

MARKTPROGRAMMA VERDUURZAMING DIERLIJKE PRODUCTEN

Wie het ziet, heeft de toekomst.

KetenKennisDialog LCA-methoden: wat kun je nu al gebruiken en ook communiceren?

Den Haag, 3 februari 2026

Hoever zijn we met LCA-methoden en kunnen we over duurzaamheid communiceren? Deze vragen kwamen aan bod in de KetenKennisDialog op 3 februari in Den Haag. Deskundigen vanuit de wetenschap en de praktijk presenteerde de laatste stand van zaken en bediscussiëren deze met ongeveer zeventig professionals en beleidsmakers die actief zijn in de markt voor dierlijke voedingsmiddelen.

In het kort:

- LCA's zijn methoden om milieu-impact vast te stellen, het is complex en met variatie aan mogelijkheden, het ontbreken van standaarden maakt het verwarrend.
- De ontwikkeling van een Europese standaard, PEFCR, is een belangrijke stap naar uniforme LCA's.
- PEFCR's zijn nog niet voor alle dierlijke productgroepen ontwikkeld, onderzoek is nog bezig.
- Communicatie over milieu-impact van duurzame producten is tricky, nieuwe wetgeving tegen ongefundeerde claims is in aantocht.
- Samenwerking is belangrijk voor een uniforme aanpak, overheid is nodig om kaders te stellen en te faciliteren.

De milieu-impact van voedselproductie krijgt steeds meer aandacht. Overheden, bedrijven en financiers hebben behoefte aan methoden om die impact te meten en te vergelijken. Daarnaast willen bedrijven er ook graag over communiceren met stakeholders of consumenten.

In de praktijk zijn er veel verschillende methoden om de impact te bepalen. Dat geeft verwarring. In Europa bestaat een standaard voor het uitvoeren van een LCA voor een productgroep: de Product Environmental Footprint Category Rules (PEFCR). Dat levert een uniforme, transparante en wetenschappelijk onderbouwde methode. Er is al een PEFCR uitgewerkt voor enkele producten, zoals zuivel en diervoeders. Voor eieren, pluimveevlees, rundvlees, varkensvlees, geitenzuivel, schapen en kalfsvlees is het nog niet zo ver.

De [regiegroep PEFCR Dierlijke Producten](#) van het Marktprogramma VDP is ingesteld om de ontwikkeling verder aan te jagen, door activiteiten te coördineren, onderzoek in te zetten en door het delen van kennis. "Onze ambitie is de ontwikkeling van goed onderbouwde, transparante en op Europees niveau

MARKTPROGRAMMA VERDUURZAMING DIERLIJKE PRODUCTEN

Wie het ziet, heeft de toekomst.

erkende PEFCR-methodes voor alle dierlijke categorieën”, zegt ketenmanager Maurits Steverink van het marktprogramma.

Het marktprogramma is de initiatiefnemer van deze KetenKennisDialog over dit onderwerp op 3 februari 2026 in Den Haag. Deze kennissessie draaide om de vraag: hoe staat het met de ontwikkeling en toepassing van LCA methoden in de huidige Nederlandse praktijk? Zijn er mogelijkheden om met LCA-data producten of bedrijven te vergelijken en kunnen we dit gebruiken in communicatie over duurzaamheid?

Masterclass, wat kun je met huidige LCA methoden

Het programma begint met de specialist op dit gebied, onderzoeker Pim Mostert van Wageningen Livestock Research. In een masterclass van ruim 40 minuten, praat hij de deelnemers van de kennissessie bij over de complexe wereld van LCA-berekeningen, de verschillende methoden en het belang van datakwaliteit.

Een LCA (Life cycle analysis, levenscyclusanalyse) is een methode om de impact van een product te berekenen, aan de hand van data die worden verzameld in het hele productieproces, vanaf grondstoffen tot eindproduct. De nadruk ligt nu nog op de carbon footprint, maar er zijn in totaal 16 indicatoren.

Een LCA brengt de impact in elk onderdeel van het proces in beeld. Dat biedt inzicht in hoe en waar in het proces de milieu-impact beperkt kan worden. Het kan ook worden gebruikt om bedrijven of ketens te beoordelen of te vergelijken.

