

proces en de discussies betrokken en wordt blijkbaar ook geacht niet geïnteresseerd te zijn. De klant is koning, maar de koning wordt betutteld als een kind. Hij wordt geregeerd door een machtige hofhouding van adviseurs en lobbyisten.

We zitten dus in feite met een mentaliteits- en opvoedingsprobleem van de Nederlandse burger in zijn rol als consument. Welke wegen zijn er om de consument wél te betrekken bij het proces, zodat het bewustzijn groeit over de plaats die hem feitelijk toekomt? De koper staat immers niet buiten de keten en is niet de zwakste maar de laatste schakel.

Ik vind dat de overheid een beslissende rol moet spelen in de emancipatie van de burger in zijn rol als consument. De overheid moet de consument belonen. Ze dient de waardering voor biologische producten te bevorderen. En ze moet ook zelf het goede voorbeeld geven.

Om te beginnen, beloon de biologische consument als hij betrokkenheid toont. Tienduizend Nederlanders adopteren bijvoorbeeld op dit moment een kip. Sinds een jaar of zeven zijn er 30.000 huishoudens met een abonnement op biologische groente. Daarvoor wordt 1500 hectare landbouwgrond blijvend biologisch bewerkt. Consumenten die aangeven dat zij zelf verantwoordelijkheid hebben genomen, moeten worden beloond. Met een korting op de ziektekostenpremie of een extra aftrekpost bij de belastingaangifte. Als je op de fiets naar je werk gaat, belooft de fiscus dat nu toch ook al?

De overheid dient investeringen in de biologische sector aantrekkelijker te maken. Stimuleer directe financiële betrokkenheid van consumenten en bedrijfsleven bij de biologische keten in CV-vorm zoals bij films en schepen. Ik denk dan aan een extra beloning bij deelname in of leningen aan biologische landbouwbedrijven of natuurvoedingswinkels.

Maak een extra rendement van zeg vijf procent mogelijk. Natuurlijk het liefst uitgekeerd in natura middels biologische producten. Bij honderd miljoen euro ingelegd vermogen kost dat de overheid maar vijf miljoen per jaar. Dit levert ook nog eens vijf miljoen extra biologische omzet op. Het zal, zo voorspel ik, met relatief weinig kosten, een sneeuwbal effect veroorzaken in het maatschappelijk veld. Zeker als je dit afzet tegen de kosten die we de laatste jaren hebben moeten uitgeven voor het bestrijden van de kippen- en varkenspest en BSE.

Ook de overheid zelf kan een krachtig signaal afgeven. Ze zou moeten durven deelnemen als commanditaire vennoot of met kredieten in de biologische keten. Het maatschappelijk rendement is immers vastgesteld. Het geld dat vrijkomt door de verkoop van de participaties van de overheid in bijvoorbeeld Schiphol of KPN kan op deze wijze opnieuw strategisch en duurzaam worden ingezet. Overheid wees creatief. ■



De macht van de boodschappentas

*Bert van Ruitenbeek,
directeur van Biologica.*

Bert: "De prijzenslag die op dit moment speelt is hoe dan ook slecht voor de biologische sector, omdat het een fixatie op prijzen is en niet op kwaliteit en naarmate het meer in de richting van de versproducten gaat, komt je vroeg of laat toch bij de boer terecht. In beide gevallen is het slecht nieuws voor de biologische sector: als er niet met biologische

producten gestunt wordt, wordt het prijsverschil met de gangbare producten groter, maar als er wel met biologische producten gestunt wordt, komt de telersprijs onder druk. Op de achtergrond speelt natuurlijk die 'eerlijke' marktwerking die we ooit voor ogen hadden. Dat betekent dat de collectieve waarden die aan de landbouw verbonden zijn,

ook op een collectieve manier geregeld moeten worden. Dit betekent dat alles wat betreft duurzaamheid en schonere bodem, dierenwelzijn et cetera een collectief belang heeft dat ook fiscaal op een bepaalde manier georganiseerd moet worden, namelijk: de vervuiler betaalt en duurzaamheid loont. Dit is echter niet de economische realiteit waar we nu mee te maken hebben, daar werken we wel aan.

Maar die prijzenslag is voor een heleboel mensen wel doorslaggevend. Het enige wat wij kunnen doen is de mensen die de maatschappelijke waarden hoog in het vaandel hebben, nog sterker te wijzen op de voordelen van de biologische voeding. Daar is nog steeds groei mogelijk, alleen niet de 10% in 2010.

Als we met de huidige situatie rekening houden, zonder dat er een echte hervorming van het landbouwbeleid plaatsvindt, dan zullen we die ambitie naar beneden moeten bijstellen en ons nog veel meer moeten richten op de bewuste consument. Dat is nog steeds een aanzienlijke groep van 20 à 25% van de bevolking. Wij zijn er van overtuigd dat in die groep meer biologische producten verkocht kunnen worden als er maar goede informatie en voorlichting naar die doelgroep gaat.

Gelukkig worden maatschappelijke organisaties zoals Natuurmonumenten, Greenpeace, Natuur en Milieu zich wat sterker bewust van hun verantwoordelijkheid in deze. Ze beseffen nu ook wel dat ze hun achterban moeten oproepen te doen waarvoor ze eigenlijk lid zijn geworden. Maar 'de macht van de boodschappentas' heeft een grotere invloed dan het lidmaatschap van zo'n organisatie. Het is voor die organisaties echter moeilijk te zeggen dat aankoopgedrag net zo belangrijk is als het lidmaatschap.

Uiteindelijk blijkt dat het koopgedrag en de keuzes die men maakt doorslaggevend te zijn.

Het enige wat wij kunnen doen is de mensen die de maatschappelijke waarden hoog in het vaandel hebben, nog sterker te wijzen op de voordelen van de biologische voeding.

Wij hebben uiteraard wel contact met die organisaties over dit probleem. We merken bijvoorbeeld dat Natuur en Milieu bezig is met een plan genoemde maatschappelijke organisaties te benaderen. Wij richten ons met bijvoorbeeld de actie Adopteer een kip sterk op deze doelgroep.

Biologica richt zich op het tweesporenbeleid: enerzijds richting politiek, anderzijds richting bewustwording van de consument. Het blijkt steeds weer hoe 'taai' het probleem is dat het anders moet in de samenleving. Er wordt wel opener over gesproken dan een paar jaar

geleden, maar de dominante stroming is toch het gangbare belang. Gelukkig is de (CDA) minister van landbouw wel doordrongen van de problematiek, maar de CDA-fractie loopt nog achter de muziek aan als het gaat om het landbouwbeleid.

Als we nog een doorbraak zouden kunnen bereiken dan ligt die op het terrein van de gezondheid. Als daar nog meer onderzoek naar gedaan zou worden en er harde feiten bekend worden op het gebied van gezondheidsvoordelen. Dan zijn dat argumenten die de mensen wel aan zullen spreken." ■

Aktie Biologica 'Adopteer een kip' groot succes.

