



Verbreden en versnellen van verduurzaming vanuit de markt

MARKTPROGRAMMA
VERDUURZAMING
DIERLIJKE PRODUCTEN

Wie het ziet, heeft de toekomst.



In het Marktprogramma Verduurzaming Dierlijke Producten (VDP) werken partijen in dierlijke productieketens, ngo's en het ministerie van LVVN samen.

Het doel is om een verdere verschuiving naar duurzamere productiemethoden te realiseren binnen het aandeel dierlijke producten van ons voedselsysteem. De markt speelt daarbij een belangrijke rol, in het bijzonder via ketenconcepten met bovenwettelijke duurzaamheidsprestaties. In deze brochure wordt uitgelegd waar het programma voor staat en welke mogelijkheden het biedt voor partijen die betrokken zijn bij de productie van dierlijke voedingsmiddelen.



Verduurzaming moet uit de markt komen

De samenleving vraagt om verdere verduurzaming van ons voedselsysteem. Dat is een structurele trend in binnen- en buitenland. Steeds meer consumenten maken bewuste keuzes en bedrijven zien het belang voor de continuïteit op de langere termijn. De behoefte is duidelijk, de invulling is echter niet eenvoudig. Duurzaamheid is namelijk een zeer breed begrip. De thema's variëren van internationaal vastgestelde klimaatdoelen (reductie broeikasgassen), via Europese en nationale wettelijke opgaven voor natuur (inclusief stikstof), milieu en dierenwelzijn tot aan maatschappelijke discussies over de rol van dierlijke eiwitten in ons voedingspatroon.



De overheid stelt kaders en bewindspersonen willen doelen realiseren. Dat is echter complex vanwege de verscheidenheid aan opgaven. Het is onmogelijk om generiek beleid te maken voor de transitie van een hele sector. Bovendien worden ondernemers in geval van dwingende beleidsmaatregelen vaak opgezadeld met hogere kosten, die ze niet kunnen doorberekenen. Die onzekerheid over het verdienmodel en toekomstperspectief roept weerstand op. Dat is jammer, want er zijn wel degelijk ondernemers die bereid zijn stappen te zetten.

Het ondersteunen van deze groep is effectiever voor het realiseren van overheidsdoelen, met name via het faciliteren van duurzamere ketenconcepten. Hierin werken verschillende partijen samen op basis van bovenwettelijke afspraken en brengen zij hun producten onder een onderscheidend label op de markt. Zij richten zich op consumenten en afnemers die bereid zijn een goede prijs te betalen voor een duurzamer product.

Elk van deze kanalen heeft een functie in de marktwerking en prijsvorming en is daarom belangrijk voor de verdien capaciteit van de productieketens en de betaalbaarheid van voedsel voor consumenten.

Succesvolle voorbeelden, met name in supermarkten, laten zien dat dergelijke initiatieven uiteindelijk kunnen uitgroeien tot de nieuwe standaard. Daarmee zorgt een ketenconcept ervoor dat de bodem in de markt op een hoger niveau wordt gebracht. Het kan zelfs leiden tot het uitfasen van de oude standaard, zoals is gebeurd met consumptie-eieren. (Zie kader.)

Iets vergelijkbaars speelt zich nu af met kip, waarbij 1 ster van het Beter Leven keurmerk de standaard wordt in Nederlandse supermarkten. Er zijn meer ketenconcepten op basis van bovenwettelijke afspraken voor verschillende duurzaamheidsthema's voor eieren, vlees en zuivel. Bij sommige worden de voorwaarden bepaald door onafhankelijke keurmerken zoals het Beter Leven keurmerk of On the Way to PlanetProof. Andere zijn labels die door marktpartijen zijn ontwikkeld, zoals het 'Beter voor ...'-programma van supermarktketen Albert Heijn.