Mostert maakt duidelijk dat de analyses complex zijn en dat de uitkomst sterk wordt bepaald door de gehanteerde methode (de rekenregels, gedefinieerd systeem) en de kwaliteit van de data. De verschillen in uitkomst kunnen oplopen tot wel 400 procent. “Dit laat zien dat je met LCA methoden kunt spelen en dus ook de uitkomst kunt framen in jouw voordeel”, zegt Mostert. “Het is dus belangrijk dat je je afvraagt hoe is het resultaat berekend en kan ik de uitkomst vergelijken met andere resultaten?”

De kwaliteit van de data hangt af van de beschikbare gegevens. Voor de carbon footprint van melk zijn bijvoorbeeld data nodig over de productie per koe, het voerverbruik en de bemesting van het grasland. Een berekening met op de boerderij verzamelde gegevens (primaire data) geeft het meest precieze resultaat. Het is echter ook mogelijk te rekenen met algemene waarden van een gemiddeld Europees bedrijf.

Mostert laat zien dat ook de uitgangspunten in de berekening grote verschillen in het resultaat kunnen hebben. Een voorbeeld is de verdeling van een milieueffect – bijvoorbeeld de kg CO₂ per kg product - over het hoofdproduct en de verwerking van andere stromen. komt op het conto van de melk of de eieren en wat wordt toegerekend aan het vlees van slachtkippen of afgevoerde kalveren en koeien?

Ook in de manier van berekenen van de footprint zijn verschillende keuzes mogelijk. Er zijn bijvoorbeeld diverse manieren om het gebruik van gecertificeerde ontbossingsvrije soja mee te nemen in de analyse.

MARKTPROGRAMMA VERDUURZAMING DIERLIJKE PRODUCTEN

Wie het ziet, heeft de toekomst.

Europese standaard, PEFCR feed en dairy

De ontwikkeling van een Europese standaard, PEFCR, is dus een grote stap naar meer uniforme LCA's.

De PEFCR voor diervoeder is belangrijk voor het bepalen van de milieu-impact van de hele veehouderij. Diervoer is in de meeste productgroepen verantwoordelijk voor een groot deel van de voetafdruk. Voor varkensvlees en pluimveevlees is dat zelfs 60 tot 80 procent, zegt Karel van der Velden, Business Development Manager bij diervoederbedrijf Nijsen company. Hij spreekt als expert namens belangenorganisatie voor de diervoedersector Nevedi.

Nevedi ondersteunt leden met betrouwbare data. Belangrijk daarin is het [Global Feed LCA Institute \(GFLI\)](#) als internationale en onafhankelijke database, opgezet onderdeel van de PEFCR Feed for Food Producing Animals. Deze database bevat gegevens van meer dan 1900 producten, die diervoederbedrijven volledig geautomatiseerd kunnen gebruiken. Dat is waardevol, omdat mengvoer gemaakt wordt van tientallen verschillende grondstoffen, waarvan de herkomst ook nog eens per seizoen wisselt. Toch hoeven mengvoerbedrijven niet te rekenen met algemene gemiddelden. Dankzij de database kunnen Nevedi-leden met een druk op de knop beschikken over data van hoge kwaliteit en daarmee betrouwbare impactcijfers berekenen op zowel klant- als productniveau.

Overzicht onderzoek met Wageningen UR

In verschillende sectoren wordt gewerkt aan LCA- en PEFCR-projecten. In veel gevallen is Wageningen UR erbij betrokken en komt financiering deels vanuit een onderzoeksbudget hiervoor van het Marktprogramma VDP.

Namens de regiegroep van het marktprogramma geeft Frank Gort een overzicht van lopende projecten. Hij is hoofd afdeling animal farming systems bij Wageningen Livestock Research. Hij benoemt 15 projecten, waarvan er 13 gericht op de Nederlandse en Europese situatie. Ze zijn verdeeld over alle sectoren: varkens, pluimvee, vleesvee, geiten en schapen.

Het onderzoek concentreert zich nog op LCA-projecten voor de CO₂-voetafdruk, omdat dat vraagstuk nu de meeste aandacht vraagt. In totaal zijn er zestien milieu-impactcategorieën. "In de nabije toekomst wordt de waterfootprint belangrijker", voorspelt onderzoeker Gort. "Dat wordt getriggerd door wat momenteel in Nederland aan de hand is, bijvoorbeeld de invloed van nitraat op de waterkwaliteit en problemen met verdroging en verzilting. Gezien de beperkte hoeveelheid zoet water op onze planeet, verwacht ik dat dit wereldwijd een groot onderwerp gaat worden."

