

1: STAKEHOLDER ANALYSE

Deze stakeholder analyse is uitgevoerd ter verkenning van de zuivelketen en om te onderzoeken wat de complexiteit is van de voedingsindustrie rondom boter. De nadruk bij deze analyse ligt op welke verschillende stakeholders er betrokken zijn, in welke mate zij een primaire actor zijn bij het productieproces en welke secundaire actoren invloed kunnen uitoefenen. Met deze informatie is uiteindelijk gekeken naar de verschillen in belangen en invloeden. Er is geprobeerd via waardes een beeld te krijgen welke thematiek relevant is voor de productontwikkeling en de invloed van de industrieel ontwerper.

Om het onderzoeksgebied in te perken en als kennisbasis voor het invloedmodel en het model van de zuivelketen te gebruiken, zijn stakeholders gegroepeerd of buiten beschouwing gelaten in het uitgevoerde onderzoek.

Voor dit onderzoek is er hoofdzakelijk gebruik gemaakt van het onderzoek “zand in de witte motor” en “Rapport de Witte Motor”. Het eerste onderzoek heeft een vrij kritische blik op de zuivelketen, terwijl het rapport de witte motor, gepubliceerd door een belangenorganisatie van de zuivelindustrie, juist heel positief perspectief aandraagt. Door gebruik te maken van deze uiterste perspectieven wordt er verwacht mogelijke tegenstrijdigheden in perspectief te kunnen plaatsen. Daarnaast is informatie op de websites van de overheid geraadpleegd, zoals nvwa.nl en voedingscentrum.nl.

1.1 WELKE STAKEHOLDERS BEHOREN TOT DE ZUIVELKETEN?

De primaire stakeholders worden binnen deze analyse als actoren die door werkzaamheden direct invloed hebben op het productieproces van de zuivel. Dus bij het wegvallen van een van deze actoren zal het binnen de huidige vorm van zuivelproductie en promotie onwaarschijnlijk zijn dat het boterproduct de consument zal bereiken.

Er kan bij deze analyse op verschillende schalen worden gekeken naar de stakeholder, op regionaal niveau, dat wil zeggen een gemeente of provincie. Maar ook nationaal of Europees niveau biedt inzicht in de eigenschappen van de stakeholders.

MELKVEEHOUERS

Aan het begin van de zuivelketen staat natuurlijk het melkvee, maar zonder een boer, of melkveehouder, zou deze er niet zijn. Melkveehouders binnen de zuivelketen zijn professionele zelfstandige ondernemers die zich bezighouden met de productie van rauwe melk. Dit wordt gedaan door middel van het houden van melkkoeien en deze regelmatig te melken. De rauwe melk wordt opgeslagen in een koeltank voor maximaal 3 dagen, totdat het wordt opgehaald om verder verwerkt te worden. Melkveehouders werken samen in coöperatieve vorm, om zeker te zijn van een afname van hun melk. Op die manier hebben zij zelf invloed op prijsafspraken en dergelijke. Zij worden betaald per kg vet en eiwit. Vanwege de beperkte houdbaarheidsdatum van rauwe melk, vindt de distributie ervan regionaal plaats.

COÖPERATIES

De grootste zuivelcoöperatie in Nederland is Zuivelcoöperatie Friesland Campina. Een samenwerking van duizenden melkveehouders in Nederland, om de zekerheid van afname van melk te garanderen, tegen een rechtvaardige prijs. Daartegenover staat wel dat de kwaliteit van de rauwe melk van deze leden aansluit op de eisen van de coöperatie.

Deze leden zijn gezamenlijk eigenaar van de onderneming die vervolgens de rauwe melk verwerkt tot een consumentenproduct. Om de prijs van de rauwe melk te kunnen garanderen moet het tot kwalitatief goede producten te verwerken zijn, die ook voldoende verkocht wordt.

ZUIVELVERWERKER

De volgende schakel in de zuivelketen is de zuivelverwerker of (zuivel)producent, dit begint bij de distributie van de rauwe melk van de melkveehouder naar de fabriek of opslag. En deze schakel eindigt op het moment dat het product in de handel terecht komt of doorstroomt naar een andere voedselketen, om als ingrediënt verwerkt te worden.

DISTRIBUTIE

Vanwege de beperkte houdbaarheid van de rauwe melk moet de distributie naar de producent over korte afstand met korte duur plaatsvinden. Deze regionale distributie vindt plaats vanuit de melkfabrieken. Eens in de 3 dagen (of iets dergelijks) komt een melktank langs om de melk op te halen.

VERWERKING/BEWERKING

Na het transport van melkveehouder (via een centrale opslag) naar een melkfabriek, zal de rauwe melk worden verwerkt tot het gewenste eindproduct. Dit kan bijvoorbeeld consumentenmelk, boter, kaas of yoghurt zijn. Maar de rauwe melk kan ook verwerkt worden tot een ingrediënt voor andere producten, zoals melkpoeder. Waar melkveehouders in Nederland Nederlandse melk afleveren, kan het zo zijn dat

een melkfabriek de keus maakt om ook melk uit het buitenland te accepteren. Maar er is wel een vaste relatie tussen de melkveehouder en de industrie. Omdat zij vaste afspraken maken over prijs en kwaliteit, zorgt dit ook voor een zekerheid waardoor beide onderdelen niet geneigd zijn om deze relatie te verbreken.

Een van de eerste productieprocessen die de rauwe melk doormaakt is pasteurisatie, een korte verhitting en snelle afkoeling om ongewenste bacteriën te doden, een veiligheidsproces. Daarnaast vindt er standaardisatie plaats, dit wordt gedaan om de hoeveelheid melkvet in de melk te beïnvloeden, door middel van centrifuge. Dit wordt niet gedaan omwille van voedselveiligheid, maar als een bepaalde sturing naar een eindproduct. De lichte delen van de melk zijn namelijk vet en romig, en de zwaardere delen zijn magere melk, ook wel bekend als ondermelk. Op die manier kan voor de consumptiemelk een vast melkvetpercentage worden aangehouden door de juiste verhouding ondermelk en room samen te voegen.

Om tot producten zoals consumptiemelk, yoghurt, vla, pudding, boter en kaas te komen, zijn nog wat productiestappen nodig. Zoals het toevoegen van andere ingrediënten of het opnieuw pasteuriseren of steriliseren van de melk. Dit proces wordt ook wel “het op waarde brengen” van de melk genoemd, zoals het toevoegen van kleur- en zoetstoffen of melkzuurbacteriën voor yoghurt.

VERPAKKING

Vervolgens wordt het product verpakt, met behulp van toeleveranciers van bijvoorbeeld karton of kunststof. Het verwerken en verpakken wordt over het algemeen gezien als een schakel in de zuivelketen, omdat dit op dezelfde locatie gebeurt, of door een en dezelfde belanghebbende wordt uitgevoerd.

HANDEL

De handel is heel simpel gezien, de distributie schakel tussen de producent/merken en de consument. Er is een binding in deze schakel met zowel binnen en buitenland. Een groot deel van de Nederlandse zuivelproductie wordt verhandeld in een zuivelketen in het buitenland. Maar ook zuivel geproduceerd in het buitenland, kunnen uiteindelijk in Nederland verkocht worden. Er bestaat dus niet een zuiver Nederlandse zuivelketen. De handel heeft de keus over welke producten ervan welke fabrieken worden afgenomen. Maar feitelijk wordt de handel sterk gestuurd door de behoefte van de consument en de sturing vanuit de industrie naar de consument toe door middel van productmarketing. De

uitgangspunten waarmee de handel zijn productassortiment vormgeeft is het klantenspectrum, afzetpotentieel en de omzetdoelstellingen.

SUPERMARKTEN

De handel bestaat naast grote distributiecentra die producten van de zuivelverwerker ontvangt, ook uit detailhandel ondernemingen, een globaal onderscheid is er te maken tussen grootwinkelbedrijven en de kleine winkels. Grootwinkelbedrijven zijn beter bekend als supermarktketens met een vergelijkbare winkelformules. Bekende winkelformules zijn Jumbo en Albert Heijn.

DETAILHANDEL

Naast de bekende supermarkten zijn er ook een divers aanbod aan producten in de detailhandel. Maar in verhouding tot het aandeel van supermarkten in zuivelketen, is dit bijna verwaarloosbaar klein. Maar het mag zeker niet vergeten worden.

CONSUMENT

De consument, degene die het product koopt en consumeert. Binnen de zuivelketen is de consument een zeer brede schakel. Er zijn veel soorten consumenten maar ook heel veel consumenten. In die zin is de consument een zeer selecterende schakel, de mogelijkheid is om zuivel af te nemen direct bij de boer, fabriek, of via de meer reguliere weg, de handel (supermarkt).

WAARDE

De consument selecteert haar producten op basis van smaak, voedingswaarde, gezondheid, gemak, variatie, speciale karakter, duurzaamheid en prijs. De eigenschappen van het zuivelaanbod wordt dus daardoor beïnvloed. Welke eigenschappen nu uiteindelijk belangrijker zijn voor de consument hangt sterk af van hoe de consument ze percipieert en de doelen die de consument heeft met het product.

Naast de eerdergenoemde schakels, de melkveehouder, industrie, handel en consument, heeft de zuivelketen nog wat secundaire actoren die van invloed zijn op de zuivelketen. Een van de grootste is de overheid, in verschillende vormen. Maar aan de industrie zijn ook een aantal stakeholders verbonden. Daarnaast zijn er stakeholders te vinden die te definiëren zijn als consumenten die als onderdeel van de maatschappij, onafhankelijk van overheid en industrie functioneren.

OVERHEID

De overheid is in het geval van de zuivelketen een bijzondere actor. Zij is de sturende actor, in de zin dat zij de verschillende schakels in de keten controleert. Het is de taak van de overheid om de

voedselveiligheid te normeren en te handhaven. Met als doel dat iedere consument moet kunnen kiezen voor voldoende gezond, veilig en betaalbaar eten en drinken.

NEDERLANDS

In Nederland wordt de zuivelketen door middel van wetgeving genormeerd. Onder andere de warenwet is een belangrijk onderdeel hiervan. Deze wet houdt in dat een levensmiddel of product de gezondheid of veiligheid van de consument niet in gevaar brengen. In de warenwet staat aan welke eisen voedingsmiddelen moet voldoen. De controle van de warenwetregelgeving wordt gedaan door de NVWA door middel van waarschuwingen of boetes.

NVWA

De Nederlandse voedsel en warenautoriteit ziet erop toe dat het eten veilig is. Zij doen dit aan de hand van regels voor voedselveiligheid die zijn vastgelegd in de Warenwet of in Europese wetgeving. De mate waarin de NVWA invloed kan uitoefenen is sterk afhankelijk van de politieke sfeer. Het beschikbaar gestelde geld voor controles en onderzoek biedt dan wel meer of minder mogelijkheid tot aansturing.

VOEDINGSCENTRUM

De overheid financiert de Stichting Voedingscentrum om het mogelijk te maken dat consumenten makkelijk kunnen kiezen voor gezonde voeding. Het voedingscentrum geeft bijvoorbeeld advies over hoe je gevarieerd en veilig kunt eten. Het is een onafhankelijke stichting en beter bekend van het uitdragen van de Schijf van Vijf. Ze worden gefinancierd door de overheid. Naar aanleiding van het voedselschandaal in de vleesketen, werd er een taskforce opgezet door de overheid. Hieruit vloeide een campagne op de website van het voedingscentrum ter bewustwording van de consument, dat deze zich niet moet laten foppen door informatie op verpakkingen.

Naast het voedingscentrum en de NVWA heeft de overheid meerdere methodes en zaken om de voor de consument duidelijkheid te scheppen over de kwaliteit van de voeding, maar ook bijvoorbeeld de herkomst van het voedsel, of de mate van duurzaamheid. Logo's en (keur)merken op etiketten zijn bekende voorbeelden hiervan. Op die manier probeert de overheid naast het kennisgeven aan de consument, de industrie te sturen in naar het gewenste gedrag.

EUROPEES

Op Europees niveau is er ook een zekere mate van sturing op de zuivelketen. Naast regelgeving met betrekking tot de import en export van zuivel, is er ook zeer recentelijk, in 2014, de wetgeving met betrekking tot voedselinformatie vervangen. De wet heeft als doel de leesbaarheid van etiketten te

verbeteren en de consument informatie geven om goede voedselkeuze te kunnen maken, met aandacht voor gezondheid, veiligheid, herkomst en milieu.

INDUSTRIE

Los van de schakels in de zuivelketen, de melkveehouder, producent van boter en de handel, zijn een aantal kleine stakeholders te benoemen.

DIERVOEDING PRODUCENTEN

“Je bent wat je eet”. Zoals de voeding van een mens zich vertaalt naar de welgesteldheid van de mens, is dit zeker zo waar bij melkvee. De keus in voeding van de boer, maar ook de samenstelling van de voeding door de producenten is hiervan van invloed. De diervoedingsketen is hierbij dus niet een directe actor, maar de staat van deze keten stelt een soort randvoorwaarde voor de kwaliteit van de zuivel in de zuivelketen. Zit er bijvoorbeeld te veel antibiotica en dergelijk in de voeding, zal dit zich ook vertalen naar de kwaliteit van de kaas.

VEEARTS

Zoals eerder als werd toegelicht kan de mate van antibiotica van invloed zijn op de kwaliteit van de kaas. De veearts heeft, in zijn of haar keus een sterke invloed op de kwaliteit van de rauwe melk, maar ook de gezondheid van de consument. De kennis van de veearts wordt daarnaast ook beïnvloed door het wetenschappelijk onderzoek. Maar de veearts heeft in vergelijking tot de wetenschap directer invloed op de kwaliteit van de zuivel in de keten. Omdat de veearts invloed heeft op de zuivelketen via de melkveehouder is het niet een directe actor, maar secundair.

MARKETINGBUREAUS

Marketingbureaus, dan wel intern bij verschillende ketens aanwezig, of als externe schakel aangedragen door deze verschillende schakels, zijn sturend door hun gedrag in de wijze waarop de consument naar een product kijkt. Maar ook wat de algemene opvattingen zijn over de zuivelketen. De meest zichtbare marketing in de zuivelketen is de vinden in de verpakkingen en reclames van zuivelproducten voor de consument. Maar ook bijvoorbeeld op het gebied van het verbinden van de melkveehouder en diens werkzaamheden met de consument. Door te communiceren met de consument dat de koeien weer grazen in de weide.

