



# Internationale afzet ondersteunt verduurzaming dierlijke voedselproductie in Nederland

MARKTPROGRAMMA  
VERDUURZAMING  
DIERLIJKE PRODUCTEN

Wie het ziet, heeft de toekomst.



## De Nederlandse landbouw- en voedselsector is succesvol dankzij goed georganiseerde productieketens.

Nu de markt en samenleving vragen om verduurzaming, inclusief dierenwelzijn, ontstaan nieuwe initiatieven: ketenconcepten waarin bedrijven en andere stakeholders zich committeren aan maatschappelijke doelen en bovenwettelijke prestaties vermarkten. Deze blijken effectief als gangmaker in een beweging naar een duurzamer voedselsysteem. De impact van ketenconcepten wordt groter als ze ook kunnen worden benut in de buitenlandse afzet.



## Voorlopers met een succesvolle voedselproductie

Nederland is een dichtbevolkt land in een vruchtbare rivierdelta die grotendeels onder de zeespiegel ligt. Door de eeuwen heen zijn Nederlanders gewend om inventief te zijn en samen te werken, om hun leefgebied te beschermen en optimaal te benutten. Dijken en molens zijn niet voor niets nationale symbolen. In dit land is een succesvol voedselsysteem ontstaan, dat wereldwijd bekendheid geniet. Dit heeft zich ontwikkeld tot een belangrijk onderdeel van de voedselvoorziening in de EU. Met een productieve land- en tuinbouw, een efficiënte toonaangevende industrie, een sterk ontwikkelde infrastructuur en een hoog kennisniveau. Die landbouw- en voedselsector weet zich door de eeuwen heen aan te passen aan de omstandigheden en de eisen die de markt stelt. Veehouders, de toeleverende en verwerkende industrie, de handel en andere dienstverleners zijn daarvoor gewend samen te werken in productieketens. In de vorige eeuw ging het aanvankelijk om efficiënte productie van voldoende en betaalbaar voedsel. Geleidelijk gingen markt en maatschappij steeds meer eisen stellen aan kwaliteit, leveringsbetrouwbaarheid en voedselveiligheid. De goed georganiseerde productieketens zorgen daarvoor.

## Nederlandse ketenbenadering voor verduurzaming

Inmiddels is duidelijk dat ook verdere verduurzaming en dierwaardige veehouderij een voorwaarde is. De politiek, maatschappelijke organisaties en ook de markt vragen in toenemende mate om een volhoudbare voedselvoorziening met meer aandacht voor dierenwelzijn, natuur, klimaat en de beschikbaarheid van gezonde voeding. Overheden - in Nederland, de EU en daarbuiten - werken aan beleid met doelen voor de diverse opgaven. Duurzamere productiemethoden vergen doorgaans investeringen en extra kosten. Voor een succesvolle implementatie zijn daarom ook veranderingen in de markt nodig.

Ook daaraan kunnen de goed georganiseerde Nederlandse ketens een belangrijke bijdrage leveren: met duurzame ketenconcepten die zijn gericht op afnemers die de extra inspanning waarderen en bereid zijn een goede prijs te betalen. Waar de productieketens traditioneel zijn gericht op optimale productiviteit en efficiëntie, voegen deze ketenconcepten een dimensie toe: een gezamenlijk commitment aan duurzaamheidsdoelen en dierwaardigheid die verder gaan dan wetgeving vraagt. Daarbij zijn verschillende stakeholders betrokken, naast groepen boeren en industrie ook retail en maatschappelijke organisaties (NGO's). Dat is een sociale innovatie, die past in een lange Nederlandse traditie van samenwerken en vindingrijkheid: *the Dutch Chain Approach*.

## Bewezen succes

Voorbeelden in Nederland laten zien dat deze aanpak succesvol kan zijn. Neem de ontwikkeling van kippenvlees. In Nederland is kip met 1 ster van het Beter Leven keurmerk uitgegroeid tot een diervriendelijker alternatief dat in supermarkten het standaardproduct zonder welzijnslabel grotendeels heeft verdrongen. (Zie ook kader: Beter Leven 1 ster als norm voor kip in de supermarkt.)