Koen Boone, coördinator sustainable value chains bij Wageningen Social & Economic Research, bespreekt projecten die zijn gericht op het communiceren van milieu-impact. Hij is onder meer projectleider bij de Werkgroep footprint, die

MARKTPROGRAMMA VERDUURZAMING DIERLIJKE PRODUCTEN

Wie het ziet, heeft de toekomst.

in het verleden is opgezet op initiatief van het ministerie van LVVN. Deze werkgroep zet zich in voor een brede toepassing van geharmoniseerde footprintberekeningen. Een van de activiteiten is het project Eco Food Choice, gericht op een Europese 'eco rating', een soort Nutriscore-systematiek op milieugebied. Hiervoor willen de betrokken partijen een LCA-database aanleggen met gemiddelde waarden voor 3000 producent en een methodiek om vanuit die scores te komen tot eco-labels voor specifieke producten. Het project wordt gefinancierd vanuit de EU (DG Environment) en loopt tot 2028. Er wordt samengewerkt met vergelijkbare initiatieven in Frankrijk, Duitsland en Spanje.

Werkgroep transparantie

Binnen het ministerie van LVVN wordt intussen gewerkt aan meer eenduidigheid in het beleid, vertelt Janne Mulders, senior beleidsmedewerker duurzame veehouderij. "Binnen het directoraat-generaal Agro zijn verschillende directies bezig met transparantie en verduurzaming. We hebben het over LCA's, KPI's, doelsturing, enzovoort. Iedereen is er mee bezig op zijn eigen terrein. Er is nu een Werkgroep Transparantie om ervoor te zorgen dat het eenduidig wordt aangepakt en dat we eenduidig communiceren en randvoorwaarden stellen."

Wetgeving tegen vage claims

Levensmiddelenfabrikanten hechten belang aan communicatie met consumenten, zegt Robin van der Velde, manager duurzaamheid bij de Federatie van Nederlandse Levensmiddelenindustrie (NFLI). Dat uit zich op diverse claims die op verpakkingen van voedsel in de supermarkt te zien zijn.

De regels voor consumentenmarketing worden binnenkort strenger, vertelt hij tijdens de kennissessie. Dit jaar treedt namelijk een Europese richtlijn in werking die consumenten moet beschermen, de richtlijn Empowering Consumer for the green transition. De Nederlandse implementatie ervan wordt verwacht in september. Van der Velde: "Het doel van de wet is consumenten behoeden voor misleiding met vage duurzaamheidsclaims. Het is dus belangrijk dat er goede methodes zijn waarmee je het effect kan aantonen."

De verwachte wet betekent veel werk voor zijn sector, want bedrijven moeten ervoor zorgen dat ze alleen goed onderbouwde claims hanteren. Hij hoopt dat er voldoende speelruimte blijft voor duurzaamheidscommunicatie. "Het moet niet zo zijn dat we het kind met het badwater weggooien. Je moet wel over duurzaamheid kunnen blijven communiceren, anders kun je de consument ook niet prikkelen tot duurzamere keuzes."

Discussie

Tijdens de discussie komt de vraag op tafel in hoeverre het mogelijk en wenselijk is om over de footprint van producten te communiceren naar klanten en consumenten. Een deel van de deelnemers is sceptisch daarover, gezien de complexiteit en het ontbreken van standaarden voor LCA's. Het is maar de vraag

MARKTPROGRAMMA VERDUURZAMING DIERLIJKE PRODUCTEN

Wie het ziet, heeft de toekomst.

of de gemiddelde consument in staat is om duurzaamheidsclaims te beoordelen. Anderen stellen dat consumenten hun aankoopbeslissing sowieso niet laten afhangen van duurzaamheidsclaims. Gewoonte, prijs en smaak zijn bepalend. Duurzaamheidscommunicatie moet gericht zijn op andere schakels van de keten. “De verantwoordelijkheid ligt bij producenten en retailers; zij moeten een zo duurzaam mogelijk product aanbieden en de consument helpen een gezond en duurzaam eetpatroon te ontwikkelen”, zegt een deelnemer die werkzaam is in de retail.