KETEN KWALITEIT – ORGANISATIES (PRIVAAT)

Vanwege de sterke afhankelijkheid van het functioneren van de andere schakels, wordt de kwaliteit op die manier sterk geborgen. Om die kwaliteit te controleren bestaan er diverse private organisaties die zich daar mee bezig houden. Zo wordt de rauwe melk veelvuldig getest door een accreditatiecommissie. De opgestelde regels zijn af te leiden van de kennis die de zuivelketen bezit met

betrekking tot voedselveiligheid, smaak en bijvoorbeeld gezondheid. In zekere zin wordt er ook invloed uitgeoefend via de overheid op de ketenkwaliteit organisaties.

MAATSCHAPPIJ

De maatschappij is een soort verzamelnaam van stakeholders die niet direct te verbinden zijn aan de industrie of overheid. Bepalend voor deze groep stakeholders is dat zij veelal vanuit een (wetenschappelijke) kennisbasis, zoals ethisch, technologisch of biologisch onderzoek informatie verspreiden. Kenmerkend aan de maatschappij is het burgerschap van elke consument en als collectief invloed kan uitoefenen, of via een instituut zoals een wetenschappelijk onderzoek en via media een grote groep burger-consumenten (Tavenier, 2012) kan bereiken.

WETENSCHAP

Door nieuwe technologieën, verbeteringen in productieprocessen, maar ook nieuwe kennis over mogelijke gezondheidsrisico's kan de wetenschap impact hebben op de zuivelketen. Zij zijn in die zin niet een directe schakel van de zuivelketen. Maar door publicaties en dergelijke kunnen zij wel de gedragingen van de schakels van de zuivelketen beïnvloeden. De gezondheidsmaatregelen die een boer neemt bij het gezond houden van een koe. Of een goedkoper productieproces bij het bereiden van rauwe melk tot consumentenmelk. Niet alles wat de wetenschap publiceert, heeft directe impact op de zuivelketen. Er moet voor veranderingen eerst een draagvlak worden gecreëerd, onder de actoren van de zuivelketen, of de overheid (de sturende actor).

MEDIA

De media, in de vorm van journalistiek, zoals actualiteitenprogramma's en kranten. Maar ook websites met informatie, dat vanuit de samenleving los van de industrie of overheid is gevormd.

CONSUMENTENORGANISATIES

Er bestaan verschillende soorten consumentenorganisaties. Zij bestaan uit mensen uit de maatschappij. Ze zijn vaak vanuit ethisch perspectief bezig met zaken. De consumentenbond doet bijvoorbeeld regelmatig onderzoek binnen grijze gebieden waar de overheid niet directe noodzaak herkent om door middel van regel- en wetgeving te sturen.

Elke organisatie is verschillend en zal met verschillende aspecten van de markt, maatschappij en industrie bezig zijn. Zo is Wakker Dier een organisatie die onder andere de consument en industrie bewust wil maken van de kwaliteit van het leven van kip en te nudgen (Thaler, et al., 2008) in het aankoop- en verkoopgedrag.

1.2 WAT ZIJN DE BELANGEN EN INVLOEDEN VAN DEZE STAKEHOLDERS?

STRATEGIEËN EN INVLOED

Uit onderzoek gedaan door “zand in de witte motor”, bleek dat verschillende stakeholders op bepaalde manieren invloed kunnen uitoefenen. Naast dat de overheid, als sturende actor van de zuivelketen, in die haar rol een strategie kan toepassen om de zuivelketen te sturen. Slechts enkele schakels van de zuivelketen blijken strategisch hun belangen te kunnen behartigen. Zoals de verwerking en verpakking, de producent. Zij bestaan uit een klein aantal zeer grote coöperaties of bedrijven. Omdat zij een sterke verbinding hebben met de melkveehouders, de leden van de coöperatie zijn de melkveehouders, hebben zij de mogelijkheid om meerdere schakels in de keten te beheren. Met deze macht kan er sterk gestuurd worden. Bijvoorbeeld met prijsafspraken, maar ook de kwaliteit van de melk.

De handel en industrie wordt zeer dominant beheerst door de consument en haar beeldvorming. Met betrekking tot voedselveiligheid worden er door de overheid op basis van wetenschappelijke en politieke overwegingen normen en regelgeving opgesteld. Maar de reputatie van een product is voor de handel en industrie een gedragsbepalende factor. De vraag hierbij is in welke mate deze verhouding aanleiding geeft voor bijvoorbeeld bepaalde marketingstrategieën, om maar een goede reputatie te behouden.

INVLOED OVERHEID

De overheid is de sturende actor op dit moment binnen de zuivelketen. Zij streeft naar de optimale vorm van voedselveiligheid. Afhankelijk van de kennis die de overheid heeft over de zuivelketen, kan zij invloed hierop uitoefenen. Zo kan kennis over dat de industrie een grote invloed heeft op verschillende andere schakels in de zuivelketen, aanleiding geven om bij sturing te focussen op de industrie. Deze schakel kan dit dan geleiden naar de rest van de keten. Op die manier kan de overheid gebruik maken van de verhoudingen in de zuivelketen.

WAARDES

Omdat de reputatie van een merk of product een gedragsbepalende factor is voor een groot deel van de industrie, kan ook geconcludeerd worden dat de parameters waarmee een consument een product waardeert, invloed zijn op de belangen van de industrie.

In feite zijn dit alle waardes waar de consument haar productkeuze door laat beïnvloeden. Daarnaast zullen waardes of eigenschappen die niet direct zichtbaar voor de consument, binnen een groep stakeholders een rol spelen. Bij de industrie zal het gaan om interne processen zoals het optimaliseren van productieproces, door bijvoorbeeld te verbruiken energie te minimaliseren. Vanuit de overheid spelen zaken in relatie met voedselveiligheid waar de consument geen kennis van, naast de behoefte aan veiligheid van individuele consument een grote rol.

VOEDSELVEILIGHEID

Voedselschandalen, beeldvorming van de consumenten, gezondheid van consumenten geven aanleiding om hierop te focussen. Dit zorgt er ook voor dat schakels van de zuivelketen, die te ver af staan van de consument om uit zichzelf die belangen/behoefte te waarborgen, op indirecte wijze de belangen van de consument te behartigen. Voedselveiligheid is een van de parameters die de afgelopen decennia een van de belangrijkste uitgangspunten van de overheid. Het optimaliseren van deze parameter is op dit moment een belangrijk streven.

Gezondheid, aantrekkelijkheid en smakelijkheid zijn voorbeelden van waardes waar de consument haar keus op zou kunnen baseren. Waar de overheid naast voedselveiligheid voor de betaalbaarheid en beschikbaarheid van voedsel streeft. Duurzaamheid op het gebied van milieu kan via de invloed van bijvoorbeeld media of wetenschappelijk onderzoek een rol spelen.

ONDERLING BELANG

Lang niet alle waardes zijn even belangrijk voor de consument, of niet voldoende zichtbaar voor de consument om een keuze over te kunnen maken. Zo zal economische duurzaamheid, die afhankelijk is van kleine details binnen het productieproces een grotere invloedfactor zijn binnen de industrie, dan dat het een door de consument aangedragen invloedfactor is. Deze parameters zijn te definiëren als onderling belang. Hierbij zal altijd een verband worden kunnen gelegd met de waard perceptie van de selecterende actor, de consument. Maar door de grote afstand tussen bijvoorbeeld melkveehouder en consument, maakt interne belangen waarschijnlijker.

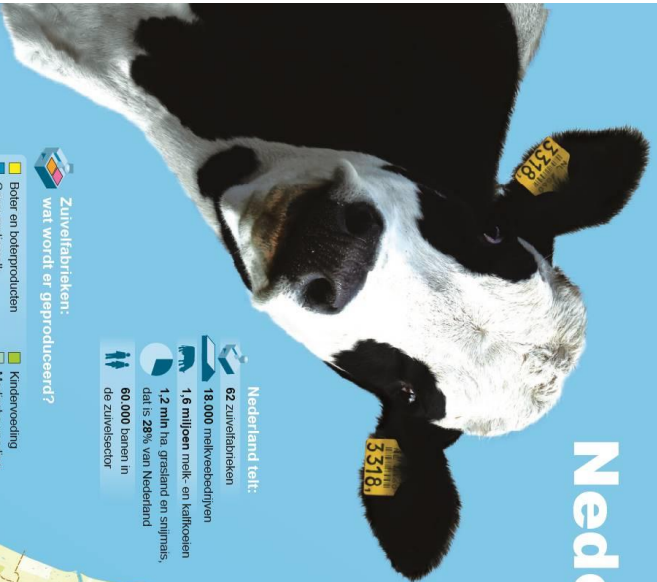
De consument staat tegenwoordig namelijk ver van de melkveehouder af. Waar vroeger de melkveehouder zelf de melk of boter aan de deur verkocht, staat hier de industrie en handel tussen. Deze schakels zorgen voor een grote afstand tussen de melkveehouder en consument. Met als resultaat dat de melkveehouder de consument enkel via deze schakels de consument zou kunnen bereiken. Belangen voor de melkveehouder zijn daarom sterk gerelateerd aan de toepassing van de industrie.

De opgestelde regels van de ketenkwaliteitsorganisaties worden sterk nageleefd door melkveehouders, niet alleen omdat zij anders hun accreditatie verliezen. Wanneer de melk kwalitatief niet hoog genoeg is, zal dit zich vertalen naar een kwalitatief slechter consumentenproduct, met als gevolg een risico op een mindering in omzet. Wat uiteindelijk een direct gevolg heeft op de prijs die de melkveehouder krijgt voor de rauwe melk.

2: POSTER NEDERLAND ZUIVELLAND

Nederlandse Zuivel Organisatie (2015). Nederland Zuivelland. Geraadpleegd van http://www.nzo.nl/sites/default/files/page/attachment/nederland_zuivelland.pdf

Nederland Zuivelland

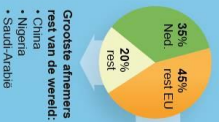


Nederland telt:
 62 zuivelfabrieken
 18.000 melkveebedrijven
 1,6 miljoen melk- en kalfkoeien
 1,2 mln ha grasland en stippas,
 dat is 28% van Nederland
 60.000 banen in
 de zuivelsector

Zuivelfabrieken: wat wordt er geproduceerd?



Waar gaat de Nederlandse zuivel naartoe?



Wat maken we van melk?



Welke producten exporteren we?



Wat levert de export van zuivel op?



Werken in de zuivel

In de zuivelindustrie is altijd vraag naar vakmensen. Kees een passende opleiding en kom werken in de zuivelindustrie als Laborant, Medewerker, Kwaliteitsanalist, Productieoperator, Procesoperator of Voedingsoperator.



Op **zuivelwerkt.nl** zie je welke banen en opleidingen er zijn. Of vraag je docent welke opleiding bij jou past. Wil je met je klas een keer langs bij een zuivelbedrijf? Op **zuivelwerkt.nl** staan alle bedrijven die hun deuren openstellen.



Aantal koeien en hoeveelheid melk



Meer over zuivel

Op **zuivelonline.nl** vind je filmpjes, blogs, foto-reportages, nieuws en nog veel meer over zuivel. Hier vind je ook alle zuivelproducten die er zijn, welke voedingsstoffen er in zitten en wat er allemaal van melk wordt gemaakt.



3: CODES COZK

Stichting Centraal Orgaan voor Kwaliteitsaangelegenheden in de Zuivel (COKZ). (2016). Register van erkende zuivelbedrijven en opslaglocaties. Geraadpleegd van <http://www.cokz.nl/>

Register van in Nederland erkende zuivelbedrijven in het kader van EU-hygiënepakket List of approved dairy establishments according to EC-regulations concerning food hygiene

Naam	Handelsnaam	Plaatsnaam	Erken-nr	Extra erkenningsnummers			
Koninklijke VTV Buisman B.V.		ZELHEM	Z0003	Z0082A	Z0849	Z0979	
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese	BALKBRUG	Z0004				
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese	LUTJEWINKEL	Z0005				
Schipper Cheese B.V.		ZAANDAM	Z0009	Z0447S			
Mead Johnson B.V.		NIJMEGEN	Z0010				
Koninklijke ERU		WOERDEN	Z0015	Z0106E	Z0302	Z0447AG	
N.V. Nutricia		ZOETERMEER	Z0017				
Kaptein Processed Cheese Factory		OOSTHUIZEN	Z0019				
Coöp. Zuivelfabriek Rouveen U.A.		ROUVEEN	Z0022	Z0447Y	Z0502G	Z0680A	Z0829B Z1466A
Bel Leerdammer B.V., loc. Schoonrewoerd		SCHOONREWOERD	Z0026				
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese	STEENDEREN	Z0027				
FrieslandCampina Kievit B.V.	FrieslandCampina Kievit	MEPPEL	Z0028				
Agglomix B.V.		TILBURG	Z0030				
FrieslandCampina DMV B.V.	FrieslandCampina DMV	VEGHEL	Z0032				
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese	RIJKEVOORT	Z0034				
FrieslandCampina Consumer Products		MAASDAM	Z0035				
Royal FrieslandCampina CPME&A	Royal FrieslandCampina Consumer Products	ROTTERDAM	Z0039				
	Europe, Middle East & Africa N.V.						
Nutricia Cuijk B.V.		CUIJK	Z0041				
Interfood B.V.		ITTERVOORT	Z0045				
Nestlé Nederland B.V.		NUNSPEET	Z0048				
D. van der Pol en Zn. B.V.		WIJK EN AALBURG	Z0051				
Bel Leerdammer B.V., locatie Dalfsen		DALFSEN	Z0054				
Arla Foods B.V.		NIJKERK	Z0055	Z0050	Z0188	Z0832	
Hyproca Dairy B.V.		OMMEN	Z0056	Z0828A			
Lyemph Kampen B.V.		KAMPEN	Z0058				
DOC Kaas B.V.		HOOGEVEEN	Z0059				
DOC Kaas B.V. (Buitenvaart)		HOOGEVEEN	Z0059D				
B.V. Kaashandel G. Schaap en Zn.		HUIZEN	Z0063				
Yakult Europe B.V.		ALMERE	Z0064				
Ind.- en Handelsondem. Vreugdenhil B.V.	Promelca B.V.	GORINCHEM	Z0069	Z0903	Z0918C	Z0928A	Z0929 Z0963 Z0964 Z0971
Sensus B.V. (locatie Zwolle)		ZWOLLE	Z0071				
Pieter's Kaashandel B.V.		ZEEWOLDE	Z0073	Z0829AF			
FrieslandCampina Domo B.V.	FrieslandCampina Domo	BEILEN	Z0075				
FrieslandCampina Consumer Products Int.	FrieslandCampina Consumer Products Int.	RIJKEVOORT	Z0085				
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese	BEDUM	Z0086	Z0988			
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese	GERKESKLOOSTER	Z0094				
NIZO Food Research B.V.		EDE GL	Z0097				
Daamen Verswaren B.V.		MAASTRICHT	Z0099				
Faan Zuidhorn B.V.	FZ Organic Food	WOLVEGA	Z0101				
Bel Leerdammer B.V., loc. Schoonrewoerd		SCHOONREWOERD	Z0106	Z0415	Z0447AW	Z0491A	Z0829W Z0898A
Fa. R. & A. Eisenga		OOSTERWOLDE FR	Z0110				
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese	WORKUM	Z0113	Z0989			
FrieslandCampina Domo B.V.	FrieslandCampina Domo	WORKUM	Z0113	Z0989			
Hazeleger Kaas B.V.		BARNEVELD	Z0114	Z0217H	Z0447Z	Z0829S	
De Groot - Verburg Kaas		BODEGRAVEN	Z0117				
Blok Kaashandel B.V.		WOERDEN	Z0118				
Van der Heiden Kaas B.V.		BODEGRAVEN	Z0121				