## Beter Leven 1 ster als norm voor kip in de supermarkt

**In Nederland heeft de Dierenbescherming - in samenwerking met de vleessector en de retail - het Beter Leven keurmerk ontwikkeld voor veehouderijsystemen. Dit stelt bovenwettelijke eisen op gebied van dierenwelzijn in drie gradaties (1, 2 of 3 sterren). Veehouders die willen deelnemen moeten investeren en kosten maken om te voldoen aan de criteria.**

Door samen te werken in ketenconcepten kunnen veehouders, vleesverwerkers en retail afspraken maken over die extra kosten en de opbrengsten. Dit blijkt voor kippenvlees met 1 ster zeer succesvol. Consumenten blijken bereid een hogere prijs te betalen.

Alle supermarktketens hebben besloten Beter Leven 1 ster als standaard te beschouwen en het gangbare product zonder welzijnslabel niet meer in de huismerken te verkopen. Daardoor wordt de bodem in de markt voor dit afzetkanaal op een hoger niveau gebracht. Ketenconcepten op basis van het Beter Leven keurmerk zijn daarmee gangmakers van een beweging in de markt.

Maatschappelijke organisaties spelen een belangrijke rol door dierenwelzijn in pluimveehouderij onder de aandacht te brengen. Overheden faciliteren, onder meer door onderzoek, voorlichting en stimuleringsmaatregelen. Het bedrijfsleven zet zich waar mogelijk in om het succesvol in de markt te zetten.



Meer weten over de casus 1 ster Beter Leven Kip? Scan dan de QR-code.

Er zijn meer voorbeelden van Nederlandse ketenconcepten waarin diervoederbedrijven, veehouders, vleesindustrie, retail en maatschappelijke organisaties samenwerken. Ze maken bovenwettelijke afspraken die gegarandeerd worden met onafhankelijke keurmerken of andere labels. Enkele voorbeelden zijn: Beter Leven Keurmerk, On the way to Planet Proof, Beter voor ..., en biologische landbouw. Deze ketenconcepten zijn gericht op duurzaamheidsstappen en met name dierenwelzijn, die een grote groep producenten en consumenten aanspreken. Daarmee hebben ze de potentie als gangmaker ('first movers') te fungeren van een gewenste maatschappelijke beweging vanuit de markt. Bovendien dragen ze daarmee ook bij aan het realiseren van doelen in overheidsbeleid.

## Internationale afzet

Het hierboven genoemde voorbeeld - pluimveevlees met 1 ster Beter Leven Keurmerk - heeft zich ontwikkeld in het Nederlandse supermarktkanaal. Deze afzet dekt slechts een deel van de productie, namelijk vers vlees dat gewild is bij retailklanten, zoals kipfilet. Andere delen - zoals minder populaire karkasonderdelen en reststromen - gaan naar andere afzetkanalen. Bijvoorbeeld naar de verwerkende industrie onder andere voor samengestelde producten met het keurmerk of naar buitenlandse afnemers. Om het hogere kostenniveau van de duurzaamheidsstappen optimaal te compenseren, moeten alle afzetkanalen worden benut. Dat geldt niet alleen voor kip. Van alle Nederlandse melk, rund- en varkensvlees en eieren komt slechts een deel terecht in verse producten voor de Nederlandse supermarkten. Er zijn verschillende andere productstromen en afzetkanalen. Die hebben allemaal een functie in de prijsvorming en de verdien capaciteit van alle ondernemingen in de productieketen. En voor de betaalbaarheid van voedsel voor de consument. (Zie ook kader: Vierkantsverwaarding.)



