

# Consument tast in duister bij herkomst ei

Transparantie kan de consument overtuigen van de goede kwaliteit van de producten die de veehouderij aflevert. Maar hoe belangrijk is die transparantie? V-focus onderzocht hoe transparant de eiersector is door op zoek te gaan naar de leverancier van een ei. Dat lijkt gemakkelijk – elk ei is immers voorzien van het unieke nummer van het pluimveebedrijf waar het geproduceerd is – maar de werkelijkheid blijkt anders.

Judith Waninge

**D**at de Nederlandse samenleving transparantie belangrijk vindt, blijkt wel uit de Nota Dierenwelzijn waarin is opgenomen dat uiterlijk in 2015 de productie-wijze van alle landbouwbedrijven transparant moet zijn. Uit een onderzoek uitgevoerd door Elvi van Wijk-Jansen van LEI Wageningen blijkt dat 58 procent van de burgers zich weleens heeft verdiept in de herkomst van levensmiddelen via een stalbezoek, via een webcam in de stal of recreatieve activiteiten zoals boerengolf of een feestje op het boerenbedrijf. Van Wijk-Jansen enquêteerde ruim duizend burgers en concludeerde dat burgers die een boerenbedrijf bezochten, meer kennis, begrip en waardering voor de veehouder hebben gekregen. Het hoogst gewaardeerd werden excursies.

## Wat wil de consument

Wim Guiking, webmaster van internetsite [www.devoedingswijzer.nl](http://www.devoedingswijzer.nl), geeft aan dat een toenemend aantal consumenten veel meer willen weten over de herkomst en productiewijze van voedsel. Daarvoor is openheid nodig. Zonder openheid blijft er onzekerheid bij (sommige) consumenten en dus argwaan. Dat de herkomst van ons voedsel leeft bij de consument, blijkt ook op de website [www.foodlog.nl](http://www.foodlog.nl) waar veel discussies en weblogs gaan over de herkomst van voedingsmiddelen. Supermarktorganisatie CBL is echter geen voorstander van verregaande traceerbaarheid voor de consument, omdat dit onnodige kosten met zich meebrengt. “Er is maar een kleine groep consumenten die daar behoefte aan heeft. De meeste consumenten gaan ervan uit dat de traceerbaarheid goed is geregeld”, aldus Miranda Boer van het CBL.

## Initiatieven van transparantie

Een van de voorlopers op het gebied van openheid en traceerbaarheid is het kalfsvlees van het merk Peter's Farm. Via een boerderijcode op de verpakking kunnen consumenten op de website [www.petersfarm.com](http://www.petersfarm.com) zien waar het gekochte stukje vlees vandaan komt. De informatie van de 31 bedrijven die deelnemen kan ook via de smartphone worden opgevraagd. “Het kunnen traceren van het vlees geeft de consument meer vertrouwen in het product”, vertelt Maurice Aalbers, marketing- en communicatiemanager bij Peter's Farm, die helaas geen openheid wil geven in de bezoekcijfers. Ook de herkomst van een pak Boerenlandzuivel van FrieslandCampina is gemakkelijk te vinden. De 130 aangesloten biologische melkveehouders staan op internet. Ilse Heemskerk, persvoorlichter van FrieslandCampina, geeft aan dat doelgroep van de zuivelcoöperatie, de bewuste consument, wel degelijk interesse heeft in de herkomst van zijn voeding. Ook FrieslandCampina wil niet prijsgeven hoeveel bewuste consumenten de website bezoeken. Ook in Duitsland is traceerbaarheid van voedsel een belangrijk item geworden. Schandalen zoals dioxine spelen daarin een grote rol, traceerbaarheid biedt de consument zekerheid. Supermarktorganisatie Aldi Süd geeft daarom de consument de mogelijkheid om via een app op de iPhone of via de website [www.ftrace.de](http://www.ftrace.de) de herkomst van het vlees te achterhalen. Ook de herkomst van een ei is in Duitsland gemakkelijk te vinden. Op de website [www.was-steht-auf-dem-ei.de](http://www.was-steht-auf-dem-ei.de) kan de consument het ei traceren tot op boerderij-niveau. De Duitsers zijn wél open over de bezoekcijfers. Afgelopen jaar trok deze website 320.083 bezoekers, hiervan kwamen 5.337 bezoekers uit Nederland, 303.363 bezoekers uit Duitsland en de overige bezoekers vanuit de hele wereld.