Register van in Nederland erkende zuivelbedrijven in het kader van EU-hygiënepakket
List of approved dairy establishments according to EC-regulations concerning food hygiene

Naam	Handelsnaam	Plaatsnaam	Erken-nr	Extra erkenningsnummers						
Korver Kaas		BODEGRAVEN	Z0124							
H. Bouter Kaashandel B.V.		GROOT AMMERS	Z0134							
Loomans Kaas Delft B.V.		DELFT	Z0135							
Fa. J. Anker Kaashandel		DRIEBRUGGEN	Z0136							
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.		LOCHEM	Z0142	Z0082C	Z0444					
Van Leeuwen-Ewijk V.O.F.		EWIK	Z0145							
FrieslandCampina Domo B.V.	FrieslandCampina Domo	DRONRIJP	Z0148							
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese R&D	WOLVEGA	Z0149							
Smilde Foods B.V.		HEERENVEEN	Z0155							
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese	MARUM	Z0156	Z0447R						
Kaas-Pack Holland B.V.		HOOGEVEEN	Z0159							
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.,	FrieslandCampina Cheese	WOLVEGA	Z0160	Z0205C	Z0469	Z0601	Z0601G	Z0731	Z0758	Z0814A
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Butter	DEN BOSCH	Z0161	Z0314						
FrieslandCampina Domo B.V.	FrieslandCampina Domo	BEDUM	Z0163							
B.V. Gestam Kaasexportvereniging		EDAM	Z0164							
Vandersterre Groep Dienstverlening B.V.		MEERKERK	Z0171							
Vandersterre Groep Dienstverlening B.V.		GIESSENBURG	Z0171B							
Zuivelcoöperatie DeltaMilk B.A.	De Graafstroom	BLESKENS GRAAF	Z0173							
Klasse Kaas de Groot B.V.		ZOETERMEER	Z0174							
Kaashandel A. Nell		WOERDEN	Z0177							
Kaashandel Fa. A. van der Stok V.O.F.		LOPIK	Z0180							
Beeverskaas B.V.		PUTTE	Z0186							
Kraats Kaas B.V.		HOOGEVEEN	Z0187	Z0507K	Z0829AD					
FrieslandCampina Domo B.V.	FrieslandCampina Domo	BORCULO	Z0199							
Kaashandel De Vries B.V.		STOLWIJK	Z0206							
Smith Kaas B.V.		VLISSINGEN	Z0211							
Zijerveld & Veldhuijzen B.V.	Zijerveld (hoofdlocatie)	BODEGRAVEN	Z0217	Z0595						
Kaashandel W. Bakker B.V.		BODEGRAVEN	Z0217B							
Pronk Juweel B.V.		WEESP	Z0218							
Boer's Kaashandel B.V.		WOERDEN	Z0220							
Van Breukelen Kaas B.V.		WOERDEN	Z0221							
A. en B. Karsemeijer V.O.F.		WOERDEN	Z0223							
E.M. Treur en Zn B.V.		WOERDEN	Z0226							
FrieslandCampina Consumer Products	FrieslandCampina Consumer Products	LEEWARDEN	Z0234	Z0345						
FrieslandCampina Consumer Products	Dairy Based Beverages	LEEWARDEN	Z0234							
Abbott Laboratories B.V.		ZWOLLE	Z0235							
Lypack Leeuwarden B.V.		LEEWARDEN	Z0238	Z0828C						
Kaashandel A.A. Koekoek		HOOGEVEEN	Z0241							
Vepo Cheese N.V.		OUDEWATER	Z0244							
Kaashandel Muys-Peeters V.O.F.		ETTEN-LEUR	Z0245							
A-ware Workum B.V.		WORKUM	Z0246							
F. Noordhoek en Zoon B.V.		BODEGRAVEN	Z0251							
Kaashandel Lukaas		HOOGEVEEN	Z0254							
De Vink's Kaashandel		DRIEBRUGGEN	Z0256							
Kaashandel Noordhoek V.O.F.		BODEGRAVEN	Z0259	Z0114A	Z0183B	Z0217K	Z0275B	Z0483A	Z0595E	Z0686A Z0939
			Z3069A							
Kaashandel Van Riet		WOERDEN	Z0271							
Prika Dairy Industry B.V.		WEERT	Z0275							

Register van in Nederland erkende zuivelbedrijven in het kader van EU-hygiënepakket
List of approved dairy establishments according to EC-regulations concerning food hygiene

Naam	Handelsnaam	Plaatsnaam	Erken-nr	Extra erkenningsnummers									
CONO Kaasmakers, Zijerveld & Veldhuijzen B.V., locatie C.V. Vebo	FrieslandCampina Cheese	WESTBEEMSTER	Z0306	Z0217L	Z0251A	Z0356E	Z0447B	Z0943					
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.		BODEGRAVEN	Z0310										
LaBan Foods B.V.		LEEUWARDEN	Z0312										
Robberse Kaas B.V.		LEERDAM	Z0356										
Pelican Rouge Coffee Roasters B.V.		BODEGRAVEN	Z0362										
A-ware Ripening B.V., Locatie Europaweg		SOEST	Z0402										
Kaptein B.V.		DORDRECHT	Z0404										
Kaptein B.V.		BODEGRAVEN	Z0421										
Van Beek Kaas B.V.		CASTRICUM	Z0445										
Wijngaard Kaas B.V.		IJMUIDEN	Z0445C										
A-ware Bouter Cheese B.V.	"I.C.S." International	VEENENDAAL	Z0447AS	Z0722D	Z0828H	Z0903A	Z0929B	Z0938					
Innogredients Group - Fromatech		WOERDEN	Z0459										
Industriële Diensten Heino B.V.		CULEMBORG	Z0461										
Handelsonderneming Blok V.O.F.		DEURNE	Z0473										
Visser Kaashandel B.V.		HEINO	Z0480										
Kaashandel J.E. Verkleij B.V.		DOESBURG	Z0483										
Vandersterre Holland B.V.		HUIZEN	Z0491										
H. Anker		OUDEWATER	Z0501										
Th. Vergeer en Zonen B.V.		BODEGRAVEN	Z0502										
Th. Vergeer en Zonen B.V.		BODEGRAVEN	Z0506										
Veembedrijf A. Buisman B.V.	Vergeer Holland	REEUWIJK	Z0507	Z0217F	Z0783I	Z0932	Z0976						
Vika B.V.		WOERDEN	Z0507I	Z0783	Z0932I	Z0976I							
Vonk Kaashandel B.V. (Populierenlaan)		ZWOLLE	Z0526	Z0036D	Z0075A	Z0142C	Z0148A	Z0163A	Z0199A	Z0722C	Z0918		
Kaashandel Tebben B.V.			Z0929A	Z0938B									
Kaaskuken B.V.		EDE GL	Z0555	Z0106V	Z0459C	Z0650A							
Kaashandel Kruijt B.V.		STOLWIJK	Z0558										
Vandersterre Holland B.V.		VENLO	Z0579										
Windmolen Kaas B.V.		NIEUW VENNEP	Z0585										
Vepo Cheese N.V.		ZEGVELD	Z0590										
Grozzette B.V.		BODEGRAVEN	Z0624										
Den Hollander Food B.V.	WOERDEN	Z0631											
A-ware Ripening B.V., Locatie Golf van	Ecomel	BODEGRAVEN	Z0647	Z0106D	Z0216A	Z0217E	Z0254A	Z0447T	Z0507B	Z0758A	Z0829E		
Van der Heiden Cheese Services B.V.		WOERDEN	Z0650										
De Goey Kaas B.V.		LOCHEM	Z0668										
Veldhuijzen Kaas B.V.		WOERDEN	Z0670										
Van Breukelen Kaas B.V.; locatie		VEENENDAAL	Z0676										
Vandersterre Groep Packaging B.V.		WOERDEN	Z0678										
C. Bakker en Zn. V.O.F.		BODEGRAVEN	Z0680										
UnieKaas Kaatsheuvel B.V.		WOERDEN	Z0682										
FrieslandCampina Consumer Products		GROOTE BROEK	Z0686										
Ind.- en Handelsondern. Vreugdenhil B.V.		GROOT AMMERS	Z0693										
Kaandorp-Kaas B.V.	KAATSHEUVEL	Z0699											
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Cheese	LIMMEN	Z0713	Z0082E	Z0918B								
Bel Leerdammer B.V., locatie Wageningen		BARNEVELD	Z0722										
FrieslandCampina Consumer Products		HEERHUGOWAARD	Z0728										
		BORN	Z0733										
		WAGENINGEN	Z0740										
		NUENEN	Z0745										

Register van in Nederland erkende zuivelbedrijven in het kader van EU-hygiënepakket
List of approved dairy establishments according to EC-regulations concerning food hygiene

Naam	Handelsnaam	Plaatsnaam	Erken-nr	Extra erkenningsnummers						
Budelpack Co-packers B.V.		POORTVLIET	Z0747							
FrieslandCampina Cheese & Butter B.V.	FrieslandCampina Butter	NOORDWIJK GR.	Z0763							
FrieslandCampina Creamy Creation B.V.	FrieslandCampina Creamy Creation	RIJKEVOORT	Z0767							
Jacques' Kruidenbiter B.V.		DEN HELDER	Z0768	Z0779A	Z0109A					
Jonker & Schut B.V.		BARNEVELD	Z0773	Z0036C	Z0082B	Z0199J	Z0722B	Z0828F	Z0922	Z0938A
Kaashandel J.K. van der Wind		KAMERIK	Z0778							
Lebo Kaas B.V.		LOPIK	Z0779	Z0109B						
Kaashandel Remijn B.V.		KERKDRIEL	Z0785							
Poppies Nederland B.V.		MELISSANT	Z0791							
Bel Leerdammer B.V.		SCHOONREWOERD	Z0804							
DiversPack B.V.		WOERDEN	Z0806							
Groenvries B.V.		RUTTEN	Z0807							
Th. Vergeer en Zonen B.V.	Vergeer Holland	BODEGRAVEN	Z0812							
A-Ware Packaging B.V.		ALMERE	Z0814	Z0447						
Jeroen Noë Kaas B.V.		HUIZEN	Z0815							
Farm Dairy B.V.		LELYSTAD	Z0816	Z0896						
Biotopia		OOSTERSTREEK	Z0818							
JoPro B.V.		SLIEDRECHT	Z0819							
Landleven B.V.		WADDINXVEEN	Z0823							
Milagro B.V.		BARNEVELD	Z0831	Z0773A						
Smits Zevenhuizen B.V.		ZEVENHUIZEN ZH	Z0834							
Dupont Cheese Nederland B.V.		NIEUW VENNEP	Z0835							
VOKAR B.V.		HEIBLOEM	Z0845							
REAL Activa B.V.	Boermarkte	ENSCHDEDE	Z0847							
V.O.F. De Zaa-ster		LEEK	Z0850							
Broer Bakkerijgrondstoffen b.v.		WADDINXVEEN	Z0853							
A-ware Bouter Cheese B.V., locatie		WOERDEN	Z0857							
Ayal Kaas B.V.		ZAANDAM	Z0861							
Kaasmakerij Henri Willig B.V.		HEERENVEEN	Z0867							
Fa. Siteur Kaasspecialiteiten		EINDHOVEN	Z0872							
A-ware Harderwijk B.V.		HARDERWIJK	Z0873A							
Hochwald Foods Nederland B.V.		BOLSWARD	Z0874	Z0190	Z0936					
Gebr. Steneker		DRACHTEN	Z0877							
Ind.- en Handelnderm. Vreugdenhil B.V.	Phoenix B.V.	SCHARSTERBRUG	Z0879	Z0908	Z0918A	Z0928	Z0935			
Cor Segers B.V.		ELSENDORP	Z0881	Z0639B						
Cor Segers B.V.		GELDROP	Z0882							
Cor Segers B.V.		GEMERT	Z0883							
Cor Segers B.V.		DEURNE	Z0884							
Cor Segers B.V.		DE MORTEL	Z0885							
Cor Segers B.V.		BEEK EN DONK	Z0887							
Oskam Kaashandel B.V.		BRESKENS	Z0892							
Chris Kruize		TWIJZELERHEIDE	Z0893							
Unilac Holland B.V.		ITTERVOORT	Z0894							
A-ware Ripening B.V., Locatie Lopik 1		LOPIK	Z0898							
Th. Vergeer en Zonen B.V.	Vergeer Holland	BODEGRAVEN	Z0900							
Gebr. Huybregts Groep B.V.		TILBURG	Z0907							
DV Nutrition V.O.F.		HOOGVEEN	Z0910							
A-ware Packaging B.V., loc. Handelsweg 5		ZEEWOLDE	Z0911							

