk te maken. Daarbij wordt binnen de 'Beter voor'-programma's van Albert Heijn gewerkt waarbij een duurzame samenwerking met een gezond verdienmodel voor alle betrokken partijen het uitgangspunt is. Het wederzijds vertrouwen en de lange termijn samenwerking vanuit Albert Heijn maken investeringen in de toekomst van de bedrijven mogelijk.

Samen met varkenshouders en vleesverwerker Vion werkt Albert Heijn binnen een meerjarenprogramma: 'Beter voor Varken, Natuur en Boer'. De exclusieve samenwerking met een vaste groep van 100 Nederlandse varkenshouders is een versterking van Albert Heijns varkensvleesketen die al sinds 2011 voldoet aan het '1 ster Beter Leven'-keurmerk.

In de groente- en fruitketen bouwt Albert Heijn, samen met meer dan 200 vaste telers in Nederland, ook verder aan duurzame teelt in een vergelijkbaar 'Beter voor'-programma. De langdurige samenwerking staat centraal, naast afnamegarantie, eerlijke prijzen en compensatie voor duurzaamheidsinitiatieven waardoor telers met vertrouwen kunnen investeren in een duurzame bedrijfsvoering met zorg voor een beter klimaat en biodiversiteit. Ruim 300 van de 18.000 Nederlandse melkveeouders werken in het programma 'Beter voor Koe, Natuur en Boer' samen met Albert Heijn en maken hierbij gezamenlijk afspraken over de samenwerking. In 2022 komen daar nog 150 melkveeouders bij.

Met het 'Beter voor Kip, Natuur & Boer'-programma zetten Albert Heijn, 200 Nederlandse pluimveeouders en het pluimveeverwerkingsbedrijf Plukon Food Group wordt samengewerkt in een gesloten keten. Het wordt zekerheid en continuïteit geboden, zodat ze kunnen investeren in hun bedrijven en daarbij verdient iedereen in de keten een eerlijke boterham, nu en in de toekomst. Duurzame bedrijfsvoering met zorg voor de dieren, een beter klimaat en biodiversiteit zijn het uitgangspunt. Onderdeel van het programma is dat Albert Heijn vanaf 2023 minimaal scharrelkip met '1 ster Beter Leven'-keurmerk aan zal bieden.



DEKAMARKT - VERSPRODUCTEN UIT DE BUURT

DekaMarkt weet van alle versproducten waar ze vandaan komen. Er wordt nauw samengewerkt met boeren, telers en producenten en de samenwerking gaat vaak al jaren terug. Waar mogelijk haalt DekaMarkt versproducten uit de buurt. De paprika's van DekaMarkt komen bijvoorbeeld uit Harmelen, van kwekerij Midberg. Maar wel alleen in het Hollandse seizoen. Komkommers kunnen wel het hele jaar door uit Nederland worden gehaald. De Hollandse komkommers worden door kweker Tielemans, een teler van Kompany, in het Brabantse Boekel geteeld. Via de website van DekaMarkt wordt uitgebreid informatie gegeven over de telers.



HOOGVLIET - GROENE HART COÖPERATIE

Sinds 2010 werkt Hoogvliet al zeer nauw samen met de Groene Hart Coöperatie, een samenwerkingsverband van boeren en telers uit het Groene Hart die actief werken aan het bereikbaar maken van streekproducten voor een groter publiek. Vanwege het regionale karakter van Hoogvliet en het marktgebied dat zich concentreert in en rondom het Groene Hart, vonden beide partijen elkaar in een unieke samenwerking om het Groene Hart Streekproduct te promoten.

Hoogvliet heeft binnen de samenwerking nauw contact met de boerenbedrijven om het Groene Hart en haar prachtige streekproducten in de supermarkt op de kaart te zetten. Inmiddels liggen er ruim veertig streekproducten onder het label Streek in de 71 Hoogvliet supermarkten, van appels en peren tot boerenkaas, yoghurt, vleeswaren, eieren en volkorenbrood. Hoogvliet is er trots op steeds meer producten uit de buurt te kunnen aanbieden.