Ketenconcepten zorgden voor omwenteling eieraanbod in EU

Tot in de jaren '90 van de vorige eeuw gold de efficiënte kooihuisvesting (de 'legbatterij') als de norm in legpluimveehouderij. Het welzijn van de dieren stond echter ter discussie. De overheid stimuleerde de ontwikkeling naar diervriendelijkere systemen door eenduidige definities (Handelsnormen) op te stellen voor huisvestingssystemen in de Europese Unie. Daardoor kon in de handel met zogeheten eicodes onderscheid gemaakt worden tussen kooihuisvesting en alternatieve houderijvormen. In de sector werkten bedrijven samen aan de ontwikkeling van ketenconcepten.

Op basis van de uniforme EU-handelsnormen werden diervriendelijkere geproduceerde eieren op de markt gebracht, waarbij de hogere kosten werden doorberekend in het eindproduct. Veel consumenten bleken bereid de hogere prijs te betalen en mede door acties van maatschappelijke organisaties groeide het marktaandeel van de diervriendelijkere alternatieven. Een aantal supermarktketens zette een volgende stap door te stoppen met kooi-eieren.

Daardoor werd de norm voor het welzijnsniveau de bodem in de markt op een hoger niveau gebracht. Dat droeg bij aan het draagvlak voor de wettelijke uitfasering van kooi-eieren in de EU.

Deze casus laat zien hoe de markt bepalend kan zijn voor een grote maatschappelijk gewenste verandering. De ketenconcepten zijn de gangmakers van een brede beweging. Daarbij hebben overheden een cruciale faciliterende rol, in dit geval met eenduidige definities in de EU, aangevuld met onderzoek en stimuleringsmaatregelen. Verder zijn maatschappelijke organisaties belangrijk, doordat ze het thema breed onder de aandacht brengen.

Sociale innovatie

Het vermogen om samen te werken is van oudsher een kenmerk van het succesvolle Nederlandse productiesysteem. Voerleveranciers, veehouders, de verwerkende industrie, handel en andere partijen werken al decennia samen in productieketens, gericht op optimale productiviteit, efficiëntie en betrouwbare levering.

Ketenconcepten met bovenwettelijke prestaties voegen daar een nieuwe dimensie aan toe, namelijk een gezamenlijk commitment aan onderscheidende duurzaamheidsdoelen en het vermarkten ervan. Vaak zijn hierbij ook maatschappelijke organisaties (NGO's) betrokken. Dat is een sociale innovatie in de productieketens: ketenconcepten voeren in feite een merkoperatie uit waaraan meerdere stakeholders zich verbinden.

Deze ketenconcepten zijn gericht op duurzaamheidsstappen die voor een grote groep producenten haalbaar zijn en ze richten zich op een brede groep consumenten die bereid is een hogere prijs te betalen voor de (maatschappelijke) meerwaarde. Ze onderscheiden zich daarmee van pioniers die grotere duurzaamheidsstappen zetten voor een doorgaans kleinere doelgroep. Beide zijn waardevol. De pioniers ontwikkelen (nieuwe) nichemarkten, ketenconcepten zijn de gangmakers ('first movers') van een bredere beweging die de bodem in de hele markt op een hoger niveau tilt.

Meer impact door versnellen en verbreden

Ketenconcepten leveren dus via de markt een belangrijke bijdrage aan het realiseren van beleidsdoelstellingen. Voor veel mensen is de supermarkt het meest zichtbare deel van de markt voor voedingsmiddelen.

Het Marktprogramma VDP zet zich in voor robuuste ketenconcepten voor vlees, zuivel en eieren, gericht op grotere consumentensegmenten. Het Marktprogramma fungeert als een platform voor overleg en samenwerking.



Horeca, catering, speciaalzaken, industriële verwerking van grondstoffen en internationale afzet zijn ook belangrijke afzetkanalen in ons voedselsysteem. Elk van deze kanalen heeft een functie in de marktwerking en prijsvorming en is daarom belangrijk voor de verdien capaciteit van de productieketens en de betaalbaarheid van voedsel voor consumenten. (Zie ook kader Vierkantsverwaarding.)