Register van in Nederland erkende zuivelbedrijven in het kader van EU-hygiënepakket
List of approved dairy establishments according to EC-regulations concerning food hygiene

Naam	Handelsnaam	Plaatsnaam	Erken-nr	Extra erkenningsnummers
Crème de la Cream Company B.V.		ZAANDAM	Z0913	
Van Beek Intercheese		VEENENDAAL	Z0917	Z0447AS
A.N.D. Cheese Trade B.V.		LEEWARDEN	Z0921	
A-ware Ripening B.V., Locatie Lopik 2		LOPIK	Z0925	
DIS B.V.		SITTARD	Z0930	
Heerlijkheid Mariënwaerd		BEESD	Z0931	
Goat Cheese Brabant B.V.		RIJEN	Z0934	
Driessen United Blenders B.V.		DEURNE	Z0937	
Kasi food B.V.		LOPIK	Z0941	Z0217C
Engbers Coolware House		HARDENBERG	Z0942	
Altwand		ALMERE	Z0944	
CD Sport International B.V.		NUMANSDORP	Z0945	
Menken van den Assem Holding B.V.		DEN HAAG	Z0947	
Bettinehoeve B.V.		ETTEN-LEUR	Z0948	
FrieslandCampina Innovation Centre		WAGENINGEN	Z0949	
Lindenhoff		BAAMBRUGGE	Z0950	
Öz & Er Food B.V.		LEIDEN	Z0952	
Vlees- en vleeswarenbedrijf		UTRECHT	Z0955	
Unilever R&D Vlaardingen		VLAARDINGEN	Z0956	
De Molkerei V.O.F.		SINT ANNAPARACHIE	Z0958	
H.J. Berkhout Versnĳlijn B.V.		RIDDERKERK	Z0961	
Globemilk B.V.		BOXMEER	Z0965	Z1425A
Kompak Food Tilburg B.V.		TILBURG	Z0968	
A-ware Dalſen B.V.		DALFSEN	Z0975	
IJsfabriek Dickninghe B.V.		ROGAT	Z0978	
DMV-Fonterra Excipients B.V.	DOMO	BORCULO	Z0984	
NVF Production B.V.		LELYSTAD	Z0986	
Food Support B.V.		NEEDE	Z0990	
Kaamps Cheese B.V., afd. Oldenzaal		OLDENZAAL	Z0991	
Vandersterre Groep Dienstverlening B.V.		BODEGRAVEN	Z0993	
Vandersterre Groep Dienstverlening B.V.		ZEGVELD	Z0994	
Vonku B.V.		HULST	Z0995	
Loodet B.V.		BREDA	Z0998	
Ladessa B.V.		OOSTERHOUT	Z0999	
De Zuivelmakers B.V.		BENSCHOP	Z1052	
Kaamps Cheese B.V.		DEURNINGEN	Z1192	
Bettinehoeve B.V.		ETTEN-LEUR	Z1227	
De Zuivelhoeve Produktie B.V.		HENGLO OV	Z1317	
Amalthea B.V.		RIJEN	Z1341	
Henri Willig Kaas B.V.		KATWOUDE	Z1366	
Vecozuivel		ZEEWOLDE	Z1425	
Bio Kaas B.V.		MOLENSCHOT	Z1466	
O.D.I. De Dageraad B.V.	Aurora	VEN-ZELDERHEIDE	Z1545	
Zuivelboerderij Hoogenboom		OUDEWATER	Z1580	
Eijssen Dairy V.O.F.		MAASTRICHT-AIRPORT	Z1655	
Kaasmakerij Ozgazi		ETTEN-LEUR	Z1667	Z0972 Z0983
J. Smits		HELLOUW	Z1670	
Zuivelboerderij de Romkan B.V.		OVERLOON	Z1716	

Register van in Nederland erkende zuivelbedrijven in het kader van EU-hygiënepakket
List of approved dairy establishments according to EC-regulations concerning food hygiene

Naam	Handelsnaam	Plaatsnaam	Erken-nr	Extra erkenningsnummers
Zuivelboerderij "Den Eelder"		WELL GL	Z1816	
Klaverkaas B.V.		WINKEL	Z1832	
Zuivelculinair Exloo B.V.		TWEEDE EXLOERMOND	Z1942	
KH Dairy Sourcing B.V.		COEVORDEN	Z1956	
DeJong Cheese		ALPHEN NB	Z1977	
Sofra Dairy Products B.V.		WELL GL	Z1994	
FrieslandCampina Riedel B.V.		EDE GL	Z3011	
Van der Poel Desserts B.V.		HENGELO	Z3018	
Emmi Benelux B.V.		TIEL	Z3046	
De Producent		GOUDA	Z3061	
Döhler Roggel B.V.		ROGGEL	Z3076	
De Hartog IJsbereiding		DOETINCHEM	Z3080	
Kerry (NL) B.V.		UTRECHT	Z3087	
Florencia		DEN HAAG	Z3090	
De IJsfabriek B.V.		DOETINCHEM	Z3091	
Fromagerie Europa B.V.		ALPHEN AAN DEN RIJN	Z3099	
Weerribben Zuivel		NEDERLAND	Z3580	
Berkhout Langeveld B.V.		WIJCHEN	Z4001	
B&G Foodfactory		SURHUISTERVEEN	Z4002	
Beka B.V.		WOERDEN	Z4003	
PBS Food		HEERENVEEN	Z4004	
De IJshoeve		STELLENDAAM	Z4005	
Maison "Le Cuisinier"		CAPELLE AAN DEN IJssel	Z4007	
Bouter Cheese		WOERDEN	Z4008	
Avelingengroep B.V.		GORINCHEM	Z4009	
Kaasveredeling Kruijt B.V.		ZEGVELD	Z4010	
Oliva B.V.		MILLINGEN AAN DE RIJN	Z4012	
Van der Zee		EMMEN	Z4013	
Ghee Easy B.V.		BUNNIK	Z4017	
Royal Taste Company B.V.		SOEST	Z4018	
Vonk Kaashandel B.V. (Nijverheidsweg)		STOLWIJK	Z4019	
Goat Milk Powder		ETTEN-LEUR	Z4020	
De Kaasfabriek B.V.		WOERDEN	Z4021	
Cheesepop B.V.		DE MEERN	Z4023	
Fontterra Europe Manufacturing B.V.		HEERENVEEN	Z4025	
A-ware Cheese Production B.V.		HEERENVEEN	Z4026	
H.H. Huuskens		ENSCHDE	Z4027	
FrieslandCampina Domo B.V.	FrieslandCampina Domo	BORCULO	Z4028	
Peti Food B.V.		VEENENDAAL	Z4029	
Bolscher B.V.		ENSCHDE	Z4030	
Van der Heiden Kaas B.V.		BODEGRAVEN	Z4031	
JWN Kaas B.V.		HARDERWIJK	Z4032	
Th. Vergeer en Zonen B.V.		REEUWIJK	Z4033	
A-ware Logistics B.V.		TIEL	Z4034	
Snackproductie Trial B.V.		SCHIEDAM	Z4035	
Prinsen B.V.		HELMOND	Z4036	
Bracamonte Daily Foods B.V.		WEESP	Z4037	
Crunchese B.V.		DEURNE	Z4038	

Register van in Nederland erkende zuivelbedrijven in het kader van EU-hygiënepakket
List of approved dairy establishments according to EC-regulations concerning food hygiene

Naam	Handelsnaam	Plaatsnaam	Erken-nr	Extra erkenningsnummers
Roerink Food Family		OLDENZAAL	Z4039	
ExpertCheese B.V.		HOOGEVEEN	Z4040	
Aveno N.V.		VLAARDINGEN	Z4042	
Kaasrijperij Hogendoorn		STOLWIJK	Z4043	
Picomel Nutrition		ZEEWOLDE	Z4044	

01-04-2016

Pagina: 7 van 7

Register van in Nederland erkende opslaglocaties in het kader van EU-hygiënepakket

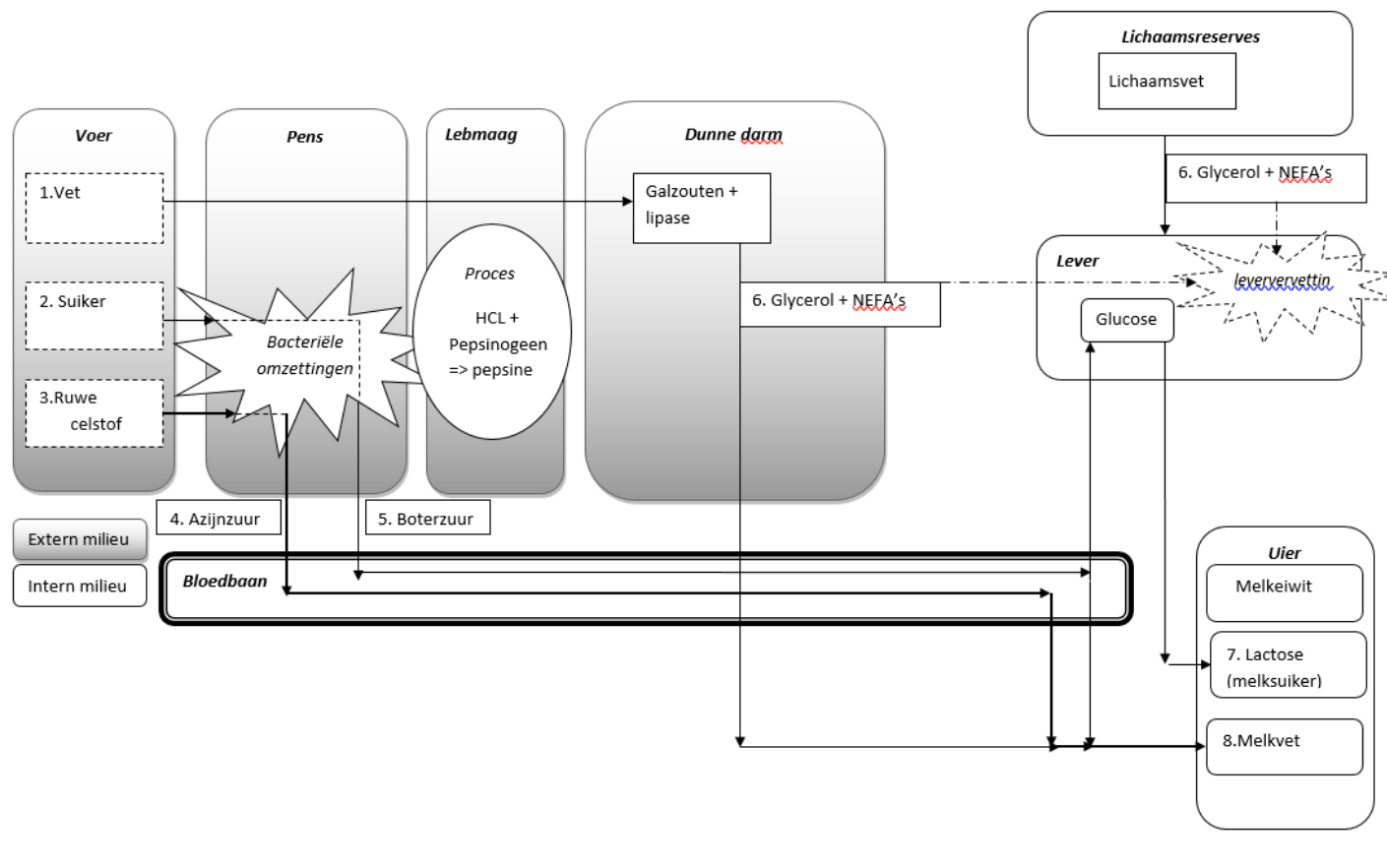
Naam	Handelsnaam	Plaatsnaam	Erken-nr	Extra erkenningsnummers
HK Logistics B.V.		ZELHEM	20370	
FrieslandCampina DC Woerden		WOERDEN	Z0016	
Agricool		STEVENSBEK	Z0951	
Zuurvelhoeve		RAALTE	Z2146	
Th. Hof en Zn. B.V.		BALKBRUG	Z4015	

