

De supermarkten hebben de macht

Een motie ingediend door twee raadsleden van de Haagse Gemeenteraad eind vorig jaar. De gemeenteraadsleden stellen vast dat in de Haagse binnenstad uitsluitend nog vestigingen van Albert Heijn te vinden zijn. Ze verzoeken het college „er alles aan te doen om de vestigingen van AH in de binnenstad te decimeren, te liquideren, te vermorzelen, te verpletteren, te verwoesten, weg te vagen, af te breken, te mollen, te gronde te richten, te vernietigen, plat te gooien, te ruineren, te slopen, of anderszins te minimaliseren.”

Motie afgewezen natuurlijk.

Ook in Brasschaat heeft Albert Heijn een filiaal geopend. De plaatselijke Delhaize is meteen begonnen met het verlagen van de prijzen. „Domme concurrentie die enkel als resultaat heeft dat de vele kleine buurtwinkels verdwijnen en de oudere mensen of die géén auto hebben, plots niet meer terecht kunnen voor hun dagelijkse boodschappen!” schrijft een meneer op de website vandaag.be.

Een paar jaar geleden sprak ik met iemand die uitstekende appelstroop maakte, van niets dan appelen. Hij had een aanbod gehad van Albert Heijn, vertelde hij. Het aanbod bestond eruit dat het bedrijf hem een bepaalde, enorme, afname garandeerde, voor twee jaar. Hij moest leveren. De risico's waren voor hem. Dat was tot daaraan toe, zei hij, „maar voor de prijs die ze boden kon ik die appelstroop helemaal niet leveren. Nou, zeiden ze, dan doe je er toch gewoon wat suikerstroop bij?”

Ik vroeg dom wat de supermarkt dan daaraan had. Imago, zei hij. Dan verkopen ze iets 'landelijks'.

De *hongerige stad* van Carolyn Steel gaat helemaal over hoe steden worden gevoed en de invloed daarvan op de wereld en op ons leven.

Supermarkten en grote levensmiddelenconcerns beheersen de wereld. Dat is natuurlijk niet zo gek. Zonder eten gaan we dood. Wat wel gek is, is dat die enorme macht en dat enorme belang in handen zijn van een overzichtelijke hoeveelheid bedrijven. Albert Heijn is maar een voorbeeld. Ik heb niets tegen Albert Heijn in het bijzonder. Aan de voorbeelden zie je alleen wat 'gezonde concurrentie' in de praktijk betekent.

Iedereen die wat ouder is, heeft meegemaakt hoe gewone buurtwinkels – vishandelaren, groenteboeren en slaggers – verdwenen om plaats te maken voor modewinkels en kantoortjes. De grote supermarkten vestigden zich aanvankelijk aan de randen van de steden en dorpen, of in buitenwijken, maar geleidelijk aan, ondanks beleid om dat tegen te gaan, steeds meer midden in de stad.

Steel beschrijft hoe maatregelen tegen de vestiging van grote supermarkten in steden en dorpen machteloos bleken. De concerns kochten gewoon tijdig veel grond in. Zodoende hadden ze een ijzersterke onderhandelingspositie in het overleg met het plaatselijk bestuur. Hun winkels kwamen er altijd. Soms beloofden ze ook nog een zwembad of een stadion aan te leggen, of een parkeergarage. Geleidelijk aan gingen grote supermarkten steeds meer samenwerken met projectontwikkelaars. Een stad krijgt nu ook flats bij de su-



Imago, zei hij. Dan verkopen ze iets 'landelijks'

permarkt. Dat is handig voor de supermarkt. De klanten wonen erboven. Het is ook mooi voor de stad – stadsvernieuwing.

Het is niet mooi voor de diversiteit van het voedsel, voor de producenten van dat voedsel en voor degenen die in de door de gewone winkels verlaten straten wonen, of in de dorpen waar geen enkele winkel meer is omdat verderop een supermarkt staat. Ook het platteland is in dat opzicht de stad geworden. Het voedsel komt uitsluitend via de supermarkt, niet meer van kleine leveranciers.

De omzetten van de supermarktconcerns zijn enorm. Daarmee vergeleken is het budget van een klein land een lachertje. Ze hebben de macht. Onze bestuurders hebben maar te dansen naar hun pijpen.

Brasschaat heeft binnenkort een Delhaize met minder aanbod dan voorheen, maar ze kunnen daar dan wel appelstroop kopen met zo min mogelijk appelen. Als ze boffen, is daar straks – net als in het centrum van Den Haag – alleen nog maar Albert Heijn, of alleen nog maar een andere keten. Wat maakt het uit.

Alleen exclusieve winkels en markten hebben nog een bestaansmogelijkheid. Daar wordt gepraat over dierenwelzijn en ambachtelijkheid. Dat is meteen zo veel duurder dan die supermarktproducten dat menigeen na de aanschaf van één biogeitenkaasje snel de supermarkt invlucht. Als wij 'groen' zo belangrijk vinden, plakt die graag een klavertje vier op een verpakte kip.

Lang leve de markt. Die heeft het beste met iedereen voor, zoals we steeds horen. Financiële prikkels zullen de wereld goed doen. Inmiddels is het vlees zo goedkoop geworden dat we ons in 2010 konden veroorloven om 86 kilo per hoofd van de bevolking per jaar ervan te gebruiken.

Wat dat voor de landbouw betekent, is inmiddels bekend. Bijna niet genoeg graan kan worden verbouwd om alle dieren te voeden die wij willen opeten. De regenvelden moeten ervoor worden gekapt. Ze verdwijnen in hoog tempo. Enfin, dat hele verhaal hoef ik niet te herhalen.

Er is hoop. Dat zijn wij zelf. Een supermarkt zonder klanten blijft niet bestaan. Een biologische producent met een goede omzet kan zijn prijzen wat verlagen. Dat is een kwestie van ons eten serieus nemen.