HET VAKCENTRUM - LOKALE SAMENWERKING

Het Vakcentrum vertegenwoordigt de zelfstandige supermarktondernemers in Nederland. De kracht van deze zelfstandig winkeliers ligt voor een groot deel in het feit dat zij samen met andere zelfstandig winkeliers in het hart van de gemeenschap staan. Hierbij is dan ook veel ruimte voor samenwerking, ook in de keten. Veel zelfstandig winkeliers hebben streekproducten van lokale producenten en leveranciers in hun assortiment, in aanvulling op het reguliere, standaardassortiment. Met die streekproducten wordt invulling gegeven aan de lokale identiteit van de winkel. Bovendien wordt ingespeeld op de vraag van de consument naar meer informatie over product en producent. De verkoop van streekproducten draagt daarnaast ook nog eens bij aan het verminderen van vervoersbewegingen.

Het voeren van lokale producten is tevens een onderwerp binnen het Super Supermarkt Keurmerk (SSK). Dit keurmerk wordt toegekend aan zelfstandige supermarktondernemers die zich onderscheiden door lokaal en maatschappelijk betrokken ondernemerschap. Het merendeel van de gecertificeerde ondernemers voert streekproducten. Zo biedt ondernemer Jaap Spithost (Coop Spithost) 'Drentsgoed' en ondernemer Robert Bonder (SPAR Bonder) 'Veluwe streekproducten'. Een aantal SSK gecertificeerde ondernemers weet het lokale aanbod zelfs te vertalen naar een geheel eigen productlijn die door lokale samenwerking tot stand komt: 'Ons Noaberschap' van de ondernemersbroers Leussink (Jumbo Leussink), 'Lekkers uit de buurt' van ondernemersechtpaar Bart en Katja de Bresser (Jumbo de Bresser) en 'De Streek+Verbeeten' van ondernemersfamilie Verbeeten (PLUS Verbeeten) zijn hier voorbeelden van.

Ook ondernemer Sietze Koetsier (Coop Koetsier) besteedt veel aandacht aan lokale producten. Met zijn concept 'Lekker van Koetsier' verkort de ondernemer de keten en stimuleert hij lokale ondernemers. Daarnaast is de SSK gecertificeerde ondernemer deelnemer aan het initiatief 'Ik Ben Drents

Ondernemer' waarin samen met andere ondernemers en producenten uit de regio wordt nagedacht over eerlijke, transparante ketens en de (economische) kansen van duurzaam, eerlijk en lokaal inkopen.

In Deventer-Apeldoorn-Zutphen werken 18 lokale boeren en 10 supermarktondernemers samen in de Coöperatie 'Van Onze Grond'. Gezamenlijk werken zij er aan om streekproducten herkenbaar en dichterbij de inwoners aan de man te brengen. Bestuurslid en supermarktondernemer Hans Kok (Jumbo Hans Kok) vertelt: 'Voor supermarkten is onder andere sterke lokale betrokkenheid een vereiste om mee te doen.'



SLIGRO - NATUURVLEES-NEDERLAND, HONDERD PROCENT NEDERLANDS

Het mooiste, meest malse vlees komt van dieren die in vrijheid genieten van natuurlijke voeding. Zoals het rundvlees van Natuurvlees-Nederland van Slagerijen Kaldenberg en Sligro. Ecologisch en duurzaam vlees van 100% Nederlandse vrouwelijke Limousin en Blond d'Aquitaine runderen uit eigen natuur wat ook voldoet aan de belangrijkste criteria van natuurinclusieve productie.