01-04-2016

Pagina: 1 van 1

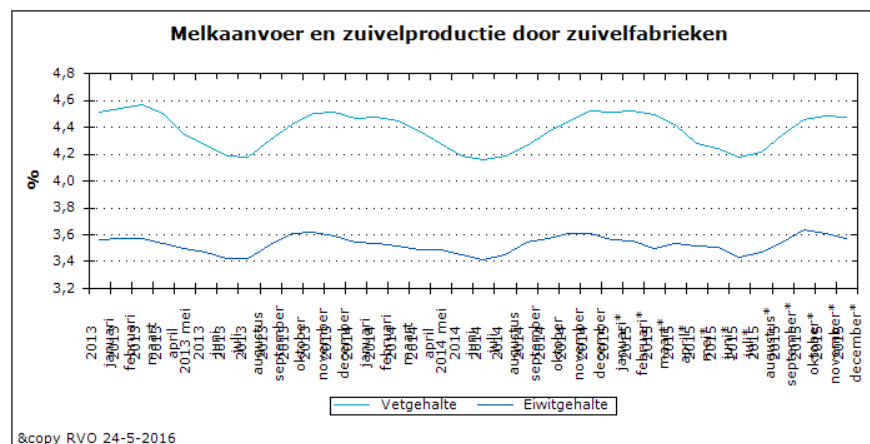
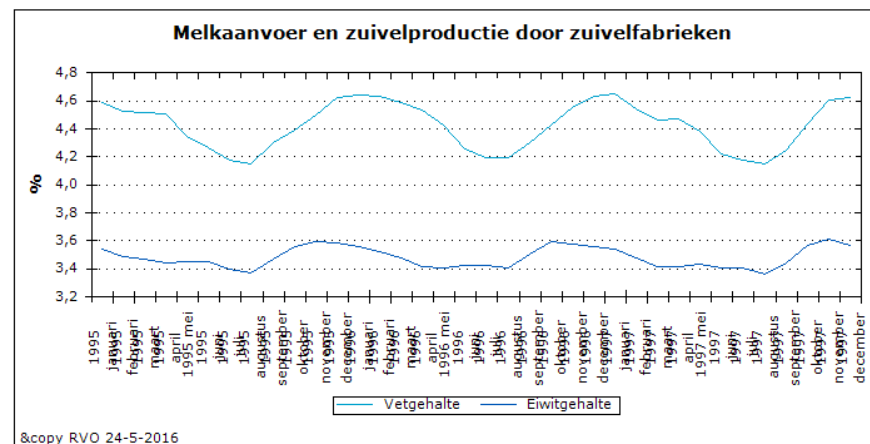
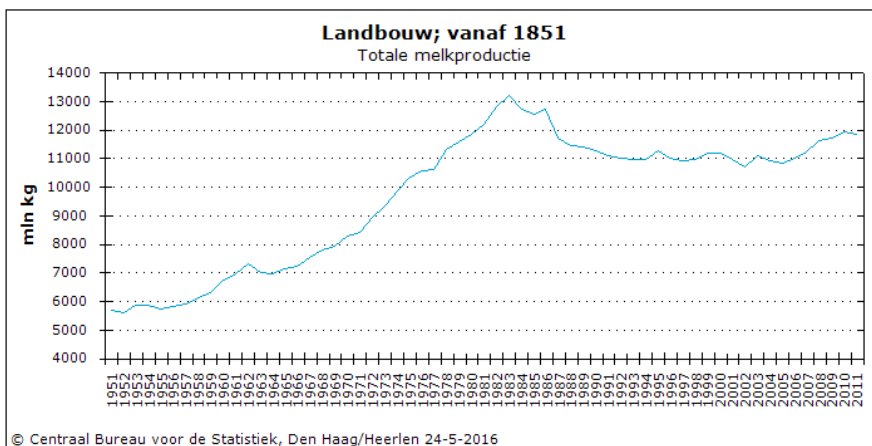
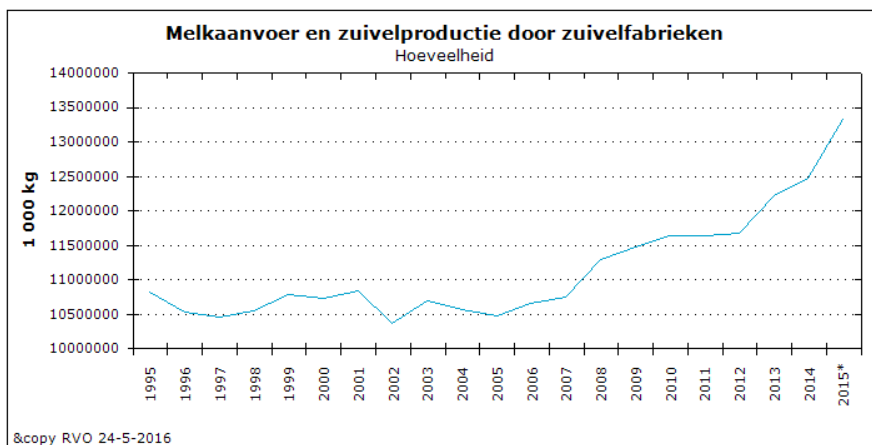
4: LIPOGENE STROMEN

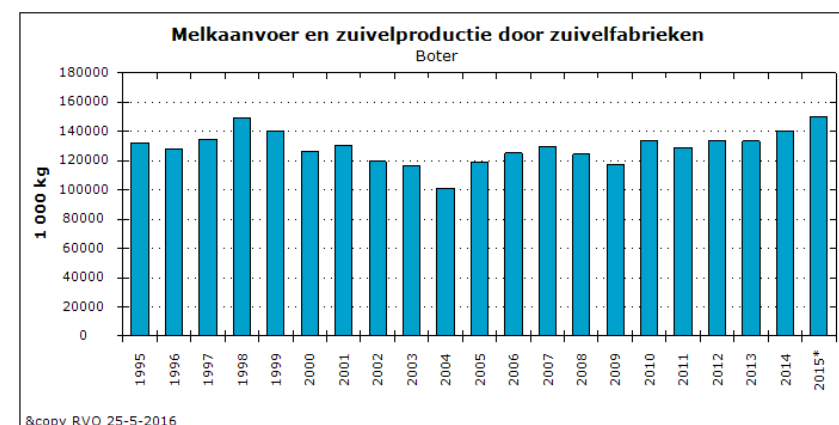
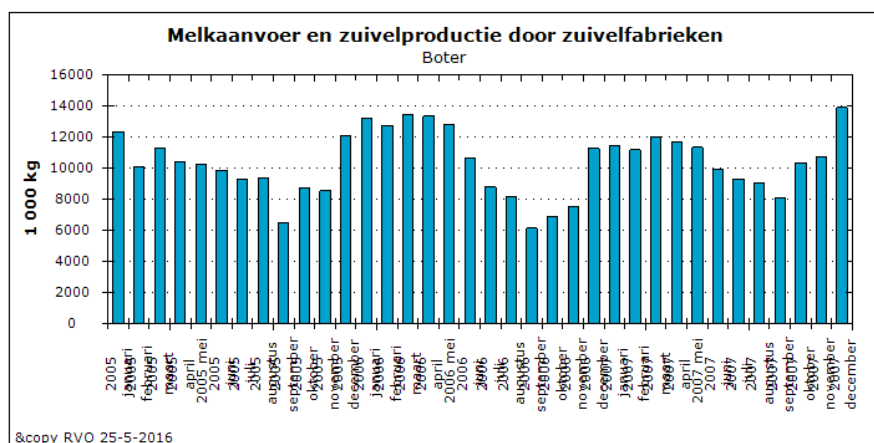
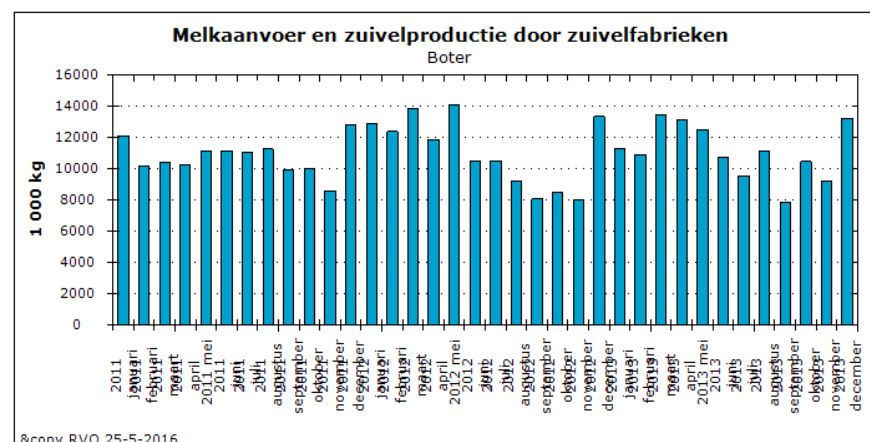
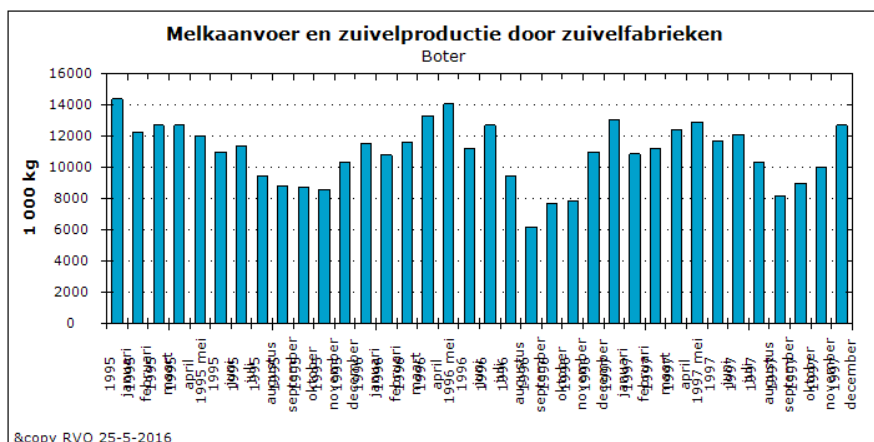
Bron: studiemateriaal van de HAS Hogeschool.

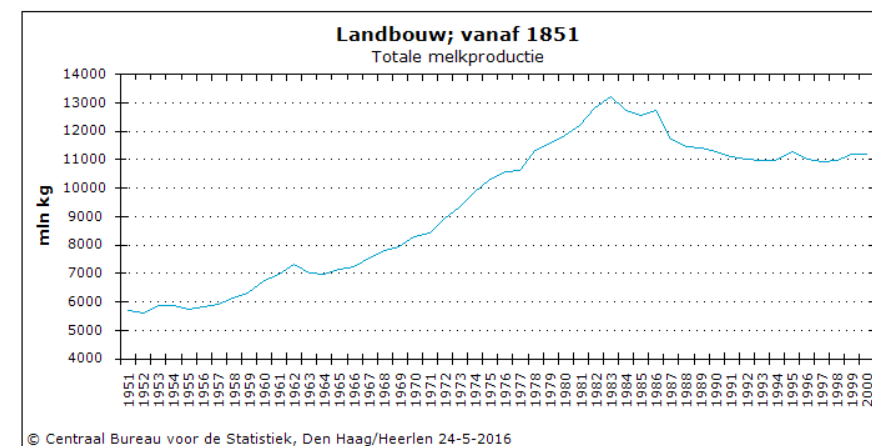
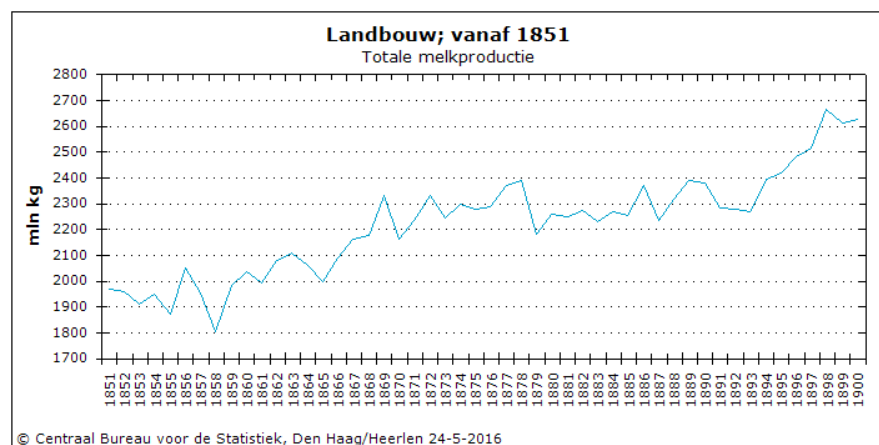
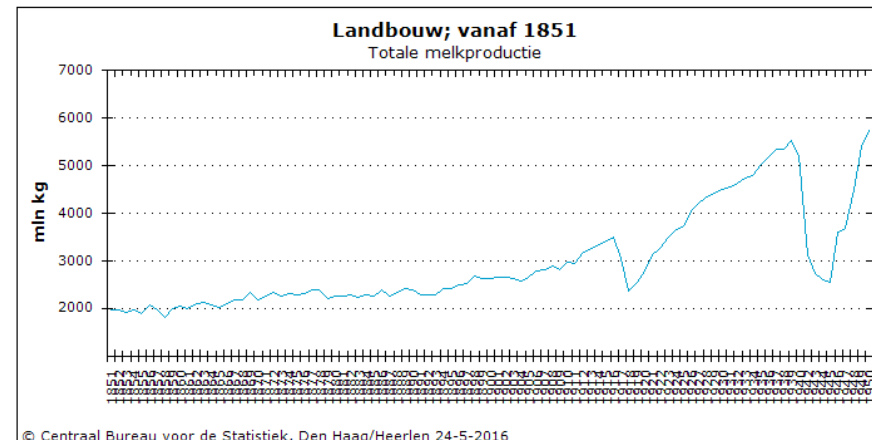
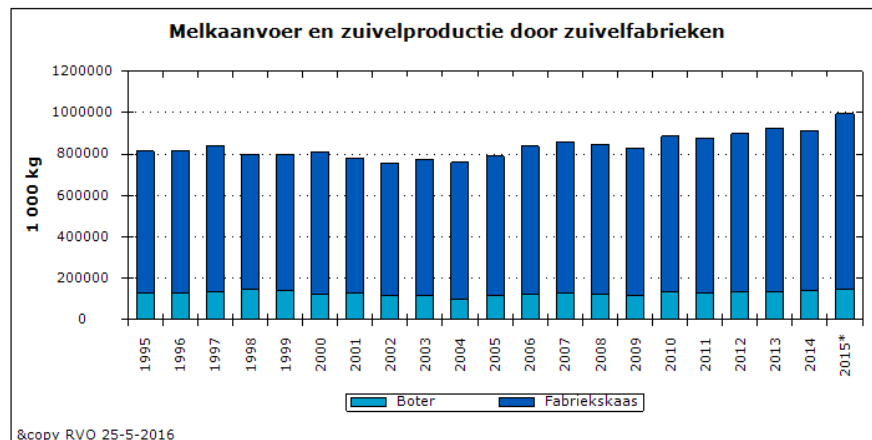