De kracht van ketenconcepten kan daarom op twee manieren nog beter worden benut. In de eerste plaats door bestaande initiatieven in het Nederlandse supermarktkanaal te stimuleren en te versnellen. Daarnaast is het nodig de concepten te verbreden naar alle andere afzetkanalen.

Marktprogramma VDP

Om de ontwikkeling van ketenconcepten te versnellen en te verbreden is het Marktprogramma Verduurzaming Dierlijke Producten (VDP) ingesteld. Hierin werken marktpartijen en NGO's in dierlijke voedselketens (zie ook: Organisatie) samen met het ministerie van LNV. Het programma heeft als doel om binnen het aandeel dierlijke producten in ons voedselsysteem een verschuiving naar duurzamere productiemethoden teweeg te brengen. Die verduurzaming moet uit de markt komen en ketenconcepten met bovenwettelijke duurzaamheidsprestaties spelen daarbij een belangrijke rol om dit in de praktijk waar te maken. Het Marktprogramma VDP zet zich in voor robuuste ketenconcepten voor vlees, zuivel en eieren, gericht op grotere consumentensegmenten.

Het Marktprogramma fungeert als een platform voor overleg en samenwerking. Het biedt directe ondersteuning met eerstelijnsvoorlichting en advies. Verder stimuleert het kennisuitwisseling en faciliteert het afstemming en samenwerking tussen marktpartijen, overheid en andere stakeholders. Het Marktprogramma signaleert knelpunten en helpt zoeken naar oplossingen.



Vierkantsverwaarding

De markt voor landbouwproducten en voedingsmiddelen bestaat uit verschillende afzetkanalen in binnen- en buitenland. Veel producten bereiken consumenten via supermarkten en speciaalzaken. Ook horeca, grootkeukens en cateraars bieden voedsel. Verder gebruikt de voedingsmiddelenindustrie in binnen- en buitenland producten als grondstof, vaak zijn dat specifieke onderdelen van een karkas of ingrediënten van melk en eieren.

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 - inclusief nevenproducten en reststromen - optimaal tot waarde brengen. Dat noemen we vierkantsverwaarding.

Behalve producenten profiteren ook consumenten hiervan. De verse producten in de supermarkt zouden veel duurder zijn zonder de opbrengsten van al die nevenproducten en reststromen. Een Nederlandse kipfilet of varkenshaas blijft hier betaalbaar omdat andere karkasonderdelen bijvoorbeeld elders worden afgezet of verwerkt in vleeswaren en snacks. Kaas en yoghurt zouden meer kosten als zuivelbedrijven geen afzet hadden voor wei of melkpoeders.

Activiteiten

De activiteiten worden jaarlijks vastgesteld op basis van ontwikkelingen in de markt - in alle afzetkanalen - en in het beleid. De partners vanuit de verschillende bedrijfstakken dragen hiervoor plannen van aanpak aan, op basis van hun specifieke aandachtspunten. Voor de uitvoering van de acties worden werkgroepen en regiegroepen gevormd, waarin deze partners zijn vertegenwoordigd.

Hieronder volgt een beknopt overzicht van de thema's en activiteiten in 2024-2025.

KetenKennisDialogen

Regelmatig worden kennisbijeenkomsten georganiseerd. Zo zijn er jaarlijks ongeveer vijf KetenKennisDialogen (KKD), discussiebijeenkomsten over actuele complexe thema's die de hele keten aangaan. Dit zijn open dialogen voor bedrijven, maatschappelijke organisaties, kennisinstellingen en overheden.

Beleidsmakers informeren over oplossingen uit de markt

In de politiek en beleidsvorming eisen de grote maatschappelijk opgaven (stikstof, klimaat, dierenwelzijn, natuur en water) veel aandacht op. Daarbij sneeuwen ideeën en ervaringen vanuit de markt vaak onder. Het Marktprogramma VDP brengt bij verschillende beleidsdossiers onder de aandacht dat ketenconcepten kunnen helpen bij het realiseren van beleidsdoelen. Denk daarbij aan het Convenant Dierwaardige Veehouderij en het Nationaal Actieplan voor Biologische landbouw.