### Vierkantsverwaarding

De markt voor voedingsmiddelen bestaat uit verschillende afzetkanalen. Veel producten bereiken consumenten via supermarkten en speciaalzaken. Ook horeca, grootkeukens en cateraars bieden voedsel aan. Verder wordt een deel van de productie gebruikt als grondstof in de voedingsmiddelenindustrie, voor samengestelde vleesproducten en tal van bijproducten.

Deze stromen zijn niet zomaar uitwisselbaar, ze vullen elkaar juist aan. Elk kanaal heeft zijn eigen wensen en mogelijkheden. Goed georganiseerde voedselketens zijn daarop ingericht. Met de juiste mix kunnen ze hun producten en nevenstromen optimaal tot waarde brengen. Dat noemen we vierkantsverwaarding. Ook de consument profiteert. De verse producten in de supermarkt zouden veel duurder zijn zonder de opbrengsten van al die nevenstromen.

Een Nederlandse kipfilet of varkenshaas blijft betaalbaar omdat andere karkasonderdelen elders worden afgezet of kunnen worden verwerkt in vleeswaren, snacks en meer. Kaas en yoghurt zouden meer kosten als zuivelbedrijven geen afzet hadden voor wei of melkpoeders. Internationale afzet is voor de Nederlandse ketens essentieel voor een goede vierkantsverwaarding en een duurzame productie.



Voor de meest bestendige verwaarding van de bovenwettelijke duurzaamheidsstappen is het daarom nodig dat ketenconcepten in alle afzetkanalen kunnen worden ingezet. Afzet buiten Nederland is een van die kanalen. Nederland ligt tussen grote Europese metropolen. Logischerwijs vindt een groot deel van de hier geproduceerde zuivel, vlees en eieren zijn weg naar buurlanden Duitsland, België en Frankrijk en andere EU-lidstaten. Voor waardering van de bovenwettelijke inspanningen in ketenconcepten is het van belang dat buitenlandse afnemers het duurzamere karakter van de producten herkennen en waarderen. Die mogelijkheden zijn er, want verduurzaming staat in de belangstelling in de hele EU en daarbuiten. Met name klimaat en dierenwelzijn zijn grote thema's.

## Internationale afstemming

Het benutten van deze kansen vraagt wel de nodige inspanningen in internationale afstemming. De ontwikkeling van duurzamere ketenconcepten staat op Europees niveau nog in de kinderschoenen. Er zijn nog weinig gemeenschappelijke standaarden voor keurmerken of labels. Biologische landbouw en de EU-handelcodes voor eieren zijn nog uitzonderingen.

De grote labels die in Nederland worden gehanteerd - bijvoorbeeld het Beter Leven Keurmerk - zijn nauwelijks bekend in het buitenland. Daarin schuilt een gevaar. Door het ontbreken van een Europese standaard en doordat elk land aandacht vraagt voor de positie van 'eigen' boeren en eigen nationale of regionale producten, dreigt een lappendeken van standaarden te ontstaan.

Voor waardering van de bovenwettelijke inspanningen in ketenconcepten is het van belang dat buitenlandse afnemers het duurzamere karakter van de producten herkennen en waarderen.

## Werkgroep VDP Internationaal

In het Marktprogramma Verduurzaming Dierlijke Producten (VDP) hebben de partners de krachten gebundeld met de Werkgroep Internationaal voor een betere afstemming in Europees verband, met als primaire doelgroep de beleids- en brancheorganisaties. De activiteiten zijn gericht op een geharmoniseerde ontwikkeling rond verduurzaming in de Europese interne markt en om de Nederlandse ervaringen benutten. Te denken valt aan meer uniformiteit in het kwantificeren van duurzaamheidsprestaties (KPI's en LCA-systemen) en in labels voor onder andere dierenwelzijn, milieu en/of natuur.

De activiteiten zijn gericht op een geharmoniseerde ontwikkeling rond verduurzaming in de Europese interne markt en om de Nederlandse ervaringen benutten.