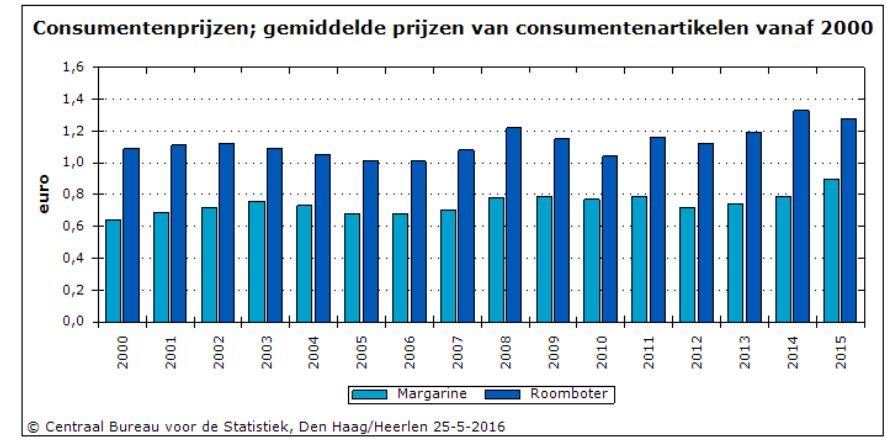
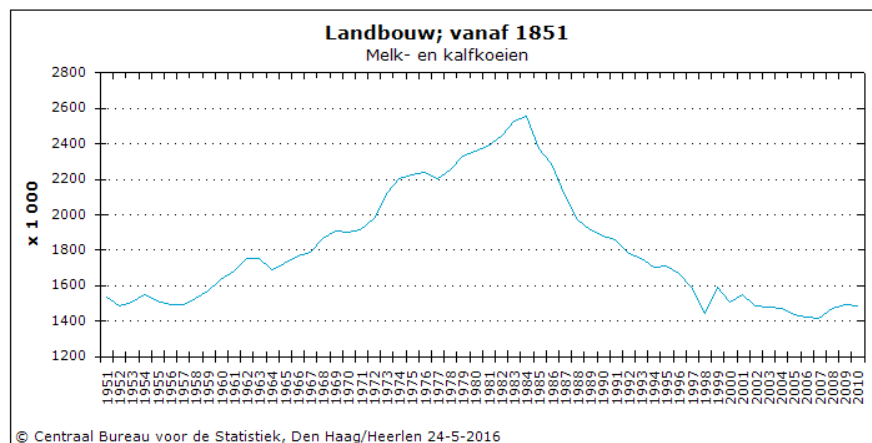
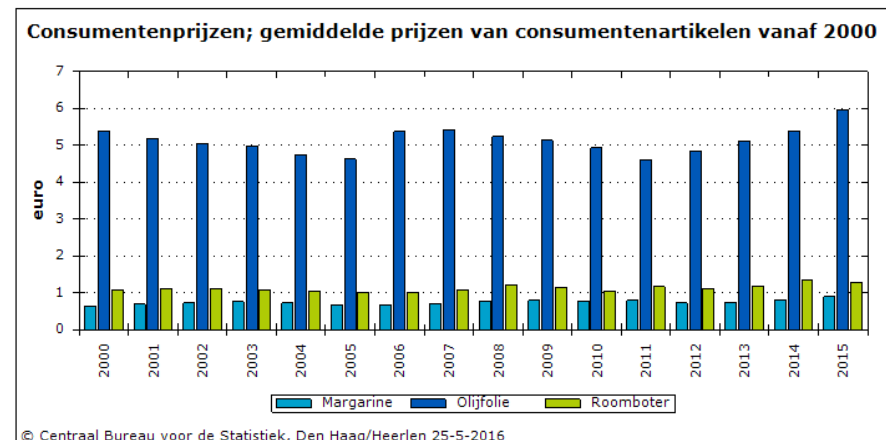
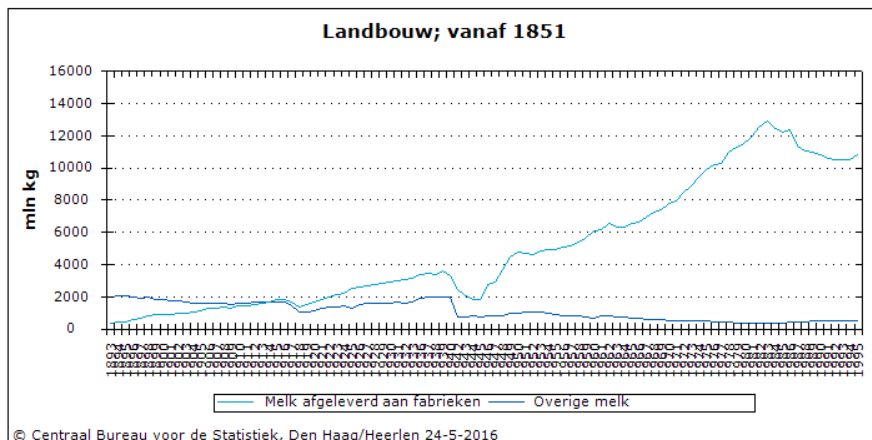
5: GRAFIEKEN OVER ZUIVELMARKT

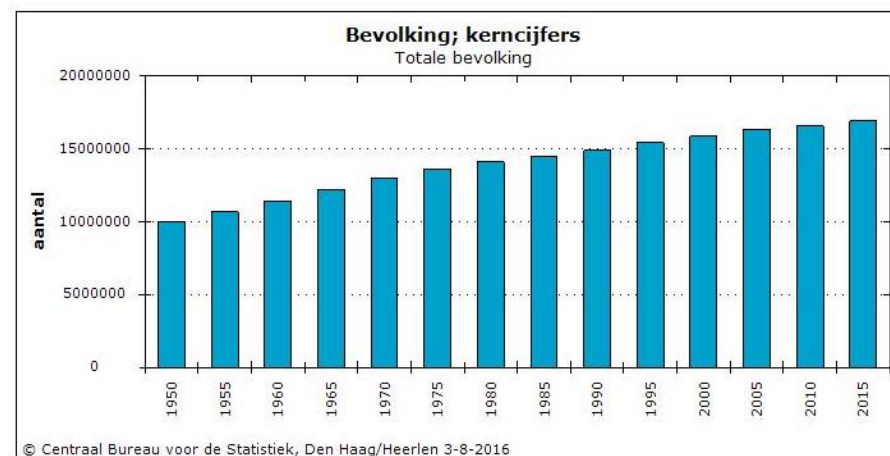
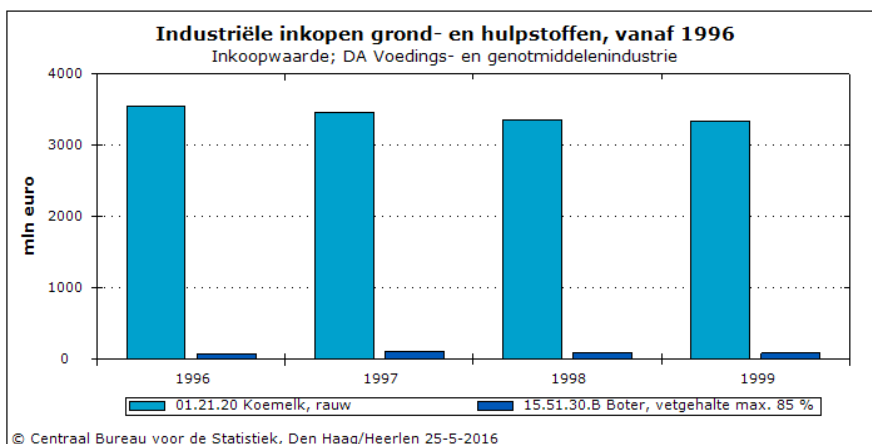
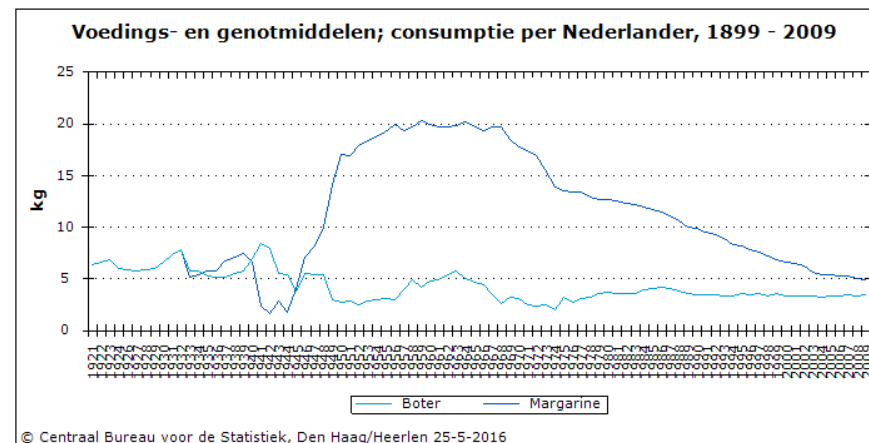
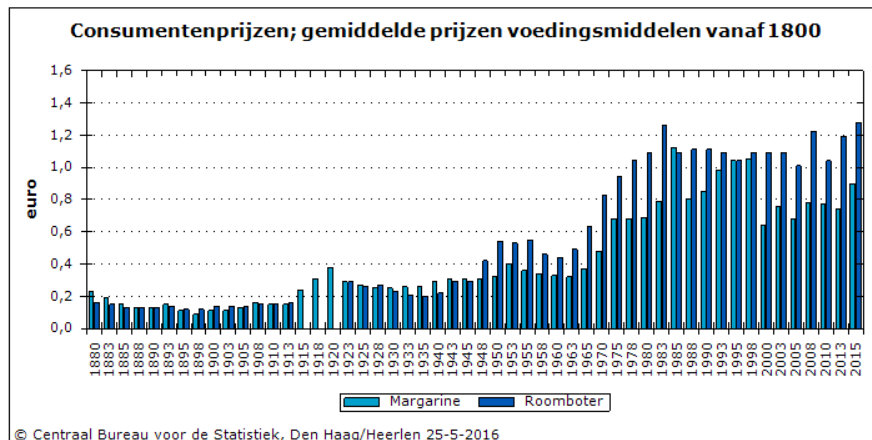
Geraadpleegd via <http://statline.cbs.nl/Statweb/search/?Q=boter&LA=NL>

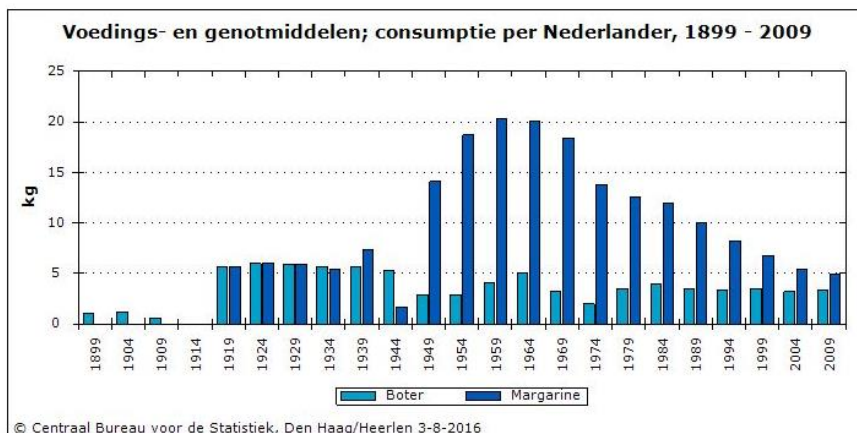
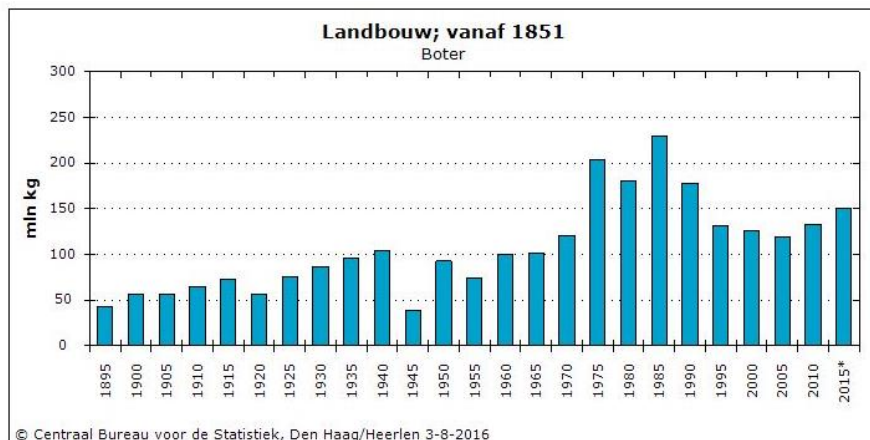












7: MARKTANALYSE

Aan de hand van een analyse van de het marktaanbod van boter zijn diverse conclusies getrokken en verschillende aannames gedaan. Dit is een overzicht van de onderzoeksgegevens. Er is gekeken naar het productaanbod in de supermarkten Jumbo en Albert Heijn. Er is geselecteerd op boterproducten met de productnaam boter en het segment botermengsels, dus niet de smaak van boter. Een afbeelding van de verpakking, om inzicht te geven in hoe het product aan de consument wordt gepresenteerd. De prijs per kilogram en per product wordt voor, waar beschikbaar, gegeven van zowel de Jumbo als Albert Heijn. Daarnaast wordt een vermelding gedaan van de meest voorkomende schaphoogte, dit wijkt namelijk af per supermarkt.