Afstemming bij de ontwikkeling van LCA-methoden

Mede door de EU-richtlijn CSRD krijgt klimaat hoge prioriteit in het bedrijfsleven. De ambitie is om in alle dierlijke sectoren LCA-methoden te ontwikkelen met Europese erkenning. Binnen het Marktprogramma zorgt de Regiegroep LCA Dierlijke ketens voor overzicht en afstemming. Deze stimuleert de voortgang en bewaakt daarbij de aandacht voor andere duurzaamheidsthema's zoals natuur en dierenwelzijn en stelt een actieagenda op voor onderzoek, onderwijs, wet- en regelgeving en het delen van kennis.

Afstemmen ontwikkelingen internationale markten

Voor een grotere impact van duurzamere ketenconcepten is het belangrijk dat ook internationale markten worden benut. Via de Werkgroep VDP Internationaal wil het Marktprogramma VDP kennis delen over het belang van de internationale markt, inzet leveren voor een betere afstemming in Europees verband en kennis delen over de succesvolle aanpak met ketenconcepten in Nederland. De werkgroep (waarin bedrijfsleven, NGO Dierenbescherming en LVVN zijn vertegenwoordigd) zet zich in voor bekendheid van de Nederlandse aanpak en een optimale aansluiting bij Europese standaarden voor een open interne Europese markt.

Uitrollen ketenconcepten naar foodservice en specialzaken

Geborgde ketenconcepten zoals Beter Leven keurmerk, On the Way to PlanetProof of EU-biologisch zijn relatief sterk vertegenwoordigd in supermarkten. Voor andere afzetkanalen, zoals foodservice en slagerijen, zijn er nog specifieke belemmeringen die grootschalige toepassing in de weg staan. Onder andere met een regiegroep wordt gewerkt aan het wegnemen van deze knelpunten.

Verduurzaming in vakonderwijs

Het Marktprogramma wil kennis en vaardigheden rond verduurzaming inbedden in het reguliere vakonderwijs. De scope is ketenbreed. De Werkgroep Duurzaam dierlijk structureel in vakonderwijs richt zich op het huidige (vak)onderwijs voor landbouw, horeca en het slagervak.

Investeringsregeling voor ketens

Bestaande stimuleringsregelingen blijken niet altijd geschikt voor vernieuwende ketenconcepten waarbij deelnemende ondernemers hun bedrijf ingrijpend en onomkeerbaar veranderen. Dat blijkt uit de ervaringen die zijn opgedaan in bestaande casussen zoals Hamletz, ZONvarken en Stal van de Toekomst. Via een werkgroep onderzoekt het Marktprogramma VDP hoe bestaande regelingen (zoals SABE, SIA, topsectorenbeleid) beter kunnen worden benut en welke vernieuwing van de regelingen gewenst is.

Opschalen en verbreden Kip 1 ster

In pluimveevlees is 1 ster Beter Leven keurmerk uitgegroeid tot de norm in de supermarkten. Deze succesvolle ontwikkeling is uniek in de wereld en EU en daarmee ook een inspirerende casus voor andere ketenconcepten. Voor een verdere groei van de pluimveehouderij onder dit diervriendelijker keurmerk is verbreding van de afzet naar andere kanalen gewenst, zoals foodservice en specialzaken. Aandachtspunten voor de verdere groei zijn de omschakeling van pluimveehouders, met name vergunningsprocedures. De Regiegroep Scale-up Kip 1 ster volgt de ontwikkelingen en is aanspreekpunt voor overheden, NGO's en ketenpartijen.

Opschalen en verbreden Kip 1 ster

In pluimveevlees is 1 ster Beter Leven keurmerk uitgegroeid tot de norm in de supermarkten. Deze succesvolle ontwikkeling is uniek in de wereld en EU en daarmee ook een inspirerende casus voor andere ketenconcepten. Voor een verdere groei van de pluimveehouderij onder dit diervriendelijker keurmerk is verbreding van de afzet naar andere kanalen gewenst, zoals foodservice en specialzaken.

