

Supermarktharing: bijzaak of erezaak?

Dat het CBL elk jaar in juni een haringparty houdt, mag gerust een gotspe heten. Tenminste, als je bedenkt hoe de keurmeesters van de jaarlijkse haringtest van het Algemeen Dagblad elk jaar twee maanden later opnieuw haring uit de supermarkneersabelen. Supermarktketens verwerpen de kritiek en zeggen alles te doen om een goed versproduct aan te bieden. De visspecialist ziet het zo: "Voor supermarkten is haring bijzaak. Voor mij is het een erezaak."

Door: Pascal Kuipers

De diskwalificatie van de supermarktharing in de jaarlijkse haringtest van het Algemeen Dagblad is geen nieuw fenomeen. Ook in eerdere edities van deze test legt de supermarktharing het steevast af tegen de visspecialisten.

Eerst maar 's enkele reacties uit de markt. Onzin en doorgestoken kaart, vindt Wilco Jansen, woordvoerder van Sligro Food Group. Jansen zegt zich al jarenlang te ergeren aan de onzin die er over haring wordt geschreven en die klakkeloos wordt overgenomen. "De visverwerkende sector en de supermarkten hebben grote bedenkingen bij de huidige AD-test, omdat deze deels gefinancierd wordt door een partij die commerciële belangen heeft bij de uitslag, omdat zij niet de supermarkten, maar de viswinkels bedient. Bij de zuiver en objectief te meten eigenschappen zoals de microbiologische gesteldheid en de temperatuur scoort de haring uit de supermarkt vaak veel beter dan die uit veel viswinkels en kramen. Zowel de ranglijst als het redactionele commentaar is in hoge mate subjectief."

Ook Henriëke Crielaard, manager voeding & gezondheid bij de supermarktkoepel CBL, laat de traditionele haringparty van haar organisatie niet door de steekproef van het AD en diens keurmeesters bederven. "We hebben kennis genomen van de AD-haringtest. Het oordeel over de haring in de diverse verkooppunten laten wij voor rekening van de journalist en degene die getest heeft", aldus Crielaard, die daar verder geen woorden aan wil wijden. "Over het product haring valt uiteraard wel het een en ander te vertellen. Leveranciers en supermarkten doen er alles aan om de haring zo snel en vers mogelijk in het schap te krijgen. De haring is gasverpakt, ter bevordering van de houdbaarheid. Voor de gemiddelde consument is de supermarktharing



een prima haring. Gezien de verkoopaantallen zijn dat heel veel mensen."

'Ontdooimoment'

Daarmee geeft Crielaard meteen aan waar het ambitieniveau van de supermarkt zou moeten liggen: een gemiddeld goede kwaliteit voor de gemiddelde consument. Een zesje in de test van het AD en een erkenning dat de toppers, de spelers in de haring-Champions League, zich nu eenmaal onder de beste speciaalzaken bevinden. Die topverkopers met de kennis en kunde om de beste haring aan te bieden, volgen in hun individuele winkels procedures die generalisten als supermarkten onmogelijk op grote schaal kunnen navolgen. Maar een gemiddelde kwaliteit van value for money, dat zou toch mogelijk moeten zijn. De steekproef die het AD elk jaar weer doet, wijst telkens op het tegendeel. Maar ook onder

speciaalzaken zit er veel kaf tussen het koren, zo leert de uitslag van de AD-haringtest. "Als je een product slecht behandelt, krijg je nu eenmaal een slecht product", zegt Nick Trachet, culinair journalist in België en visexpert. Dat geldt voor iedereen, van visser en visverwerker tot visverkooper. "De crux is het bepalen van het ontdooimoment en de manier van verdere verwerking. Daar komt de expertise van de haringman bij kijken!"

Misvattingen

Eerst twee misvattingen de wereld uit helpen. Ten eerste: 'Hollandse Nieuwe'. Die is niet Nederlands. Het is feitelijk vooral Deense of Noorse Nieuwe, want dat zijn in grote meerderheid de vissers die in de zes weken na het begin van het nieuwe haringseizoen in juni de jaarvoorraad nieuwe haring binnenhalen. Dan zwemt de haring vooral in hun viswateren. Trachet: "In