De producteigenschappen worden gegeven die op het eerste aanzicht zichtbaar zijn, dat wil zeggen de soort verpakking en het formaat en de vorm. Enige specificaties zoals een specifiek gebruik wordt waar aanwezig vermeldt. Daarnaast worden hier ook eventuele bijzonderheden vermeldt, afwijkend van het standaard gezouten of ongezouten roomboterproduct van 250 gram. Het percentage aanwezig melkvet wordt standaard vermeld. Het merk en de producent worden beschreven. Hierbij zal worden vermeld onder welk segment dit merk valt, dat wil zeggen A-merk, B-merk, huismerk, of Budget-merk. Opmerking hierbij is dat bij A-merken is niet bekend welk bedrijf de producent van de boterproducten is

Verpakkingsafbeelding	Prijs	Product		Producent	
	Euro/Kg	Massa	250 gram	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo 6,60	Verpakking	Wikkel	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn 6,95	Vorm	Blok		
	Euro/Product	Gebruikstoepassing	-	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo 1,65	Ingrediënten	82% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn 1,74				
	Plaats in schap	Bijzonderheden	Boter is smeerbaarder door voeding van 'vers' gras.	Productnaam	Grasboter
	Jumbo Midden/Boven				
	Albert Heijn Midden				
	Euro/Kg	Massa	250 gram	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo 6,60	Verpakking	Wikkel	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn 6,95	Vorm	Blok		
	Euro/Product	Gebruikstoepassing	-	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo 1,65	Ingrediënten	81% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn 1,74		Zout		
	Plaats in schap	Bijzonderheden	Boter is smeerbaarder door voeding van 'vers' gras.	Productnaam	Gezouten Grasboter
	Jumbo Midden/Boven				
	Albert Heijn Midden				
	Euro/Kg	Massa	225 gram	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo 7,82	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn 7,91	Vorm	Ovaal		
	Euro/Product	Gebruikstoepassing	Smeren	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo 1,76	Ingrediënten	82% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn 1,78				
	Plaats in schap	Bijzonderheden	Boter is smeerbaarder door voeding van 'vers' gras.	Productnaam	Ongezouten Grasboter
	Jumbo Boven				
	Albert Heijn Boven				

	Euro/Kg		Massa	225 gram	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo	7,82	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	7,91	Vorm	Ovaal		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo	1,76	Ingrediënten	81% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	1,78		Zout		
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Boter is smeerbaarder door voeding van 'vers' gras.	Productnaam	Gezouten Grasboter
	Jumbo	Boven				
	Albert Heijn	Boven				
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo	6,36	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	-	Vorm	Ovaal		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo	1,59	Ingrediënten	39% Melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	-		Zout		
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Halfvolle boter bevat 50% minder vet dan gewone roomboter	Productnaam	Halfvolle boter
	Jumbo	Boven				
	Albert Heijn	-				
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo	6,00	Verpakking	Wikkel	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	6,08	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo	1,50	Ingrediënten	82% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	1,52				
	Plaats in schap		Bijzonderheden	-	Productnaam	Ongezouten Roomboter
	Jumbo	Midden/Boven				
	Albert Heijn	Midden				

	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo	5,96	Verpakking	Wikkel	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	6,04	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo	1,49	Ingrediënten	81% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	1,51	Zout			
	Plaats in schap		Bijzonderheden	-	Productnaam	Gezouten Roomboter
	Jumbo	Midden/Boven				
	Albert Heijn	Midden				
	Euro/Kg		Massa	125 gram	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo	1,03	Verpakking	Wikkel	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	-	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo	8,24	Ingrediënten	82% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	-	Bijzonderheden	Kleiner formaat	Productnaam	Ongezouten Roomboter
	Plaats in schap					
	Jumbo	Midden/Boven				
	Albert Heijn	-				
	Euro/Kg		Massa	200g	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo	6,95	Verpakking	Wikkel	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	7,05	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Bakken en Braden	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo	1,39	Ingrediënten	81% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	1,41	Zout			
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Room is langer geklopt, dus spat niet.	Productnaam	Roomboter voor bakken en braden
	Jumbo	Midden/Boven				
	Albert Heijn	Midden				

	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Jumbo
	Jumbo	5,08	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	-	Vorm	Blok	Producent	-
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Herkomst	-
	Jumbo	1,27	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Ongezouten Roomboter
	Albert Heijn	-	Bijzonderheden	-		
	Plaats in schap					
	Jumbo	Midden/Boven				
	Albert Heijn	-				
	Euro/Kg		Massa	225 gram	Merk	Jumbo
	Jumbo	6,09	Verpakking	Kuipje	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	-	Vorm	Ovaal	Producent	-
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	-
	Jumbo	1,37	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Ongezouten Roomboter
	Albert Heijn	-	Bijzonderheden	-		
	Plaats in schap					
	Jumbo	Boven				
	Albert Heijn					
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Jumbo
	Jumbo	4,27	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	-	Vorm	Blok	Producent	-
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Herkomst	-
	Jumbo	1,18	Ingrediënten	81% melkvet	Productnaam	Gezouten Roomboter
	Albert Heijn	-	Bijzonderheden	-		
	Plaats in schap					
	Jumbo	Midden/Boven				
	Albert Heijn					

	Euro/Kg		Massa	225 gram	Merk	Jumbo
	Jumbo	6,09	Verpakking	Kuipje	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	-	Vorm	Ovaal	Producent	-
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	-
	Jumbo	1,37	Ingrediënten	81% melkvet	Productnaam	Gezouten Roomboter
	Albert Heijn	-	Bijzonderheden	Zout		
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Jumbo
	Jumbo	7,88	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	-	Vorm	Rol	Producent	-
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	-
	Jumbo	1,97	Ingrediënten	81% melkvet	Productnaam	Gezouten Roomboter met zeezout uit de Camargue
	Albert Heijn	-	Bijzonderheden	Luxeproduct, plakken afsnijden en smeren op brood.		
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Albert Heijn
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	5,16	Vorm	Blok	Producent	<i>Albert Heijn</i>
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Herkomst	<i>Nederland</i>
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Ongezouten Roomboter
	Albert Heijn	1,29	Bijzonderheden	-		
	Plaats in schap					
	Jumbo	Boven				
	Albert Heijn					
	Plaats in schap					
	Jumbo	Midden/Boven				
	Albert Heijn					
	Plaats in schap					
	Jumbo	Midden				
	Albert Heijn					

	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Albert Heijn
	Jumbo	-	Verpakking	Kuipje	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	6,64	Vorm	Tussen ovaal en blok	Producent	<i>Albert Heijn</i>
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	<i>Nederland</i>
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Smeerbare Ongezouten Roomboter
	Albert Heijn	1.66	Bijzonderheden	-		
	Plaats in schap					
	Euro/Kg		Massa	125 gram	Merk	Albert Heijn
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	6,56	Vorm	Blok	Producent	<i>Albert Heijn</i>
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Herkomst	<i>Nederland</i>
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Ongezouten Roomboter
	Albert Heijn	0,82	Bijzonderheden	Klein verpakking		
	Plaats in schap					
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Albert Heijn
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	5,00	Vorm	Blok	Producent	<i>Albert Heijn</i>
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Herkomst	<i>Nederland</i>
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Gezouten Roomboter
	Albert Heijn	1,25	Bijzonderheden	-		
	Plaats in schap					
	Jumbo	-				
	Albert Heijn	Midden				

	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Albert Heijn
	Jumbo	-	Verpakking	Kuipje	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	6,64	Vorm	Tussen blok en ovaal	Producent	<i>Albert Heijn</i>
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	<i>Nederland</i>
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Smeerbare Gezouten Roomboter
	Albert Heijn	1,66	Bijzonderheden	-		
	Plaats in schap					
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Albert Heijn Excellent
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkkel	Merksegment	Huismerk (A-merk)
	Albert Heijn	7,96	Vorm	Rol	Producent	<i>Albert Heijn</i>
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	<i>Nederland</i>
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Roomboter Zeezout Rol
	Albert Heijn	1,99	Bijzonderheden	Excellent is een huismerk van Albert Heijn met een aanbod van enkel luxeproducten		
	Plaats in schap					
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Van der Pol
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkkel	Merksegment	B-merk
	Albert Heijn	6,36	Vorm	Rol	Producent	Royal VIV Buisman
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	Nederland
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Brabantse Roomboter
	Albert Heijn	1,59	Bijzonderheden	Snijden van plakjes als porties voor smeren		
	Plaats in schap					
	Jumbo	-				
	Albert Heijn	Midden/Boven				

	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	AH Basic
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Budget-merk
	Albert Heijn	3,96	Vorm	Blok	Producent	<i>Albert Heijn</i>
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Herkomst	<i>Nederland</i>
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Roomboter
	Albert Heijn	0,99	Bijzonderheden	-		
	Plaats in schap					
	Jumbo	-				
	Albert Heijn	Midden				
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Echte Boter
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	B-Merk
	Albert Heijn	6,36	Vorm	Blok	Producent	Kaptein BV
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Herkomst	Verpakt in Nederland
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Productnaam	Pakje Ongezouten Roomboter
	Albert Heijn	1,59	Bijzonderheden	-		
	Plaats in schap					
	Jumbo	-				
	Albert Heijn	Midden				

	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Echte Boter
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	B-Merk
	Albert Heijn	6,76	Vorm	Rol		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	Kaptein BV
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Herkomst	Verpakt in Nederland
	Albert Heijn	1,69				
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Snijden van plakjes als porties voor smeren	Productnaam	Rol Ongezoeten Roomboter
	Jumbo	-				
	Albert Heijn	Midden				
	Euro/Kg		Massa	500 gram	Merk	Echte Boter
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	B-Merk
	Albert Heijn	6,30	Vorm	Kopje		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	Kaptein BV
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Herkomst	Verpakt in Nederland
	Albert Heijn	3,15				
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Een halve kilogram in massa en afwijkende vorm.	Productnaam	Kopje Ongezoeten Roomboter
	Jumbo	-				
	Albert Heijn	Midden				
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	AH Biologisch
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	6,36	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	<i>Albert Heijn</i>
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Herkomst	<i>Nederland</i>
	Albert Heijn	1,59				
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Biologisch	Productnaam	Biologische Ongezoeten Roomboter
	Jumbo	-				
	Albert Heijn	Midden/Boven				

	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	AH Biologisch
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	6,36	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	Albert Heijn
	Jumbo	-	Ingrediënten	81% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	1,59	Zout			
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Biologisch	Productnaam	Biologische Gezouten Roomboter
	Jumbo	-				
	Albert Heijn	Midden/Boven				
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Bio+
	Jumbo	6,28	Verpakking	Wikkel	Merksegment	B-merk
	Albert Heijn	-	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	Bio+
	Jumbo	1,57	Ingrediënten	82% melkvet	Herkomst	-
	Albert Heijn	-	Bijzonderheden	Biologisch	Productnaam	Biologische gezouten Roomboter
	Jumbo	Boven				
	Albert Heijn	-				
	Euro/Kg		Massa	200 gram	Merk	Pur Natur
	Jumbo	-	Verpakking	Wikkel	Merksegment	Biologische producten
	Albert Heijn	11,45	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	Butterei Pur Natur
	Jumbo	-	Ingrediënten	82% melkvet	Herkomst	België
	Albert Heijn	2,29	Bijzonderheden	Biologisch	Productnaam	Karneboter
	Jumbo	-				
	Albert Heijn	Boven				

	Euro/Kg		Massa	300 gram	Merk	Bio Today
	Jumbo	17,97	Verpakking	Pot	Merksegment	Biologische producten
	Albert Heijn	18,86	Vorm	-		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Bakken en braden	Producent	De Smaakspecialist
	Jumbo	6,29	Ingrediënten	100% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	6,60				
	Plaats in schap	Bij de biologische producten	Bijzonderheden	Biologisch	Productnaam	Ghee
	Euro/Kg		Massa	200 gram	Merk	Lurpak
	Jumbo	9,30	Verpakking	Wikkkel	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	9,40	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	-	Producent	Arla Foods
	Jumbo	1,86	Ingrediënten	81% melkvet	Herkomst	Denemarken
	Albert Heijn	1,88		Zout		
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Buitenlands merk	Productnaam	Gezouten Roomboter
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Lurpak
	Jumbo	6,96	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	7,56	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Producent	Arla Foods
	Jumbo	1,74	Ingrediënten	52% melkvet	Herkomst	Denemarken
	Albert Heijn	1,89		76% vet		
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Botermengsel	Productnaam	Ongezouten smeerbaar
	Jumbo	Boven				
	Albert Heijn	Boven				

	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Lurpak
	Jumbo	6,44	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	7,56	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Producent	Arla Foods
	Jumbo	1,61	Ingrediënten	52% melkvet	Herkomst	Denemarken
	Albert Heijn	1,89		76% vet		
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Botermengsel	Productnaam	Gezouten smeerbaar
	Jumbo	Boven				
	Albert Heijn	Boven				
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Campina Botergoud
	Jumbo	6,72	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-merk
	Albert Heijn	6,80	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo	1,68	Ingrediënten	67% boter	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	1,70		75% vet		
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Botermengsel	Productnaam	Melange
	Jumbo	Boven				
	Albert Heijn	Boven				
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Campina
	Jumbo	4,88	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-Merk
	Albert Heijn	-	Vorm	Blok		
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Producent	FrieslandCampina
	Jumbo	1,22	Ingrediënten	19,5% melkvet	Herkomst	Nederland
	Albert Heijn	-		25% vet		
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Botermengsel	Productnaam	Elke Dag
	Jumbo	Boven				
	Albert Heijn	-				

	Euro/Kg		Massa	225 gram	Merk	Becel
	Jumbo	8,40	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-Merk
	Albert Heijn	8,84	Vorm	Blok	Producent	Unilever
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	-
	Jumbo	1,89	Ingrediënten	8,5% boter	Productnaam	Met Roomboter Voor Op Brood
	Albert Heijn	1,99	Bijzonderheden	70% vet		
	Plaats in schap			Botermengsel		
	Jumbo	6,36		Bevat relatief veel andere ingrediënten.		
	Albert Heijn	7,47	Massa	225 gram	Merk	Bertolli
	Euro/Product		Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-Merk
	Jumbo	1,43	Vorm	Blok	Producent	Unilever
	Albert Heijn	1,68	Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	-
	Plaats in schap		Ingrediënten	22% boter	Productnaam	Met Roomboter Zacht
	Jumbo	Boven	Bijzonderheden	70% vet		
	Albert Heijn	Boven		Bevat relatief veel andere ingrediënten.		
	Euro/Kg		Massa	225 gram	Merk	Blue Band
	Jumbo	6,40	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-Merk
	Albert Heijn	7,51	Vorm	Blok	Producent	Unilever
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	-
	Jumbo	1,44	Ingrediënten	22% boter	Productnaam	Met Roomboter
	Albert Heijn	1,69	Bijzonderheden	70% vet		
	Plaats in schap			Botermengsel		
	Jumbo	Boven		Bevat relatief veel andere ingrediënten.		
	Albert Heijn	Boven				

	Euro/Kg		Massa	225 gram	Merk	Blue Band
	Jumbo	6,40	Verpakking	Kuipje	Merksegment	A-Merk
	Albert Heijn	7,51	Vorm	Blok	Producent	Unilever
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	-
	Jumbo	1,44	Ingrediënten	22% boter	Productnaam	Met Roomboter Met Zeezout
	Albert Heijn	1,69		70% vet		
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Botermengsel		
	Jumbo	Boven		Bevat relatief veel		
	Albert Heijn	Boven		andere ingrediënten.		
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Jumbo
	Jumbo	4,68	Verpakking	Kuipje	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	-	Vorm	Blok	Producent	-
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	-
	Jumbo	1,17	Ingrediënten	20% boter	Productnaam	Heerlijk Zacht
	Albert Heijn	-		70% vet		
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Botermengsel		
	Jumbo	Boven		Bevat relatief veel		
	Albert Heijn	-		andere ingrediënten.		
	Euro/Kg		Massa	250 gram	Merk	Albert Heijn
	Jumbo	-	Verpakking	Kuipje	Merksegment	Huismerk
	Albert Heijn	4,76	Vorm	Tussen ovaal en blok	Producent	<i>Albert Heijn</i>
	Euro/Product		Gebruikstoepassing	Smeren	Herkomst	<i>Nederland</i>
	Jumbo	-	Ingrediënten	20% melkvet	Productnaam	Lekker Licht
	Albert Heijn	1,19				
	Plaats in schap		Bijzonderheden	Bevat relatief veel		
	Jumbo	-		andere ingrediënten		
	Albert Heijn	Boven		maar geen andere vetsoorten.		