Vlees van Natuurvlees-Nederland is voor 100% een product van eigen bodem. Het komt van dieren die zijn geboren, gemest, geslacht en uitgesneden in Nederland. De runderen eten gevarieerd, bewegen veel en worden minimaal 2,5 en maximaal 9 jaar oud. Zo krijgt het vlees voldoende tijd om te rijpen en de smaak van de natuur in zich op te nemen.

In de vrije natuur

De runderen grazen minimaal zes maanden per jaar, 24 uur per dag buiten, vrij in Nederlandse natuurgebieden. Zoals in de nationale parken, bossen, polders en extensief gehouden graslanden. Daar houden ze de natuur open en wordt ruimte gegeven aan planten die anders in de verdrukking zouden komen. Hiermee dragen ze bij aan biodiversiteit.

De Natuurvlees-Nederland keten

De keten van Natuurvlees-Nederland is een zogeheten gesloten kringloop. De runderen komen van boerderijen die geen mestoverschot hebben en werken aan kringlooplandbouw en natuur-inclusieve landbouw. Dit betekent dat een groot deel

van het voer door de boeren zelf wordt verbouwd en/of uit de omgeving komt en dat de boeren rekening houden met de natuurlijke omgeving waar ze gevestigd zijn.

Binnen de keten is er een exclusief samenwerkingsverband tussen de boeren van Natuurvlees-Nederland, Slagerijen Kaldenberg en Sligro. In deze keten wordt gewerkt met 70 gecertificeerde boeren. De samenwerking is breed en coöperatief op het gebied van houderij, communicatie en prijsvorming.

Exclusief

Het vlees van Natuurvlees-Nederland is gecertificeerd met het twee sterren Beter Leven Keurmerk van de Dierenbescherming en is exclusief verkrijgbaar bij Slagerijen Kaldenberg en Sligro. Het vlees wordt verkocht in natuurlijke verhouding. Dat wil zeggen dat elk deel van het rund wordt verwerkt, van kop tot staart. Horeca-ondernemers en koks kiezen bewust voor dit vlees vanwege de specifieke smaak- en bereidingseigenschappen, het hoge niveau van dierenwelzijn, de Nederlandse herkomst, de transparantie in de keten en daarmee voor een 'echt verhaal aan tafel' van hun gasten.



SPAR - ECHT DICHTBIJ

Onder 'Echt dichtbij' van SPAR vind je allerlei lekkere producten uit een bepaalde streek in Nederland: lokale producten die gemaakt worden door kleinschalige producenten. Deze heerlijke producten zijn te vinden bij jouw SPAR in de buurt, dat is nog eens echt dichtbij!

Trots op de leveranciers

Elk product is uniek én bereid volgens soms al jarenoude receptuur. SPAR 'Echt dichtbij'-producten komen nog dichterbij door de handtekening op elke verpakking. Je ziet direct wie het product heeft gemaakt én waar het vandaan komt.

Op elk SPAR 'Echt dichtbij'-product vind je verder een kaartje van Nederland. Er staat een grote stip op het kaartje welke aangeeft in welke provincie en plaats het product is gemaakt. Zo vind je onder SPAR 'Echt dichtbij' de allerlekkerste boerenzuivel van Den Eelder uit Well. Maar wist je dat de koeien van Den Eelder niet alleen boerenzuivel produceren? Alle energie die ze gebruiken, wekken ze zelf op. Het methaangas uit de koeienpoep wordt namelijk opgevangen en omgezet in groene energie. Daarnaast hebben de koeien de vrijheid, want ze mogen zelf bepalen wanneer ze eten, naar buiten gaan en wanneer ze gemolken worden.



Van Jacomine en Ernst.





 Overgoo 13
2266 JZ Leidschendam
 070 - 3376200
 info@cbl.nl
www.cbl.nl

 Postbus 262
2260 AG Leidschendam

 [cblnieuws](https://twitter.com/cblnieuws)
 [centraal-bureau-levensmiddelenhandel](https://www.linkedin.com/company/centraal-bureau-levensmiddelenhandel)