De werkgroep wil binnen Europa meer bekendheid geven aan de Nederlandse duurzaamheidsagenda, de ketenbenadering en het optimaal benutten van afzetmarkten, wanneer diervoerbedrijven, veehouders, de verwerkende industrie, retail en NGO's samenwerken aan het vermarkten van duurzamere concepten die verder gaan dan de wet- en regelgeving. Vanzelfsprekend zal bij de keuze voor activiteiten de focus meer liggen op landen met een consumentenmarkt die meer overeenkomsten hebben met de Nederlandse.



## Inspiratie voor verduurzaming

Meer bekendheid en erkenning van duurzamere ketenconcepten bieden kansen voor een betere waardering. En dat vergroot de mogelijkheden voor duurzamere productie en investeringen. Ook onze Europese partners hebben daar baat bij. Consumenten in andere lidstaten profiteren van een ruimere beschikbaarheid van duurzamere producten. Verder bieden meer duidelijkheid en uniformiteit in gehanteerde standaarden ook kansen voor lokale keteninitiatieven. De Nederlandse ervaring met ketensamenwerking en het ontwerpen van duurzamere concepten - the Dutch Chain approach - zijn waardevol en vormen inspirerende voorbeelden.



## Samenwerkingsverbanden voor onderscheidende duurzaamheidsdoelen

De Nederlandse agro- en foodsector is sterk in samenwerkingsverbanden, waarbij partijen uit de productieketens en andere stakeholders, zoals NGO's en overheden, samen optrekken om onderscheidende duurzaamheidsdoelen te realiseren met behulp van de afzetmarkten.

Zo zijn er in overleg met de diervoederindustrie certificeringsprogramma's ontwikkeld voor duurzame soja (RTRS) en palmolie (RSPO). Verder is er een succesvol nationaal programma waarin overheid en bedrijfsleven samenwerken aan het terugdringen van antibioticagebruik in alle dierlijke sectoren.

Ook onderscheidend is het aanbod van eieren, varken- en kippenvlees in de Nederlandse supermarkten. Dit voldoet tenminste aan de bovenwettelijke criteria van het welzijnslabel Beter Leven Keurmerk 1 ster.

Naast Beter Leven, zijn er meer duurzame labels voor Nederlandse zuivel, eieren en vlees, zoals On the way to PlanetProof en Beter voor Natuur en Boer. Verder zijn er ketenconcepten met bovenwettelijke prestaties van bedrijven zelf, zonder onafhankelijk keurmerk die worden vermarkt onder eigen naam.



---

## Meer weten?

In het Marktprogramma VDP werken bedrijven en andere stakeholders in dierlijke voedselketens samen met de overheid aan de gewenste verduurzaming. Ketenconcepten met bovenwettelijke duurzaamheidsprestaties spelen daarbij een belangrijke rol als de gangmakers van een bredere beweging die de bodem in de markt op een hoger niveau tilt. Het Marktprogramma stimuleert en faciliteert door kennisuitwisseling en het bevorderen van afstemming en samenwerking.

De werkgroep Internationaal staat onder voorzitterschap van het ministerie van LNV. De leden vertegenwoordigen de industrie (COV, Nepluvi, Anevei, Nevedi, NZO), de detailhandel (CBL), de NGO's (de Dierenbescherming) en de FNLI (levensmiddelenindustrie) en het netwerk van landbouwattachés zijn agenda-lid.

Voor meer informatie over het Marktprogramma ga je naar de website [www.verduurzamingvoedsel.nl](http://www.verduurzamingvoedsel.nl) of abonneer je op de nieuwsbrief. Voor vragen of ideeën, neem contact op met ketenmanager Maurits Steverink via: [secretariaat@verduurzamingvoedsel.nl](mailto:secretariaat@verduurzamingvoedsel.nl).

---

MARKTPROGRAMMA  
**VERDUURZAMING**  
**DIERLIJKE PRODUCTEN**

Wie het ziet, heeft de toekomst.