Geachte mevrouw Grooteschaarsberg,

U geeft aan te willen weten waar de AH Basic Roomboter gemaakt wordt. Omdat het een artikel is wat onder ons huismerk valt, AH Basic, staat het adres van het hoofdkantoor van Albert Heijn op het artikel vermeld. Dit wilt niet zeggen dat het ook daadwerkelijk in Zaandam gemaakt wordt. Het artikel wordt gemaakt door een leverancier die zich niet in Zaandam bevindt. De boter wordt ook niet in Zaandam geproduceerd. Verdere informatie kan ik u helaas niet prijsgeven.

Met vriendelijke groet,



Cherise Bergwijn
Medewerker Albert Heijn klantenservice

Postadres: Provincialeweg 11, postbus 3000, 1500 HA Zaandam

Openingstijden: Maandag t/m zaterdag van 8.00 tot 20.00 uur

Uw vraag was:

Ik wil graag weten waar de AH Basic Roomboter gemaakt word. Als leverancier staat dat het uit Zaandam komt. Maar staat er dan ook een fabriek in Zaandam van AH zelf waar dit product word geproduceerd?

OPMERKINGEN OVER PLAATS IN HET SCHAP

In een supermarkt van een gemiddelde of kleine grote, zal er zo'n twee meter koeling beschikbaar zijn voor alle gekoelde vetten. Hierbij is per supermarkt een verschillend aanbod te vinden, afhankelijk van het aankoopgedrag van de consument. Globaal is te stellen dat in Jumbo's de bovenste schappen, dat wil zeggen de bovenste plank en een daaronder, toegewezen zijn aan boterproducten. De rest van het schap biedt ruimte aan producten met plantaardige vetten. Daarbij wordt er een verdeling gemaakt van producten in wikkelpackaging en producten in kuipjes. In een Albert Heijn is de schapverdeling vaak net iets anders. Daarbij wordt de boter verdeeld over de helft van het totale schap, dat wil zeggen drie tot vier planken waarin gekoelde vetproducten worden aangeboden. De kuipjes staan hierbij op de bovenste planken in het schap. Op ooghoogte in het midden zijn de wikkelpackagingen met boter te vinden. De mengsels van boter met andere vetten zijn zowel in de Albert Heijn als de Jumbo in de bovenste schappen naast de kuipjes met boter te vinden.

OPMERKINGEN OVER ASSORTIMENT

Er zijn bij het samenstellen van dit overzicht een aantal producten buiten beschouwing gelaten, zoals de campingboter in blik en in kleine verpakkingen van het merk "Echte Boter". Daarnaast zijn bij het

verzamelen van de mengsels niet gekeken naar producten die in de ingrediëntendeclaratie geen melkvet bevatten. Ook is de groep kruidenboterproducten niet betrokken in deze marktanalyse.

OPMERKINGEN OVER MERKSEGMENTEN

A-merken worden in dit overzicht gedefinieerd als producten die een grote naamsbekendheid hebben. Dit is enerzijds te kwantificeren in de omzet die een merk heeft, zoals Campina de een na grootste omzet als merk heeft. Daarnaast is de regelmaat van promotiecampagnes toonaangevend of een product een A-merk is. Er bestaat ook nog een budget-merk. Dit zijn de meest eenvoudige producten en ook het meest goedkoop binnen het productaanbod. Dan is er nog het B-merk, deze categorie valt tussen de A-merken en budget-merken. Het zijn minder bekende merken, maar profileren zich niet als goedkoop merk. Een huismerk is het merk van producten dat door de supermarkt worden aangeboden als alternatief voor de merkproducten. Albert Heijn heeft binnen het huismerk nog drie verschillende merken; AH Excellent, AH Biologisch en AH basic. Excellent is een luxe-merk, vergelijkbaar met een A-merk en AH basic is een budget-merk en AH biologisch biedt enkel biologische producten aan.

8: DOELEN (ROUSE, 2004)

DESIRED WITHIN-PERSON CONSEQUENCES	
Affective Goals	
Entertainment	Experiencing excitement or heightened arousal; avoiding boredom or stressful inactivity
Tranquility	Feeling relaxed and at ease; avoiding stressful over-arousal
Happiness	Experiencing feelings of joy, satisfaction, or well-being; avoiding feelings of emotional distress or dissatisfaction
Bodily sensations	Experiencing pleasure associated with physical sensations, physical movement, or bodily contact; avoiding unpleasant or uncomfortable bodily sensations
Physical well-being	Feeling healthy, energetic, or physically robust; avoiding feelings of lethargy, weakness, or ill health
Cognitive Goals	
Exploration	Satisfying one's curiosity about personally meaningful events; avoiding a sense of being uninformed or not knowing what's going on
Understanding	Gaining knowledge or making sense out of something; avoiding misconceptions, erroneous beliefs, or feelings of confusion
Intellectual creativity	Engaging in activities involving original thinking or novel or interesting ideas; avoiding mindless or familiar ways of thinking
Positive self-evaluation	Maintaining a sense of self-confidence, pride, or self-worth; avoiding feelings of failure, guilt, or incompetence
Subjective Organization Goals	
Unity	Experiencing a profound or spiritual sense of connectedness, harmony, or oneness with people, nature or a greater power; avoiding feelings of psychological disunity or disorganization
Transcendence	Experiencing optimal or extraordinary states of functioning; avoiding feeling trapped within boundaries of ordinary experience
DESIRED PERSON-ENVIRONMENT CONSEQUENCES	
Self-Assertive Social Relationship Goals	
Individuality	Feeling unique, special, or different; avoiding conformity with others
Self-determination	Experiencing a sense of freedom to act or make choices; avoiding the feeling of being pressured, constrained, or coerced
Superiority	Comparing favorably to others in terms of winning status, or success; avoiding unfavorable comparisons with others
Resource acquisition	Obtaining approval, support, assistance, advice, or validation from others; avoiding social disapproval or rejection
Integrative Social Relationship Goals	
Belongingness	Building or maintaining attachments, friendships, intimacy, or a sense of community; avoiding feelings of social isolation or separateness
Social responsibility	Keeping interpersonal commitments, meetings social role obligations, and conforming to social and moral rules; avoiding social transgressions and unethical or illegal conduct
Equity	Promoting fairness, justice, reciprocity, or equality; avoiding unfair or unjust actions
Resource provision	Giving approval, support, assistance, advice, or validation to others; avoiding selfish or uncaring behavior
Task Goals	
Mastery	Meeting a challenging standard of achievement or improvement; avoiding incompetence, mediocrity, or decrements in performance
Task creativity	Engaging in activities involving artistic expression or creativity; avoiding tasks that do not provide opportunities for creative action
Management	Maintaining order, organization, or productivity in daily life tasks; avoiding sloppiness, inefficiency, or disorganization
Material gain	Increasing the amount of money or tangible goods one has; avoiding the loss of money or material possessions
Safety	Being unharmed, physically secure, and free from risk; avoiding threatening, depriving, or harmful circumstances

9: BOTER (MAAR DAN ÉCHTE)

KARIN LUITEN KOOKT ZONDER PAKJES EN ZAKJES

Boter (maar dan échte)

Karin Luiten maakt het lekker zélf. Tips: info@kokenmetkarin.nl

KARIN LUITEN

Uit een kuipje

Ruitjes halvarine

Water, plantaardige oliën (raapolie, palmolie, zonnebloemolie), emulgator: E471, zout, conserveermiddel: E202, voedingszuur: E330, aroma, kleurstof: E160a, vitamine A, vitamine D.

Laatst werd ik benaderd door een Engels productontwikkelingsbureau voor advies. Waarover? Over 'plant-based foods, plant-based nutrition, plant-based cooking and/or diets, and feeding kids and family with plant-based foods'. Specifieker dan dat wilden ze niet worden, maar aangezien ik merk dat er onder mijn lezers volop behoefte is aan inspiratie voor een dagje zonder vlees of vis voor het hele gezin, wilde ik daar best iets over zeggen. Maar, zo bleek alras, daar ging het helemaal niet om. Met 'healthy plant-based foods' bedoelden ze margarine. Hun klant, een margarinegigant, wil namelijk meer gaan benadrukken dat margarine plantaardig is, om zodoende het fabrieksgeknutsel beter in de maag te kunnen splitsen van nietsvermoedende gezinnetjes met bloedjes van kinderen. Tja, dan ben je bij mij aan het verkeerde adres. Meer broccoli! Meer bonen! Meer bospeentjes! Maar meer margarine? Deskundigen reppen al decennia over verzadigde en onverzadigde, enkelvoudige en meervoudige, gezonde en ongezonde vetten, waarbij de inzichten regelmatig diametraal wijzigen. Weet u nog dat vet ooit bestempeld werd als algehele zondebok ('Let op vet!'), met als gevolg dat we allemaal aan de light gingen? Nadat vet in producten massaal werd vervangen door suiker en de obesitascijfers explodeerden, gaven de wetenschappers schoorvoetend toe: foutje. Wat niet wegneemt dat ook in de gloednieuwe Schijf van Vijf weer wordt aanbevolen om vooral halvarine op de boterham te smeren, die te beleggen met een plakje smakeloze 20+kaas en er een bakje magere yoghurt naast te serveren. Pure treurnis. Iedereen moet z'n eigen keuzes maken, maar wat mij betreft is het leven te kort om vies te eten. Nee, ik zou niet elke dag boterkoek bakken, maar een bammetje met een ferme lik echte, volle, heerlijke boter, daar kan een mens oprecht heel gelukkig van worden. En worden gelukkige mensen niet juist heel oud? Nou dan.

Zelf maken?

Nodig voor ± 180 g:

500 ml slagroom

evt. flinke snuf Maldon zeezout of fleur de sel

Zelf boter maken is belachelijk simpel, al gaat het veruit het makkelijkst met een mixer op een standaard want er komt enig klopwerk bij kijken. Per ongeluk te lang doorgeklopte slagroom hebben we allemaal weleens meegemaakt. Maar nu doen we het lekker expres. Klop de slagroom en zie de consistentie veranderen van vloeibaar wit naar vlokkelig geel. Dit is het moment waarop u normaal gesproken opschrikt en de boel weggooit, maar nu gaan we juist nog even door tot er dikke klonten roerei-achtige substantie rondklotsen in een witte plas water. Reken in totaal op een kwartiertje. Plak vooral tijdig de bovenkant van de machine af met plasticfolie, anders spettert de hele keuken nat.

Pluk de gele boter (want dat is het) uit de garde en knijp de klont goed uit. Spoel vervolgens al knijpend en kneedend af in ijskoud water tot er geen wittig troebel water meer vanaf komt. Zo niet, dan wordt de boter snel ranzig, terwijl u met schoongewassen boter makkelijk een-twee weken voort kunt in de koelkast. Boetseer er desgewenst wat knisperzout door en fatsoeneer dan in een bakje.

Tip

Vang beslist het witte vocht (de wei, een soort karnemelk) op, dat is ideaal voor het bakken van muffins, zuurdesembrood of - mijn persoonlijke favoriet - van die lekkere fluffy American pancakes, al dan niet met wat (diepvries) blauwe bessen erdoor.

KARIN LUITEN KOOKT ZONDER PAKJES EN ZAKJES

10: GRASBOTER EN COMMODITY FETISJISME

Er is gesproken over de kwaliteit van de rauwe melk in relatie tot de productiewaarde en de gepercipieerde waarde van de consument. De gehaltes van lactose, vetten en eiwitten liggen lager in de periode dat rauwe melk voor grasboter wordt geproduceerd en heeft dus in feite een lagere economische waarde. Maar producten van rauwe melk van grasetende koeien lijken bij de consument smakelijker te zijn en misschien zelfs beter. Hoewel deze verschillende waarde-percepties niet vreemd zijn en bij diverse andere producten te vinden zijn, is er toch de vraag of de eigenschappen van gras tegenwoordig een verschil maken bij de smaak van de boter.

Er wordt verwacht dit soort informatie niet publiekelijk beschikbaar is, vandaar dat over deze vraag geen uitsluitsel kan worden gegeven. Behalve dat bijvoorbeeld in een aflevering over boter van de Keuringsdienst van Waarde (Dekkers, 2010) geen duidelijk onderscheid te proeven is tussen verschillende boters. Er wordt aangenomen dat het verschil tussen grasboter en boter waar de term gras niet expliciet benoemd wordt, niet waarneembaar is door de gemiddelde consument. Het gras eten door koeien houdt een positief imago van natuurlijkheid in stand rondom zuivelproducten, maar dan gaat het dus niet zozeer om de smaak maar om de emotionele waarde van grasboter.

De vraag nu is of deze waarde gerechtvaardigd. Is het schadelijk voor de maatschappij en de consument? Is het maar een verwaarloosbare kleine illusie, onderdeel van een bepaalde lifestyle? Dat iemand liever grasboter eet, maar dat er in feite geen verschil is, is dat niet een beetje zoals het sprookje met de kleren van de keizer? Dat een consument zelf moet ontdekken of iets gebakken lucht is of niet. Maar waar ligt dan de grens?

Dit verband tussen waardes is daarnaast slechts een klein onderdeel van het grotere geheel. De hoeveelheid boter dat wordt geproduceerd in verhouding met bijvoorbeeld melkpoeder is zoveel kleiner, dat enige verhoging van de gepercipieerde waarde die kan worden gehaald uit de kwaliteit van gras-vetten hoogstwaarschijnlijk te verwaarlozen is. Maar de versterking van het imago, of met andere woorden, merk van natuurlijkheid van zuivel heeft mogelijk een significantere impact.

En daarmee kan er worden gesteld dat dit imago voor een zekere vervreemding van het product boter kan zorgen. Dat een product letterlijk verpakt is met een imago, en de consument afstand bewaard van de productiewaarde en daarmee ook de waarde van de koe.