## Zoektocht naar herkomst Nederlands ei

Hoe gemakkelijk is het herkomstadres van een ei in Nederland te achterhalen? We nemen de proef op de som en kopen een doosje eieren bij supermarkt Hoogvliet. De eieren hebben alle de code 2-NL-358401. Op de website [www.ei-code.nl](http://www.ei-code.nl) is een heleboel informatie te vinden, maar helaas niet de herkomst van onze eieren. Via de klantenservice van de supermarkt worden we doorverwezen naar de leverancier: pakstation Guliker en Roodbol. Hoewel de website van dit pakstation als een van de weinige een ‘ei-zoeker’ heeft, zijn onze eieren niet bekend. Guliker en Roodbol weet ons in eerste instantie niet meer informatie te geven dan dat onze eieren ‘afkomstig zijn van een kip’. Volgens de woordvoerder van het pakstation heeft 95 procent van de pluimveeouders toestemming gegeven hun gegevens te koppelen aan de ei-zoeker. Dat onze eieren niet te traceren zijn, is toeval. Onze tray betreft een doorlevering van een ander pakstation. “Deze pluimveeouder is geen klant van Guliker en Roodbol en heeft geen toestemming gegeven voor vermelding van zijn gegevens”, vertelt Marco Roodbol. Op welk bedrijf onze eieren geproduceerd zijn, blijft een raadsel.

## Geen behoefte of geen ...

Harrie Ketels, vicevoorzitter van de Nederlandse Vakbond van Pluimveeouders en lid van het bestuur van Stichting IKB Ei is verrast over de uitkomsten van ons onderzoek. Hij leeft in de veronderstelling dat alle eieren traceerbaar zijn door de consument. “We printen toch niet voor niets de kipcode op het ei?” Arend Mijs, voorzitter van pakstationorganisatie Anevei, is er wel van op de hoogte dat de herkomstadressen van de eieren niet te achterhalen zijn. “Er is in het bestuur van Stichting IKB Ei wel gesproken over een site waar ook consumenten de eieren kunnen traceren, maar de behoefte voor zo'n zoekmachine werd niet gevoeld in het bestuur.” De pluimveeouderij beschikt over het zogenoemde Koppel Informatiesysteem Pluimvee (KIP) waarin alle eiercodes liggen opgeslagen. KIP is het wettelijke I&R-systeem voor pluimvee. “Deze database is niet openbaar omdat alle pluimveeouders dan eerst toestemming zouden moeten geven voor publicatie van hun gegevens met het oog op de privacywet”, aldus Hans Schouwenburg van Stichting IKB Ei.

## Zichtstallen

Alex Spieker, secretaris van de NOP, vindt openheid een goede zaak, maar ziet ook bezwaren. Hij vindt het moeilijk om richting consument te communiceren via het ei of het doosje. Voordat het ei in de winkel ligt, passeert deze namelijk



## UNIEKE EI-CODE

Via de unieke ei-code is de herkomst van het ei niet te herleiden voor de consument. Reden voor een hernieuwde discussie binnen IKB-Ei.

een pakstation en een retailer. Spieker ziet veel meer in zichtstallen voor het realiseren van de benodigde transparantie. Die pluimveebedrijven hebben zichtborden langs de openbare weg en via websites krijgt de consument gegarandeerd openheid van dat bedrijf. Ketels en Mijs stellen voor de discussie over de traceerbaarheid van eieren voor consumenten nogmaals te voeren binnen de Stichting IKB Ei. Wellicht dat we over enige tijd wél het pluimveebedrijf achter ons ei kunnen vinden.