Een deelnemer uit de cateringsector sluit zich daarbij aan. “Wij hebben te maken met klanten/opdrachtgevers en gasten. De gast wil het lekkerste eten voor de beste prijs en is niet zo geïnteresseerd in data; de klant wel.”

Anderen vinden dat consument communicatie hard nodig is om veranderingen aan te jagen. Het tonen van alternatieven, stimuleert consumenten duurzamere keuzes te maken.

Daarbij wordt ook de rol van de overheid als marktmeester genoemd. Omdat prijs voor een deel van de consumenten de doorslag geeft, zou de overheid het prijsverschil moeten opheffen door duurzamere producten te stimuleren en minder duurzame producten te belasten.

Samenwerking marktpartijen en regie overheid

Aan het einde van de KKD wordt aan drie partners van het marktprogramma de vraag gesteld wat zij mee naar huis nemen. Dit zijn manager duurzaamheid Latoya Balogun van het CBL, directeur Erwin Wunnekink van Nevedi en Ilonka Nennie manager duurzaamheid van Vreugdenhil Dairy Foods, namens de NZO.

Namens de supermarkten zegt Latoya Balogun: “Deze kennissessie brengt voor mij naar voren dat het meten van milieu-impact van dierlijke producten steeds meer aandacht krijgt en dat veel partijen op dit gebied actief zijn. Voor diverse partijen, inclusief food-retailers, is het ontzettend belangrijk te werken aan een uniforme duurzaamheidsaanduiding. We willen hiervoor zoveel mogelijk aansluiten bij de PEFCR-methoden. Om ervoor te zorgen dat we op een eerlijke manier ketens kunnen vergelijken en dat we transparant kunnen zijn over de producten die wij verkopen.”

Alle drie benadrukken ze het belang van samenwerking om te komen tot een eenduidige, uniforme methodiek. Ilonka Nennie: “Er gebeurt al heel veel in de sector, maar iedereen bevindt zich in een andere fase. Dus partijen die nog aan het verkennen zijn, roep ik op om zich aan te sluiten bij de bestaande initiatieven. Door samen te werken, kunnen we de noodzakelijke uniformiteit creëren en echt impact maken”.

Erwin Wunnekink sluit zich daarbij aan. “Marktwerving kan verduurzaming stimuleren, maar het is dan wel belangrijk dat we het allemaal op dezelfde manier invullen. We moeten dus samenwerken om te kunnen concurreren.”

Waar Nennie, Wunnekink en Balogun het ook over eens zijn, is dat de overheid

MARKTPROGRAMMA VERDUURZAMING DIERLIJKE PRODUCTEN

Wie het ziet, heeft de toekomst.

kaders moet stellen. Wunnekink: “De vraag is: wie voelt zich verantwoordelijk voor die footprint. Voor private partijen is dat heel moeilijk. We hebben een overheid nodig die zich uitspreekt over hoe je de footprint berekent en welk systeem je gebruikt.” Balogun: “Veel partijen in het bedrijfsleven nemen verantwoordelijkheid, maar er is behoefte aan facilitatie, actieve regie en kaders vanuit de rijksoverheid en wat we ook nodig hebben is een consistent verhaal dat ook in Brussel overeind blijft.”

Over het Marktprogramma

Binnen het Marktprogramma Verduurzaming Dierlijke Producten (VDP) slaan partijen in de dierlijke productieketen (vlees, zuivel en eieren) de handen ineen voor het vergroten van het marktaandeel dierlijke producten met bovenwettelijke duurzamere prestaties. Binnen het Marktprogramma VDP worden marktinitiatieven van ketens ondersteund met kennis, onderzoek en voorlichting. Het marktprogramma organiseert regelmatig KetenKennisDialogen (KKD) om kennis te delen en een dialoog te voeren over complexe thema's en natuurlijk de haalbaarheid, betaalbaarheid én kansen voor praktische toepassingen.

Wilt u op de hoogte blijven van nieuws, activiteiten en ontwikkelingen van het Marktprogramma? Meld u dan aan voor onze nieuwsbrief via [het inschrijfformulier op onze website!](#)