Aandachtspunten voor de verdere groei zijn de omschakeling van pluimveehouders, met name vergunningsprocedures. De Regiegroep Scale-up Kip 1 ster volgt de ontwikkelingen en is aanspreekpunt voor overheden, NGO's en ketenpartijen.

Loket voor onderzoek

De Commissie VDP Onderzoek fungeert als loket voor onderzoekwensen vanuit de markt. Binnen het zogeheten Beleidsondersteunend Onderzoek dat het ministerie van LVVN laat uitvoeren door Wageningen University & Research (WUR), is er 'geormerkt' budget voor het Marktprogramma. Hiermee kan onderzoek ingezet worden dat ketenconcepten ondersteunt en waarbij de opgedane kennis uiteindelijk beschikbaar komt voor de praktijk. De commissie biedt ondersteuning bij het formuleren van onderzoeksvragen van marktpartijen en zorgt voor afstemming en prioritering.

Signaleren knelpunten vergunningen

De verdere verduurzaming in dierlijke productieketens vraagt in de praktijk vrijwel altijd investeringen en veranderingen in stallen. Vergunningsprocedures kunnen daarbij een belemmering vormen. Er lopen verschillende initiatieven voor het inventariseren van deze knelpunten en mogelijke oplossingen. Het Marktprogramma VDP levert daaraan een bijdrage vanuit ervaringen met keteninitiatieven.

Opschaling biologische zuivel en rundvlees

De Nederlandse overheid streeft in het in 2023 gelanceerde actieplan naar een forse groei van het aandeel biologische landbouw. Marktpartijen (melkveehouders en verwerkers) hebben een ambitie omarmd voor een opschaling van het aantal biologische melkveehouders van 500 naar 2500. In de regiegroep Opschaling biologische zuivel en rundvlees werken bedrijven en overheid samen om de ambitie te realiseren. De Regiegroep inventariseert knelpunten en kansen en wil acties van marktpartijen en overheid in gang zetten.



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

Organisatie

Het Marktprogramma VDP is opgezet door organisaties in de dierlijke productiesectoren, het ministerie van LVVN en de Dierenbescherming. De partners uit de dierlijke sectoren zijn de organisaties van boeren (LTO Nederland), de diervoedersector (Nevedi), de vleesindustrie (COV en Nepluvi), de eierhandel (Anevei), de zuivelindustrie (NZO), de levensmiddelenindustrie (FNLI), de cateringsector (Veneca), de levensmiddelendetailhandel (CBL) en de slagerijsector (KNS).

Bestuurlijk Overleg en Partneroverleg

Jaarlijks worden de plannen, de organisatie en te financieren onderzoeksprojecten voorgelegd aan het Bestuurlijk Overleg VDP, waarin de partnerorganisaties op bestuurs- of directieniveau zijn vertegenwoordigd. Voor de praktische voortgang en aansturing is een Partneroverleg ingericht. Daarin bespreken de partnerorganisaties de afstemming en uitvoering van lopende acties en de verbinding met relevante beleidsdossiers zoals klimaat, natuur en biodiversiteit, het nationaal actieplan voor biologische landbouw en het Convenant Dierwaardige Veehouderij. Het ministerie van LVVN levert de voorzitter voor beide overlegstructuren.

Programmteam, werkgroepen, regiegroepen

Het programmteam voert de taken uit. Dat houdt in: programmamanagement, loketfunctie voor eerstelijnsvoorlichting, aanspreekpunt voor ketens, ondersteuning bij onderzoeksvragen en het benutten overheidsregelingen en de organisatie van pilots. Ook verzorgt het programmteam de organisatie van bijeenkomsten en de communicatie.

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.

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

MARKTPROGRAMMA
VERDUURZAMING
DIERLIJKE PRODUCTEN

Wie het ziet, heeft de toekomst.